

Inspirace v nakupování

S generálním ředitelem SPAR ČOS Martinem Ditmarem nad plány i současností řetězce, který umí naladit na správnou strunu

Obdivuji všechny podnikatele a firmy, které si váží svých klientů a snaží se jim vycházet vstříc, jak to jen jde. Těch, kde pochopili do detailu rozměr slova zákazník, a nápady, investicemi a množstvím času to dokazují. Obchodní řetězce, které nás, kupující, dnes a denně zásobují zejména potravinami a zbožím běžné spotřeby, bereme jako samozřejmost, od níž však podvědomě očekáváme, že nabídne víc než výrobky v akci, slevy a marketingové zdatné slogany. Přejeme si novinky, o nichž netušíme, že je vlastně potřebujeme, překvapení, nad nimiž se pousmějeme a posléze zakoupíme, dobroty, nad nimiž neodoláme. Rádi bychom komfort a pohodlí, aby se nám dobře a rychle nakupovalo, a jsme rádi, když vozík naplníme vším, co jsme si předsevzali, ale také ještě něčím navíc, co „na papírku nebylo“.

Každý z řetězců má své know how, každý trochu jinou obchodní strategii, jiná lákadla. Prodejny INTERSPAR mají pro mne osobně zvláštní, těžko vyjádřitelnou atmosféru. Ráda tu nakupuji čerstvé maso, pečivo a zázvor. A také něco, co vlastně vůbec nemusím, ale co se mi líbí, z čeho pak plyne malé, nedefinovatelné ženské potěšení. Ráda se tu rozhlížím a pozoruji. Na rozdíl od generál-

ního ředitele SPAR ČOS Martina Ditmara, jemuž jsme v závěru letošního roku položili několik otázek, však nakupuji ráda. Je to pro mne relaxace, zábava i poznání. A také činnost, kdy si naprosto „vyčistím hlavu“, osvěžím myšlenky.

V poslední době je vaše značka na českém trhu dobře vidět. Profilujete se jako dynamická společnost, která aktivně usiluje o přívětivější spotřebitelů. Prostě – prodejny žijí...

Společnost SPAR ČOS provozuje k dnešnímu dni v České republice 33 hypermarketů INTERSPAR a spolu s novým supermarketem SPAR v Praze Jahodnici, který byl otevřen letos v dubnu, celkem 5 supermarketů SPAR. Do budoucna se chystáme posílit český trh o supermarkety SPAR a City markety v celé České republice. Plánujeme otevřít několik City marketů, a to ve velkých městech, v první řadě v Praze a Brně. A dále tři supermarkety SPAR. V případě, že naše stanovené cíle půjdou podle plánu, rádi bychom tyto nové obchody otevřeli do konce roku 2012. Věřím, že se nám to podaří a budeme tak moci lidem poskytnout nové možnosti v nakupování.

Zaměřili jste se na nabídku čerstvého zboží – pečivo, ovoce, zelenina, maso, mléčné výrobky. Zvykli si zákazníci a oceňují to?

Velmi nás těší, že se nákupy v hypermarketech INTERSPAR a supermarketech SPAR staly nedílnou a oblíbenou součástí života řady domácností. Marketingovou kampaň „Čerstvěji už to nejde!“ jsme zaměřili prioritně na propojení čerstvosti a kvality našich výrobků. Chceme tak veřejnost informovat o tom, že naše výrobky jsou ve své kategorii výjimečné. Cílem kampaně je vyzdvihnout běžnou nabídku hypermarketů INTERSPAR, která je pro zákazníky připravována s největší pečlivostí a vyniká svou jedinečnou chutí a čerstvostí.

Nyní jste představili předvánoční nabídku delikates pod vlastní značkou SPAR Premium. Oč jde především?

Společnost SPAR ČOS připravila zákazníkům pro předvánoční období řadu tipů na vánoční dárky a delikatesy. Novinkou mezi vlastními značkami je řada výrobků SPAR PREMIUM, která nabízí v tuto chvíli 64 výrobků, z toho je 30 českých a 34 zahraničních. SPAR PREMIUM, to jsou nejchutnější a nejvyšší kvality produkty, které pod vlastní značkou zákazníkům můžeme nabídnout. Od 26. října 2011 jsou v prodeji ve všech hypermarketech INTER-

SPAR a supermarketech SPAR. Tato nová prémiová řada dokazuje, že SPAR ČOS je ideálním místem pro velké rodinné nákupy a zároveň místem, kde si i nejnáročnější gurmáni přijdou na své a za dostupnou cenu. Kromě výrobků SPAR PREMIUM mohou návštěvníci vybírat v hypermarketech INTERSPAR a supermarketech SPAR z tisíců dárek pro své nejbližší, případně jim věnovat novou originální dárkovou platební kartu. Pro zákazníky je připraveno několik katalogů s bohatou nabídkou kvalitních potravin, a především inspirací pro nákup dárek.

Odborníci na výzkum trhu tvrdí, že si Čech raději odpustí drahou dovolenou, ale vánoční stůl neosídí. Je to tak?

Myslím, že ano. Češi si rádi dopřejí bohatý štědrovečerní stůl. V období těsně před Štědrým dnem a před Silvestrem posílujeme především nabídku čerstvých úseků, které „jedou“ na plné obrátky.

Obchodní řetězce si začaly hodně konkurovat, je vůbec ještě čím? Marketing není všemocný...

Samozřejmě, stále je co vylepšovat a my se našim zákazníkům snažíme nabízet ty nejlepší výrobky a služby a také maximální pohodlí při nakupování. Zaměřujeme se nejen na sortiment, ale také na lidský potenciál, který je pro zákazníky velice důležitý. Naši zaměstnanci procházejí pravidelnými školeními, snažíme se jim dávat maximální péči tak, aby byli našim zákazníkům vždy schopni poradit a vyřešit s nimi jakékoli jejich přání.

Hojně se diskutuje o roce 2012, výhledy jsou pesimistické, podle analytiků krize zdaleka nekončí. Jak budou lidé utrácet za potraviny, kosmetiku, běžné životní potřeby? Dá se vůbec předpovídat?

Abychom si udrželi naši pozici a stále ji posilovali, je zapotřebí, abychom byli ti nejlepší. Toho se snažíme docílit, jak již bylo řečeno, rozšiřováním sortimentu, který přizpůsobujeme potřebám a přáním zákazníků a vysokou péčí o zaměstnance, kteří jim tak mohou poskytnout maximální pohodlí při nakupování. Navíc jsme odstartovali novou ex-



KUPEG
ÚVĚROVÁ POJIŠTOVNA

Jistota úhrady vašich pohledávek

www.kupeg.cz

- Více než kdokoliv jiný známe rizika tuzemského obchodu
- Jsme specialisté na exotické trhy
- Plně respektujeme charakter Vašeho podnikání a pohledávek
- Naším cílem je dlouhodobá spolupráce založená na individuálním přístupu

kluzivní kampaň, která je zaměřena především na čerstvost a kvalitu produktů. Nabízíme širokou nabídku čerstvých výrobků od pečiva, lahůdek, masa, mléčných výrobků až po ovoce a zeleninu. Věříme, že se naše snaha uspokojit potřeby a přání zákazníků v roce 2012 vyplátí.

Vaši strategii je oslovit celou rodinu – nakupují u vás více ženy, nebo muži?

V rámci strategie naší společnosti SPAR ČOS komunikujeme pod claimem „PŘÍZNIVÉ CENY Z NÁS DĚLAJÍ MÍSTO PRO VAŠE NÁKUPY“ a podtitulem „KVALITNĚ PRO RODINU“. Cílem kampaně je přesvědčit zákazníky, že hypermarkety Interspar jsou ideálním místem pro velké rodinné nákupy. A pokud jde o to, kdo v našich obchodech nakupuje, jsou to jednoznačně ženy.

Jedni z prvních jste zavedli placení bezkontaktními kartami – co si od tohoto kroku slibujete?

SPAR ČOS je moderní společnost a podporuje technické inovace. Vzhledem k tomu, že v zahraničí jsou platby bezkontaktními kartami velice oblíbené, věříme, že si i u našich zákazníků naleznou své příznivce. My jim tak umožňujeme rychlejší odbavení u pokladen. Zákazníci mohou bezstarostně nakupovat a nemusí se obávat zdlouhavého procesu placení. Hlavním cílem plateb v hypermarketech INTERSPAR a supermarketech SPAR je tedy jednoduchost, rychlost, pohodlí a bezpečí zákazníků.

A jedna osobní – co sám nejradši nakupujete? Anebo patříte k mužům, které nákupy, zejména masa, potěší, ale nakupování oblečení děsí?

V obchodě s potravinami jsem díky své profesi každý den, ale pokud jde o nákupy jako takové, určitě raději nakupuji jako většina mužů, jen pokud je to opravdu nutné.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Každý den může být s Intersparem chutnější

Společnost SPAR ČOS připravila novou prémiovou řadu těch nejchutnějších produktů pod značkou SPAR PREMIUM. Hypermarkety INTERSPAR a supermarket SPAR jsou ideálním místem pro velké rodinné nákupy a zároveň místem, kde si i nejnáročnější gurmáni přijdou na své za dostupnou cenu. Produkty pod značkou SPAR PREMIUM jsou v prodeji ve všech hypermarketech INTERSPAR a supermarketech SPAR od 26. října 2011. SPAR PREMIUM nabídlo při zavedení značky více jak 60 produktů od českých i zahraničních dodavatelů – cukrovinky, sušené

ovoce, těstoviny, mražené výrobky, nápoje, kávu a řadu dalších, to vše v elegantním jednotném designu obalu. Zákazníci hypermarketů INTERSPAR a supermarketů SPAR se mohou spolehnout na výrobky privátních značek SPAR, u kterých je garantována nejvyšší kvalita na úrovni značkových produktů, při zachování příznivých cen. Značka SPAR PREMIUM je výsledkem dlouhodobé spolupráce s nejlepšími českými a zahraničními dodavateli, nabízí celou řadu delikates od čerstvých výrobků



po těstoviny, cukrovinky, pečivo až po mražené výrobky a další speciality. SPAR ČOS má ve svém portfoliu spolu s novou řadou SPAR PREMIUM celkem 24 privátních značek, které zahrnují kompletní sortiment potravin, drogerie a spotřebního zboží.

SPAR PREMIUM se prezentuje jak prvotřídním sortimentem, tak i exkluzivním obalem. Ten upoutá svým elegantním černo-stříbrným designem a ilustračními fotografiemi a má předpoklad vyniknout mezi ostatními výrobky. (tz)

Prosperita 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 prezentací 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** Inspirace v nakupování
- 3** Chceme přispívat k růstu zdravých sebevědomých firem s konkurenceschopným produktem či technologií
- 5** Češi nejsou dnes žádnými nováčky v kosmickém průmyslu
- 7** Veletrh, který naladí
- 16** Podporujeme české projekty ve Vietnamu

autor: Miloš Krmáček



NE NEJSEM SPOKOJENÁ.
KUPNÍ SÍLA JE TU MOC
NÍZKÁ.

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: bixi@prosperita.info
Datum tisku: 12. listopad 2011
Datum distribuce: 14. listopad 2011

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

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

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

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

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

Václav Jedlička, externí autorská spolupráce
mobil: 602 139 128, e-mail: jedlicka@iprosperita.cz

Kateřina Šimková, konzultant
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková
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

Kamil Varcoller, fotograf
mobil: 602 330 106, e-mail: kamil.varcoller@gmail.com

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

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

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

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

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

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

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

Časopis je v roce 2011 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

S TUŽKOU ZA UCHEM

Síla pozitivního přenosu

Večer, když už jsem po dvanáctihodinovém maratonu usoudila, že je potřeba vstát od počítače, mi cinknul poslední mail. Poslal ho jeden marodný ředitel jisté báječné firmy, a psal, že jsem svým ranním pozdravem rozjasnila jeho tvář smutnicí a zarostlou, neb leží v posteli s angínou. Zasmála jsem se z posledních sil nahlas, protože to byl, ačkoli on netušil, milý černý humor, který potěšil. I odpověděla jsem, že jsem od rána u „bedny“ zabalená v dece a prolévám se horkým čajem, a vyháním škodlivé elementy z těla i duše, a že jsem na tom podobně jako on. Faktem zůstává, že i on mi poslal kousek pozitivna, ačkoli o tom ani nevěděl.

Je mi záhadou, jak je to možné, že občas stačí tak málo a lidé mají radost přesto, že by mohli zuřit, nadávat nebo brečet, být nešťastní, umlácení starostmi i chorobami. Inu, ještě že to tak je na světě zařízeno. Nejen zavírované počítače a sítě si mají co předat, žel, ale i zavírování jedinci – na rozdíl od věcí neživých může i virtuálně mezi námi, optimisty, kolovat trocha legráček, nadsázky a povzbuzení...

Eva Brixí

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Lákací a vůbec...

Pozvánka, která ihned zaujala, přišla na tiskovou konferenci konanou 10. listopadu v Praze. Oznamovala, že představitelé GE Money Bank, kteří mají na starost projekt Život nápadům, zrekapitulují výsledky a úspěch za rok trvání. Obsahově byla výmluvná, graficky přívětivá. Dáváme jedničku a těšíme se na další, někdy příště.

(rix)

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2011

- Národní politika kvality
- Akce České manažerské asociace a Manažerského svazového fondu
- Marketér roku 2010
- Moderní trendy propagace vína 2011
- Semináře AMSP ČR
- Akce společnosti 1. VOX a. s.
- Motocykl roku 2011
- Sřechy Praha 2011
- Akce AIP ČR v roce 2011
- AUTO ROKU 2011 v ČR
- Konference Výzvy rodinné firmy: rozbit, či nerozbit rodinné prasátko? 2011
- Konference Kvalita – Quality 2011
- Franchising Forum 2011
- Pražské výletní restaurace – výstava pořádaná Muzeem hl. města Prahy
- Setkání COSMOPOLITAN EXECUTIVE HELAS LADIES CLUB
- Spolupráce s firmou Lady Moda
- Česká chuťovka
- Praha a její dcery

Účetní a poradenská firma FISKUS CZ s.r.o. vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojněho účetnictví zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová příznání 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

Zajímavá výstavní akce

Jak jsme již informovali v minulém vydání Prosperity, sál nově rekonstruované rozvodny národní kulturní památky Důl Michal v Ostravě-Michálkovicích se stal místem pro představení historie plynárenského oboru u nás spolu s prezentací využití stlačeného zemního plynu (CNG) v dopravě.

Na tyto akce z konce září a počátku října nyní navazuje výstava zaměřená na přiblížení letos připomínaných plynárenských výročí a na využití plynu v dopravě pod názvem Od svítiplynu k CNG. Výstavu, nad níž převzal záštitu europoslanec Ing. Evžen Tošenovský, připravil Klub plynárenské historie – člen Českého plynárenského svazu – ve spolupráci a za finanční podpory Nadace Landek Ostrava. Prvé setkání příznivců industriální historie se uskuteč-

ní 15. listopadu 2011 od 16 hodin, a poté bude expozice přístupná všem zájemcům po předchozím dohodnutí termínu s kurátorem výstavy Mgr. Josefem Markem, předsedou Klubu plynárenské historie (e-mail: jiosef.marek.kurator@seznam.cz).

Školy mohou výstavu navštívit každé úterý a čtvrtky od 9 do 12 hodin v období od 22. 11. do 15. 12. 2011 a v průběhu příštího roku od 5. 1. 2012 do 31. 3. 2012. V tomto případě je nutné termín návštěvy dohodnout předem s kurátorem výstavy. Vstup je zdarma a průvod-

covskou službu zajistí členové Klubu plynárenské historie.

(nov)



Krkonoše už budou bez častých výpadků elektřiny

Obyvatelům Krkonoš již přestanou komplikovat život časté výpadky dodávek elektrického proudu. Poslední etapa výstavby a modernizace sítě vysokého napětí v Krkonoších právě skončila. Síť nahradí starou distribuční síť, která již byla na hranici životnosti. Stavba, která probíhala v náročném horském terénu a vyžádala i nasazení speciálních technologií, trvala přes dva roky.

První fáze stavby, jejímž investorem je společnost ČEZ Distribuce, probíhala v oblasti mezi rozvodnami Špindlerův Mlýn – Dvoračky a byla ukončena v roce 2010. Finální, druhá fáze stavby mezi rozvodnami Dvoračky – Rokytnice nad Jizerou skončila právě nyní.

„Projekt byl zcela výjimečný rozsahem a zvláště složitým horským terénem táhnou-

cím se v délce téměř 23 kilometrů, ve které je kabelová trasa vedena,“ uvedl Karel Jež za společnost VČE – montáže, která celou stavbu realizovala. „Stavba probíhala v chráněné krajině oblasti. Bylo tedy nutné použít technologie zvláště šetrné k životnímu prostředí.



Veškeré terénní práce probíhaly za dohledu pracovníků Krkonošského národního parku. Stavební práce ztěžovaly i geologické poměry v trase kabelu – značná část trasy je totiž umístěna ve skalním podloží. Kromě ručních prací bylo nezbytné použít i nejmodernější technologie, jakými je například bezvýkopová pokládka pomocí řízených zemních protlaků,“ doplnil Karel Jež.

Bezvýkopové technologie umožňují položit síť i v místech, kde to z důvodů terénních překážek není běžným způsobem možné. Celé kabelové vedení je tak nyní ukryto v zemním výkopu v celé svojí délce – vůbec tak nenarušuje celkový vzhled krajiny Krkonoš, což ocení nejen milovníci vycházek do přírody, ale i tamní obyvatelé a turistická centra.

(tz) ☞

Redakční rada pracuje ve složení: Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s. Dubí, Jan Wiesner, čestný předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev, PhDr. Hana Vaněčková: ředitelka externí a interní komunikace MPSS, Ing. Irena Vlčková, vedoucí sekretariátu a pr manager Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA., generální ředitel společnosti SINDAT GROUP, předseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Prof. Ing. Jaroslav Antonín Jirásek, DrSc., předseda dozorčí rady, Strojírny Tatra Praha, Martin Malý, tiskový mluvčí, LG Electronics CZ, s.r.o., Ing. Ivo Gajdoš, viceprezident České manažerské asociace

Chceme přispívat k růstu zdravých sebevědomých firem s konkurenceschopným produktem či technologií



Ing. Miroslav Křížek, Ph.D., generální ředitel agentury CzechInvest

Ten, kdo něco umí, významně ovlivňuje ostatní. Úspěšné firmy nastolují pro ty další řadu otázek, některé z nich posléze vzbudí zdravou soupeřivost. Jak v povzbuzujícím slova smyslu nastolit zdravější konkurenční prostředí v naší zemi, jak učinit Českou republiku zdatnou v mezinárodním prostředí a jak efektivněji směřovat pomoc státu těm, kdož vstupují do businessu, to byly otázky, které vyústily v novou strategii Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest. Jejím generálním ředitelem Ing. Miroslavu Křížkovi, Ph.D., jsem položila následující otázky:

Na nedávném brněnském strojírenském veletrhu CzechInvest jste představili novou strategii. Jedním z prvků je motivovat podnikatele v ČR k odvaze a clevědomosti a znova ukázat, že i stát má zájem o synergii energie, nápadů, investic. Je to tak?

Ano. Novou strategii reagujeme na přechod České republiky z 2. fáze rozvoje konkurenceschopnosti do 3. fáze, tzv. hospodářství poháněného inovacemi. Zjednodušeně, cílem Nového CzechInvestu je podporovat všemi dostupnými prostředky s využitím moderních nástrojů, technologií a přístupů jako své jedinečné klienty začínající podnikatele a malé i střední podniky.

Jaké nové produkty a služby mohou firmy nyní využívat?

Strategie Nový CzechInvest zahrnuje jak některé stávající produkty a služby, tak nové, které postupně zavádíme. Z těch stávajících, které už mohou firmy využívat, mohou uvést například projekty CzechAccelerator 2011–2014 či CzechLink. K těm novým, na kterých v současné době pracujeme, patří mimo jiné zavedení Speciálních ekonomických zón, které fungují na základě odlišností jednotlivých regionů například v prioritních oborech, kvalitě infrastruktury a míře nezaměstnanosti. Ty méně rozvinuté bude možné zvýhodnit tak, aby byly pro investory zajímavé.

CzechInvest bude rovněž nově pro české podnikatele vyhledávat vhodné akvizici a investiční příležitosti v zahraničí. V současné době také připravujeme síť inkubačních center pro české firmy na růstových trzích v zahraničí. Ty domácím podnikatelům poskytnou zázemí a služby potřebné pro expanzi v daném regionu tak, aby si během zhruba ročního pobytu vytvořily zahraniční právní entitu, našly lokálního partnera a pronikly na nový trh. Pilotní projekt takového centra se chystá v Chile. Agentura bude také zajišťovat klíčové podpůrné služby pro rozvoj inovačního ekosystému – tedy hlavně odborné poradenství, mentoring a koučink, a to například i ve spojení připravovaným seed fondem růstového kapitálu.

Ing. Miroslav Křížek, Ph.D.

Generální ředitel Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest

Miroslav Křížek (*1979) vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze, kde v současné době působí jako pedagog a připravuje se na docenturu. Pracuje už od doby studií, mimo jiné v roce 2005 založil Jazykový institut Praha a o rok později Institut rozvoje podnikání při VŠE. Ten vznikl z někdejšího Podnikatelského inkubátoru, organizace, která se zabývá podporou začínajících podnikatelů a jejich projektů. Od roku 2010 je generálním ředitelem CzechInvestu. V čele Agentury pro podporu podnikání a investic chápe jako osobní prioritu podporu růstu podílu inovací a investic s vyšší přidanou hodnotou a komercializaci výsledků vědy a výzkumu.

Miroslav Křížek je ženatý, má jedno dítě. Mluví anglicky, německy a španělsky. Volný čas nejraději tráví s rodinou a zlatým retrieverem, rád cestuje a jeho velkým koníčkem je řízení letadel jako pilot.

Co byste doporučil pozornosti menších společností nebo těm, které teprve vstupují na pole businessu?

Důležité je sledovat aktuální trendy a maximálně využívat všech možností, jak si start ulehčit, navázat kontakty a rozvíjet se dál. Za CzechInvest mohou uvést Operační program Podnikání a inovace, ze kterého mohou čerpat malé a střední české firmy dotace, projekty CzechAccelerator 2011–2014 a chystané inkubátory. CzechInvest rovněž podporuje výstavbu vědeckotechnických parků a podnikatelských inkubátorů po celé České republice. Poskytují zázemí a služby, které mohou hlavně začínajícím podnikatelům usnadnit život.

Může vaši pomoci využít také OSVČ?

OSVČ mohou žádat o dotace z vybraných programů v rámci Operačního programu Podnikání a inovace.

Dříve si mnozí podnikatelé stěžovali na odrazující administrativu, která s podáním žádosti o jakoukoli pomoc jejich elán ničila – jak tomu bude nyní? Je opravdu nutné utápět se v komentářích, které posléze zůstanou v šanonech?

Společně s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR se snažíme související byrokracii omezit na nezbytné minimum a urychlit celý proces od podání žádosti o dotaci po proplacení dotace. Už to, že celý proces předkládání žádosti o dotaci probíhá elektronicky prostřednictvím aplikace eAccount, je jedním z důležitých kroků, které vedou k ulehčení administrativní náročnosti předkládání projektů. Dále se snažíme co nejvíce odbourat papírově dokladané dokumenty a nahradit je elektronickou verzí.

Při tom ale musíme dbát na to, aby byly všechny prostředky vynaloženy co nejefektivněji. Čerpání prostředků z fondů Evropské unie je tak sice stále administrativně náročné, ale více než tři tisíce úspěšných žadatelů mohou potvrdit, že se vyplatí celou anabázi podstoupit.

Slovíčko konkurenceschopnost se vyslovuje skoro jako zaklínadlo – za jakých předpokladů bude podle vás motivační? Celoevropské diskuze o vývoji ekonomiky našeho kontinentu povzbudivě nejsou...

Motivační už je. Je totiž zřejmé, že s vyšší konkurenceschopností roste i počet pracovních míst, ekonomika je stabilnější a lépe chráněná proti různým krizím.

Čím se podle vás vyznačují firmy s českým kapitálem?

Zobecňovat národní specifika našich firem nelze, vnímáme ale u některých z nich větší averzi k riziku a menší chuť zavádět progresivní metody řízení, nedostatečnou kapitálovou vybavenost a málo vůle ke zlepšování vnitropodnikových procesů. Na druhou stranu tu je ale mnoho schopných firem, kterým pomáháme v rozvoji jejich podnikatelské činnosti. Právě na ně jsme mysleli, když jsme připravovali Nový CzechInvest. Chceme přispívat k růstu zdravých sebevědomých firem s konkurenceschopným produktem či technologií, s vysokým tržním potenciálem i v mezinárodním prostředí.

CzechInvest se v Brně účastnil II. Česko-polského hospodářského fóra. Co toto setkání ukázalo? Polsko je pro mnoho investorů atraktivní lokalitou a zemí s mnoha možnostmi. Jak naši podnikatelé polský trh vnímají? A jak tomu je v opačném sledu?

Česko-polské hospodářské fórum ukázalo, kolik toho máme s Polskem společného, i to, že se od sebe můžeme vzájemně učit. Pro obě země jsou například klíčové vědeckotechnické parky, díky nim se daří zvyšovat konkurenceschopnost průmyslu i celé ekonomiky. Polsko je pro české podniky jistě velkou exportní příležitostí a také zde mohou najít partnery. Na druhou stranu tam ale mají i konkurenci. Polsko je například naším pomyslným soupeřem v lákání zahraničních investic, každá investice totiž s sebou nese i příležitosti pro místní dodavatele a podobně.

Objevily se v České republice i nějaké nové trendy v podnikání, které jsou pro zahraniční kapitál lákavé?

Veřejné i soukromé subjekty v České republice se více soustředí na sektory s vyšší přidanou hodnotou a na technologicky náročnější projekty, například sektor nanotechnologií, biotechnologií, IT a vývoje softwaru či přesného strojírenství. Stále častěji se uplatňuje vědeckotechnická spolupráce firem a univerzit. Roste rovněž počet spin-off firem s unikátním know-how v počáteční fázi růstu, které aktivně hledají kapitál pro své podnikatelské plány. České firmy se také zapojují do mezinárodních projektů spolupráce. Oblíbená je u zahraničních firem také akvizice českých subjektů.

otázky připravila Eva Brixí

Vyhlášení soutěže

Investor roku 2010 a Podnikatelská nemovitost roku 2011

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest a Sdružení pro zahraniční investice – AFI vyhlásily pod záštitou ministra průmyslu a obchodu Martina Kocourka 1. listopadu v Ekotechnickém muzeu v Praze výsledky soutěží Investor roku 2010 a Podnikatelská nemovitost roku 2010.



Zástupcům společnosti Brembo předává cenu generální ředitel agentury CzechInvest Miroslav Křížek.

Zejména za nově vytvořená pracovní místa a společenskou prospěšnost získaly titul **Investor roku 2010 společnosti**

- **Edwards** - Největší inovační potenciál
- **Brembo** - Zpracovatelský průmysl
- **NetSuite Czech Republic** - IT a strategické služby

Za výši plánované investice, příslibená pracovní místa a přínos pro Českou republiku získaly titul **Podnikatelská nemovitost roku 2010**

- **Strategická průmyslová zóna Holešov** - Zóna roku
- **Strojírna Oslavany** - Brownfield roku
- **Podnikatelský inkubátor Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci** - High-tech nemovitost roku

Ceny předal ministr průmyslu a obchodu **Martin Kocourek**, generální ředitel agentury CzechInvest **Miroslav Křížek**, předseda Sdružení pro zahraniční investice **Kamil Blažek** a další významné osobnosti.

Více na www.czechinvest.org a www.afi.cz.



Slavnostní večer v Ekotechnickém muzeu.



Skončila premiéra veletrhu CZECHBUS 2011

V průběhu tří veletržních dní bylo na Výstavišti v pražských Holešovicích k vidění to nejmodernější, co se evropské autobusové dopravě v současnosti nabízí. Představilo se zde 17 značek autobusů od předních domácích i světových výrobců, k vidění bylo 36 autobusů všech velikostních kategorií, městské i dálkové, od luxusní coache až po minibusy a svoji českou premiéru zde mělo šest novinek.

Kromě klasických naftových pohonů zde byly k vidění i hybridní, jako například u značek Volvo a Solaris, představil se vodíkový autobus nabízející ukázkové jízdy. Účast početné řady dodavatelů technologií plnění stlačeného zemního plynu (CNG) byla nesporným důkazem, že ani na plynový pohon šetrný



Scania slaví 100. jubileum výroby autobusů



Nechyběly zde ani půvabné hostesky

k životnímu prostředí a peněženkám dopravců se u nás nezapomíná. Mezi novinkami zazářil zejména luxusní německý Viseon C 13 či španělský Beulas Aura, stoleté jubileum výroby autobusů si připomněla ve své expozici Scania. Řada výrobců se pochlubila vším nezbytným, co k autobusům patří – diagnostickou a servisní technikou – kde nechyběla mnohá neotřelá řešení, ani řada technických novinek.

Autobusový veletrh světových značek se ve střední Evropě uskutečnil poprvé. Umožnil zajímavé porovnání technického vývoje v tomto oboru a nikterak opomíjenou oblastí zde nebyla ani organizace hromadné dopravy. Veletrh se stal současně i místem setkání a výměny zkušeností pro profesionály. Bohatý doprovodný program nabídl kromě jiného i řadu zajímavých konferencí, ať již na téma Veřejná doprava on line, Vodík ve veřejné dopravě, nebo využití CNG v městské dopravě; sešla se zde i Komise rady Asociace krajů ČR pro dopravu.

Autobusová doprava je však fenoménem, který se dotýká značné části naší veřejnosti. Ta podle nejnovějších průzkumů nejvíce ze zemí EU využívá prostředků městské hromadné dopravy. Není proto divu, že v sobotu, kdy se brány Výstaviště otevřely právě široké veřejnosti, nechyběly v programu zajímavé akce pro celou rodinu, od školy bezpečné jízdy přes odzkoušení řidičské zručnosti na motocyklovém trenažeru až po praktické ukázky pomoci zraněným osobám spolu s představe-



Mnoho novinek představila i expozice diagnostické a servisní techniky



Konference ČPU k CNG v městské dopravě se těšila značnému zájmu

ním kompletního postupu při autonehodě. Výstaviště bylo také místem startu i cíle Rallye Večerní Prahou.

Generálním partnerem akce, která se konala pod záštitou MPO ČR, Svazu průmyslu a dopravy ČR a Hospodářské komory hl. m. Prahy, byl Dopravní podnik hl. m. Prahy.

(ny)

CNG autobusy v číslech

Ve světě jezdí 430 414, v Evropě 156 837 a u nás 337 autobusů se CNG pohonem.

V ČR je jich nejvíce v Prostějově (48), České Lípě (42), Havířově (31), Liberci (31), Ústeckém kraji (27), Semilech (25), Táboře (24), Pardubicích (20), Znojmě (17), Karlových Varech (16), Přerově (12), po 11 v Trutnově a Jablonci n. Nisou, od tří do pěti autobusů má dalších šest měst.

Důvody pro provozování CNG autobusů

- Jejich ceny se dnes přibližují k cenám naftových autobusů;
- Příspěvek 200 tisíc Kč na zakoupení CNG autobusu od plynárenských společností;
- Při pořízení více CNG autobusů – plnicí stanice pro dopravní podniky zdarma;
- Dojezd v závislosti na objemu nádrží 400 až 700 km;
- CNG pohon již sám o sobě splňuje normu Euro V i Euro 6;
- Doba tankování je srovnatelná s čerpáním kapalných paliv (3 až 5 minut);
- Cena CNG je pro dopravce na úrovni 52 až 55 % cen nafty a na ujetém km ušetří 2 až 3 Kč;
- Dopravní podnik města Pardubice vykazuje u CNG autobusů náklady 3,92 Kč/km, tj. úsporu 64 % v porovnání s naftou. Předpokládána úspora nákladů při využívání 20 CNG autobusů činí za 3 čtvrtletí 2011 částku 6,31 mil. Kč.
- Tzv. neviditelné úspory, neboť plyn si v kanystru nikdo neodnese...

Výhrady proti využívání CNG autobusů nemají v drtivé většině opodstatnění a převážně vycházejí z nedostatečné informovanosti o technických, bezpečnostních a dalších aspektech tohoto pohonu.

(z informací ČPU)

VEMEX A GASCONTROL společně

Spolupráce mezi dodavatelem zemního plynu VEMEX s.r.o. s významným výrobcem a dodavatelem technologií, zařízení a služeb pro plynárenský i další obory – GASCON-

TROL společnost s r.o. není tajemstvím. Nyní ještě zintenzivní při implementaci plnicích technologií do sítě čerpacích stanic společnosti Lukoil Česká republika. Společ-



Na závěrečné doladění společné expozice dohlíží Ing. Hugo Kysilka, ředitel pro marketing a PR společnosti VEMEX, a Ing. Milan Slamečka, ředitel obchodu a marketingu GASCONTROL, společnost s r.o.



... slavnostní zahájení veletrhu začíná



Ještě krátká porada



...a již přicházejí první zájemci

ná expozice na veletrhu CZECHBUS 2011 s nabídkou moderních plnicích technologií s využitím bezolejových kompresorů Greenfield, má tedy logické vysvětlení.

text a foto J. Novotný

ALTERNATIVNÍ POHONY





Vývoj, výroba, prodej a servis autobusů včetně alternativních pohonů

Typy autobusů:

- městský – nízkopodlažní, Low Entry
- meziměstský – standard, Low Entry
- turistický

Délky: 8,5 až 18 metrů

Druh pohonu:

- nafta
- CNG
- hybridní
- el. energie – trolejbus a elektrobuses

Libchavy 48, 561 16 Libchavy
Tel.: +420 465 519 411, obchod@sor.cz

DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

Asseco v TOP 10

Mezinárodní skupina Asseco, jejíž součástí je i společnost Asseco Central Europe, se umístila na sedmém místě v žebříčku The Truffle 100, a o jedno místo si tak polepšila oproti loňskému roku. Žebříček největších poskytovatelů softwarových řešení je sestavován pod záštitou Evropské komise. V souladu se strategií Digitální agenda pro Evropu žebříček pomáhá zvýšit povědomí o evropských společnostech. (tz)

Praha v Lipsku

Praha se prezentovala jako ideální kongresová destinace na jubilejním 50. ICCA kongresu v německém Lipsku, prestižním setkáním členů mezinárodní asociace ICCA (International Congress & Convention Association), kterého se pravidelně účastní cca 900–1000 profesionálů z více než 86 zemí světa. ICCA se od svého založení v roce 1963 stala jednou z nejvýznamnějších organizací na trhu mezinárodní kongresové turistiky. (tz)

Franšízám Invia.cz se daří

Franšízám cestovní agentury Invia.cz se podařilo za poslední rok zvýšit počet klientů v průměru o 38 %. Díky spojení s největší internetovou cestovní agenturou na tuzemském trhu získávají franšízy významnou konkurenční výhodu. Klienti vybírají z rozsáhlého on-line katalogu zájezdů s nabídkou 300 cestovních kanceláří. Úspěch franšíz potvrzuje, že stoupá význam franšízingu jako dynamického a výhodného systému podnikání. (tz)

České firmy v Tokiu

V Tokijské obchodní a průmyslové komoře v Tokiu se uskutečnila proexportně zaměřená akce připravená v rámci projektů na podporu ekonomické diplomacie Ministerstva zahraničních věcí ČR „Czech IT Day“. Cílem bylo navázat nové kontakty a rozvinout spolupráci v oblasti ICT služeb mezi českými a japonskými firmami. Velvyslankyně K. Fialková potvrdila zájem ČR o posílení spolupráce v hi-tech oborech. (tz)

více informací na www.iprosperita.cz

Češi nejsou dnes žádnými nováčky v kosmickém průmyslu

Jednou z firem, které se podařilo probjovat do čela pelotonu českých výrobců usilujících o zakázky při realizaci projektů v rámci druhé výzvy pobídkového programu Evropské kosmické agentury ESA, je brněnská Frentech Aerospace s.r.o.

Je to cenný úspěch tím spíš, že vesmírné aktivity prezentují technickou i ekonomickou vyspělost každé země, a jsou tedy prestižní záležitostí. Nic však není samozřejmostí, a to bylo také jedno z témat našeho rozhovoru, o který jsme požádali Pavla Sobotku, jednatele, ředitele a spolumajitele Frentech Aerospace s.r.o., firmy, která exportuje své výrobky z oboru přesné mechaniky do zemí EU, do USA i na asijský kontinent:

Co pro Frentech znamenalo získání nových zakázek od agentury ESA?

V každém případě je to zúročení několikaletého úsilí o prosazení se v této disciplíně. Také to znamená, že musíme na sobě stále pracovat. Konkurence je ve světě velmi tvrdá a má před námi náskok! Spolu pracovat v oboru SPACE znamená zvládnout a pochopit mnoho procesů, které nejsou běžné v jiných oblastech. Musí se „dostat pod kůži“, aby byly pevně zakotveny v podvědomí všech zaměstnanců. Je to také další výzva pro rozšiřování mezinárodní spolupráce. Je nutné si uvědomit, že získání prvních zakázek nic neznamená. Důležitější bude to, abychom dokázali povýšit naši aktivitu ve SPACE na trvalý a stabilní program pro naši společnost ve smyslu průmyslových zakázek a s větším podílem na našem obratu. Do jejich realizace bychom mohli zapojit i další partnery z ČR (elektronika, SW, spo-

lupráce s VÚT Brno). Dá se říci, že úspěch při získání kontraktu z ESA může mít pro naši společnost multiplikační efekt. V roce 2012 budeme do SPACE technologií investovat na 10 mil. korun. Naše společnost je členem České Vesmírné Aliance, ve které se s kolegy radíme, co a jak by bylo dobré udělat. Také si některé zkušenosti předáváme. Vzájemně se podporujeme ve SPACE aktivitách a to rozhodně vidí i naši zahraniční kolegové.

Navázali jste na předchozí úspěchy v první výzvě ESA, čím vším si musela firma projít, než přišla tato vítězství?

Jak jsem se již zmínil, je třeba pochopit a zvládnout požadované procesy. V každém případě bylo pro nás výhodou, že pro letecký průmysl dodáváme již od roku 1997 a za tuto dobu jsme se mnohému naučili. Nespornou výhodou bylo, že pro SPACE (pro telekomunikační satelity) dodáváme již několik let až 9000 ks dílů ročně. Investovali jsme mnoho času a prostředků do jednání, účasti na konferencích, návštěv odborných veletrhů, prezentací atp. První výzva ESA (AO6052) byla pro nás opět velkou školou, i když jsme realizaci z důvodů nevyjasněnosti IPR nemohli dokončit. To ale patří k náročnosti procesů. V každém případě jsme si první výzvou pootevřeli dveře dále. Druhou nabídku, v rámci nové výzvy AO6647, jsme mohli předložit ve vyš-



Pavel Sobotka, jednatel, ředitel a spolumajitel společnosti Frentech Aerospace s.r.o.

ší kvalitě, kde jsme zohlednili uplynulé zkušenosti. Vaši partneři musí vidět, že nesundáváte nohu z plynu...

Říká se, že bez vašich součástek by nemohl vzlétnout žádný z airbusů. Vysoká přesnost a kvalita je tedy u vás prioritou číslo jedna...

Žádná součástka v letadle není zbytečná a na všechny jsou s ohledem na kvalitu kladeny vysoké požadavky. Naše společnost dodává ročně přibližně 60 tisíc dílů pro všechna letadla, která Airbus vyrábí. Dodáváme také mnoho náhradních dílů, takže se dá bez nadsázky tvrdit, že by se těžko hledalo letadlo Airbus (jakéhokoli typu), ve kterém by nebyly použity díly z Brna. Pro kvalitu děláme oprav-

Vaši partneři musí vidět, že nesundáváte nohu z plynu...

du hodně. Máme certifikovaný Systém Managementu Jakosti (SMJ) ISO9001, AS9100 a Environmentální Management Systém (EMS) ISO14001. Dále je naše společnost certifikována jako dodavatel pro Německý letecký a vesmírný průmysl podle normy QSF-A.

A pokud jde o dodávky pro nejnovější typy Airbusů?

Měli jsme to štěstí, že se podílíme i na dodávkách pro nová letadla Airbus A380 nebo A400M. Pro ně dodáváme kolem 500 druhů součástí a najdete je v letadle všude. V letošním roce jsme již vyrobili díly pro první prototyp Airbus A350 a další vyrábíme. I když je to tvrdá práce (termíny, mnoho změn, ceny) jsme na to patřičně hrdí. Kolik firem se něčím takovým může pochlubit? Mimo díly pro letadla Airbus dodáváme některé díly pro nový Boeing B787 a také pro letadlo Embraer.

Jak silná je konkurence ve vašem oboru?

Na vaši otázku není lehká odpověď. Konkurence je ve všech oborech a všude. Já osobně považuji konkurenci za zdravou a dobrou. Samozřejmě, že rád nevidím, a také to otevřeně kritizuji, když se jedná o konkurenci podporovanou různými dotačními tituly anebo pobídkami pro zahraniční investory (tady nemám na mysli pouze ČR, ale celou EU). Kde je potom konkurence?

pokračování na str. 6 ►

PORADNA

Koncem října nás zaujala reklama na stavební spoření, ta s liškou. Ale chtěli bychom vědět víc, než co z ní lze vysledovat.

Zdeňka N., Havlíčkův Brod



Období tří měsíců na konci roku se již řadu let přezdívá čas stavebního spoření. Letos tomu není jinak. Zájemcům o stavební spoření Liška přináší akci Smlouva zdarma, tzn., že vedle standardní státní podpory, která činí podle vkladu až 2000 Kč ročně, mohou získat na dvou premiích celkem až 3000 Kč. Celkem tedy se státní podporou 5000 Kč.

Podmínkou pro získání prémie až 2000 Kč v rámci akce Smlouva zdarma je v období od 10. 10. 2011 do 31. 12. 2011 uzavření prvotní smlouvy o stavebním spoření s cílovou částkou alespoň 200 000 Kč a zaplacení úhrady za uzavření smlouvy do konce ledna 2012.

Další prémie až 1000 Kč mohou získat ti klienti, kteří využijí akce Smlouva zdarma a začnou na svou smlouvu pravidelně spořit. Nejde o nic mimořádného. Jednoduše e třeba po uzavření smlouvy začít spořit a pravidelně měsíčně ukládat na stavební spoření částku předepsanou smluvními podmínkami. Klienti pak získají prémie 10 % z celkového součtu předepsaných měsíčních vkladů za šest měsíců, a to až 1000 Kč. Například u smlouvy s cílovou částkou 300 tisíc korun se jedná o měsíční vklad alespoň 1500 korun. Těto cílové částce s předepsanými vklady odpovídá prémie 900 korun. Připsána bude v září 2012. Rád bych zájemcům doporučil zříditi si

NYNÍ KE SPOŘENÍ OD LIŠKY PRÉMIE AŽ 3000 KORUN

trvalý příkaz pro pravidelné placení stavebního spoření. Je to nejen praktické pro tvorbu úspor, ale i pro postupné vytváření nároku na výhodný úvěr. Myslím, že takovýto úvěr se v budoucnu může hodit až už pro samotného vlastníka smlouvy nebo pro děti. Jen se člověk musí prostě rozhodnout. Podrobné informace stavebním spoření, s nímž můžete dosáhnout ročního zhodnocení i více než 5 procent, a o aktuální nabídce Českomoravské stavební spořitelny najdete samozřejmě na jejích webových stránkách pod adresou www.cmss.cz. A tam také snadno najdete svého místního příslušného finančního poradce ČMSS. Stačí zadat město nebo PSČ.

Rostislav Trávníček
Českomoravská stavební spořitelna, a.s.
ředitel komunikace



AKČNÍ ZÁVĚR ROKU PŘINÁŠÍ ATRAKTIVNÍ NABÍDKU PRO VŠECHNY

Nabídka Českomoravské stavební spořitelny v závěru roku obsahuje řadu klientských zvýhodnění a bonusů. A svou výhodu v ní najdou všichni. Jak ti, co s Liškou dříve spořili, tak ti, co po uplynutí vázací doby počítají s využitím svých úspor, tak i ti, co spoří třeba jen krátce, ale jejich potřeby se během doby od uzavření smlouvy změnily. Nabídka pamatuje i na zcela nové klienty včetně dětí. A přináší klientům i možnost výhodného a bezpečného uložení jejich úspor.

Smlouva zdarma

Na prémie až 2000 korun mohou dosáhnout jak noví, tak bývalí klienti ČMSS.

Prémie za pravidelné spoření

Splníte-li podmínky akce Smlouva zdarma, mohou prémie až 1000 korun získat jak noví a současní, tak bývalí klienti.

Prémie k programu Liška plus

Uzavřete-li v jeden den jak novou smlouvu o stavebním spoření, případně zvýšíte cílovou částku u stávající, a uzavřete i smlouvu o penzijním připojištění, můžete na účet stavebního spoření získat prémie až 2000 korun.

Bonusový vklad od Lišky

K zaručenému ročnímu 2% úročení bonus z vkladu podle výše částky bud 1 %, nebo 1,1 %.

Převod smlouvy do nového tarifu s prémie

Při zvýšení cílové částky smlouvy s 3% tarifem je převod do tarifu Invest a Perspektiv zdarma, do tarifu Atraktiv s 50% slevou z poplatku za převod. Navíc prémie až 2000 korun.

Podrobné informace stavebním spoření a o aktuální nabídce Českomoravské stavební spořitelny najdete samozřejmě na jejích webových stránkách pod adresou www.cmss.cz.

[WWW.CMSS.CZ](http://www.cmss.cz)

Průmyslová zóna Triangle se zaplňuje

Připravená průmyslová infrastruktura, dobrá dopravní dostupnost, blízkost hranic s Německem a kvalifikovaní pracovníci. To jsou podle investorů přednosti Strategické průmyslové zóny (SPZ) Triangle v Ústeckém kraji. Nový závod na výrobu plastových částí do automobilů tam proto nedávno postavila americká společnost Johnson Controls, opravárenské centrum plynových turbín pro trhy v Evropě, severní Africe a na Středním východě také otevírá koncern Caterpillar Inc. a jeho divize Solar Turbines. Od roku 2006 v Trianglu působí rovněž japonská společnost Panasonic Liquid Crystal Display Czech, s.r.o., do roku 2010 známá jako IPS Alpha. A právě tento závod Panasonicu v říjnu navštívil prezident České republiky Václav Klaus. Protože investici této firmy zprostředkovala Agentura pro podporu podnikání a investic, před prohlídkou závodu ve Staňkovicích u Žatce Václava Klause přivítal – kromě generálního ředitele firmy Panasonic Liquid Crystal Display Czech, s.r.o., Hiroshi Sannomiji a velvyslance Japonska v České republice Toshio Kunikaty – rovněž generální ředitel CzechInvestu Miroslav Křížek.

„Průmyslová zóna Triangle se postupně zaplňuje a díky tomu nachází práci stovky lidí z Žatecka, Lounska, Mostecka i Chomutovska, kde jsou dlouhodobě problémy s vysokou nezaměstnaností,“ popsal situaci generální ředitel Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest Miroslav Křížek a dodal: „Zájem investorů v poslední době stoupá mimo jiné proto, že efektivně funguje spolupráce CzechInvestu s Krajským úřadem v Ústí nad Labem a pozitivní roli

sehrála také informační kampaň, kterou jsme před časem ve spolupráci s ministerstvem průmyslu a obchodu spustili.“

„Investoři se zpravidla zajímají o oblasti s hotovou technickou infrastrukturou, dobrým dopravním napojením a s dostatkem kvalifikované pracovní síly. Fakt, že tak pohlížíje právě na Strategickou průmyslovou zónu Triangle, potvrzují například nedávné projekty společností Gestamp Louny či Solar Turbines,“ řekla hejtmanka

ka Ústeckého kraje Jana Vaňhová a upřesnila: „V současné době jednáme s dalšími možnými investory a věříme, že je právě dobře připravený Ústecký kraj osloví.“

Strategická průmyslová zóna Triangle:

Průmyslová zóna Triangle se nachází v Ústeckém kraji mezi městy Louny, Most, Žatec a Chomutov a je jednou z pěti strategických průmyslových zón (SPZ) v České republice. Celková rozloha zóny je 367 ha, z toho je cca 190 ha k dispozici pro výstavbu velkých a středních investičních projektů, především v oblasti výroby, technologických center, výzkumu a vývoje. Přednosti SPZ Triangle jsou:

- jasné vlastnické právo k nabízeným pozemkům,
- 400 Kč za m² pozemku (187 ha volných pozemků – z toho cca 160 ha nezatíženo zvýšenými poplatky za vynětí ze zemědělského půdního fondu),

- kvalitní napojení na hlavní dopravní tahy – poloha vedle rychlostní komunikace R7 (Praha – 65 km, SRN – 30 km),
- vybudovaná technická infrastruktura okolo celé zóny s dostatečnou kapacitou (inženýrské sítě do 20 m od hrany pozemku),
- kvalifikovaná pracovní síla ve spádové oblasti – ve spádové oblasti (do 20 km) jsou města Žatec (20 tisíc obyvatel), Louny (20 tisíc obyvatel), Most (67 tisíc obyvatel), Chomutov (50 tisíc obyvatel),

V případě standardní výstavby běžných výrobních hal, jejichž výroba nebude potenciálně ohrožovat životní prostředí, lze připravit a realizovat výstavbu takových hal během 12 měsíců.

Informace o Trianglu a dalších strategických průmyslových zónách v České republice najdete například na <http://www.czechinvest.org/1konference-prumyslove-zony>.

(tz)

► pokračování ze str. 5

Jak se dá za těchto podmínek soutěžit? Osobně to považuji za kontraproduktivní a zvýhodňování jednoho oproti druhému. Jinak jestli ho-

voříme o konkurenci, tak té je ve světě hodně. S tím se musí ale každá firma naučit žít. Neustále zlepšovat a zpřesňovat interní procesy, neustále investovat, neustále zvyšovat výkonnost a kvalitu a kontrolovat náklady. Jiný lék na to není!

Být na špičce vyžaduje nezbytné investice do vývoje a nových technologií, jak se s tím vypořádáváte?

Nemusí se jednat vždy o vývoj nových technologií, ale nové a konkurenceschopné technologie musí firma vlastnit. To znamená, že musíte neustále investo-

vat. O tom jsem se již zmiňoval. Cesta, že budete myslet pouze na svůj zisk, a nebudete investovat, vede v našem oboru do pekel. My chceme získat zlatou medaili. Ta stříbrná je také hezká, ale jste vždy o příčku níže.

Často se asi neobejdete bez spolupráce s jinými dodavateli. Jaká kritéria musí splňovat, aby vše bylo stoprocentní?

Je to trochu problém. Ne každý si dokáže uvědomit, že je jednou zákazník a jindy dodavatel. Mnoho firem zejména v ČR tomu dobře nerozumí a také se podle toho nemají chovat. To je pro nás jako pro zákazníka mnohdy problém. Na naši společnost jsou kladeny velmi tvrdé požadavky a my to stejně musíme požadovat od našich dodavatelů tu-

zemských, ale i zahraničních. Výběr dodavatele a vše, co k tomu patří, je proces...

Ukazujete nové možnosti podnikání s pomocí výrobků s celosvětově tržním potenciálem a jste příkladem pro řadu firem. Máte z toho radost?

Ano máme. Víme, že se ještě hodně musíme učit a že mnohé by šlo udělat lépe. Děláme i chyby. Tak jako každý. Když jsme začínali, tak jsme si vytýčili cíl, že musíme být v našem oboru dobří a že musíme patřit mezi nejlepší ne v ČR, ale minimálně v Evropě. Ještě se tak nestalo... Přesto každý úspěch potěší.

připravil Jiří Novotný

www.frentech.eu

VZDĚLÁVÁNÍ
OTEVÍRÁ
X
MOŽNOSTÍ



kurzy, semináře
rekvalifikace

1. VOX a.s.

Senovážné nám. 23
Praha 1

DPH V ROCE 2011
– SPECIÁLKA PRO ZKUŠENÉ

28. – 30. 11. 2011

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Svatopluk Galočík, Ing. Eva Krekulová, Ing. Zdeněk Kuneš

KÓD: 104360

CĚNA: 6 348 Kč (vč. slevy ve výši 1 280 Kč při účasti na celém cyklu)

PRAKTICKÉ UPLATŇOVÁNÍ ZÁKONA O DPH

6. – 7. 12. 2011

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Ivana Langerová

KÓD: 105430

CĚNA: 4 188 Kč (vč. 20% DPH)

CENNÉ PAPIRY
– PRÁVNÍ, ÚČETNÍ A DAŇOVÝ POHLED

7. – 8. 12. 2011

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Radim Kříž, Ing. Lenka Polanská

KÓD: 105400

CĚNA: 4 428 Kč (vč. slevy ve výši 590 Kč při účasti na celém cyklu)

PRŮŘEZ NOVINEK V PERSONÁLNÍ A MZDOVÉ OBLASTI PRO ROK 2012

20. – 22. 12. 2011

PŘEDNÁŠÍ: Vladislava Dvořáková, DiS., JUDr. Bohuslav Kahle, Ing. Růžena Klímová

KÓD: 105560

CĚNA: 5 628 Kč (vč. slevy ve výši 980 Kč při účasti na celém cyklu)

Více informací najdete na www.vox.cz.



Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti na BusinessInfo.cz

V září tohoto roku schválila vláda Strategii mezinárodní konkurenceschopnosti ČR na roky 2012 až 2020 (SMK). Dokument má ambiciózní cíl – vrátit Českou republiku mezi 20 zemí na světě, které dokáží nejlépe čelit současným i budoucím globálním výzvám. Bez konkurenceschopnosti nejsou firmy schopny obstát nejenom v zahraničí, ale prohrávají i boj o zákazníka na domácí půdě. Často z důvodů špatných podmínek, které jim vytváří stát.

Měřitelné výsledky a průběžný monitoring

Vládní strategie nabízí celou řadu řešení pro překonání hospodářské krize a nastartování hospodářského růstu. Je postavena na myšlence mezirezortní spolupráce a překlenutí izolovanosti rezortních řešení. Zároveň je její implementace plánována na více než jedno volební období a obsah SMK tak nutně odráží nejen očekávání podnikatelské veřejnosti, ale musel najít shodu i u opozice, odborů apod. Zkušenosti ze zahraničí navíc ukazují, že pro úspěšnou implementaci podobných koncepčních dokumentů jsou podstatné jednak aktivní zapojení všech klíčových ministerstev, důkladný monitoring průběžného postupu, odpovědnost příslušných rezortů a důraz na konkrétní měřitelné výsledky.

Zavedení jednotlivých ustanovení SMK do praxe bude nepochybně velmi náročné na koordinaci, legislativní přípravu i vlastní realizaci. Proto je připraven podrobný harmonogram implementace pro všech 250 opatření SMK. Tato opatření jsou pro potřeby implementace rozříděna do čtyř samostatných programů.

Čtyři implementační programy

Program „Veřejný sektor“ zahrnuje opatření odstraňující nedostatky v nakládání s veřejnými prostředky a opatření k efektivnímu uspořádání institucí veřejné služby. Mezi probíhající projekty tohoto programu patří například vznik jednotného inkasního místa a jednotného výplatního místa. Mezi připravovanými projekty jde kupříkladu o zpřístupňování rozpočtů přes uživatelsky přístupné internetové rozhraní, publikování veřejných zakázek centrálně a elektronicky či zákon o rozpočtové kázní a odpovědnosti.

Program „Vzdělání a zaměstnanost“ přináší sadu opatření vedoucí k provázanosti vzdělávání s trhem práce, zvýšení mobility pracovní síly, zaměstnanosti a snižování nákladů zaměstna-

vatelů. Probíhajícím projektem je nový zákon o terciárním vzdělávání, z těch připravovaných je možné jmenovat například rozvoj praktické gramotnosti (ICT, jazyková, finanční, matematická, přírodovědná, čtenářská) a rozvoj technického školství.

Třetí program „Podnikatelské prostředí“ slučuje opatření vedoucí ke zlepšování prostředí pro podnikání, včetně zpřehlednění legislativy a rozvoje infrastruktury. V jeho rámci nyní probíhá například projekt s názvem Digitální Česko, který si klade za cíl rozšíření vysokorychlostního internetového připojení na celou ČR. Připravují se projekty týkající se on-line řešení sporů, sjednocení dat účinnosti právních předpisů s dopadem na podnikatelské prostředí či nastavení pravidel a finančních priorit v infrastruktuře.

Opatření vedoucí k posílení významu inovací jako zdroje dlouhodobého zvyšování životní úrovně jsou k nalezení v rámci programu s názvem „Ekonomika globálních inovací“. V současnosti již běží projekty Rozvoj strategického foresightu (výběr klíčových technologií a oborů) a Národní inovační ekosystém. Mezi ty připravované se řadí například nový systém hodnocení výzkumných organizací a nový program na podporu spíčkových infrastruktur VaVal.

Průběžné výstupy transparentně na BusinessInfo.cz

Strategie vychází ze současných nástrojů, které jsou k dispozici, a nezavádí tedy nové byrokratické struktury. Klíčovou úlohu v procesu implementace Strategie bude hrát současná Rada vlády pro konkurenceschopnost a informační společnost (RVKIS), která bude koordinátorem a gestorem jejího naplňování. Pro tento účel v ní budou pro uvedené programy vytvořeny čtyři pracovní výbory, které zasedají ve dvouletném cyklu a budou se zabývat detaily realizace jednotlivých opatření.

Čtvrtletní hodnocení naplňování jednotlivých programů Strategie bude přístupné veřejnosti na internetu. Podstatnou roli při zapojení podnikatelů do procesu implementace Strategie má hrát právě portál BusinessInfo.cz. Na stránkách portálu si již nyní můžete přečíst kompletní znění SMK včetně všech jejích „projektových karet“ a máte možnost zde prostřednictvím diskuzního fóra vkládat své návrhy či připomínky. Stejně tak na našich stránkách naleznete v budoucnu také informace o průběžných výstupech jednotlivých opatření Strategie – samozřejmě tak jak jste od nás zvyklí, prezentované v uživatelsky maximálně vstřícné podobě.



BusinessInfo.cz
Oficiální portál pro podnikání a export

DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

150 bioplynových stanic

V České republice je v současnosti v provozu zhruba sto padesát bioplynových stanic. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR do budoucna počítá s provozem maximálně 360 těchto zařízení o celkovém výkonu 2,7 milionu MWh, podle odborníků je to však stále velmi málo. Daných zařízení pro výrobu tepla a elektrické energie z obnovitelných zdrojů by totiž v tuzemsku mohlo fungovat až třikrát více.

(tz)

Bez úroku 55 dní

Cetelem zaznamenává výrazný nárůst počtu bezhotovostních plateb v obchodech, hrazených kreditní kartou. Transakce představují 37 % všech karetních čerpání a v porovnání s rokem 2010 se počet zvýšil o 15 %. Cetelem proto připravil svým klientům příjemný benefit v podobě prodloužení bezúročného období. S kreditními kartami Cetelem tak budou moci jejich držitelé čerpat úvěr bez úroků celých 55 dní.

(tz)

Peníze pod polštářem

Podle průzkumu GE Money Bank nechává 19 % Čechů své úspory doma a přichází tak o jejich zhodnocení. Lidé, kteří by naopak dali přednost spoření v bance, stále častěji vyžadují ke svým prostředkům okamžitý přístup. Loni to byly tři čtvrtiny z nich, letos už 84 %. Tomu odpovídá také nejčastější důvod, proč si lidé spoří. Téměř polovina z nich totiž chce mít rezervu na neočekávané výdaje.

(tz)

Seznam.cz otevírá školku

V pražské ulici U Nikolajky se otevřel Seznámek, školka pro děti zaměstnanců společnosti Seznam.cz. Otevřeno bude mít každý všední den až do 18:00. Pro Seznam.cz školku provozuje společnost Yaro. Seznam.cz otevírá pro děti svých zaměstnanců školku v blízkosti své pražské centrály. Otevřená je pro děti starší dvou let, a to každý všední den od osmi hodin ráno do šesti večer. Výhodou je i to, že školka nemá letní prázdniny.

(tz)

více informací na www.iprosperita.cz

Veletrh, který vás naladí

Příležitosti a výzvy – hodně se o nich mluví v souvislosti s ekonomickou krizí, která zdaleka není u konce. Franchising je jedním z řešení, které přeje šikovným...V prostorách brněnského výstaviště vzniká v této době nový veletrh právě na uvedené téma. Měl by ukázat řadě lidí, kteří se teprve nebo právě nyní rozhodují, kudy se ve své seberealizaci vydat, cestu, námět k přemýšlení. O tom všem jsem hovořila s Monikou Hrubalovou, vedoucí manažerkou projektu Franchise Meeting Point:

V kalendáři BVV přibude v příštím roce nový veletrh, který má svým způsobem kořeny ve výstavních aktivitách propojených s konferencí na významné podnikatelské téma z let dřívějších – franchising. Jaké bude mít poslání?

Veletrh Franchise Meeting Point, který si dává za cíl nejenom napomoci stávajícím podnikatelským skupinám, ale také vybízí k zahájení nové kariéry v podnikatelské sféře, se uskuteční na brněnském výstavišti ve dnech od 2. do 3. března 2012.

Začátek března tedy nebude měsícem knihy či internetu, ale ve znamení franchisingu v Čechách a na Slovensku. Tato ojedinělá výstava, soustředěná do dvou veletržních dnů (pátek a sobota), slibuje přinést podnětné zkušenosti a rady, jak zkrátit cestu od rozhodnutí podnikat k realizaci této myšlenky.

V České republice existuje několik set tisíc ekonomicky aktivních malých a středních podnikatelů. Tato oblast zaměstnává kolem dvou milionů osob, tedy více než 60 % ekonomicky činného obyvatelstva na českém trhu. Většina podnikatelů ve sféře malého a středního podnikání hledá informace o možnostech a alternativách svého dalšího rozvoje, pomoc při řešení problémů, úspěšné příklady, nové myšlenky nebo nabídky a partnery pro další spolupráci.

To vše chce nabízet veletrh Franchise Meeting Point, který si dává za cíl nejenom napomoci stávajícím podnikatelským skupinám, ale také vybízí k zahájení nové kariéry v podnikatelské sféře.

Hlavním cílem tohoto projektu je podpora franchisových systémů a franchisového podnikání především v České republice a na Slovensku. Náš trh nabízí stále ještě velký prostor a dostatečnou tržní kapacitu pro nové franchisové sítě. Poptávka po franchisingu stoupá z roku na rok, protože tento způsob podnikání přináší mnoho výhod, je bezpečnější a přináší relativně vysokou rentabilitu vloženého kapitálu. Tato metoda podnikání umožňuje zůstat samostatnými a přitom využívat výhod, jaké mají jen velké a většinou nadnárodní společnosti. Především v oblasti centrálních nákupů, marketingu, IT a v dalších oblastech, jakož i dosahovat v podnikání výrazně lepších výsledků s nižšími podnikatelskými riziky.

Pro koho je veletrh určen zejména?

Je určen pro všechny podnikavé franchisové koncepty, firmy nabízející licenční prodej nebo



Monika Hrubalová, vedoucí manažer projektu EMBAX, PRINTexpo a Franchise Meeting Point

sektor služeb pro malé a střední podnikatele. Dá se říci, že pro všechny, kteří chtějí využít zajímavého nápadu a ukázat možnosti – jak a v čem podnikat.

Franchising je všude kolem nás, mnoho zajímavých podnikatelských nápadů v Čechách máme, ale také řada z nich ještě čeká za branami. Domníváme se, že veletrh nabídne „výživné menu“ namixovaných rad a příkladů úspěšnosti. Veletrh je určen pro sféru franchisingu z ČR, SR a ze zahraničí, malé a střední podnikatele nabízející své služby a zboží, dále pro banky, finanční instituce poskytující kapitál, leasingové společnosti a pojišťovny.

Možností, jak se na něm prezentovat za dostupné finanční prostředky, je několik. Především výstavním stánkem na veletrhu v kombinaci s prezentací v rámci doprovodných programů. Další příležitostí je stát se partnerem veletrhu, prezentovat svůj koncept či službu. Využit lze i novinku veletrhu – sekci Rady pro vaše podnikání.

Veletrh vybízí k návštěvnosti podnikatelské subjekty, které se chtějí inspirovat užitečnými radami a příklady z praxe, stejně jako širokou odbornou veřejnost nebo osoby zabývající se o to, jak změnit svoji kariéru. Tedy je určen pro mladé absolventy vysokých a středních škol, osoby 55+,

pro všechny zaměstnance, uvažující o podnikání. Franchise Meeting Point je organizován jako samostatná akce s bohatým a kvalitním doprovodným programem a širokou nabídkou dalších služeb a zboží.

Kolik je již přihláшено subjektů a kolik času mají ti, kteří se zatím nerozhodli?

V Česku existuje asi 150 konceptů fungujících na bázi franchisingu nebo vykazujících jeho určité znaky. Poměr mezi domácími a zahraničními je zhruba poloviční. Nejprve převažovaly zahraniční franchisové koncepty nad domácími, v současné době vzrůstá naopak počet českých franchisových konceptů. Nejčastěji se franchising uplatňuje v obchodě, službách (například realitní kanceláře) a gastronomii.

Jsmeme velice mile překvapeni zájmem, který se rozpoutal kolem veletrhu. Jedná se samozřejmě o novou akci, takže je potřeba ukázat, že ji dokážeme udělat kvalitně, vždyť takové výstavní akce se budují několik let. Z našich odhadů předpokládáme, že se na výstavně-konferenčním projektu bude podílet kolem padesátky vystavujících a prezentujících se firem z oboru. Při srovnání s německým nebo rakouským veletrhem by to byl úspěch.

Naznačila jste, že se počítá se i se zahraniční účastí.

Předpokládáme účast zahraničních konceptů a partnerů převážně ze Slovenska a okrajově EU. Jedná se hlavně o regionální akci pro český a slovenský trh.

O čem se bude hovořit v doprovodném konferenčním programu a na jaké odborníky se můžeme těšit?

Neodmyslitelnou součástí celého projektu FRANCHISE MEETING POINT bude také bohatě obsazený doprovodný program, který bude doplňovat jednotlivé prezentace vystavujících subjektů a který bude probíhat po celou dobu veletrhu přímo na výstavní ploše.

Ve dvou dnech trvání DOPROVODNÉHO PROGRAMU bude možné vyslechnout kvalitní referáty a prezentace, navázat užitečné kontakty, zúčastnit se diskuzí a osobně poznat odborníky a poradce z franchisového oboru, jakož i z různých oblastí malého a středního podnikání, zástupce franchisových systémů a experty na řadu odborných témat.

Místa doprovodných programů budou tři: ARÉNA, FORUM a RADA PRO PODNIKÁNÍ.

Tematicky se program bude věnovat hlavně aktuální problematice z oblasti franchisingu z hlediska tuzemského i mezinárodního rozvoje – re-

Jaké výrobky a služby MEWA nabízí v České republice?

Dnes náš sortiment textilního servisu dalece přesahuje oblast čistících utěrek. Stejně důležitou oblastí činnosti se pro nás již před lety stal servis zaměřený na pracovní oblečení. Zejména proto, že máme prvotřídní know-how na trhu v oblasti ochranných oděvů. Tento servis je optimálně doplňován naším zbožím z oblasti BOZP.

MEWA své výrobky nabízí v rámci uceleného servisu. Co si pod tím máme představit a jaké výhody tento servis firmám přináší?

Tento servis zahrnuje podporu při výběru správného výrobku, originální vybavení přesně dle přání zákazníka – rozsah služby, množství a kvalitu požadovaných čistících utěrek určujeme společně se zákazníkem, pravidelnou výměnu použitých čistících utěrek, které se perou podle nejmodernějších hledisek a předpisů týkajících se ochrany životního prostředí, a v neposlední řadě spolehlivou kontrolu kvality a výměnu opotřebovaných utěrek podle potřeby. V oblasti čistících utěrek zajišťuje bezpeč-



ferentí budou odborníci z ČR i ze zahraničí, zaměříme se na výzkum franchisingu a jeho další rozvoj v podmínkách českého a slovenského trhu, ukážeme, kde a jak hledat franchisové systémy, master-franchisanty nebo franchisanty, poradíme s právním zabezpečením franchisy, financováním franchisingu včetně malého a středního podnikání, zároveň bude sloužit poradna pro zájemce o franchisové podnikání (právní, daňová, jak funguje franchising v praxi apod.). Neodmyslitelnou částí budou vlastní prezentace stávajících franchisových systémů na českém a slovenském trhu a dále těch, kteří mají zájem o vstup do ČR nebo SR a hledají zde své nové partnery.

Kolébku franchisingu je Francie, některé koncepty se dobře uchytily i v ČR. Mají šanci další modely, ať již z toho, či onoho regionu?

Franchising je způsob podnikání, který přináší mnoho výhod, rychlejší úspěch a výrazně nižší rizika. Je to metoda relativně vysoké návratnosti vloženého kapitálu smíchaná s možností osamostatnění se, vzniku vlastního podnikání, nebo východiska ze situace, kdy uvažujeme o nové práci. Z jiných vyspělých zemí je patrné, že lokální koncepty mohou překvapit a nabídnout řadu zajímavých výzev pro podnikatele. I z těchto důvodů si myslím, že Franchise Meeting Point ukáže některé nové české nebo slovenské projekty, připravené hlavně pro tento trh s lokálním působením.

Franchising je vhodný pro ty, kteří by se rádi postavili na vlastní nohy, hledají vzor, ztratili jistotu zaměstnání. Některí se obávají zodpovědnosti, jiní potřebují vstupní kapitál – co poradit?

Každý potenciální zájemce o franchisingové podnikání by měl velmi pečlivě zvážit všechna pro a proti takového kroku a zohlednit zároveň svá očekávání. Jak uvádí odborníci na franchising – základem je správný výběr budoucího partnera, dále místa, kde budeme franchisu provozovat, a dobrý smluvní vztah. O financování, právních otázkách, výběru konceptu se doví případný zájemce na veletrhu, zde bude i řada odborníků a poradců z asociací, kteří rádi poradí a předají řadu užitečných informací.

Kritérií, jak postupovat, je celá řada. Je dobré se informovat, například prostřednictvím České asociace franchisingu, nebo sledovat oborové portály. Důležité pro obě strany je, že se musí jednat o dlouhodobý model úspěšné spolupráce pro obě strany.

připravila Eva Brixí ➞

Co je profesionální textilní management

Odborníci na podnikání stále důrazněji doporučují, a to i nejmenším firmám, soustředit se na jádro podnikání a všechny ostatní činnosti ponechat dodavatelům. Jinými slovy se tomu říká specializace a outsourcing. Netýká se to například jen parku automobilů a operativního leasingu, dodávky účetnictví na klíč, ale může jít například také o služby péče o ochranné oděvy a další textilie pro firmy. Servisní nabídku společnosti MEWA právě v tomto segmentu na českém trhu představila Ing. Veronika Lipovská, jednatelka společnosti MEWA Textil – Service s.r.o.:

Mohla byste nám představit oblast, ve které působí společnost MEWA?

MEWA nabízí podnikům působícím v jakémkoli oboru profesionální textilní management: vhodné pracovní a ochranné oděvy, textilní čistící utěrky, rohožky a prostředky do umývárny v časově přesném a ekologickém servisním systému. Tento servis je doplněn kvalitním zbožím z oblasti BOZP. Jako jeden z předních poskytovatelů textilních služeb v Evropě svým zákazníkům doporučujeme plošnou zásobovací síť a per-

fektně vybudovanou logistiku. Jsme schopni zajišťovat jednotné vybavení a dodávky pro firmy po celé Evropě.

MEWA byla založena již před více než 100 lety v Německu jako rodinná firma a dnes působí po celé Evropě. Jakým vývojem podnik v této době prošel a v jakých zemích má MEWA zastoupení?

Již v roce 1908 přišel zakladatel společnosti MEWA Hermann Gebauer s nápadem čistící utěrky nejen tkát, ale také je poté prát a znovu vracet do oběhu. Dnes používá takzvané čistící utěrky MEWA dennodenně přibližně 2,6 milionů uživatelů. V této oblasti jsme jedničkou v oboru a na začátku roku jsme byli porotou pod vedením berlínského profesora ekonomie Berndta Venohra dokonce zvoleni mezi přední německé firmy působící na světovém trhu. V současnosti se MEWA stará na 41 místech po celé Evropě o více než 154 000 zákazníků z oblasti průmyslu, obchodu, řemesel, hotelových služeb a gastronomie. Zaměstnáváme více než 41 000 pracovníků.

nostní kontejner SaCon®, vyvinutý speciálně pro ukládání čistících utěrek MEWA, bezpečné skladování a bezpečný odvoz znečištěných utěrek. Během odvozu použitých čistících utěrek do závodu MEWA se co nejpečlivěji dbá na dodržování příslušných předpisů týkajících se přepravy nebezpečného nákladu. Tento ucelený servisní systém tak naprosto jednoduše řeší také problémy v oblasti logistiky a skladování.

Vyplatí se vůbec textilní servis i malým podnikům?

Zajišťování pracovních oděvů nebo zásobování vratnými čistícími utěrkami v rámci uceleného servisu se vyplatí v každém případě i pro malý tým. Namísto firmy zajistíme vše, co souvisí s vybavením. Textilie není nutné pouze obstarat, ale i udržovat. A to vyžaduje čas a stojí peníze, pokud by si to firma měla zajišťovat sama. My jí nabízneme servis na míru, přesně podle jejích potřeb. Díky tomu se naše nabídka vyplatí.

www.mewa.cz

(red)

Nejlepší české firmy podle EVA TOP 100 vyhlášeny

Absolutními vítězi hodnocení českých firem podle ukazatele EVA (Economic Value Added) za rok 2010 se stala Telefónica O2 před konkurenčním T-Mobile Czech Republic, na třetí příčce skončila Dalkia Česká republika a titul Skokan roku náleží společnosti ŠKODA AUTO. Propad naopak zaznamenal dlouholetý leader žebříčku, ČEZ, a. s.

Podrobné informace o výsledcích EVA TOP 100 za rok 2010 přinášíme na webu iProsperita, a protože nás zajímaly i širší souvislosti tohoto hodnocení českých firem, požádali jsme o rozhovor Alenu Seoud, ředitelku České kapitálové informační agentury (ČEKIA):



Pokolikáté se již žebříček tohoto EVA klání vyhlásoval a kolik tuzemských společností bylo do letošního kola zařazeno?

Letos jsme žebříček nejúspěšnějších českých firem podle ukazatele EVA vyhlášovali již po jedenácté. Každoročně roste počet hodnocených firem, letos jich bylo téměř 48 000, a to je úctyhodný počet s vysokou vypovídací hodnotou.

Možná bychom si měli připomenout, o čem ukazatel EVA, který je základním kritériem hodnocení firem, vypovídá?

Ukazatel EVA (Economic Value Added) vypovídá o tom, zda společnosti vytvářejí ekonomickou přidanou hodnotu pro své vlastníky nebo zda hodnotu vloženou investorem naopak ničí. Postavení firmy v rámci hodnocení EVA objektivně vypovídá o přínosu či selhání managementu firem, jedná se v podstatě o hodnocení managementu a jeho strategií, které bezprostředně ovlivňují ekonomickou výkonnost firem.

Co ovlivnilo vítězství společnosti Telefónica O2 navzdory tomu, že její meziroční změna ukazatele EVA poklesla téměř o půldruhé miliardy korun, tedy o bezmála 18 procent?

Telefónica O2 k vítězství významně pomohl prudký propad dlouhodobé jedničky v oblasti generování ekonomické přidané hodnoty, společnosti ČEZ, která poklesla až na samé dno žebříčku.

Ve srovnání s Telefonicou se T-Mobile ve vytvořené ekonomické hodnotě příliš neliší, existují mezi hospodaření firem nějaké rozdíly?

Ano, rozdíl mezi vytvořenou ekonomickou hodnotou obou operátorů za rok 2010 je minimální, nicméně T-Mobile s investovaným kapitálem hospodáří výrazně efektivněji než Telefónica O2, neboť jeho rentabilita investovaného kapitálu dosáhla 33 %, zatímco v případě vítězné Telefónie jen 14 %. To v praxi znamená, že T-Mobile byl schopen z každé investované koruny vygenerovat 0,33 korun zisku, zatímco Telefónica O2 jen 0,14 korun.

Jak by se daly specifikovat příčiny výrazného odstupe mezi zmíněnými mobilními operátory a dalšími firmami v žebříčku?

V rámci našich analýz dlouhodobě sledujeme trend, že se nejlépe daří společnostem podnikajících v oligopolním prostředí – jedná se právě o mobilní operátory, ale také například firmy z oblasti energetiky. Tyto sektory jsou ekonomicky značně oceněny a současně disponují významnými bariérami vstupu do od-



větví. Nicméně z dlouhodobé perspektivy lze očekávat snahu dalších podnikatelských subjektů s dostatečným kapitálem o penetraci na tento trh.

Jakým se ukazuje celkový vývoj hospodaření firem za minulý rok z pohledu ekonomické přidané hodnoty v porovnání s předchozími?

Celková EVA u prvních 100 firem klesá již tři roky v řadě za sebou. V roce 2010 se meziročně snížila o 10,8 % na 65,22 miliardy korun. Významný pokles celkových souhrnných hodnot ukazatele EVA za rok 2010 zapříčinily zejména velmi špatné výsledky společnosti ČEZ, jehož EVA meziročně klesla o vysokých 14,08 miliard korun. Bez započítání ČEZ by celková hodnota EVA ve všech sledovaných kategoriích rostla, což znamená, že celkový vývoj hospodaření nejúspěšnějších českých firem se po recesi odrazil ode dna. Celkový trend lze tedy za loňský rok považovat za pozitivní.

Meziroční propad ČEZ v žebříčku EVA TOP 100 byl jedním z největších překvapení letošního ročníku soutěže. Jak se díváte na příčiny tohoto jevu?

EVA se kalkuluje zjednodušeně tak, že od provozního zisku odečítáme náklady kapitálu. V případě ČEZ došlo u obou proměnných k negativnímu vývoji v kontextu EVA – provozní výsledek klesl z důvodu vlivu dobíhající hospodářské krize, zatímco náklady na kapitál vzrostly z důvodu dalších investičních aktivit společnosti, čímž se radikálně snížila EVA. Ovšem jedná se o krátkodobou fluktuaci, již nelze hodnotit negativně, neboť z hlediska dlouhodobého vývoje ČEZ jasně prokazuje, že jeho investiční strategie je velice výhodná a rentabilní; krátkodobě však dochází k těmto ekonomickým výkyvům, a tedy i signalizaci akcionářům, aby pozorně sledovali investiční aktivity, respektive se ujistili o jejich dlouhodobém přínosu a návratnosti pro společnost.

Jaká je přidaná hodnota z výsledků tohoto jedinečného hodnocení firem pro vaši klientelu i případné další zájemce?

Zákazníci agentury ČEKIA mohou získat informace o vývoji EVA všech hodnocených společností prostřednictvím našich informačních systémů, a porovnat si tak postavení své společnosti vzhledem ke konkurenci nebo zhodnotit postavení na trhu svých odběratelů či dodavatelů. Případní další zájemci si mohou objednat tak zvaný EVA report, který přehledně zobrazuje postavení dané společnosti vzhledem k její nejbližší konkurenci, včetně vývoje EVA.

rozmloval Jiří Novotný

www.cekia

Čeští podnikatelé objevují Bulharsko, lákají je nízké daně

Zájem českých firem o podnikání v Bulharsku se za poslední čtyři roky neustále zvyšuje. Se vstupem Bulharska do Evropské unie došlo k přivázání domácí měny levý k euru a podnikatele tak ještě víc láká jedna z nejnižších daní z příjmů právnických i fyzických osob v Evropě, která je na úrovni 10 %. Díky velkému zájmu o bulharské společnosti existuje na místním trhu mnoho firem, které nabízejí služby v oblasti zakládání společností, poskytování vedení účetních a mzdových služeb nebo daňového poradenství.

„Nová společnost je v Bulharsku obvykle založena do 3 dnů. Doba pro převedení předzaložené společnosti na nového vlastníka se zásadně neliší. Ready-made společnosti tudíž již nejsou v Bulharsku obvykle zakládány. Také v této oblasti platí, že s nižší cenou roste riziko horší kvality obdržených služeb,“ řekl Filip Reinoso ze společnosti SMART Companies, která se zabývá zakládáním, prodejem a následnou správou společností po celém světě.

Mezi další výhody, které podnikatele do Bulharska táhne, patří také více než 60 smluv o omezení dvojího zdanění a smlouva s Českou republikou o ochraně investic. Lákadlem pro investice v Bulharsku je i srážková daň z dividend, která zde činí pouhých 5 % a při výplatě dividend rezidentům EU může být zdaněna nulovou sazbou.

Obecnými náležitostmi bulharské společnosti typu s.r.o. (OOD) jsou:

- minimálně jeden společník, který může být fyzickou nebo právnickou osobou nerezidentní v Bulharsku
- minimálně jeden ředitel (jednatel), který může být fyzickou nebo právnickou osobou nerezidentní v Bulharsku
- minimální základní kapitál ve výši 2 leva, cca 1 euro
- povinnost vedení sídla v Bulharsku
- konání valné hromady alespoň jednou ročně

„Zájemci o podnikání v Bulharsku by se měli obrátit na spolehlivé partnery, kteří jim správně poradí a pomohou nakročit na nový trh prostřednictvím založení a správy jejich společnosti v Bulharsku,“ dodal Filip Reinoso ze společnosti SMART Companies.

Díky své výhodné poloze je Bulharsko ideálním místem pro investory, kteří chtějí působit jak na evropských, tak i na asijských trzích. Podnikatele stále více lákají možnosti investic do turistického ruchu, nemovitostí na černomořském pobřeží nebo v horských turistických a lyžařských střediscích. Českým investorům se daří v Bulharsku velmi dobře pronikat do perspektivních oborů, jako je energetika, dopravní infrastruktura, zdravotnictví nebo kvalitní rychloobrátkové zboží. Bulharsko kromě příznivých podnikatelských podmínek nabízí i nový segment zákazníků, kteří jsou zvyklí na vysoký standard poskytovaných služeb.

(tz)

AKCENTA, spořitelní a úvěrní družstvo

bydlení investice provoz podnikání konsolidace

Úvěry

www.akcenta.eu

zajištěné nemovitostí

od 1 milionu do 15 milionů korun

- ✓ již od 7,5 %
- ✓ rychle a flexibilně
- ✓ pro firmy i občany

Volejte 498 777 700

DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

Jazykové asociace spolupracují

České jazykové asociace, AJŠA – Asociace jazykových škol a agentur ČR a ACERT – Asociace certifikovaných jazykových škol, zahájily spolupráci. První aktivitou je jednání na Ministerstvu školství, mládeže a tělovýchovy a na Ministerstvu práce a sociálních věcí. Obě asociace se shodly na cílech, o jejichž dosažení budou usilovat společnými silami. Tlak obou profesních organizací na cílené subjekty bude mít větší efekt a autoritu.

(tz)

Hotel zklamal každého druhého

Většina Čechů, kteří se vrátili z dovolené, přiznává, že nebyli spokojeni s výběrem svého hotelu. Tuto nepříjemnou zkušenost mají jak z Čech, tak hlavně ze zahraničí. Většina takto zklamáných zákazníků si pobyt koupila přes cestovní kancelář nebo díky slevovým nabídkám. Vybrat si správný hotel pro trávení dovolené není vůbec jednoduché. Podle průzkumu SmartHERO, má 59 % lidí zkušenost se špatným výběrem hotelu.

(tz)

Mobilem platí 100 milionů lidí

Podle 83 procent světových manažerů budou mobilní platby do čtyř let nejčastějším způsobem placení. Pětina generace Y používá mobil k nákupům a k posílání dárcovských SMS. Loni mobilem platilo a provádělo finanční transakce přes 108 milionů lidí po celém světě, jejich počet neustále stoupá. Mezi lety 2009 a 2010 vzrostl počet lidí, kteří používají mobilní telefony k platbám a finančním transakcím, o 38 milionů.

(tz)

Srážky se zvířaty přibývají

Policejní statistiky uvádějí, že lesní a domácí zvěř se na nehodovosti podílí přibližně čtyřmi procenty. Rok od roku však těchto dopravních nehod přibývá. Loni jich Policie ČR vyšetřovala 3600 a jejich počet meziročně narostl zhruba o 15 %. I ve statistikách Allianz se objevují stále častěji, zvláště v souvislosti s tím, že od září loňského roku tvoří toto jinak havarijní riziko také součást povinného ručení.

(tz)

více informací na www.iprosperita.cz

Eso v každém segmentu

Společnost Import VOLKSWAGEN Group oslavila v letošním roce 20 let svého působení na českém trhu, během nichž si vybudovala neotřesitelnou pozici největšího dovozce nových automobilů.

Import VOLKSWAGEN Group se hned od začátku 90. let profiloval jako přední dodavatel osobních i užitkových vozů pro podnikatelskou a firemní klientelu, která má velkou zásluhu na tom, že během uplynulých dvou desetiletí vyjelo na české silnice více než 300 000 nových vozů s logy značek Audi, SEAT a Volkswagen.



Základním kamenem úspěchu se stala nejen široká nabídka technicky vyspělých vozů ve všech segmentech, ale také hustá prodejní a servisní síť vycházející maximálně vstříc všem zákazníkům, kteří oceňují výhodné financování ušité na míru individuálním potřebám, nízké provozní náklady a příznivé zůstatkové ceny. K tradičně výbornému poměru cena/výkon přispívá i nabídka komplexních záruk a dalších zákaznických služeb. Velkorysé základní záruční podmínky lze dokonce volitelně prodlužovat, u Audi například až na 5 let, resp. 150 000 km, a to při zachování plného rozsahu záruky výrobce.

V portfoliu značek Audi, SEAT, Volkswagen osobní vozy a Volkswagen Užitkové vozy naleznou dokonalé řešení v oblasti mobility všichni zákazníci – od živnostníků až po velkoobdoběratele s rozsáhlými vozovými parky. Vel-



mi výhodné velkoobdoběratele podmínky zůstávají samozřejmě plně zachovány, i když se zákazník rozhodne sestavit si kompletní vozový park z modelů od různých značek koncernu Volkswagen.



Pro rozvášku zboží tak poslouží legendární Volkswagen Transporter nebo menší Caddy, funkci referentských vozů skvěle zastanou vozy SEAT Ibiza ST a výše postavení manažeri zase s oblibou volí vozy Volkswagen Passat Variant, jejichž sedmá generace získala nedávno společně s výše uvedenými modely Transporter, Caddy a Ibiza ST prestižní ocenění Firemní auto roku 2011 v anketě ALD Automotive Fleet Awards 2011. A nejvyšší nároky na repre-



zentativní vozy bezesbýtku splní prémiové vozy značky Audi, mezi nimiž vyčnívá nová generace manažerských vozů Audi A6.

Seznam nabízených modelů nebo přehled ocenění získaných po celém světě by mohl pokračovat skoro do nekonečna. To ostatně platí také pro výčet technických inovací, které snižují v každodenním provozu náklady a zvyšují pohodlí i bezpečnost posádky. Pro ilustraci alespoň uvedme motory TDI, TSI/FSI a TSI EcoFuel, dvouspojkové převodovky DSG/S tronic, pohon všech kol 4Motion/quattro a kompletní nabídku nejmodernějších asistenčních systémů. Díky tomu jsou vozy značek Audi, SEAT a Volkswagen lídry ve svém segmentu i po technické stránce.

(red)



V průběhu matchmakingu, konaného v rámci veletrhu CzechBus organizací Enterprise Europe Network při Centru pro regionální rozvoj ČR, se uskutečnilo 35 obchodních jednání, při kterých nechyběly rovněž firmy ze Slovenska, Estonska, Polska a Švédska.

Na veletrhu CZECHBUS 2011 nechyběla také Tvaja CNG, s.r.o., zaměřující se na výstavbu a provozování plynových stanic CNG a dodatečné přestavby vozidel, dodavatel plynových technologií CNG a základních komponentů plynových stanic v zastoupení významných světových výrobců – Delta Compression S.R.L. a Compac Industries Ltd.



Tvaja CNG S.R.O.

- dodavatel plynových stanic a technologií CNG
- pro pomalé i rychlé plnění
- přestavby vozidel na CNG
- dodávky tlakových lahví na CNG

www.tvajacng.eu

Allianz Šestý smysl – rychlá pomoc pro motoristy, která má smysl

Allianz pojišťovna, která má od podzimu loňského roku nejširší rozsah krytí v povinném ručení na českém trhu, přichází s další novinkou – Šestým smyslem. Tento systém je určen pro firemní řidiče, kteří se chtějí cítit ve svém autě ještě bezpečněji. Allianz Šestý smysl je aktivní a inteligentní systém účinné pomoci motoristům – umí rychle přivolat pomoc a v konečném důsledku zachránit život. Prodává se v rámci flotilového pojištění Allianz.

Co je Šestý smysl?

„V kabině vozu je instalovaný „voicebox“ se dvěma tlačítky. Jedno je „nouzové“, které může řidič stisknout při nehodě a jedno „poruchové“, které zmáčkne, když auto na silnici vypoví

službu. Každopádně v obou případech se spojí s asistenční službou Mondial assistance, kterou Allianz využívá v autopojištění a ta zajistí rychlou pomoc,“ ve stručnosti shrnul Radek Baštýř, ředitel flotilového pojištění Allianz.

Šestý smysl pomůže řidičům a potažmo firmám, které jsou vlastníky vozidel, ve třech hlavních případech:

Havárie – při velkém nárazu se vozidlo automaticky spojí s asistenční službou, která je připravena reagovat i na ty nejvážnější situace. Pokud se řidič ohlásí sám, dohodne se s asistenční službou na dalším postupu – zajištění záchranné služby, odtahu, náhradního vozidla... Pokud se řidič nehlásí, asistence na nic nečeká a automaticky posílá záchrannou službu. Protože „chytrá krabička“ je napojena na GPS, do-

stane se pomoc k ranějším bez jakéhokoliv zdržení. Podle odhadů odborníků by se díky ní měl zkrátit dojezd pomoci o 50 %.

Poruchy – při poruše stačí stisknout tlačítko a asistenční služba ví, kde se řidič s vozem nachází a pošle mu potřebnou servisní pomoc. Řidič nemusí hledat číslo na asistenci ani nemusí pátrat, kde právě nechtěně zastavil. Tím, že zmáčkne tlačítko, nejenže celou akci velmi zrychlí, ale ubrání se i „nájezdu“ černých odtahových služeb, které právě na tyto motoristy v nesnázích cíhají.

Šestý smysl přijde vhod i v situaci, které se motoristé obávají snad nejvíce – Odcizení. V tomto případě se spustí aktivní systém přenosu poplachu – vozidlo samo nahlásí, že došlo k jeho neoprávněnému pohybu mimo ur-

čenou dobu. „Šestý smysl lze brát jako velmi účinné zabezpečení proti odcizení. V případě, že i přesto bude vůz odcizen, garantujeme klientovi stoprocentní náhradu škody, tedy vyplátíme cenu obvyklou v době pojistné události pouze s odečtením spoluúčasti,“ doplnil Radek Baštýř.

Šestý smysl je nyní připraven pro firmy a jejich vozový park. Je i jakousi „černou skříňkou“, takže podle jejich záznamů bude zcela zřejmé, jak nehoda vznikla, v jaké rychlosti, z jakého směru náraz šel... Úspěšně tento systém používají motoristé v Itálii, Francii i ve Švýcarsku. Nyní může mít inteligentní systém Allianz i každá flotila v Česku a v blízké budoucnosti se počítá s tím, že se rozšíří i mezi běžné motoristy. (tz)



Pojištění od A do Z

ŠESTÝ SMYSL od Allianz je nový aktivní a inteligentní systém rychlé pomoci motoristům ve firmách. Umí například vyhodnotit silný náraz při dopravní nehodě, sám se aktivně spojí s asistenční službou a přivolá pomoc.

V kabině vozu je instalovaný „voicebox“ se dvěma tlačítky. Jedno je „nouzové“, které může řidič stisknout při menší nehodě a jedno „poruchové“, které zmáčkne, když auto

na silnici vypoví službu. Každopádně v obou případech se spojí s asistenční službou Allianz, která lokalizuje klienta a zajistí mu rychlou pomoc.

Šestý smysl vám pomůže v těchto případech:

- Havárie** – při velkém nárazu se vozidlo automaticky spojí s asistenční službou, pokud se řidič ohlásí sám, dohodne se na dalším postupu, pokud se řidič nehlásí, automaticky

je vyslána pomoc rychlé záchranné služby podle souřadnic GPS, takže nedojde k žádnému prodloužení.

- Poruchy** – při poruše stačí stisknout tlačítko a asistenční služba zná GPS souřadnice vozidla a pošle potřebnou servisní pomoc.

- Odcizení** – aktivní systém přenosu poplachu – vozidlo samo nahlásí, že došlo k jeho neoprávněnému pohybu. Allianz navíc poskytuje 100% garanci při odcizení, takže pokud není odcizené vozidlo nalezeno, uhradí Allianz majiteli 100 % jeho obvyklé ceny po odečtení spoluúčasti.

Šestý smysl je tu pro vás a váš vozový park! V případě nehody přivolá pomoc, při poruše kontaktuje asistenci nebo spustí poplach při odcizení.

Již od října může mít inteligentní systém, který zavedla Allianz pojišťovna, každý firemní vozový park.

A do konce letošního roku dokonce s 30% slevou!

Allianz

SDA
CIAwüstenrot
Pro váš lepší pocitzávod začíná
**AUTO
ROKU 2012**
V ČESKÉ REPUBLICENIŽŠÍ
STŘEDNÍ TŘÍDA

BMW řady 1



Citroën C4



Citroën DS4



Ford Focus



Hyundai Elantra

TERÉNNÍ A VELKO-
PROSTOROVÉ VOZY

Audi Q3



Cadillac SRX



Fiat Freemont



Chevrolet Orlando



Lancia Voyager

SPORTOVNÍ
VOZY

BMW řady 6



Ferrari FF



Hyundai Genesis Coupé



Mercedes-Benz třídy C kupé



Mercedes-Benz třídy SLK

MĚSTSKÉ
VOZY

Citroën C-zero/Peugeot iOn



Hyundai i10



Chevrolet Aveo



Kia Picanto



Kia Rio

STŘEDNÍ A VYŠŠÍ
STŘEDNÍ TŘÍDA

Audi A6



Hyundai i40



Lancia Thema



Mercedes-Benz třídy CLS



Peugeot 508

Svaz dovozců automobilů a Sdružení automobilového průmyslu ve spolupráci s generálním partnerem finanční skupinou Wüstenrot vyhlašují 18. ročník ankety Auto roku 2012 v České republice.

HLASOVACÍ LÍSTEK⁰³**www.autoroku.cz**

Vyplňte všechny kategorie, jinak lístek nebude zařazen do slosování

- Nižší střední třída
- Terénní a velkoprostorové vozy
- Sportovní vozy
- Městské vozy
- Střední a vyšší střední třída

Příjmení..... Jméno.....

Ulice a čp

Město..... PSČ.....

Váš podpis.....

E-mail.....

Prosíme o vyplnění nepovinných údajů: Vlastním automobil ano ☐ ne ☐

Značka/Model..... Rok výroby.....

Odesláním anketního lístku poskytnete souhlas se zpracováním osobních údajů podle posledního článku úplných pravidel soutěže. Vyplněný anketní lístek laskavě pošlete do 15. 12. 2011 na adresu: AUTO ROKU, Pošta Praha 65, Kladenská 538/18, 160 05 Praha 65. Hlasovat můžete i na internetu na www.autoroku.cz, kde zároveň najdete i pravidla soutěže.

Hlasujte a vyhrajte ceny za

750 000 Kč

1. cena

poukázka v hodnotě
600 000 Kč
k nákupu jednoho
z nominovaných vozů

2. cena

Poukázky na PHM
EuroOil za
20 000 Kč



3. cena

Přívěs VZ-3
EXCLUSIVE za
16 318 Kč



4.-6. cena

Sada kol ENZO B
za
15 000 Kč



7.-9. cena

Garmin nůvi
1490T Lifetime za
4990 Kč



10.-15. cena

Castrol EDGE 5W-40
za
1300 Kč



Hyundai Veloster



Mercedes-Benz třídy B



Volkswagen Beetle



Volkswagen Jetta



I. kategorie do 10 let téma:
Moje nejoblíbenější auto

II. kategorie 11-15 let téma:
Jak si představuji bezpečné auto

1. místo: ceny Bose za 11 500 Kč
2. místo: ceny Bose za 9000 Kč
3. místo: ceny Bose za 6500 Kč

Každý mladý výtvarník obdrží
drobnou pozornost



Mercedes-Benz třídy M



Range Rover Evoque



SsangYong Korando



Volkswagen Amarok



MINI Coupé



Porsche 911 Carrera



Volkswagen Golf Cabriolet



Lancia Ypsilon



Škoda Citigo



Toyota Yaris



Renault Latitude



Volvo V60

SHERLOG®
VAŠE AUTO
ZŮSTANE VAŠE

www.sherlog.cz

Elegance i v zimě
2011-2012

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

Začíná 3 roky

ALCAR

www.alcar.cz

wüstenrot

VAŠE AUTO VÝHODNĚ
POJISTÍME...

www.wustenrot.cz

Hlasovat může každá osoba starší 18 let s trvalým pobytem v ČR. Hlasujte pomocí hlasovacího lístku nebo na www.autoroku.cz. Doplnkem je dětská výtvarná soutěž. Hlasovací lístky i dětské kresby s označením kategorie doručte na adresu AUTO ROKU, Pošta Praha 65, Kladenská 538/18, 160 05 Praha 65, nejpozději 15. 12. 2011.

HLAVNÍ PARTNER



WWW.ALCAR.CZ



VYBAVENÍ AUTOLAKOVEN



BRNO TRUCK SHOW
6. - 10. 6. 2012

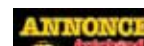
GENERÁLNÍ MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

PRÁVO **S AUTO.CZ**

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



Exportní výzkum DHL

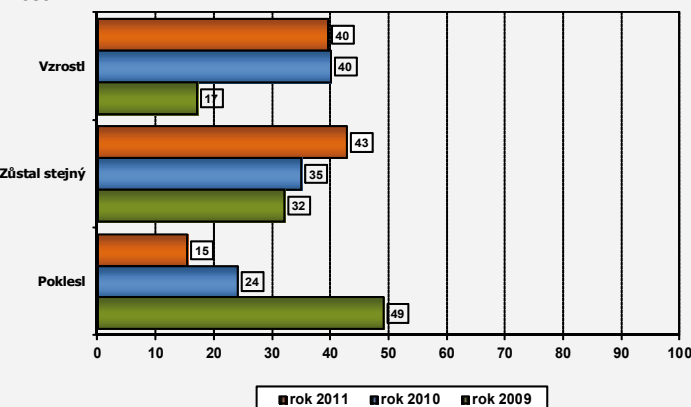
CzechTrade naznačuje mírný pokles

Výsledky 20. vlny Exportního výzkumu DHL CzechTrade, který provedl přední poskytovatel komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu, společnost GfK Czech, naznačují mírný pokles. Průzkumu se letos zúčastnilo pět set zástupců nejvýznamnějších českých firem zabývajících se exportem.

Názor na změnu objemu exportu

Vývoj v čase v období od září 2008 do září 2011

Objem exportu dle mínění oslovených firem v posledních 12 měsících více stagnoval než rostl.



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 20. vlny Exportního výzkumu DHL CzechTrade naznačují, že oblast českého exportu zažívá po loňském oživení mírný pokles. V horizontu následujících dvanácti měsíců (od září 2011 do září 2012) očekává nárůst objemu exportu 44 % všech oslovených exportérů, tedy o tři procenta méně než loni. Pro stagnaci se vyslovil shodný počet respondentů, čímž tato kategorie narostla oproti loňskému roku o pět procentních bodů.

Zajímavým ukazatelem vývoje českého exportního businessu je takzvaný Index dlouhodobého exportního sebevědomí, tedy rozdíl procenta kladných a záporných odpovědí. Ten se stále pohybuje v kladném pásmu, avšak meziročně došlo k jeho poklesu oproti

minulému podzimu, a to o 9 bodů (z 45 na 36). „Vývoj indexu exportního sebevědomí odráží nejistotu exportérů a obavy z dalšího ekonomického vývoje v nejbližších měsících. I když je index stále relativně vysoký, je zřejmé, že můžeme očekávat oslabení tempa růstu exportu, které je především dáno nejistým ekonomickým vývojem na našich klíčových trzích,“ sdělil Luděk Drnec, obchodní ředitel společnosti DHL Express.

Z výzkumu dále vyplývá, že si plná třetina respondentů (33 %) myslí, že nová vlna recese potrvá více než jeden rok. Klíčové zůstávají pro české exportéry trhy EU, kam vyváží své výrobky až 90 % firem (nejvíce do Německa – 26 %) a Ruska.

Zajímavý pohled na současnou ekonomickou situaci dávají odpovědi exportérů týkající se současné hospodářské recese. Nejčastějším protikrizovým opatřením, ke kterému byly firmy nuceny přistoupit v „první“ vlně současné hospodářské krize, bylo snížení počtu zaměstnanců, a to v 53 procentech případů. Firmy také snižovaly objem svých investic (39 %), dále pak velikost marží (35 %), případně omezily výrobu (34 %), snížily ceny výrobků a služeb

(31 %) a ve 30 procentech případů snížily platy nebo odebraly bonusy.

V očekávání další vlny recese firmy pravděpodobně přistoupí ke snížení objemu investic (31 %), počtu zaměstnanců (28 %) či marže (25 %). Necelá polovina respondentů (43 %) se pak domnívá, že se Česká republika může dostat do podobných potíží jako například Řecko či Irsko.

Za zmínku stojí rovněž odpovědi na podporu zavedení eura, kde jsou naprosto vyrovnané kladné i záporné odpovědi, což zřejmě svědčí o tom, že exportérům by sice přijetí eura pomohlo v jejich obchodování, ale na druhou stranu si uvědomují, v jak složité a nejisté pozici se společná evropská měna momentálně nachází.

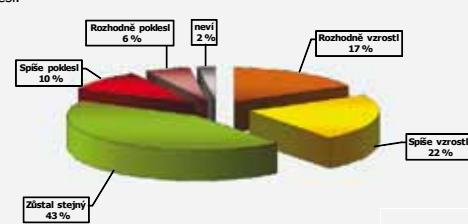
„Výsledky letošního Exportního výzkumu ukazují, že hospodářská krize velmi ovlivnila zejména chování klientů, a to především v oblasti úspory nákladů. Současná situace však přináší i zajímavé příležitosti v podobě získávání nových zákazníků a růstu objemu zakázek u těch stávajících,“ řekl Richard Hospodský, ředitel exportních služeb společnosti GfK Czech.

Agentura CzechTrade podporuje již čtrnáct let české firmy při jejich obchodních aktivitách na zahraničních trzích a pomáhá zvyšovat jejich konkurenceschopnost.

„Více než čtyřicet procent respondentů využilo služeb našich zahraničních kanceláří. Nejvíce exportérů na nás oceňuje detailní znalost obchodního prostředí v mís-

Názor na změnu objemu exportu za posledních 12 M
V období od září 2010 do září 2011

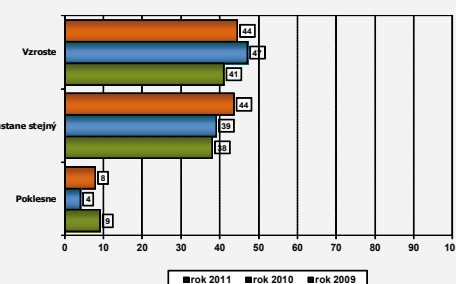
U 40 % exportních firem objem exportu za posledních 12 měsíců vzrostl, u 43 % zůstal stejný a u 15 % poklesl.



TOP 2BOX 2010
40 %

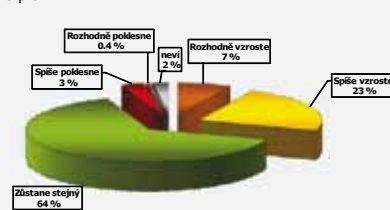
Názor na změnu objemu exportu
Vývoj v čase

Firmy v příštích 12 měsících očekávají stejnou mírou jak nárůst objemu exportu, tak i jeho stagnaci.



Názor na vývoj počtu zemí pro export v příštích 12 M
Období od září 2011 do září 2012

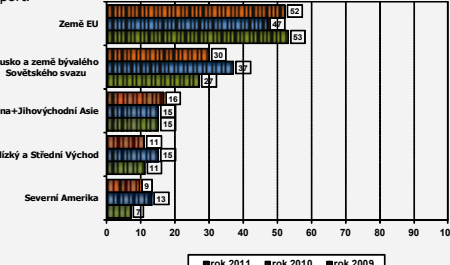
30 % exportérů očekává nárůst počtu zemí, do kterých hodlá exportovat. Meziročně to znamená nárůst o 5 p.b.



TOP 2BOX 2010
25 %

Země kam se export rozšíří
Vývoj v čase

Více než polovina respondentů, kteří očekávají růst počtu zemí pro export, rozšíří svá nová odbytiště v příštích 12 měsících především do zemí Evropské unie (52 %). Do Ruska a v zemích bývalého Sovětského svazu rozšíří se podnikatelské aktivity (30 %) a Čínu + Jihovýchodní Asii (16 %) respondentů, kteří očekávají růst počtu zemí pro export.



tě působení a také snadné zprostředkování kontaktu přímo se zákazníky,“ sdělil Ivan Jukl, generální ředitel CzechTrade.

(tz)



PARTNER
PRO VÁŠ
EXPORT

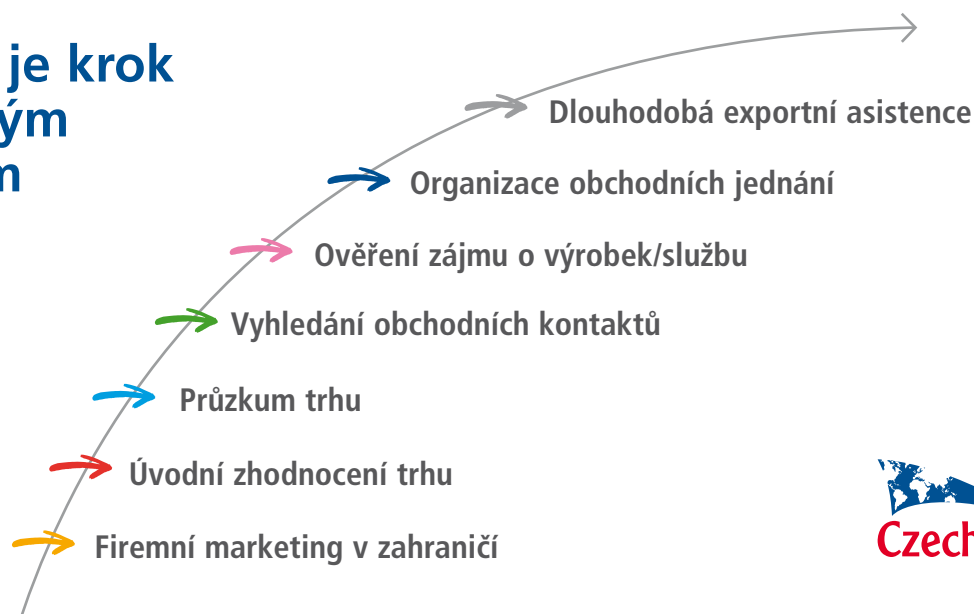
ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

Využijte znalostí a zkušeností zahraničních kanceláří CzechTrade nejen pro vstup na vhodný zahraniční trh, ale i pro dlouhodobou působnost na něm

**Export je krok
správným
směrem**

Bližší informace o kompletní nabídce zahraničních kanceláří vám ochotně poskytnou exportní konzultanti CzechTrade.

www.czechtrade.cz



CzechTrade

Nové pojistné sazby

V pojišťování rizik spojených s vývozem českého zboží a služeb došlo k jedné velmi významné změně. Konkrétně se jedná o rizika, která jsou nepojistitelná za tržních podmínek a mohou být proto pojištěna pouze Exportní garanční a pojišťovací společností, a.s. (EGAP) se státní podporou. Změna se týká tzv. minimálních pojistných sazeb (MPR), které musí na základě Konsensu OECD dodržovat všechny instituce, které nabízejí vývozcům pojištění tržně nepojistitelných politických a komerčních rizik.

Od letošního září do března příštího roku probíhá přechodné období pro zavedení nového výpočtu. Zatímco dříve závisely pojistné sazby především na spoluúčasti, na délce trvání rizika, což je obvykle polovina doby čerpání a celá doba splácení úvěru, a rizikové kategorii země dovozce, stanovené experty OECD na základě ekonometrického modelu, vycházejícího z aktuálních údajů MMF a Světové banky o finanční a ekonomické situaci dané země a informací o platební zkušenosti vývozních úvěrových pojišťoven, teď vstupuje do hry další, nový faktor. A tím je rating kupujícího neboli dlužníka.

Rating stanovují interně pracovníci útvaru řízení projektových rizik EGAP, a to na základě finančních i nefinančních ukazatelů, dostupných zajišťovacích instrumentů a dalších podkladů dodaných k žádosti o pojištění. Jedná se o kombinaci statistického a expertního přístupu. Základními vstupy jsou business plán na 3 roky, finanční výkazy za uplynulé 3 roky a nefinanční ukazatele. O něco složitější je to u projektového financování, kdy jediným zdrojem pro splácení úvěru jsou výnosy z nově vybudované samostatné ekonomické jednotky a jediným zajištěním splátek jsou aktiva této jednotky. V takovém případě se berou v úvahu například ještě

ratingy subjektů poskytujících garance, kvalita EPC kontraktora apod.

Výsledkem je stanovení následujících ratingů:

SOV = suverénní kupující, za kterého je obvykle považováno ministerstvo financí nebo centrální banka.

CC0 = soukromý kupující odpovídající suverénnímu.

CC1 - CC5 = soukromý kupující odpovídající obecným ratingovým škálám, a to v závislosti na kategorii rizika země.

Jak se rating kupujícího promítne do pojistné sazby? Kvalitní rating pojištění zlevní, méně kvalitní zase zdraží. Představu si můžete udělat na základě následující tabulky, která srovnává původní a nové pojistné sazby u exportního úvěru s délkou trvání rizika 5,5 roku a při spoluúčasti 5 %.

Nový způsob výpočtu pojistné sazby pro vývozce znamená, že v jejich zájmu by mělo být hledat a uzavírat kontrakty s pokud možno bonitními zahraničními partnery, u kterých je vysoká pravděpodobnost, že úvěr, na který nakoupí

		Kategorie rizika země						
		1	2	3	4	5	6	7
Rating kupujícího	EGAP EGAP S&P / Fitch Moody's	SOV/CC0 CC1 AAA až AA- Aaa až Aa3	SOV/CC0 CC1 A+ až A- A1 až A3	SOV/CC0 CC1 BBB+ až BBB- Baa1 až Baa3	SOV/CC0 CC1 BB+ až BB Ba1 až Ba2	SOV/CC0 CC1 BB- Ba3	SOV/CC0 CC1 B+ B1	SOV/CC0 CC1 B B2
	EGAP S&P / Fitch Moody's	CC2 A+ až A- A1 až A3	CC2 BBB+ až BBB- Baa1 až Baa3	CC2 BB+ až BB Ba1 až Ba2	CC2 BB- Ba3	CC2 B+ B1	CC2 B B2	CC2 B- či horší B3 či horší
	EGAP S&P / Fitch Moody's	CC3 BBB+ až BBB- Baa1 až Baa3	CC3 BB+ až BB Ba1 až Ba2	CC3 BB- Ba3	CC3 B+ B1	CC3 B B2	CC3 B- či horší B3 či horší	
	EGAP S&P / Fitch Moody's	CC4 BB+ až BB Ba1 až Ba2	CC4 BB- Ba3	CC4 B+ B1	CC4 B B2	CC4 B- či horší B3 či horší		
	EGAP S&P / Fitch Moody's	CC5 BB- či horší Ba3 či horší	CC5 B+ či horší B1 či horší	CC5 B či horší B2 či horší	CC5 B- či horší B3 či horší			

zboží nebo služby, včas a celý zaplatí. Určitou odměnou jim bude nižší pojistná sazba a od ní se odvíjející nižší výše pojistného s logicky pozitivním dopadem na konkurenceschopnost vlastní nabídky.

Ing. Vlastimil Nesrsta
EGAP ➞

		Kategorie rizika země						
		1	2	3	4	5	6	7
Rating kupujícího	Nové MPR							
	SOV	0,85	1,45	2,28	3,38	4,82	6,15	7,85
	CC0	0,85	1,45	2,28	3,38	4,82	6,15	7,85
	CC1	1,45	2,11	2,88	3,93	5,37	6,70	8,54
	CC2	1,95	2,62	3,50	4,66	6,17	7,57	9,34
	CC3	2,33	3,21	4,04	5,30	6,91	8,79	
	CC4	3,07	3,97	5,00	6,35	8,24		
	CC5	4,31	5,16	6,24	7,83			
Současné MPR		0,90	1,59	2,56	3,72	5,09	6,43	7,96



WWW.CEMEX.CZ
WWW.SPECIALNI-PRODUKTY.CZ

MATERIÁLY OD ZÁKLADŮ PO STŘECHU



CEMEX je přední celosvětový výrobce a dodavatel betonových směsí a jiných speciálních produktů:

- litě anhydritové směsi
- litě cementové směsi
- izolační výplňové pěnobetony
- samozhutnitelné betony
- transportní malty
- vymývané betony

Ve všech provozovnách prodáváme také kamenivo.

V CzechInvestu jsou data klientů v bezpečí

Jak nakládá agentura CzechInvest s informacemi o českých firmách a zahraničních investorech, nedávno prověřil dohledový audit společnosti Quality Austria. CzechInvest jako držitel certifikací ISO 9001 a ISO 27001 potvrdil, že se podnikatelé a investoři o citlivé údaje nemusí obávat a že mu bylo loni prodlouženo držení obou certifikací oprávněně. Certifikaci ISO 9001 získala agentura v roce 2004, certifikaci ISO 27001 o čtyři roky později, při pravidelných auditech je úspěšně obhazuje. „Pracovníci CzechInvestu si jsou vědomi, že pracují s citlivými údaji, a moc dobře vědí, co by mohlo nastat po jejich neuvážlivém zveřejnění,“ sdělil generální ředitel agentury CzechInvest Miroslav Křížek a dodal: „Například vyjádření investičního záměru by mohlo vést k tomu, že se

nakonec firma rozhodne investovat jinde. Česká republika by tak mohla přijít o cenné zdroje příjmů a nová pracovní místa. Jsem velmi rád, že audit opět potvrdil, že se toto neděje.“ Norma ISO 9001 pomáhá s nastavením a následným řízením systému jakosti ve společnostech orientovaných na zákazníka, zejména pak při snaze o dlouhodobé zvyšování kvality vzájemných vztahů. Norma ISO 27001 pak zaručuje, že její držitel pečlivě dbá na bezpečnost shromažďovaných informací, v případě agentury CzechInvest, tedy například informací o záměrech potenciálních zahraničních investorů nebo datech, které firmy vyplňují do žádostí o dotace ze strukturálních fondů Evropské unie a národního rozpočtu. (tz)



Vnímejte vývoj zahraničních trhů
Inspirujme domácí výrobce
Zvolme cestu partnerství
Exportujme!



Okružní plavba nejen jako firemní benefit

Ano, i tímto způsobem mohou firmy motivovat své zaměstnance. Mnohé z plaveb, o kterých bude řeč, nejsou až příliš nákladnou záležitostí, a mohou být proto zajímavou inspirací pro ocenění těch nejlepších výjimečným způsobem.

Je jistě příjemná představa pobytu na luxusní lodi, kde si vedle pracovních jednání nebo za odměnu lidé užívají plnými doušky všeho, co se na rozlehlých palubách lodí nabízí k relaxaci, sportování, o širokých možnostech kulturního vyžití či zábavy nemluvě.

Společnost Orbis Link, specialista na námořní turistiku, již léta spolupracuje s jedničkou na evropském trhu okružních námořních plaveb, s italskou lodní společností s více než 60letou tradicí – Costa Cruises, kterou od roku 2005 oficiálně zastupuje. Flotilu Costy tvoří nyní 15 lodí s kapacitou od 1000 do 3800 pasažérů. Pro celou flotilu Costa Cruises je typická kombinace italského stylu, výtečné kuchyně a nevšední péče o zákazníky.

Protože nás zajímaly bližší podrobnosti o firemních možnostech využití okružních plaveb, oslovili jsme René Močubu, jednatele námořní cestovní kanceláře Orbis Link:

Jak jsou plavby koncipovány a kterými místy na mapě světa vedou?

Plavba je unikátní kombinací pobytového a poznávacího zájezdu – pasažér se podívá do spousty atraktivních míst a přitom se vlastně nehne z hotelu. Ze špičkového plovoucího hotelu, který se potichu a obvykle v noci pohybuje s ním z jedné destinace do další. Představte si to ve skutečnosti – odpoledne se vrátíte z procházky na Tenerife, jdete spát a ráno můžete okamžitě vyrazit na výlet po Madeiře. Nejoblíbenější trasy jsou ve Středomoří a v Karibiku, ale v oblíbě je dohánějí plavby v nových oblastech – v severní Evropě přes léto a v zimě v oblasti Arabského poloostrova, Indického oceánu či v Asii. Hitem nastávající zimní sezony je plavba z Dubaje s návštěvou dalších přístavů ve Spojených arabských emirátech a Ománu.

Nejčastěji nabízíme 7noční plavby, kdy lze navštívit až šest přístavů, ale žádnou výjimkou nejsou ani delší plavby. Doba pobytu se často odvíjí od konkrétní destinace.

Co byste nabídnul korporátní klientele?

Firemní klientele bych doporučil spíše kratší plavby, incentivní skupiny jsou poptávány nejčastěji na plavby o délce 3 až 5 nocí. Většinou se jedná o plavby v západním Středomoří nebo plavby okolo Itálie v jarních měsících dubnu a květnu, a potom na podzim v listopadu. Samozřejmě to není žádné pravidlo, již jsme měli firemní skupiny i na týdenních plavbách ve Středomoří, Karibiku a v dalších exotických destinacích.

Co vše cestujícím nabízejí současná moderní námořní plavidla, kterými Costa Cruises disponuje?

Cestující zde najdou širokou škálu možností ubytování v kajutách s oknem i balkónem, náročnější i v prostornějších apartmá. Všechny kajuty jsou komfortně vybavené, samozřejmě je vlastní koupelna s toaletou, interaktivní televize a minibar. V ceně plavby je vždy plná penze a tak si chuťové buňky přijdou na své v lodních restauracích i v samoobslužných restauracích, kde menu tvoří obvykle středomořská kuchyně a speciality zemí, které cestující na své plavbě navštíví. Na lodi je dostatek místa k zábavě, relaxaci i odpočinku a také o kulturní vyžití zde není nouze. Divadelní sály, diskotéky nejrozmanitějších hudebních žánrů, pravidelné gala večery, to vše zde nabízí nevšední zážitky a na své si přijdou i sportovní pasažéři i ti, kdo rádi nakupují. Za příplatek se nabízejí ve wellness zónách masáže, kosmetické či kadeřnické služby. Na moderních lodích je golfový trenažér, trenažér F1 i 4D kino.

Nakolik vašich služeb tedy využívá firemní klientela a jaké účely zde převažují?

Zájem firem o okružní plavby stále roste. Je to nová příležitost, jak odměnit nejlepší pracovníky nebo spojit příjemné s užitečným a vhodně skloubit třeba pracovní a relaxační část pobytu. Je to současně dobrá příležitost pro vrcholové manažery k pracovním jednáním s nejvýznamnějšími klienty nebo proškolení pracovních týmů.

Jak taková plavba z pohledu firemního zaměstnance či obchodního partnera probíhá?

V době plavby se v konferenčních sálech a sálkách pořádají nejrozmanitější akce, ať pracovního, či jiného charakteru, a po zbytek času lze na lodi relaxovat či vybrat si některou z volných nebo organizovaných aktivit.

Kolik konferenčních prostor moderní lodě nabízejí?

Jde o sály s kapacitou 250 osob až po malé sálky pro dvacítku lidí, přičemž jejich špičkové technické vybavení je k dispozici zdarma.

Jak se osvědčují kombinace typu team buildingu?

Střídání odpočinkových aktivit na moři s poznáváním navštívených měst je zárukou toho, že i špičkoví zaměstnanci ocení tento typ dovolené. Mezi našimi klienty je i řada menších firem, které zvou na okružní plavbu své obchodní partnery. Lépe se poznávají a v klidu, při odpočinku na moři se dohodnou na dalších společných obchodních aktivitách.

Jak specifikujete skupiny, pro něž firmy rezervují plavby?

Patří sem třeba cesty za odměnu, pracovní setká-



ní, zasedání odborníků, oslavy výročí nebo představení nového investora. Mohou to být konference, předvedení nových výrobků, ale také cesty pro pravidelná setkání manažerů, dodavatelů či odběratelů, různá zasedání a jednání, ale i vyhodnocení některých prestižních soutěží, a to jsem zdaleka nestačil vyjmenovat všechny možnosti.

A kdybych chtěl cestovat na takové lodi individuálně?

Cestování lodí je přímo stvořené pro individuální cestovatele, kteří alespoň trochu ovládají některý ze světových jazyků, kterými se na lodi mluví. Upracování manažerů a nejen oni, kteří se rozhodnou pro plavbu, na lodi ocení skvělé služby, výborné jídlo a především si odpočinou.

A pokud neumím žádnou cizí řeč nebo se na to necítím?

I na takové zákazníky myslíme. Několikrát do roka pořádáme plavby s českým delegátem na lodi, obvykle v západním i východním Středomoří na jaře a na podzim. Naši novinkou je plavba s českým delegátem z Dubaje v únoru 2012.

Kde je možné získat co nejvíce informací?

Samozřejmě u nás a našich zástupců, ale také na našem webu www.costa.cz. Pro zájemce máme připravené podrobné informace o možnostech, jak lze plavbu koncipovat. Podrobná specifikace pak umožňuje připravit skupinám na lodi všechny potřebné podmínky pro realizaci dohodnutého programu po dobu plavby i při zastávkách na pevnině.

rozmloval Jiří Novotný

www.costa.cz

Znojmo – královské město vína a jeho tajemství

Co vlastně víme o počátcích pěstování vína? Podle jedné legendy bylo osazování vinic první činností praotce Noa a jeho synů po potopě světa; bylo to na úpatí hory Arrarat, na hranici dnešního Turecka, Iránu a Arménie. Kdy se objevily první vinice u nás, těžko říct. Podle některých historiků pronikla výroba vína k nám spolu s rozvojem vinařství panonského za císaře Proba.

Záhada první: Počátky pěstování vína

Na Znojmsku spojují někteří odborníci vznik vinařství s pobytem římských legií na našem území, což dokládají nálezem římských mincí u Devíti mlýnů a Vlčích jam nebo zbytky staré, údajně římské cesty, nedaleko vinice Šobes. Jiní se kloní k šíření tradic pěstování vinné révy z jiných částí Evropy v období Velké Moravy. Prokazatelně se ve Znojme a v jeho okolí, kdysi křižovatce tří strategických cest (jantarové od severovýchodu, solné z rakouského Solnohradu od východu a severozápadní vedoucí do Čech a zemí západní Evropy), pěstuje vinná réva již bezmála osm století. První písemná zmínka o vinicích na Znojmsku po-

chází z roku 1052, kdy jsou vinice v Mackovicích a Hrádku u Jaroslavic označeny jako majetek kláštera ve Staré Boleslavi. Jakoby vinařství na jihu Moravy prošlo dvěma etapami. V první mohlo dojít k osazení a pěstování vinic zhruba před více než dvěma tisíci lety pod vlivem Říma. Druhá etapa pak může mít souvislost s šířením křesťanství na naše území, kdy víno sloužilo především k bohoslužebným účelům. Snad se v budoucnu podaří překonat bílá místa historie vzniku tohoto královského nápoje u nás.

Záhada druhá: Šobes

Již v tomto názvu je něco tajemného. Místo připomíná rozevřenou dlaň. Je dokola obklopené řekou Dyjí. Planinu orientovanou na jih zakončují mohutná skaliska. Slunce se do zdejší vinice opírá po celý den. Z vrcholku kopce vede cesta z podýjského kaňonu po úzké skalnaté šíji; údajně ji nechali zbudovat Římané a mířila do Podmolí a dál do Čech. Šobes se nachází nedaleko Znojma v Národním parku Podyjí a je zcela jistě nejkrásnější, nejzajímavější a nejtajemnější vinicí v Evropě. Odtud pocházejí výjimečná vína. Zvláště Ryzlink rýnský, který si získal srdce mnoha našich panovníků, a tím i označení víno králů. Také Ryzlink vlašský, Rulandské bílé a Rulandské šedé, získávají ve zdejších specifických klimatických podmínkách vynikající chuť a aroma. Není proto divu, že především tato vína přispěla k obnově dobrého jména českého vinařství ve světě.

Krásně se o těchto záležitostech rozjímá v průběhu příjemného cestování na tamních cykloturistických stezkách, vedoucích přes nejkrásnější vinice akciové společnosti Znovín Znojmo. Její manage-

ment se zasadil o vznik a realizaci myšlenky spojit pěší turistiku i cykloturistiku s poznáním zdejších vinic, tradic pěstování a výroby vína a zpřístupnit vinice milovníkům vín a cestovatelům za poznáním. Jedna z tras vede přes již zmíněný zázrak – vinici Šobes.

Už jste někdy stanuli uprostřed vinice, kde se vás zmocní silný pocit vzlítout jako pták a z výšky se pokochat krásou okolní panenské přírody? Přemýšlíte o tom s „košovačkou“ v ruce – jak se říká malé sklence – a labužnický vychutnávejte každý doušek zlatistého moku? Je to nektar vykouzlený z půdy, na které stojíte, prosycený sluncem opírajícím se do zdejších strání a skalisek. Pozvednete sklenku proti očím a pod přivřenými víčky jako by se začínal odvíjet dávný příběh. Z mlžného oparu vystupují postavy římských legionářů z nedaleké hraniční posádky. Střídají se shrbené postavy středověkých nádeníků ohánějících se motykami a z povzdálí stojící měšťan v bohatém odění, jako by dohlížel na jejich dílo... Z lehkého snění vás probere příjemný ženský hlas: „Už jste ochutnal naše Rulandské šedé? Krásně voní po kosatcích.“ To je Šobes!

Záhada třetí: Víno pro panovníky

Rozvoj vinohradnictví na Znojmsku započal ve 13. století za podpory klášterů a posléze šlecht a bohatých měšťanů. O století později získávají zdejší vína na věhlasu a razí si cestu na královský dvůr. Snad i díky vínu si většina panovníků své město na jižní hranici zamilovala. Lze tak usuzovat

nejen podle jejich častých návštěv Znojma a udělováním výsad tomuto městu, ale i zápisů v losunkových (daňových) knihách a v kronikách. Velký přítel Znojma, český král Jan Lucemburský, udělil v roce 1326 městu privilegium, kterým povoloval i dovoz a šenk vína v dalších regionech. Markrabě Karel v roce 1341 osvobodil znojmské měšťany od placení mýta kdekoli v Čechách a na Moravě. V roce 1375 povolil Karel IV. znojmským vyvážet víno v sudech označených městským znakem do všech zemí Koruny České s výjimkou Prahy, Braniboru a Lužice.

Snad byla přízeň panovníků a královských úředníků častější i dílem cílevědomé snahy znojmských radních o prosazování určitých výhod ve prospěch města. Vždyť každoročně se nejlepší vína dopravovala nejen na královský dvůr, do jeho kanceláře, ale také do dalších vlivných institucí. Například v roce 1597 bylo do české kanceláře, dvorní komory a na rektorát vysokého učení v Praze, zasláno 26 věder vína, tedy asi 1,5 hl. V roce 1603 byly do Prahy vypravěny tři vozy se čtyřspřezím. Po 20 vědrech vína obdrželi nejvyšší kancléř Království českého, jeho náměstek, sekretář, a také prezident dvorní komory.

Asi bychom se tato fakta nikdy nedozvěděli nebýt toho, že již ve středověku byly dary uváděny jako nákladová položka při výpočtu zdanitelných příjmů. Kolik vína ze znojmských sklepů spotřebovali sami panovníci, nevíme. Snad je to tak lepší, vždyť co by to bylo za svět, kdyby v něm neexistovala tajemství! *text a foto Jiří Novotný*



Znojmo, město vína, milované panovníky

Bud' me profesionální, i když nejsme „ajtáci“!

Čeští podnikatelé se museli učit víc než jejich konkurenti. Dlouhá čtyři desetiletí nemohli vlastnit soukromou firmu a zaměstnávat ani sebe ani vlastní rodinu. Po listopadu 1989 se jim zásady správného podnikání musely rychle dostat do krve, navíc v silné mezinárodní konkurenci. K tomu byli nuceni zvládnout i výpočetní techniku, bez níž už dlouho podnikání sotva může existovat.

Češi obstáli bravurně a v businessu se stali zdatnými profesionály. Jen při zvládání moderních informačních technologií bývá znát (u těch dříve narozených více), že se učili za pochoďu a k profesionálním „ajtákům“ někdy mají dost daleko. Přitom nejde o to, aby každý živnostník byl specialistou v oboru IT, ale aby nedělal při práci s počítačem fatální chyby. K největším prohřeškům se řadí zálohování



dat. Něco jiného je, když přijdete o informace osobního charakteru (i když to taky zabolí), úplně jiný problém to může přinést ve firemní agendě.

Citlivá data náleží k nejcennějším aktivům malé firmičky stejně jako obří společnosti. A musí být proto chráněna nejen před zneužitím nebo odcizením, ale také před nechtěnou ztrátou. A bezděké smazání „strategického“ obsahu hrozí častěji, než jsme často si ochotni připustit. Data mohou zášahem „vyšší moci“ zmizet poměrně snadno. Stačí, když nečekaně vypadne dodávka elektrického proudu. Podobně může ohrozit počítač, tedy data v něm uložená, virová infekce. Naštěstí se profesionální řešení najde snadno a nebývá nad finanční



a technické možnosti většiny firem. Máme na mysli zálohování dat, o něž se postarají chytřá zařízení. Záložní zdroje, mezi „ajtáky“ známé jako upéesky, řeší problém efektivně a levně. Mezi nimi hraje prim osvědčená značka APC. Záložní zdroje APC, vhodné pro pracovní stanice v kanceláři, koupíte i za cenu nižší než 2000 korun. Díky unikátnímu vzhledu a kompaktním rozměrům je lze umístit například pod stůl. Má i zásuvky chráněné proti přepětí. Nabíjecí čas baterií je přibližně 16 hodin. Poté vydrží baterie zálohovat spotřebiče až 15 minut. To zaručuje dostatečný čas k dokončení rozdělané práce a korektnímu vypnutí systému.

Nevíte-li ke konci roku, co „s neutracenými“ penězi a nemáte-li dobré zálohování, možná si pod firemní vánoční stromček nadělte právě ono. Dodá vám více klidu, než tušíte. (kčr)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



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



Grada Publishing, a. s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
Tel.: 234 264 401
Fax: 234 264 400
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

Mojo

Jak najít naplnění v kariéře i osobním životě
Marshall Goldsmith, Mark Reiter

Mojo je synonymem pro seberealizaci. Je to pozitivní přístup ke všemu, čím se právě zabýváme. Vychází zevnitř a vyzařuje navenek. Marshall Goldsmith je světově uznávaný kouč vrcholových manažerů. Ve své poslední knize popisuje čtrnáct praktických nástrojů, které vám pomohou dosáhnout naplnění a spokojenosti nejen v byznysu, ale i v osobním životě.

Emil, to zvíře v nás

Stefan Frädrich

Ve skutečnosti všichni moc dobře víme, co bychom měli dělat. Ale taky známe ten potměšilý vnitřní hlas, který nám říká: Nech to být, to uděláš později nebo to nedokážeš! Je to Emilův hlas, hlas našeho naštětáče. Jak zasahuje do našeho života? Jak s ním můžeme vyjít co nejlépe? Přečtěte si více než sto ilustrovaných rad – a zjistíte, jak to „zvíře“ zkrotit!

Jak prokouknout kolegy i obchodní partnery

Navarro Joe, Poynter Toni Sciarra

Autor bestselleru, bývalý agent FBI a firemní poradce v oblasti neverbální komunikace, vám ve své nové knize ukáže, jak porozumět neverbální komunikaci a mistrně ji využívat v pracovním životě – při jednání s kolegy, šéfy, zákazníky či obchodními partnery, při poradách, vyjednáváních, přijímáních pohovorů, prezentacích.

Masová komunikace a veřejné mínění

Mgr. Urban Lukáš, Ph.D., Mgr. Dubský Josef, doc. Murdza Karol, PhD.

Renomovaní čeští a slovenští autoři koncipují svoji knihu jako vizitku současné společnosti. Analyzuje proměny sociální a masové komunikace, média a jejich vybrané problémy, téma kultury a masové kultury, veřejného mínění a jeho významu. Zvláštní pozornost věnuje problému mediální prezentace násilí a zločinu. Unikátní publikaci jistě ocení studenti příslušných oborů vysokých škol, vyšších odborných škol, ale i široká veřejnost.

Moderní pohled na oceňování pohledávek – problém aktiv zvláště v insolvenčním řízení
Jaroslav Schönfeld

K řešení problémových pohledávek věřitelé volí různé strategie. Jednou ze stále více používaných alternativ jak tyto pohledávky řešit, je jejich prodej (postoupení, cese) třetí osobě. Významným vodítkem pro stanovení hodnoty postupované pohledávky je simulace výsledku vymáhání v insolvenčním či konkurzním řízení. Vzhledem k výraznému růstu insolvenčních návrhů je odhad míry uspokojení věřitelů pomocí simulace insolvenčního řízení také důležitým podkladem pro rozhodnutí, zda úpadek dlužníka řešit pomocí konkurzu nebo reorganizací. Text obsahuje ekonomický, ale i právní pohled na oceňování pohledávek. Zabývá se oceněním pohledávek, způsobem řešení úpadku, oceněním a zpeněžením majetkové podstaty a možnostmi uspokojení věřitelů. Zvláštní kapitoly jsou věnovány způsobům simulace insolvenčního řízení a také novým možnostem a přístupům v oceňování pohledávek. Na závěr je připojena případová studie.

Nejnižší náklady na vytápění kanceláří i domů má jednoznačně infratopení

Jak udržet firemní náklady na uzdě a zároveň efektivně vytopit kancelářské prostory nebo administrativní budovy? Zajímavé výsledky přináší rakouská studie, která porovnávala všechny doposud známé topné systémy včetně populárních tepelných čerpadel. Jako favorit z nich vyšlo infravytápění, které potřebuje pouze 65 % a méně příkonu oproti konvekčnímu systému vytápění. Body získalo také za nejekologičtější přístup k vytápění, který významně přispívá k zdravému prostředí, například v kancelářích.

Pro představu úspornosti jednotlivých topných systémů byly zohledněny investiční i provozní náklady v průběhu dvaceti let, s přihlédnutím k možnému zvýšení úroků a cen:

- **Infračervené topné přístroje Wellina**
- **Tepelná čerpadla voda/vzduch (v kombinaci s podlahovým vytápěním)**
- **Tepelná čerpadla voda/voda (v kombinaci s podlahovým vytápěním)**
- **Elektrický přímotop**
- **Olejoový radiátor (v kombinaci s konvekčními radiátory)**
- **Plynové topení – kotel (v kombinaci s konvekčními radiátory)**

Podklady pro studii vytvořila německá směrnice EnEV z roku 2009 (směrnice o nařízení energetických úspor), příslušné normy (DIN V 4701-10, EN ISO 7730-2006) a rovněž speciální výpočetní a simulační software, který bral v úvahu stavebně-fyzikální pravidla. Navíc byl pro všechny výpočty a porovnání založen referenční dům se sídlem ve Frankfurtu nad Mohanem. Výsledky jednotlivých měření na infračervených topných zařízeních stejně jako na ostatních topných systémech byly podle podkladů zahrnuty do studie. Ze studie pak vychází jasné výsledky udávající porovnání nákladů za vytápění či energetickou účinnost jednotlivých topných systémů.

Na základě izolačních předpisů o plášti budovy podle německé směrnice EnEV2009 vychází pro infračervené topné zařízení Wellina náklady na energii $E_g = 0,65$. U lépe izolovaných prostor se mohou náklady na energii snížit až na 0,55 (u nízkoe energetických nebo pasivních domů jsou pak náklady na energii ještě nižší).

Náklady na energii $E_g = 0,65$ znamenají, že prostor, který je vytápěn elektrickým přímotopem s příkonem 1000 wattů, může být nahrazen infračerveným topným zařízením s výko-

nem 650 wattů (1000 wattů x 0,65), a přitom se v prostoru dosáhne stejné tepelné pohody. Pro představu úspornosti jednotlivých topných systémů byly zohledněny investiční i provozní náklady v průběhu dvaceti let, s přihlédnutím na možné zvýšení úroků a cen. Studie ukazuje, že v porovnání se stávajícími systémy vytápění v novostavbách i při rekonstrukcích mají infračervená topná zařízení Wellina celkově nižší náklady.

Odráží se zde také vysoká úspornost infratopení Wellina v kombinaci s fotovoltaikou v pozitivním pohledu celkového zisku po dvacetiletém provozu, který je podmíněn napájením nadbytečné elektrické energie do elektrické sítě.

Porovnávána byla také výše primární energetické spotřeby a nákladů na celkovou životnost topného systému (výroba, provoz, montáž a uskladnění použitého výrobku). Infratopení Wellina, s výjimkou plynového topení, které k vytápění využívá fosilní zemní plyn, společně se všemi současnými topnými systémy, vykazuje nejnižší primární spotřebu energie. V kombinaci s fotovoltaikou pak infračervená topná zařízení Wellina vykazují primární energetickou účinnost, které žádná jiná topná tělesa nedosahují.

NAŠE KAVÁRNA

Ředitelem Poštovní spořitelny F. Klufa

František Klufa, který doposud působil jako finanční arbitr České republiky, nově nastupuje do Poštovní spořitelny jako ředitel pro Strategii. Bude se podílet na přerodu Poštovní spořitelny v instituci nové generace, která poskytuje finanční produkty a služby co nejširší skupině klientů, kdykoli a kdekoli.

Kia má novou marketingovou manažerku

Marketingový tým společnosti Kia Motors Czech doznal personální změny. Na pozici marketingové manažerky nastupuje Martina Jirásková. Nahrazuje tak Marka Vodičku, který se rozhodl po více než sedmi letech společnost opustit. (tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Tiskárny z Metrostavu

Celkem 114 funkčních PC tiskáren od společnosti Metrostav, které se v této přední stavební firmě staly nadbytečné po jejím přechodu na centralizovaný tisk, rozdala v posledních dnech Nadace Auxilia nestátním neziskovým a příspěvkovým organizacím. Akciová společnost Metrostav podporuje neziskové organizace systematicky a dlouhodobě. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Podvodů více

Počty odhalených pojistných podvodů během prvních devíti měsíců v Allianz pojišťovně v porovnání s loňským rokem stouply. Zatímco do září 2010 detektivové kvůli podvodům měli pod drobnohledem 660 případů za 60 mil. Kč, letos ve stejném období věnovali detailní pozornost již 1067 případům a odhalili podvody za 71,3 mil. Kč. Nejvíce se jich opět týkalo automobilů, pojištění majetku a odpovědnosti. (tz)



S infračervenými topnými systémy Wellina lze v obytném prostoru snadno vytvořit příjemné klima. Toho je dosaženo díky ohřátí povrchu vnitřních stěn v místnosti až o 2 °C. Během provozu infračerveného topného tělesa tak navíc nemají šanci ani plísně či hniloba, které se běžně vyskytují na vlhkých zdech. Vzduch v obytném prostoru tedy neobsahuje prach ani bakterie, přičemž si udržuje konstantní vlhkost. To vše přispívá k vašemu dobrému pocitu a pohodě.

Jak u novostaveb, tak u rekonstruovaných staveb představují infračervené topné systémy Wellina ekonomicky příznivou a lehce sestavitelnou variantu. Přitom vychází najevo, že pouze varianta plynového vytápění (vycházíme však z cen zemního plynu z roku 2010 bez ohledu na aktuální zvýšení cen) se blíží ekonomicky příznivé variantě infratopení Wellina.

Osvědčené infratopení rakouské značky WELLINA dodává na český trh společnost USBy s.r.o., tel.: 608 366 737, www.usby.cz a www.wellina.cz. (tz) ➔

Podporujeme české projekty ve Vietnamu

Česko-vietnamské obchodní vztahy bývaly tradičně na velmi dobré úrovni a přinášely značný prospěch oběma stranám. Tomu odpovídá i společný zájem na dalším rozvoji spolupráce. Významným krokem k posílení mezinárodního obchodu byla návštěva ministra průmyslu a obchodu České republiky ve Vietnamu, která se uskutečnila minulý měsíc. Člena vlády doprovázeli představitelé Hospodářského výboru Parlamentu ČR a početná skupina podnikatelů. Na toto téma jsme hovořili s náměstkem ministra Ing. Milanem Hovorkou.

Co bylo smyslem nedávné návštěvy VSR?

Byla to podnikatelská mise, která doprovázela ministra průmyslu a obchodu na pracovní cestě do Vietnamu, ale i do Indie a Srí Lanky. Bylo to poměrně krátká, ale velmi intenzivní návštěva tří zemí s jasným cílem podpořit konkrétní projekty, které české firmy realizují v této oblasti. Zároveň jsme chtěli vytvořit podmínky, aby se do VSR dostaly nové firmy. Příklady těch úspěšných ukazují, že vietnamský trh stojí za vynaložené úsilí, že se tam dá dobře podnikat a že to podnikání je přínosné a přináší jim smysluplný zisk. Jsem přesvědčen, že cesta splnila očekávání. Česká republika je označována, a není to jen opakované klišé bez opodstatnění, za tradičního partnera Vietnamu.

Není pochyb, že značka Made in Czechoslovakia je ve Vietnamu stále známá, je tedy na co navazovat, že?

Určitě. Klíčovým poselstvím naší mise nebylo ohlížet se zpátky, ale udělat něco pro tradici vztahů a vzájemné sympatie přetavit do něčeho velmi konkrétního. Aby ve Vietnamu bylo zřetelně slyšet z řad orgánů státní správy a velkých státních korporací, že je zájem spolupracovat s Českou republikou, že je mimořádný zájem o české řešení, že je zájem pracovat s českými firmami. A těch synergií je celá řada. Kromě tradice a sympatií máme i něco velmi specifického. Česká republika uskutečnila ve Vietnamu rozvojové projekty financované z veřejných rozpočtů ČR v hodnotě stovek milionů korun. Jako velmi solidní partner Evropské unie vděčí za svůj ekonomický úspěch své otevřenosti a tuto politiku uplatňuje i vůči VSR. Ve chvíli, kdy ostatní státy EU

jsou připraveny kývnout na ochranná opatření, Česká republika říká: Podívejme se na to nejenom z pohledu evropských výrobců, ale i očima spotřebitelů, z hlediska hospodářské soutěže, z hlediska impulzů, které potřebujeme, aby byly přenášeny ze zahraničních trhů. Ne vždy je jejich úspěch spojen s nekalou konkurencí, ale často tyto země vítězí nižšími náklady a zákazníci často hledá nabídku podle ceny.

Nezapomínejme ani na to, že mnoho vietnamských občanů dostalo možnost usídlit se v České republice, rozvíjet zde své podnikatelské aktivity. V minulosti řada Vietnamců, dnes vysoce postavených osobností ve veřejném a podnikatelském stavu, absolvovala studia v ČR. Proto jsme se chtěli pobavit o tom, jak přeměnit tuto synergii do konkrétních obchodních případů.

Jak vypadá mezinárodní obchod s Vietnamem? Můžeme být spokojeni s jeho vývojem v posledních dvaceti letech?

Bavíme se absolutně o obratu 330 milionů dolarů. Vývoj je dlouhodobě poznamenán pasivem na české straně, což není problém, který by nás příliš znepokojoval. Tak vypadá konstrukce dlouhodobých obchodních vztahů. Dovoz činil přibližně 270 milionů, vývoz 60 milionů USD v uplynulém roce. Nás těší určitá dynamika, vidíme jistou logiku ve struktuře vzájemné výměny. K nám přicházejí tradiční výrobky vietnamské ekonomiky. Jestliže bychom si přáli vyváženější obrat zahraničního obchodu, pak nikoli cestou omezování importu, ale zvýšením naší přítomnosti na vietnamském

trhu. Samozřejmě 60 milionů dolarů zdaleka neodpovídá tomu, co tamní ekonomika dokáže absorbovat, tempu jejího růstu i tomu, jak se tam daří konkurentům, zejména asijským. Jsme přesvědčeni, že je širší prostor pro uplatnění českých firem ve Vietnamu.

Vietnamský trh poptává zboží a služby, které umíme. Co pokládáte za největší překážky naší expanze?

Samozřejmě i ve Vietnamu se potýkají s důsledky hospodářské krize, jejich ekonomika má tendenci se přehřívat. Dnes se zdá klíčovým problémem inflace. To vyžaduje zásah centrální banky, ale vyvolává to i potřebu konsolidace veřejných financí, velmi rozumnou makroekonomickou politiku. Za největší problém považují nerozhodnost a neprůhlednost administrativních překážek. Naše firmy nenabízejí jenom výrobky, výhoda spočívá v tom, že přicházejí současně s bankami, ať už privátními, nebo státními – Českou exportní bankou a EGAP. Na druhou stranu Česká republika jako člen OECD

Nabízíme pro to tradiční portfolio služeb, to znamená kapacitu přímo v teritoriu, která bude sbírat rodící se příležitosti, monitorovat strategická rozhodnutí místních orgánů, dívat se na vznikající možnosti v oborech, které jsou doménou českých firem. A tyto informace budou nejen pasivně přenášet do České republiky, ale i s tím back officem aktivně hledat korespondenci, propojení mezi potřebami vietnamského trhu a možnostmi českého businessu.

se musí řídit závaznými pravidly pro úvěrování. Má to svoji logiku, protože země by si měly konkurovat kvalitou nabídek, nikoli silou státní podpory. Avšak jiní hráči na vietnamském trhu, například Čína, takové závazky nemají. Výhodnější způsoby financování pak mohou být při výběru dodavatele ty rozhodující. Teď nehovořím o nějakých vzdušných zámčích, ale o velmi konkrétních projektech, které se zdály být velmi dobře připraveny, ale nakonec realizovány právě z tohoto důvodu nebyly. To bychom potřebovali změnit.

Pak je to o těch konkrétních oblastech spolupráce. Mám na mysli především energetiku, která tvoří úzké hrdlo vietnamského hospodářství. Ať už jde o tradiční energetiku, nebo o obnovitelné zdroje, s nimiž má Česká republika obrovské zkušenosti včetně regulatorního rámce, a to i s těmi chybami, například v oblasti fotovoltaiky. Teď se objevuje velmi realistický projekt paroplynové elektrárny o výkonu 300 megawatt. Jsme země, která aktivně využívá jadernou energetiku a ve Vietnamu se rozhodli vsadit na energii z jádra. České firmy nebudou vystupovat v roli hlavního dodavatele, ale mohly by se podílet na projektech ve spolupráci s těmi, kteří usilují o investici v Temelíně.

Česká republika se v minulosti angažovala v těžebním průmyslu VSR, ať už to byla uranová ruda, sklářské pisky, antracit a podobně. Máme technologie pro hlubinnou těžbu, které se už ve Vietnamu osvědčily.

Zástupci českých firem, kteří doprovázeli ministra, byli především z těchto oborů. VSR také potřebuje infrastrukturní projekty, ať už jde o budování dálničních tahů, rozšiřování přístavních kapacit, budování metra v Hanoji a Ho či minově městě – rovněž zde máme velkou šanci podílet se na výstavbě. Když už zmiňujeme konkrétní projekty, neměli bychom opomenout továrnu na zpracování kaolinu, kterou vybudovaly české firmy v Dong Hoi. Druhým úspěšným dílem postaveným českými firmami je cementárna v Pusanu.

Mohly by se ve Vietnamu uplatnit i české zbrojovky?

Říkám zcela otevřeně, že příležitosti se otevírají



Milan Hovorka,
náměstek ministra průmyslu a obchodu

i v obranném průmyslu a Česká republika má dobré předpoklady realizovat zahraniční obchod s vojenským materiálem, plně v souladu s mezinárodními zvyklostmi. Můžeme například mluvit o repasování dříve dodaných zbraní společné výroby.

Ale nejen výrobky, uplatnit můžeme i služby. Těší mne, že ve VSR působí firma, která získala licenci na poskytování spotřebitelských úvěrů, i když teď má určité problémy spojené s přehřátím ekonomiky a Vietnam omezuje míru nové angažovanosti. Ale o tom jsme také s vietnamskými partnery hovořili. Nejen o úspěších, ale i o problémech, které vznikají ve vzájemných vztazích, co bychom mohli pro jejich odstranění udělat.

Jak může stát podpořit ve Vietnamu české exportéry?

My víme, kde je potenciál, ale nezůstáváme jen u tohoto konstatování, ale chceme ho přiblížit českým firmám. Nabízíme pro to tradiční portfolio služeb, to znamená kapacitu přímo v teritoriu, která bude sbírat rodící se příležitosti, monitorovat strategická rozhodnutí místních orgánů, dívat

se na vznikající možnosti v oborech, které jsou doménou českých firem. A tyto informace budou nejen pasivně přenášet do České republiky, ale i s tím back officem aktivně hledat korespondenci, propojení mezi potřebami vietnamského trhu a možnostmi českého businessu.

Máme obchodně-ekonomický úsek na českém zastupitelském úřadu v Hanoji, zřídili jsme kancelář CzechTrade v Ho či minově městě a jsme schopni nabídnout servis, který je ušit a kalibrován pro velkou, střední i malou firmu. Vietnam je skutečně dosažitelný i pro malé firmy. Jak už jsem zmínil, je tady připravená Česká exportní banka i Exportní garanční a pojišťovací společnost. Ve většině projektů byly obě tyto státní instituce angažovány při financování a pojištění vývozu, což zvyšuje firmám jejich konkurenceschopnost a pravděpodobnost úspěchu v zakázkách. A také privátní bankovníctví má zájem podpořit české firmy v přístupu na vietnamský trh. Asistence pak spočívá v synergiích, v propojení veřejného a soukromého bankovního sektoru.

Máme společnou mezivládní česko-vietnamskou komisi, která není institucí sama pro sebe, ale je nástrojem k posilování obchodních vztahů. Spolu s rezortní náměstkyní VSR se bavíme o konkrétních projektech a co pro jejich realizaci udělat. Dohodli jsme se, že dáme dohromady seznam projektů česko-vietnamské spolupráce a budeme sledovat, co se s nimi děje. Jaké překážky stojí v cestě, překážky, které souvisejí s regulačními překážkami státu a jak bychom byli schopni je překonat. Jde o každodenní kontakt, setkávání lidí a my máme zájem, aby vzájemné vztahy byly na dobré úrovni nejen po pracovní stránce, ale i po té osobní. Mám na mysli kontakty MPO se zastupitelským úřadem Vietnamu. Zkrátka si myslím, že stát nabízí velmi dobré portfolio služeb v oblasti informací, koučinku firem, asistencí při hledání nejvhodnějších forem přístupu na vietnamský trh včetně financování a pojišťování exportu.

pta se Pavel Kačer

INOVACE 2011, Týden výzkumu, vývoje a inovací v ČR

Ve dnech 6.–9. 12. 2011 se uskuteční tradiční nejvýznamnější tuzemská akce v oblasti inovačního podnikání. Pořádá ji Asociace inovačního podnikání ČR ve spolupráci s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR, Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a tuzemskými a zahraničními členy a partnery pod záštitou předsedy vlády ČR Petra Nečase. Tuzemští a zahraniční odborníci zhodnotí současný stav a další perspektivu inovačního podnikání této součásti hospodářského a sociálního rozvoje ČR.

Součástí programu jsou:
18. mezinárodní sympozium INOVACE 2011
18. mezinárodní veletrh invencí a inovací
16. ročník Ceny Inovace roku 2011

Sedmnácté mezinárodní sympozium INOVACE 2011

– Plenární sekce, 6. 12. 2011,
Zasedací místnost č. 418, ČSVTS, Novotného lávka 5, Praha 1 (www.aijpcr.cz)

* Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR a Systém inovačního podnikání v ČR
♦ Vernisáž výstavy se křtem CD ROM Technologický profil ČR, verze 12, budova ČSVTS, Novotného lávka 5, Praha 1,
* Vystoupení komorního pěveckého sboru Vocalica (příjemci budovy ČSVTS) a setkání vystavovatelů a účastníků INOVACE 2011, 6. 12. 2011, Klub techniků ČSVTS, 1. patro (na zvláštní pozvánky)

– Odborné sekce, 7. 12. 2011

* Enterprise Europe Network – Inovace ve službách 2011, Konferenční centrum CITY, Na Strži 63/1676, 140 62 Praha 4
* Den technologických platforem, budova ČSVTS, sál č. 417
♦ Vyhlášení výsledků VIZIONÁŘI 2011, Best Western Hotel Kampa, Všeckova 16, Praha 1 (na zvláštní pozvánky)

– Odborné sekce, 8. 12. 2011

* Mezinárodní vědeckotechnická spolupráce ČR, budova ČSVTS, sál č. 418
* Česko-ruské inovační fórum, budova ČSVTS, sál č. 418

Osmnáctý mezinárodní veletrh invencí a inovací

Cílem veletrhu je prezentovat vše, co je součástí programu mezinárodního sympozia a 16. ročníku soutěže o Cenu Inovace roku 2011. Věřím, že i v letošním roce bude výstavní část v přízemí a čtyřech nadzemních podlažích budovy ČSVTS kvalitní a že vám přinese řadu poznatků.

Šestnáctý ročník soutěže o Cenu Inovace roku 2011

V průběhu tohoto roku byla konzultována řada potenciálních přihlášek do soutěže, k datu uzávěrky 31. 10. 2011 bylo předáno 21 přihlášek.

Ocenění v rámci Ceny Inovace roku budou předána v Jednacím sále Senátu Parlamentu ČR dne 9. 12. 2011 od 10 hodin.

V průběhu INOVACE 2011 bude fungovat Informační centrum INOVACE 2011 (služby pro novináře – tiskové zprávy INOVACE 2011, možnosti rozesílání e-mailových zpráv redakcím (inovace2011@aijpcr.cz), vyhledávání na internetu, tradiční stánek Úřadu průmyslového vlastnictví s poradenstvím, stánek Českého statistického úřadu, stánek Asociace výzkumných organizací a dalších partnerů AIP ČR a subjektů v rámci Systému inovačního podnikání v ČR.

www.aijpcr.cz

Pavel Švejda,
předseda programového a organizačního
výboru INOVACE 2011
Asociace inovačního podnikání ČR