

## Krásné Smart mince

### investičním nástrojem nové generace

**O tom, jak vyšla Česká mincovna vstříc zájmu o nákup produktů z drahých kovů, ředitel Ing. Radek Šulta**

Jedinou mincovnou v České republice s licenci České národní banky je Česká mincovna v Jablonci nad Nisou. Od roku 1993 razí veškeré tuzemské oběživo. Proslula však také vlastní emisní činností a medailovou tvorbou včetně vysokohmotnostních investičních ražeb. Pro investory má v nabídce zlaté a stříbrné slitky, zlaté investiční mince a investiční medaile ze zlata, stříbra a platiny o vysokých hmotnostech. Originálním zpracováním drahých kovů nabývá neskonalé konkurenční výhody, neboť roste zájem investorů, kteří poptávají i sběratelskou hodnotu. Mincovna tak hledá nové příležitosti pro další obchodní rozvoj, tedy rozšiřuje cestu za klientem, který je ochoten kultivovaně utrácet. O investování do drahých kovů jsem hovořila s ředitelem České mincovny Radkem Šultou:



A tak vypadá první vyražená Smart mince o hmotnosti 1 kilogramu s motivem Dobré královny Anny

**Do čeho je nejlepší dnes investovat? Do zlata a jiných kovů, nemovitostí, či do vzdělání?**

Otázka je to takřka šalamounská. Možná odpovím jinak, než by kdo čekal: samozřejmě do vzdělání. Pokud je možné investování rozumně rozdělit, pak by bylo pořadí toto: vzdělání, drahé kovy, nemovitosti. Domnívám se, že návratnost investice do drahých kovů je dnes větší než investice do nemovitostí. Od letošního „zlatého šílenství“ v letních měsících, kdy zlato dostoupilo v cenách svého historického vrcholu, trendově cena zlata na burze ještě poroste. Cena je tažena možnostmi Číny a Indie. Investoři těchto zemí jsou schopni skupit přes 60 % zlata na této planetě, i dnes je zlato pro ně stále relativně levné, zejména Čína má tolik prostředků, že je do zlata může kdykoli vložit. Zlato a poťazmo i stříbro jsou dnes tedy nejlepší investicí pro střednědobý horizont.

**Neměl jste však na mysli zlato v podobě slitků, ale již zhodnocené, zušlechtnuté, se značnou přidanou hodnotou a jinou podstatnou výhodou...**

Přesně tak. Česká mincovna právě z tohoto důvodu uvedla na trh investiční nástroj nové generace. A to vedle své klasické produkce pro sběratele a investory, která již svým způsobem ztrácela argumenty pro svoji výhodnost. Zabýváme se totiž kromě výroby kovových mincí dle požadavků České

národní banky také ražbou medailí, které přestávají být díky ceně atraktivní, i když vysokou přidanou hodnotu sběratelskou mají stále. U medailí vadí investořům dvacetiprocentní DPH, které musí kupující vydat při nákupu. Jde-li o obchod v těch nejvyšších kategoriích, pak činí podíl DPH velké částky, a to se našim klientům přestávalo líbit.

Proto jsme vyvinuli produkt svým způsobem na našem trhu revoluční, totiž sběratelsky cenné, ale aktuálně likvidní zlaté mince, jejichž nákup je od DPH osvobozen. Jsou umělecky ztvárněny předními českými výtvarníky, mají vysokou sběratelskou hodnotu, a ještě jimi lze platit.

**Oč tedy jde?**

O Smart mince. Jsou to investiční mince z ryzího zlata ražené v licenci novozélandské mincovny v nominální hodnotě od 50 do 10 tisíc novozélandských dolarů. Největší mince váží jeden kilogram a aktuálně stojí 1 150 000 korun. Ceny Smart mincí ale

začínají již na 84 000 korunách, vybrat si může každý, kdo má o takové hodnoty zájem. Vzhledem k jedinečnému zpracování a omezenému emisnímu nákladu očekáváme, že cena těchto mincí postupně poroste.

Mince pokládáme za inovativní produkt investičního zlata. Určený je pro kohokoli, komu již nestačí vlastnit jen zlatý slitek a zajímá ho i sběratelská a umělecká hodnota. Což je například pro české zákazníky typické.

**Čím jsou tyto mince jedinečné?**

Motivy připomínají historické vazby českých zemí na země Britského společenství. Na averzu těchto mincí se v různé velikosti objevuje portrét královny Alžběty II, což je podmínka poskytovatele licence. Vyražený nominál na mincích umožňuje držitelé kdykoli směnu v novozélandské centrální



Ing. Radek Šulta, ředitel České mincovny, a.s.

- 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

**Přejeme všem svým zákazníkům a obchodním partnerům příjemné prožití vánočních svátků a do nadcházejícího roku 2012 pevné zdraví, mnoho osobních i pracovních úspěchů!**

ní bance. Zejména ale motiv a zpracování je tím, co tyto Smart mince odlišuje od obdobných produktů v zahraničí. Podle našich názorů představují špičku, zejména pokud jde o přidanou hodnotu, krásu a pečlivé zpracování, které plyne z našeho letitého know how i tradice.

Takové mince chystáme razit ve čtyřech druzích, každý v nákladu stovek, maximálně tisíce kusů, k tomu přibude v r. 2012 i minimálně jeden druh stříbrné Smart mince.

Třešničkou na dortu je kilová zlatá mince s motivem Dobré královny Anny. Má nominální hodnotu 10 000 novozélandských dolarů a aktuální prodejní cenu 1 149 781 korun. První jsme slavnostně vyrazili 30. listopadu. Autorem výtvarného návrhu je odborník na slovo vzatý Luboš Charvát.

**Kdo je vlastně vašim profilovým zákazníkem?**

Z velké většiny (z 95 %) je to český klient, fyzická osoba, muž středního až staršího věku. Člověk, který má hektické rodinné povinnosti za sebou, je svým způsobem životně zabezpečený, má volné finanční prostředky, často pak vztah ke sběratelství a hodnotám, které nejsou až tak běžné. Tato kategorie zákazníků nakupuje zpravidla ty nejdražší produkty. Investice do slitků drahých kovů a cihliček zlata jsou spíše pak doménou mužů ve věku od 30 do 50 let. Jinou skupinou jsou starší lidé, kteří zhodnocují volné finance pomocí zlata, myslí investicemi na sebe, spoří si tím na důchod a pozdější časy.

**pokračování na str. 14**

## Nový ročník vín exkluzivní řady Sanctus Victoria je tu pro vás

Poslední listopadový den představily Templářské sklepy nový ročník vín z exkluzivní řady Sanctus Victoria v prostorách Břevnovského kláštera v Praze. S novým ročníkem vín z této exkluzivní řady se jako první seznámili zástupci segmentu HoReCa – stávající i noví obchodní partneři Templářských sklepů Čejkovice. Celá akce byla pod taktovkou Iva Dvořáka, viceprezidenta Asociace sommelierů ČR. Účastníci ochutnali nové odrůdy ročníku 2010 a měli možnost porovnat je s velice úspěšným ročníkem 2009. Ten přinesl vinařskému družstvu řadu prestižních ocenění: zařazení Modrého Portugalu pozdní sběr 2009 do Salonu vín, zlatá medaile ze soutěže Festwine 2011 pro Merlot pozdní sběr barrique 2009 a také Rulandské modré pozdní sběr 2009, stříbrná medaile z mezinárodní soutěže Muvina Přešov 2011 pro Tramín výběr z hroznů 2009 a další. Odrůda Rulandské šedé pozdní sběr 2009 byla zcela

vyprodána již v červnu tohoto roku, následovaly Híbernal a Modrý Portugal. Zásoby ostatních odrůd se nyní doprodávají.

I když byla řada Sanctus Victoria uvedena na trh teprve v roce 2010, rychle si získala stabilní pozici v segmentu HoReCa. „Doufáme, že nový ročník bude stejně úspěšný jako ten předěšlý co se týče poptávky i ocenění ve vinařských soutěžích.“ sdělil optimisticky Lukáš Lukáš, obchodní a marketingový ředitel Templářských sklepů.

Řada Sanctus Victoria je výjimečná v mnoha ohledech. Kromě kvalitního vína vyrobeného z nejvyšších partií hroznů působí velice neotřele i obal. Pro tuto řadu byla vyvinuta originální láhev nesoucí logo firmy přímo v černé sklovině, uzavřená celokorkovou zátkou. Zároveň byl kladen důraz i na historii templářského řádu – na etiketách ze speciálního ručně vytrhávajícího papíru jsou uvedeny úryvky z dobových listin. V ročníku 2010 to jsou výňatky z knihy Processus contra

Templarios, tedy faksimile záznamů pořízených během výsledků templářských rytířů v letech 1308–1311. Po rozlomení dvou ručně dotiskovaných pečeti na etiketě je možné získat další informace o přesné poloze vinice, složení půdy, cukernatosti hroznů i technologickém postupu při výrobě vína. Každá láhev z této limitované edice je opatřena unikátním výrobním číslem a na webových stránkách bude možné sledovat aktuální stav zásob jednotlivých odrůd.

(tz) ⇨ [www.templarske-sklepy.cz](http://www.templarske-sklepy.cz)



**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 prezentacím formou článků a rozhovorů anebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

## Z OBSAHU

- 1, 14** Krásné Smart mince investičním nástrojem nové generace
- 3** Stavební spoření je bezpečným spořicí i úvěrovým produktem
- 4** Opatření k potírání daňových podvodů při obchodování s pohonnými hmotami
- 5, 11** Taková malá družstevní rekapitulace...
- 12** CzechTrade míří od asistence k partnerství

autor: Miloš Krmáček



**PENÍZE NA VÝZKUM NEMÁME, ZATÍM JEN ZKOU MÁME, KDE NA NĚJ ZÍT.**

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: 9. prosinec 2011  
Datum distribuce: 12. prosinec 2011

**PhDr. Eva Bixi-Šimková**, šéfredaktorka  
mobil: 602 618 008, e-mail: bixi@prosperita.info

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

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

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

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

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

**Kateřina Šimková**, konzultant  
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@prosperita.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.krmasek@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

**Přijímání inzerce:** Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9  
Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem ☞.

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

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

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

**Distribuce:** 5 P Agency, s. r. o., Masarykova 118 Business Park Modřice, 664 02 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

#### Každým rokem...

*Každým rokem si přísahám, že si užiji podzim se zlatým listím, že to bude takový melancholický předstupeň k blížícím se svátkům vánočním. Misto toho je můj poprázdninový čas vyplněn úspěšnými zahradnickými operacemi, čas nečeká, a rostlinná říše si říká o pozornost. V prosinci se o to silněji těším na mumraj při nakupování vánočních dárků, na atmosféru města provoněného kořením, svařeným vínem, vanilkou a skořicí. Přiznávám, vybírání toho nejlepšího dárku není nelehčí a ani intuitivní klíčování mezi obchody není tak snadné jako před pár desítkami let, snad proto, že o klobouk toho člověku zavadí na každém kroku konkurenčně tolik, že nakonec těžko zvolit. A přesto – jak mne miji podzim, miji mne poslední dobou i příležitosti vychutnat si kouzlo Vánoc ještě před štědrým dnem. Neumím to? Nestíhám? Chyba lávky – nevyužívám příležitosti! Letos to tedy zkusím a pak dám vědět. Pošlu dopis Ježíškovi o tom, co bych si doopravdy přála...*

Eva Bixi

### NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

#### Firmy a dluhy

Závěrečnou tečku za vyhodnocováním letošních nejhezčích pozvánek na tiskovku udělala Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, když nás pozvala na pracovní snídani u příležitosti vyhodnocení Školy řízení pohledávek. Setkání se uskutečnilo 8. prosince v Praze. Pozvánka zaujala především takticky avizovaným obsahem, který oznamoval, jaké osobnosti budou přítomny. Slibovala rovněž křest knihy Management & Controlling malé a střední firmy, jejímž autorem je Karel Havlíček, odborník a novátor v mnoha odvětvích. Pozvánka byla také graficky příjemná. Celkově naladila, proto známkuje jedničkou. (rix)

### MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2011

1. Národní politika kvality
2. Akce České manažerské asociace a Manažerského svazového fondu
3. Marketér roku 2010
4. Moderní trendy propagace vína 2011
5. Semináře AMSP ČR
6. Akce společnosti I. VOX a. s.
7. Motocykl roku 2011
8. Sřečy Praha 2011
9. Akce AIP ČR v roce 2011
10. AUTO ROKU 2011 v ČR
11. Konference Výzvy rodinné firmy: rozbit, či nerozbit rodinné prasátko? 2011
12. Konference Kvalita – Quality 2011
13. Franchising Forum 2011
14. Pražské výletní restaurace – výstava pořádaná Muzeem hl. města Prahy
15. Setkání COSMOPOLITAN EXECUTIVE HELAS LADIES CLUB
16. Spolupráce s firmou Lady Moda
17. Česká chuťovka
18. 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 priznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

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

## Rekvalifikační kurz hned po propuštění? Musíte mít štěstí na zaměstnavatele

Provádět restrukturalizaci podniku a s ní spojené propuštění lze v zásadě dvěma způsoby. Buď vyplatit zaměstnancům odstupné a následně se o nic nestarat, nebo jim naopak pomoci překlenout nelehké období například zvýšením kvalifikace. Okresní hospodářská komora Mladá Boleslav se rozhodla podpořit v regionu tu druhou cestu a zahájila projekt, který si klade za cíl pomoci zaměstnancům členských firem, ohrožených ztrátou zaměstnání v důsledku hospodářské krize. Projekt, který poběží následující dva roky, si klade za cíl, formou vzdělávacích a rekvalifikačních programů, spolu s následnou pomocí při nalezení nového zaměstnavatele, postupně pomoci téměř dvěma stovkám zaměstnanců.

„Z našich dlouholetých zkušeností víme, že není zaměstnavatel jako zaměstnavatel. Některé firmy chtějí pouze vydělat peníze, jiné se naopak cítí být pevnou součástí regionu a aktivně spoluvytvářejí jeho podobu. U nás v Mladé Boleslavi máme samozřejmě velké štěstí, že náš tradiční zaměstnavatel, automobilka Škoda, nejenže přežil neklidná 90 let, ale jako součást nadnárodního koncernu zůstane prosperující firmou i v budoucnu. Bohužel – i takových firem a jejich subdodavatelů se týká restrukturalizace a propuštění. Zaměstnavatelé v našem regionu však zpravidla přistupují k obměně zaměstnanců způsobem, který může ostatním sloužit za vzor,“ řekl předseda představenstva OKH Mladá Boleslav Ing. Karel



Špáda. V lavicích tak mimo jiné usedne 16 administrativních pracovníků a 64 dělníků původem z automobilového průmyslu. Zaměstnanci jsou přítomni rozděleni do dvou hlavních skupin. Tou první jsou lidé do 25 let, tou druhou naopak nad 50 let. Nejde samozřejmě o náhodu – jedná se naopak o skupiny, které jsou na trhu práce nejvíce ohroženy.

„S frekventanty programu budeme pracovat individuálně – seznámíme se s jejich profesí a představami, a pak vytipujeme, jaké nové znalosti je přesně učít. Obsah kurzů je docela pestrý – od IT znalostí a účetnictví až po vedení skladu či znalosti, důležité pro operátory či seřizovače výrobní linky,“ vysvětlila ředitelka úřadu OHK Mladá Boleslav Iva Kolínská.

A jaké možnosti budou mít frekventanti kurzu po jeho absolvování? Podle pracovníků OHK Mladá Boleslav budou moci nejen lépe vyhledat nové zaměstnání, ale případně také samostatně podnikat.

„Chcete-li dnes uspět v podnikání, obědte se jen těžko bez znalostí IT a účetnictví – alespoň těch základních. A je jedno, zda provozujete zámečnickou dílnu, restauraci, nebo třeba autodopravu. To vím dobře z vlastní praxe, a proto jsme se i na tyto obory v našem projektu zaměřili,“ popsal Ing. Karel Špáda. (tz)

## Středočeští podnikatelé bojují proti krizi rekvalifikačními kurzy

Politici i ekonomové se shodují, že krize ještě zdaleka není za námi – zvláště pesimistické prognózy se přitom týkají příštího roku. „Oproti roku 2008 je zde ovšem velký rozdíl, protože firmy i podnikatelé jsou na krizi připraveni daleko lépe,“ konstatoval Zdeněk Kovář, ředitel Hospodářské komory Hlavního města Prahy. Důkazem je i projekt rekvalifikace zaměstnanců podniků v restrukturalizaci, který rozjela právě pražská hospodářská komora. Projekt, který má zajistit rekvalifikaci celkem 112 lidem, je financován z prostředků ESF prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a státního rozpočtu ČR.



„V průběhu krize je nutné přistoupit k restrukturalizaci firem a s ní spojenému snižování stavů zaměstnanců. Současně si však musíme uvědomit, že tito zaměstnanci zůstávají v regionu, ve kterém má podnik často odbytiště, a klesá jejich koupěschopnost i koupěschopnost jejich rodin. A hlavně není jednoduché jen tak propustit lidi, kteří pro zaměstnavatele dlouhá léta poctivě pracovali – nemám teď na mysli hledisko zákona, ale obyčejné slušnosti a mezilidských vztahů,“ řekl Zdeněk Kovář.

Řešením přitom mohou být rekvalifikační kurzy, financované z prostředků Evropské unie. Zaměstnanci, kterých se dotkne restrukturalizace, získají díky těmto kurzům novou kvalifikaci a obvykle i pracovní místo. Cílem projektu pak je, aby frekventanti kurzů přešli rovnou z jedné profese do druhé.

Účastníci kurzů proto budou přeškoleni na profese, po kterých je poptávka – například jeřábník, obsluha skladových vozíků, ale i pracovník v personalistice nebo fakturantka.

„Krizi jsou ohroženi i administrativní profese – mezi frekventanty kurzů jsou i bankovní úředníci či asistentky. Tyto lidi by samozřejmě bylo velice obtížné přeškolit na manuální profese,“ vysvětlil Ing. Petr Hozák, manažer projektu.

Projekt, který se týká 112 osob převážně znevýhodněných věkových kategorií, poběží přitom ve středočeském kraji následující dva roky. (tz)

# Stavební spoření je bezpečným spořicí i úvěrovým produktem

**K jakému investičnímu produktu se přiklonit? Kam vkládat peníze, které relativně přebývají? To jsou otázky, které si zodpovědný člověk pokládá dnes a denně. Vzhledem k turbulencím světové ekonomiky však ani odborníci nemají jednoznačnou odpověď. Jaká investice je jistá, jaká riskantní, ale lákavější? Komodity, akcie, státní dluhopisy? Mix všech možných produktů by byl asi tím pravým ořechovým, ale to už je zas jiná kapitola a pro užší segment investorů. Na trhu však přece jen existuje jeden známý produkt, vhodný pro každého, který lidem přinesl již mnoho užítku. Je jím stavební spoření. Po čase jsem o jeho výhodách hovořila s místopředsedou představenstva Českomoravské stavební spořitelny, a.s. Manfredem Kollerem:**

Nálady obyvatel v České republice jsou spíše pesimistické. Mnoho mladých lidí nemá práci, ani vlastní bydlení. Stavební spoření je nástroj, který dokáže výhledově hodně pomoci...

Nálada společnosti je skutečně složitější než třeba ještě před rokem. A nejde jen o dopady ekonomického vývoje. Důležitá je též finanční gramotnost a schopnost rozhodovat o své budoucnosti uvážlivě a se znalostí věci. V souvislosti se stavebním spořením proto zdůrazňuji, že velkou roli hraje bezpečnost tohoto produktu. Naše zkušenost je taková, že vědomí jistoty a bezpečnost naspořených peněz, což stavební spoření zaručuje, jsou velmi podstatné. Stavební spoření je skutečně o této jistotě, navíc k tomu přistupuje atraktivní zhodnocení úspor a možnost vzít si zajímavý úvěr, což oceňují právě mladí lidé. Vědí dopředu, jaké budou jejich splátky, za jakých podmínek, jaké bude jejich měsíční zatížení. Jednoznačně z toho plyne, že stavební spoření je produkt velice užitečný pro zajištění budoucnosti. Navíc jsou ze zákona vklady klientů stoprocentně pojištěny. A úvěr, jímž lze financovat i poměrně velké investice do bydlení, svojí výhodností překonává jiné finanční produkty. Mladí lidé, pokud chtějí získat jistotu dobře zhodnocených finančních prostředků, by o stavebním spoření neměli váhat. Neříkám to proto, že stavební spoření reprezentuji, ale proto, že o něm přece jen za ty roky, co se jím zabývám, něco vím.

**Pokud jde o mladší generaci, co byste nabídl z vašeho portfolia?**

Doplnil bych snad jen svoji předchozí odpověď. Stavební spoření je stále jedním z nejatraktivnějších produktů na tuzemském trhu. Nabízí výnos přes 5 %. Je to v porovnání s jinými možnostmi vskutku jedna z nejvýhodnějších finančních investic. Většina finančních expertů se shoduje, že výnosy běžných spořicího produktů nepůjdou nad 2 % ročně, budou spíše pod touto hranicí. Zejména u spořicího účtu, tam se to bude pohybovat kolem 1,5 %. Centrální banka drží nízké úrokové saz-

by, celkově bude úroková hladina hodně dole. Takže doporučení pro mladé. Začít co nejdříve, nechat si důkladně poradit, vyptat se na vše, co je napadne. A uzavřít smlouvu. Nikdy na stavebním spoření nebudou trahit.

**S jakou nabídkou jste vstoupili do závěru roku?**

Na prvním místě bych uvedl naši nabídku Smlouva zdarma. Kdo do konce roku 2011 uzavře smlouvu o stavebním spoření, dostane od Lišky prémie odpovídající stoprocentní slevě z úhrady za uzavření smlouvy, a to až 2000 Kč. A za pravidelné spoření, což znamená spořit v souladu s dohodnutými pravidly, to může být další prémie, až 1000 Kč.

Dále nabízíme Bonusový vklad od Lišky. Hodí se pro ty, kteří chtějí bezpečně zhodnotit své úspory a zároveň mít dříve přístup k naspořeným finančním prostředkům. Při vkladu od 50 tisíc do 99 tisíc korun mohou počítat s prémie ve výši 1 % z vložené částky, při vkladu 100 tisíc korun a více s prémie 1,1 %.

Výhodou je vedení účtu první dva roky zdarma. Další užitečnou nabídkou představuje náš finanční program Liška plus, který spojuje výhody stavebního spoření ČMSS s ČSOB penzijním připojištěním. S Liškou plus máte možnost získat oba státem podporované produkty, daňové úlevy a výhodně financovat bydlení. Ten, kdo zvolí tento program do konce letošního prosince, může získat na stavební spoření prémie až 2000 Kč.

Naši poradci jsou připraveni jednotlivé možnosti vysvětlit a doporučit klientovi to, co bude nejvhodnější. Podrobné informace jsou samozřejmě též na našich webových stránkách.

**Jak se daří vaší stavební spořitelně prosazovat myšlenku, že stavební spoření je jistotou na stáří?**

Nejen pro mladé lidi je stavební spoření dobrá věc. O jistotě na stáří v návaznosti na stavební spoření toho bylo již dost napsáno. Politické dis-



Manfred Koller, místopředseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny

kuze přitom dokumentují, že zabývat se otázkami potřeb ve stáří, důchodového věku, stárnutím populace je více než potřebné. Je to fenomén, který se nedá přehlížet a k němuž se váží úvahy na téma životní spoření. Předpokládám také, že druhý pilíř penzijní reformy se vláda rozhodne upravit, neboť je nastolena oprávněná otázka právě kolem jistoty vložených prostředků. Vzhledem k zadluženosti státu by bezpečnost vkladů obyvatel měla mít nejvyšší prioritu. K tomu musí existovat finanční instituce, které budou pracovat podle přísných pravidel hry, a nikoli tak, aby mohly manipulovat s financemi podle své libosti.

Tato debata je otevřená, také ekonomická situace ukáže, co je a není možné. Další vlna krize je tu, mnohé banky musely z velké části odepsat investice do řeckých dluhopisů a tento vývoj bude pokračovat. Konstruovat penzijní reformu je velice náročné, a zejména v době, v níž nyní žijeme.

Ale zpět ke stavebnímu spoření. S ním mohou lidé výhodně zhodnocovat své úspory. Zároveň si spořením tvoří nárok na stejně výhodný úvěr a jeho prostřednictvím získat vlastní domov nebo ten stávající vylepšit. Vlastní nemovitost je přitom pokládána za jeden z nejlepších způsobů zajištění na stáří. Již jsem se zmínil o našem Bonusovém vkladu od Lišky. Tento program se velmi hodí pro občany 50+. Jedná se o modifikaci standardního stavebního spoření na dva roky s hotovostním jednorázovým vkladem na začát-

ku spoření. Poté se klienti mohou rozhodnout, a buď si peníze vyberou a volně s nimi disponují, nebo ve spoření pokračují tak, jak jim to životní situace dovoluje. Tento produkt reaguje na četné podněty našich klientů starší generace, kterým právě takový produkt na trhu chyběl. Není divu, že je o tuto nabídku velký zájem.

**Čím dnes argumentují vaši finanční poradci, když se snaží zájemce přesvědčit o uzavření smlouvy o stavebním spoření právě u Lišky?**

První argument: garantované úrokové sazby, jak u spoření, tak u úvěru na bydlení. Kdo to dnes může nabídnout?

Druhý argument: máme tolik finančních poradců a tak širokou síť (kolem 2800 lidí, velkou část tvoří ženy), že mohou naši klienti všechny své zájem a potřeby řešit v pohodlí svého domova nebo kdekoliv jinde podle svých možností a přání. Tímto servisem šetří finanční poradci ČMSS klientům čas a to je dnes velmi podstatné.

Třetí argument: klient uzavírá smlouvu s jedničkou na trhu. Jsme největší a nejvyhledávanější stavební spořitelnou, máme historii, reference, úspěchy, s klienty jednáme férově, otevřeně.

**Co je pro čtyřčlennou rodinu výhodnější – aby měl každý člen své stavební spoření s nižší cílovou částkou, nebo aby jeden z nich uzavřel za všechny čtyři jednu smlouvu s vyšší cílovou částkou? Všichni dohromady například chtějí po několika letech postavit dům se dvěma bytovými jednotkami, uvažují přitom o úvěru ze stavebního spoření.**

Určitě je výhodnější, když uzavře smlouvu každý sám, za nezletilé děti tak mohou učinit jejich rodiče. Všichni totiž mohou získat státní podporu. Pokud by měla rodina jen jednu smlouvu, byť na vyšší cílovou částku, pak by získala logicky podporu jen jednu místo několika. Každému klientovi přitom může státní podpora každoročně zvýšit zůstatek na účtu stavebního spoření až o 2000 Kč.

Když se nyní rozhodnou pro stavební spoření, tak mají navíc všichni uzavření smlouvy zdarma, a pakliže splní podmínky, dostanou státní podporu i za letošní rok. Mají-li v úmyslu vzít si později úvěr třeba na stavbu rodinného domku, mohou k tomuto účelu své smlouvy sloučit a čerpat úvěr s dobrými podmínkami.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

## Na téma vleky, lanovky a podnikání na horách...

**Podnikání, které se vztahuje více na roční období než jiný druh činnosti, je svým způsobem rizikové. Provozovatelé a majitelé lanovek a vleků a další podnikatelé na horách prosí zimu o sníh a mráz, léto zase o vlidné slunce a přiměřené horko, to aby turisté měli vždy tu správnou motivaci a náladu vyrazit do hor. Ať už na lyže, nebo pěšky za krásami krajiny. Nabízet prvotřídní a lákavé služby, usilovat o podnikatelské prostředí, které bude takovým aktivitám přát, to je úkolem Asociace lanové dopravy. Jejím předsedovi Jakubu Juračkovi jsem na začátku zimní sezony položila následující otázky:**

**Vleky a lanovky – kolik jich v ČR vlastně je?**

V České republice je v provozu 85 lanovek a 1302 vleků. Postupně jich přibývá, staví se nové, některé se rekonstruují či přemísťují. Mají svůj nezastupitelný význam, zaručují nezbytný komfort pro turisty, nabízejí nové možnosti, které by bez jejich využití návštěvníci hor neměli. Dnes patří takové doporučení, aby každé lyžařské středisko z těch větších a středních mělo jednu lanovku, a to ideálně tak, aby sloužila v zimě k lyžování a v létě k dopravě na významnější turistický cíl... Lanovky také již dávno nepatří jen k zimním sportům, ale podporují letní návštěvnické aktivity, a to dosti



Jakub Juračka, předseda Asociace lanové dopravy

významně. Filozofie jejich výstavby je také o udržitelnosti podnikání provozovatelů, o podpoře zájmu lidí české hory a kopce navštěvovat. Dnes je i turistika o větší pohodlí, pohodlnosti, komfortu. Nejde jen o to, že se lidé chtějí podívat tam a tam a něco poznat, ale rovněž o to, že si zvyklí na podstatně konzumnější způsob života a vyžadují služby, o nichž naši rodiče a prarodiče ani nesnili. Turistika není jen o sportu, ale o využívání mnoha doplňkových služeb od stravování přes zábavu a nákupování... Měřítka se prostě mění a to pochopili i provozovatelé lanovek a vleků. O tom je jejich podnikání jako svébytná kategorie.

**Zájem o využívání tedy stoupá, ale...**

Určitě ano, jak jsem už naznačil, souvisí to s celkovou životní úrovní, s nároky na služby, s využíváním volného času. Na 3,5 milionu lidí v ČR lyžuje, jak hovoří statistiky, pokud se vydaří zima, lanovky i vleky nebudou takřka stačit. Loňské zimní období bylo ve znamení propadu tržeb o 15–20 % v porovnání s rokem 2009, přestože návštěvnost počtem přepravených osob zůstala stejná. Jaká bude ta letošní zima, těžko odhadovat, zatím ani začátek prosince není příliš studený, nechme se překvapit... Zatím jsme optimističtí, věřím, že se počasí umoudří.

Nicméně není to jen o počasí. Vývoj domácí ekonomiky nenahrává velkému utrácení obyvatelstva. Lyžování, turistika, víkendy na horách, to jsou věci zbytné a lidé se bez toho dokážou obejít. Zdá se, že rodiny budou šetřit i na výdajích za zimní radovánky.

Přistupuje k tomu ještě jeden podstatný rys současné doby – na našich horách je obecně nejširší skupinou návštěvníků střední vrstva našich obyvatel. Střední ekonomická vrstva je ale v ČR reprezentována zejména státními zaměstnanci, kteří na tom byli doposud platově velmi dobře. Nyní je tendence mzdy nezvyšovat, spíše naopak, také

propouštět, takže počet těch, kteří našich služeb hojně využívali, může značně kolísat.

A ještě jedna podstatná věc – diskutované DPH. Přestože ceny vleků a lanovek zůstanou stejné, zdraží se vše ostatní, potraviny, ubytování... Cestovní ruch se bude podle všech ukazatelů, opět potýkat s potížemi. Stát počítá špatně – nemotivuje podnikatele, ale ani zákazníka, svými opatřeními naopak podnikání brzdí.

Když k tomu připočteme i přehnanou medializaci některých problémů a jejich neřešení, přilévání pesimismu k celkovým náladám namísto myšlenek vztahujících se k dělnosti a povzbuzení – těžko pak říci, kde hledat podnikatelský optimismus.

**Ten by měla patrně hledat vaše asociace – kdy vznikla a proč?**

Což o to, máme jasný směr činnosti, který by měl vyústit v lepší a žádanější služby, v dobrou a úspěšnou reprezentaci cestovního ruchu, zastupující lanovou dopravu v naší zemi. Určitě mi dáte za pravdu, že takové přírodní krásy, které naše „kopce a kopečky“ skýtají, si zaslouží nejen trochu nefalšovaného vlasteneckví a obdivu, ale také náležitou péči. Měřeno pohledem provozovatelů lanovek a vleků jde nám nyní o určitou standardizaci služeb, jejich pozvednutí a postupné rozšiřování.

pokračování na str. 7 ►

# Opatření k potírání daňových podvodů při obchodování s pohonnými hmotami

V poslední době se v médiích objevila celá řada informací o daňových únicích při obchodování s pohonnými hmotami a krocích státní správy jak jim čelit. Posledním takovým případem je akce Daňové a Celní správy, které společně v rámci kontrolně exekuční akce v oblasti přepravy pohonných hmot zajistily pohonné hmoty v celkové výši 1,8 milionu Kč a finanční prostředky ve výši 9 milionů Kč na úhradu daňových nedoplatků. Obdobná šetření budou dle vyjádření Daňové správy pokračovat. O názor k problematice daňových podvodů jsme požádali ing. Ivana Ottise, předsedu představenstva České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (ČAPPO).

**Můžete vysvětlit, o jaké typy podvodů jde a jaké mají dopady?**

Začal bych tím, že daňové podvody nejsou jen specifickou obchodování s pohonnými hmotami. Asi podobné případy bychom našli v celé řadě jiných odvětví. Vzpomeňme jen namátkou na podvody s lihem, alkoholem a cigaretami, a v neposlední řadě při manipulacích s daní z přidané hodnoty. Podvody při obchodování s pohonnými hmotami nepoctivce lákají z důvodu úplné liberalizace trhu, vysokými cenami a daněmi produktů, vzájemnou zaměnitelností při spotřebě (jeden a tentýž výrobek lze použít jako palivo a nebo pohonnou hmotu), silného konkurenčního prostředí (na území ČR podniká více jak 6000 čerpacích stanic a na 950 obchodníků s pohonnými hmotami) a chybějící leader trhu. Navíc existuje ve společnosti silná kriminalita a bezohlednost.

Dopady daňových podvodů bych rozdělil na dopady na poctivě podnikající společnosti, na stát a na občany a společnost. Nekladu si nárok, že vyjmenuji všechny. Tyto se mi však zdají nejdůležitější. Tak nejprve na poctivě podnikající společnosti. Projevem je především narušování tržního prostředí vytvářením šedé ekonomiky, poškozování dobrého jména poctivých firem a vytvářením nekalé konkurence, růst platebního rizika a pokles marží jak ve velkoobchodě tak maloobchodě. Na stát mají podvody především dopad ve snížení výběru daní a po-

třeby posilovat kontrolní a represní orgány. Občané (motoristé) a firmy, pokud tankují nápadně levná motorová paliva (obvykle „pančované směsi“, kdy prodávané palivo neodpovídá svými jakostními znaky technickým normám) oproti standardním cenám, se vystavují nebezpečí vážného poškození automobilu. Společnost pak jako celek trpí zvýšenými emisemi skleníkových plynů a škodlivých látek ze spalování těchto směsí v autech.

K typům podvodů: Velmi nerad bych dával jakýkoliv návod. Tedy jen obecně. Jedná se o „mixování paliv“, zneužívání paliv nezdaněných spotřební daní v motorových palivech, zneužívání statutu oprávněného příjemce a obchodování mezi firmami v rámci daňového skladu a následně nezaplacení DPH při vyskladnění. Přece jenom upozorním na konkrétní případ, kdy motorová nafta je smísená s mazacími oleji a prodává se jako standardní nafta. Při použití se motorista vystavuje nebezpečí poškození motoru.

**Jak stát a vy jako asociace a její členové bojujete s podvodů?**

V úvodu jste zmínil kontrolně exekuční akci s názvem TRIANGL, kterou připravila Daňová a Celní správa. Podle sdělení těchto úřadů budou akce tohoto typu pokračovat. My to vnímáme a podporujeme. To je pozitivním výsledkem intenzivní a razantní spolupráce s Celní a Daňovou správou



Ing. Ivan Ottis, předseda představenstva České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu

a Policií. V rámci Ministerstva financí ČR a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR byla před několika lety ustavena Mezirezortní skupina pro obchodování s pohonnými hmotami (MS). Jejimi členy je i ČAPPO a některé naše členské firmy a SČS. Skupina se schází a analyzuje situaci a připravuje návrhy legislativních opatření. Její činnost vidíme pro očistění trhu jako velmi prospěšnou.

Naše pozice vychází z toho, že členy ČAPPO jsou poctivě a eticky podnikající firmy, které plní všechny legislativní normy a přispívají svým odborným potenciálem k čištění trhu. V tomto smyslu pracuje naše skupina pro finance a daně a pro rozvoj petrolejářského průmyslu. Naše náměty uplatňujeme nejenom ve zmíněné MS, ale i našimi legislativními aktivitami při připomínkování nových daňových zákonů, přímou spoluprací s odborem nepřímých daní MF a odborem spotřebních daní GŘ cel. Těto spolupráce a činnosti si velmi vážíme, oceňujeme ji a podporujeme a podporovat budeme. Další aktivitou je i naše účast na veřejných odborných a osvětových akcích.

**Některá opatření v boji proti daňovým únikům se již podařilo realizovat...**

Zmíním jen ty nejdůležitější. V rámci zákona o pohonných hmotách byla zavedena povinná registrace obchodování s pohonnými hmotami. Všechny podnikatelské subjekty, které chtějí v tomto oboru podnikat, se musí zaregistrovat u příslušného odboru GŘ cel. Dnes je jich už registrováno zhruba 950. Přínos spatřujeme v tom, že vůbec takový registr existuje a je volně přístupný. Je alespoň o podnikatelských subjektech přehled. Druhým opatřením je zavedení povinnosti vedení denní evidence o prodaných a vydaných pohonných hmotách a zpřístupnění součtových měřidel na stojanech čerpacích stanic kontrole příslušným státním orgánem. Kontrolní orgán bude mít možnost na základě objemové bilance zjistit, zda se na čerpacích stanicích neprodávají pohonné hmoty nejasného nebo „černého“ původu.

V rámci zákona o DPH byla vyřešena odpovědnost za daňovou povinnost (nezaplacenou daň) v řadě, zavedena záznamní povinnost a zvýšení účinnosti daňových kontrol.

**Co dalšího se chystá?**

Navrhovaná opatření jsou výsledkem spolupráce příslušných státních orgánů a poctivě podnikatelské sféry. V rámci zákona o DPH je to především zavedení režimu přenesení daňové povinnosti z poskytovatele zboží na příjemce tzv. „reverse charge“ pro daň z přidané hodnoty z prodeje pohonných hmot. Toto opatření již funguje např. pro obchod se zlatem, emisními povolenkami atd. Máme zájem, i když víme o nutnosti prosadit „reverse charge“ v rámci EU, o zavedení co nejdříve.

**pokračování na str. 10 ►**

## Jak zvýšit výkonnost vaší firmy

**O 20 až 40 procent je možné zvýšit produktivitu IT oddělení malého podniku a zdroje uspořené díky řízení IT služeb zpětně investovat do vývoje nových služeb a produktů. Že jde o ničem nepodložené propagační tvrzení dodavatelů IT produktů a služeb? Kdepak, k tomuto závěru dospěl průzkum, který se uskutečnil v šesti evropských zemích v rámci projektu INNOTRAIN IT.**

Elektronického průzkumu se zúčastnilo přes 200 firem různých velikostí a předmětů podnikání, a to z Rakouska, ČR, Německa, Maďarska, Polska a Slovenska. Ukázalo se při něm, že sice téměř 40 procent zkoumaných firem zná rámec a metody řízení IT služeb, ale pouze desetina z nich je skutečně aplikuje. Proto v průběhu projektu INNOTRAIN IT vytvořilo 11 partnerů ze šesti zemí zjednodušené metody řízení IT služeb a vyvinulo vzdělávací koncept a související online školicí platformu, které reagují na skutečné potřeby střeoevropských malých a středních podniků.

**Bezplatná školení**

V listopadu pak začala v Třebíči série školení, která bude pokračovat ještě v příštím roce, celkem by mělo proběhnout v ČR kolem dvaceti kurzů. Bezplatná školení jsou určena zejména pro majitele či manažery malých a středních firem, kteří si ze

školení odnesou kvalifikaci pro zvýšení inovačního potenciálu své společnosti a zjištění, jak zásadně snížit náklady, uvolnit důležité zdroje a zvýšit jejich ziskovost.

Zájemci si mohou vybrat z nabízených termínů na stránkách projektu <http://portal.innotrain-it.eu>. Zde se dozvědí bližší informace o obou výukových modulech. První se skládá z představení zjednodušené metody řízení IT služeb, demonstrace případových studií, procvičování modelování případových řešení. Jeho součástí je i srovnávací diskuze o zkušenostech s vlastním řešením.

Druhý modul je zaměřen na základní principy změnového managementu a zahrnuje skupinovou sezení nad identifikací překážek a motivačních faktorů systémových změn či návržení konkrétního projektu a změnového plánu.

Kromě prezenčního školení, které je rozloženo zpravidla do dvou dnů, nabízí portál také platformu pro online školení. Je na něm množství doplňkových materiálů, případových studií, jsou zde ozvučené prezentace, takže účastníci kurzů se mohou k probírané látce kdykoli vrátit a upevnit získané znalosti.

**Ojedinelá nabídka**

Malé a střední podniky si často neuvědomují, jak mohou informační technologie přispět k jejich

podnikání a zabývají se pouze základními IT funkcemi, jako je údržba tiskáren a serverů. Tento přístup vede k plýtvání jak finančními, tak lidskými zdroji a omezuje kapacitu společností, které pak nejsou schopny investovat prostředky do inovačních procesů a výrobků.

Proč tedy nevyužít nabídku projektu INNOTRAIN IT a nepoučit se, jak získat nejlepší mož-

né výsledky v podnikání za podpory nákladově efektivních, měřitelných a spolehlivých informačních technologií? Jde o ojedinělou příležitost, jak se zdarma a jednoduše naučit nově vytvořenou metodu řízení IT služeb, aniž by bylo nutné navštěvovat drahá a složitá školení k metodám jako je ITIL nebo COBIT, které jsou navíc pro malé a střední firmy příliš složité. **Jaroslav Winter**



**Jste malá nebo střední firma? Ušetřili byste rádi zdroje? Stali byste se rádi konkurenceschopnějšími?**

Pokud ano, pak navštivte naše **BEZPLATNÁ ŠKOLENÍ** a zjistíte jak optimalizovat Vaše IT!

K dispozici jsou následující prezenční a online moduly školení:

**Modul 1: Řízení IT služeb – Potenciál pro Vaši firmu:** Řízení IT služeb v MSP; Zjednodušení a zefektivnění IT; Modelování a optimalizace podnikových procesů; Osvědčené postupy

**Modul 2: Implementace Řízení IT služeb a inovací:** Implementace Řízení IT služeb; Úspěšné zvládnutí řízení změn; Modelování řízení změn; Osvědčené postupy

**eLearning: Řízení IT služeb – Oblasti využití podrobně**

Termíny **BEZPLATNÝCH** školení Modul 1&2 najdete na [www.innotrain-it.eu](http://www.innotrain-it.eu), zde se také můžete na školení zaregistrovat, prohlédnout si eLerningový kurs nebo další zajímavé materiály.

Více informací získáte:  
Regionální koordinátor  
Iva Walterová M.A.  
[walterova@epma.cz](mailto:walterova@epma.cz)  
734 523 459



Regionální partner



## DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

více informací na [www.iprosperita.cz](http://www.iprosperita.cz)

### Elektronizace veřejné správy

Necelá sedmina zástupců vedení firem vyjádřila spokojenost se stavem elektronizace veřejné správy v Česku. Naopak nespokojena či velmi nespokojena je dohromady téměř polovina, tj. 47 procent respondentů. Podle více než poloviny manažerů, konkrétně 54 procent, případně zastavení projektů elektronizace veřejné správy negativně ovlivní další vývoj tuzemské ekonomiky. To jsou některá zjištění z průzkumu ICT Unie. **(tz)**

### Praha v první desítce

Podle nového výzkumného programu divize Economist Intelligence Unit (EIU – informační divize časopisu The Economist) s názvem Globe Shopper City Index – Europe sponzorovaného společností Global Blue, odborníky v oblasti mezinárodního nakupování a utrácení, je Praha jedním z deseti nejnavštěvovanějších evropských měst z hlediska nákupní turistiky a utrácení. Praha výrazně předčila ostatní města v kategorii zaměřené na praktičnost. **(tz)**

### Čenově dostupné projekory

Přední světový dodavatel videoprojektorů, společnost Epson, reagoval na požadavky firem a vzdělávacího sektoru a uvedl na trh cenově dostupné a kompaktní projekory EB-1880, EB-1860 a EB-1840W, které rychle a snadno zajistí vysoce kvalitní prezentace a nabízí řadu dalších užitečných funkcí. Projekory vybavené technologií Epson 3LCD mají živé barvy a vysoce kvalitní obraz. **(tz)**

### Obchodníci bojují slevami

Blíží se vánoční svátky a obchodníci se snaží získat co nejvíce zákazníků, které lákají na slevové akce prostřednictvím letákových kampaní. Na vánoce se nejvíce těší děti, a proto je velká část předvánočních nabídek zaměřena právě na ně. Obchodníci nabízejí slevy ve výši 4 až 75 procent na hračky pro děti všech věkových kategorií. Nejčastěji lze narazit na panenky a vybavení, kde se průměrná sleva pohybuje okolo 17 procent. **(tz)**

# Taková malá družstevní rekapitulace...

**Jan Wiesner se zapsal nejen do historie výrobní družstevnictví, ale do řady aktivit, které jsou spjaty s kultivací podnikatelského prostředí u nás. Na našich stránkách vystupoval často a vždy měl co sdělit. V letošním roce předal žezlo předsedy Svazu českých a moravských výrobních družstev svému nástupci a ve vztahu k tomuto svazu zůstal jako jeho čestný předseda. Mnoho dalších funkcí ale zastává dále. Přesto či právě proto jsem mu položila několik otázek:**

**Léta jste stál v čele Svazu českých a moravských výrobních družstev. Pro výrobní družstevnictví jste pracoval vlastně celý život a rád. Jak vidíte ten kus cesty?**

Odpověď je poměrně složitá. Bylo to období, v němž jsem se snažil udělat pro rozvoj českého, potažmo i mezinárodního družstevnictví něco užitečného, co napomůže společným cílům, dá mu nový směr, novou vizi. Stál jsem v čele týmu, s nímž jsme po Sametové revoluci promýšleli nová a smysluplná pravidla hry, která by souvisela s tím, o čem usilují i další svazy, asociace, sdružení – kultivace podnikatelského prostředí. Navázali jsme na principy družstevnictví a vzájemně je sladili s požadavky na moderní přístup k podnikání.

Ty kořeny družstevního podnikání a jeho klady jsem v sobě nesl od dětství. Když nám doma zabrali po válce majetek, ujal se mojí matky Družstevní kombinát Dražice. Maminka byla vzdělaná žena, vystudovala obchodní akademii, uměla například pět cizích jazyků. Uplatnit to však v té době nemohla... Tím však, že mohla nastoupit v dražickém družstvu, se mi tehdy otevřel nový svět poznání. Dražice bylo jedno z ukázkových družstev, jeho strategie cítila družstevní principy a myšlenky. Rozsah podnikání byl široký – od včelařiny až po lyžařská vázání. Družstvo bylo propojeno s kampeličkou, zaměstnanci tam měli otevřené účty. Družstvo se neuvěřitelně krásně staralo o své členy i zaměstnance a jejich rodiny. Vybudovalo tělovýchovný areál, chodili jsme cvičit „do sokola“, hrát kuželky, měli jsme k dispozici koupaliště. Tedy i my, děti zaměstnanců. Družstvo organizovalo výlety rodin za poznáním, do přírody. Vše bylo o vzájemné pomoci, solidaritě, péči o volný čas, o výchově k hodnotám. Zde jsem se naučil určité věci chápat, sžil se s nimi.

Po maturitě jsem se přestěhoval do Prahy a vstoupil také do jednoho družstva. Cítil jsem, že sem patřím, družstevní myšlenky se mi zdály velmi přívětivé, nosné. Obsahovaly v sobě vztah k poctivé práci, vztah k člověku, vztah k majetku, vztah k životu.

No a v družstevnictví jsem přes 40 let, v různých funkcích, nyní tedy v roli čestného předsedy SČMVD.

**Významně jste se etabloval na půdě mezinárodních družstevních aktivit. Čím je dnes družstevní strategie v globálním pojetí atraktivní? Co nabízí družstevní forma podnikání firmám, podnikatelům? Podporuje i začínající subjekty?**

Atraktivní je družstevnictví zcela určitě i dnes přesto, že se svět tolik mění. Myšlenky družstevnictví jsou opravdu velice nadčasové, řekl bych, že v něčem až geniální, i když mnohými dodnes nepochopené. Ekonomů, politiků, ať už za minulého režimu, i dnes. Světem hýbe nový pojem – udržitelný rozvoj. O čem je „staré“ družstevnictví? Kromě jiného i o tom.

Družstevnictví má svá specifika a nutno říci, že je pouze pro určitou kategorii lidí, kteří mají smysl pro kolektivní součinnost, pro ty, kdož nejsou individualisté. Družstevní podnikání je o spolupráci, ne každý se v tom najde. V mezinárodním rozměru to platí dvojnásob.

Svaz se stal členem všech mezinárodních družstevních orgánů, zejména ale participuje na komunikaci s evropským mezinárodním družstevním hnutím. Podílí se na formulování dalších koncepcí, na tvorbě zákonů, sledují se a prosazují nové for-



Jan Wiesner, čestný místopředseda Svazu českých a moravských výrobních družstev

my práce, předávají se zkušenosti mezi Evropou, Asií a USA. Na této bázi i družstevnictví hledá cestu, jak překonat krizi.

Na novou generaci družstevníků nezapomínáme, ba naopak. Družstevnictví se přednáší na VŠE, na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích, na vysoké škole v Ústí nad Labem. Na téma družstevnictví se píší diplomové práce.

Rádi zodpovíme zájemcům o založení družstva jakoukoli otázku, pomůžeme se založením. Prostor pro nová družstva vidíme v oblasti sociální péče, čili péče o důchodce, tělesně postižené, malé děti, nemocné apod. V zahraničí dobře fungují například lékárenská družstva, lesnická družstva, družstva se zakládají i v rámci zdravotnictví. Našlo by se určitě mnoho příležitostí, jak se uplatnit.

Družstevnictví je velmi silným prvkem v ekonomice italské, francouzské, švédské, norské, švýcarské. Je nespočet příkladů, jak může dobře fungovat.

**Atraktivní je družstevnictví zcela určitě i dnes přesto, že se svět tolik mění. Myšlenky družstevnictví jsou opravdu velice nadčasové, řekl bych, že v něčem až geniální, i když mnohými dodnes nepochopené. Ekonomů, politiků, ať už za minulého režimu, i dnes. Světem hýbe nový pojem – udržitelný rozvoj. O čem je „staré“ družstevnictví? Kromě jiného i o tom.**

**Výrobní družstva jsou označována jako malá a střední podnikání, a to je platforma, kterou jste vždy obhajoval.**

Po roce 1989 jsem byl předsedou v Druťevě a ve svazu jsem dělal zároveň místopředsedou. Poté, co jsem byl zvolen předsedou Svazu českých a moravských výrobních družstev, jsem přemýšlel, jak a co udělat, aby svaz fungoval jako celistvý centrální orgán, který by se v pozitivním slova smyslu pletl do podnikání v celorepublikovém měřítku. Jak působit na vládu, ministerstva, mezi podnikateli jednak směrem k vytváření i posléze kultivaci podnikatelského prostředí. Stát tehdy málem obhájil názor, že družstevnictví je přežitek a byl jen krůček k tomu, aby přestala existovat. S odborníky na družstevnictví jsme pomáhali vysvětlovat, že družstevní forma podnikání má právo na život stejně jako jiné formy. Nakonec jsme uspěli.

Řada věcí se svazu nepovedla, řada ale ano. Rozumným řešením se ukázala snaha vybudovat dobrou, sebranou servisní organizaci pro komunikaci s vládou, tripartitou a dalšími institucemi a zejména na především s jednotlivými našimi členy, družstvy. Formulovali jsme určitá pravidla hry pro malé a střední podnikání, snažili jsme se najít model, aby se stal svaz oporou družstevům, pokrýval jejich aktuální potřeby, školil jejich představitele o nových skutečnostech, zákonech, předpisech, které jejich činnost bezprostředně ovlivňují. Vyvinuli jsme systém poradenských služeb, za který se rozhodně ne-

musíme stydět. Stali jsme se konzultanty na daně, právo, účetnictví, bezpečnost práce, možnosti čerpání evropských peněz. Šlo a jde o to, aby družstva cítila, že mají zastání, že je zde půda, na které vždy najdou zastání a pomoc.

**A tak se tedy zrodila řada aktivit uvnitř svazu?**

Přesně tak. Například jsme zřídili úvěrové služby. Družstva složila peníze na společný účet, ze kterého se poskytují dodnes úvěry družstvům podle velmi přísných pravidel, ale lepších podmínek než v bance. Financují se rozvojové programy, nákup nových technologií apod.

Jak jsem již řekl, spolupracujeme s družstvy při jejich snaze získat prostředky ze strukturálních fondů, pomáháme se zpracováním žádostí. Tým svazu se skládá z odborníků na vysoké úrovni.

Významným je ve svazu samostatný odbor pro družstva zaměstnávající invalidní spoluobčany. Poskytuje speciální servis právě pro tyto subjekty, které jsou ostatně v republice příkladem toho, jak dát seberealizaci zdravotně postiženým. Svaz je významným partnerem při tvorbě zákonů, které se týkají zaměstnávání zdravotně postižených, chráněných dílen atd. Jednáme s Parlamentem, Senátem, ministerstvy.

**Pojmy udržitelnost, etika, vzájemnost, ty jsou pro současnost a družstevnictví klíčové, ba nadčasové, vždy patřily k nosným prvkům...**

Základy ve vnímání etiky jsem získal právě ve výrobním družstvu Dražice. Aniž byly etické kodexy, eticky se tam podnikalo, eticky se jednalo se zaměstnanci, eticky se družstvo chovalo jako celek, který patří do určitého regionu. Členská základna řešila věci kolektivně, bylo to o sebekázni, sebekontrolě, tedy o etice. Etika, to byla především vzájemná úcta k práci a kolektivním výsledkům. Lidé k sobě měli blízko, neuzavírali se před světem, byla to jiná doba, snad trochu pravdivější. Byla víc o člověku než dnes. Ti dobří zůstali, ti, kteří se nechovali dobře, šli z kola ven. Tak se nepsaně formulovaly principy etiky.

**Vy osobně jste se svým týmem ve SČMVD vybudoval základnu, o kterou se mohou opřít. Co vás na tom nejvíce těšilo a v roli čestného předsedy svazu stále těší?**

Snad mne nejvíce potěšilo to, že se nepodařilo rozbít systém družstevnictví, i když tlaky byly značné, a že po vzoru vyspělých zemí u nás výrobní družstevnictví prosperuje dál. Mám radost, že se náš svaz věnil do všech hlavních podnikatelských iniciativ, ať již v Hospodářské komoře ČR, ve Svazu průmyslu a dopravy ČR, že se podílí na činnosti Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a řadě dalších. Že jsme chápáni jako uznávaný partner, který umí přispět názorem k řešení palčivých otázek ekonomiky. Že byl také zachován společný svazový majetek, že se nic nerozkradlo, neztratilo a že vše slouží k podpoře činnosti členských družstev. To je velká deviza.

**Na čem by měla výrobní družstva dnes stavět, aby dosáhla dobré pozice na trhu?**

Je to shodné s jinými subjekty – inovace, export, zvyšování kvalifikace uvnitř výrobních družstev. Více myslet na to, jak obstát v konkurenci. Družstevnictví by se nemělo bát nových myšlenek, zdravě riskovat. Větší družstva by měla agresivněji expandovat, domácí trh jim brzy přestane stačit. Hledat nová odbytiště je sice drahé, ale zúročí se. Nový směr odbytu, zákazek – není to jen o slovech, ale i o prohrách, na základě kterých se přetváří postoje. Globalizace přináší velké změny, výroba se specializuje. I družstva se musí specializovat, vyhledávat nové obory, zapojit se opětovně do budování učňovského školství. Byly doby, kdy mělo výrobní družstevnictví 6000 učňů ročně, učila se tradiční řemesla... Družstva také musí stavět na tom, co dokáží, na jedinečném know how, po kterém je například v Asii stále velká poptávka.

**Cítil jsem, že sem patřím, družstevní myšlenky se mi zdály velmi přívětivé, nosné. Obsahovaly v sobě vztah k poctivé práci, vztah k člověku, vztah k majetku, vztah k životu.**

**Pokud vím, i nadále povedete Konfederaci zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, Sdružení korektní podnikání, činný zůstanete v dalších profesních uskupeních, jako je například Hospodářské komoře ČR. O prosazení jakých myšlenek budete usilovat? Jinými slovy – obhajujete kultivaci podnikatelského prostředí, snažíte se, aby se u nás lépe podnikalo. Není to někdy boj s větrnými mlýny?**

Je i není. Všechny tyto organizace mají jeden společný cíl – aby se u nás skutečně lépe podnikalo. Zaklínadlo dnešních dnů: aby byly firmy, tedy i družstva, konkurenceschopné, uměly si získat odbytiště, dokázaly dát lidem práci. Podnikatelé nepotřebují tolik od státu, snad jen to, aby si stát byl vědom, co je posláním podnikání a vůči zaměstnavatelským organizacím a sociálním partnerům se choval korektně, zodpovědně a uměl jim naslouchat. Sice to vše funguje, ale má to i dosti nedostatků.

Nyní se zabýváme energetickou koncepcí, nekonečnými daňovými záležitostmi – někdy právě při těchto debatách máme pocit, že zaměstnavatelé nejsou bráni tak vážně, jak by si zasloužili.

Nebudeme stávkovat, ale pracovat. I přesto, že zejména v poslední době se na připomínky podnikatelské sféry nebere takový zřetel, jak by si zasloužily. Vznikají tak opravdu špatné zákony, vážne koordinace při jejich přípravě. Přibývá administrativy a to nejen podnikatelům otravuje život. Ať už jde o daňové zákony, koncepci školství, energetickou a surovinovou koncepci státu, měla by být určitá pravidla, která budou všechny strany respektovat. Pak se konstruktivněji dohodnou. A třeba neztratit ani tolik času. Podnikatelé musí mít totiž v řadě otázek jasno – měli by obrysové vědět, co je čeká, vždyť oni také nedělají ze dne na den. Ceny, vstupy, výstupy... Úloha státu je strategická.

**Firmy jsou nervózní, prognózy vývoje ekonomiky se liší, optimismus padá. Co s tím?**

Optimisté musíme být. Zakládáme našim dětem budoucnost, a to s sebou nese odpovědnost každého z nás. Měli bychom se postarat o to, aby naše děti měly kde a jak pracovat, aby měly podmínky k důstojnému životu, aby mohly rozvíjet své schopnosti. Aby mladí neutíkali do ciziny, aby se zde normálně a dobře žilo. Předpoklady k tomu ještě stále jsou: naši lidé bývali přemýšliví, pracovití, uměli si vždy najít cestu, jak dál, mysleli na další generace. O to bychom neměli přijít. Optimismus a snaha musí být základem.

S manželkou máme pět dětí, mám sedm vnoučat a mým přáním je, aby zůstali v České republice, aby si našli ke své vlasti vztah. Aby se uměli radovat ze života.

**pokračování na str. 11 ▶**



Jan Wiesner při jedné z aktivit – předávání ceny na půdě Španělského sálu Pražského hradu v soutěži Národní ceny kvality České republiky, v jedné z kategorií bodovala agentura CzechInvest...

# Evropa – spotřeba elektřiny poroste

Podle aktuální studie celosvětové sítě poradenských společností KPMG Power Sector Development in Europe – Lender's Perspectives 2011 bude evropská energetika během příštích 15 let potřebovat investice v odhadované výši bilion eur. Významnou roli při financování energetických projektů budou hrát banky – očekává se, že bankovní úvěry pokryjí až 60 procent veškerého potřebného kapitálu.

„Většina představitelů dotázaných bank předpokládá, že v následujícím roce jejich energetická portfolia stabilně porostou. Šanci na financování budou mít zejména vhodně strukturované projekty,“ domnívá se Otakar Hora, Partner, KPMG Česká republika.

Evropská odvětví energetiky a energetické výroby a distribuce budou během následujících 15 let potřebovat významný objem finančních prostředků k realizaci plánovaného rozsáhlého investičního programu dekarbonizace výrobního portfolia, nahrazení stárnoucí infrastruktury a investic do výroby obnovitelné energie, ale i do přenosových a distribučních sítí.

## Střední a východní Evropa: spotřeba elektřiny vzroste více než o třetinu

Většina bank vidí investice do energetického sektoru optimisticky také vzhledem k tomu, že většina prognóz energetice před-

povídá růst. V posledních pěti letech totiž aktivity zaměřené na financování evropské energetiky vykazovaly stabilní a pozitivní tendenci co do počtu i hodnoty transakcí.

V regionu střední a východní Evropy se v příštích 15 letech očekává nárůst spotřeby elektřiny o 36 procent, což znamená zvýšení o více než dvě procenta ročně. V západoevropských státech poroste spotřeba elektřiny v uvedeném období o něco pomaleji – celkový nárůst se bude pohybovat kolem 21 procent, roční pak bude přes jedno procento. Dle odhadů bude v Evropě v tomto období potřeba investovat zhruba bilion eur, zčásti do modernizace zastaralých elektráren – vzhledem k očekávanému vyššímu růstu poptávky bude nutné nahradit letitou infrastrukturu. Dalších 24 procent z této částky se vynaloží na rozvoj větrných elektráren a dalších 18 procent na solární energii.

„Hospodářská recese měla na sektor energetiky jenom krátkodobý dopad. V současnosti je oživení evropské ekonomiky podpořené zlepšujícím se investičním klimatem a rostoucí důvěrou spotřebitelů. Doprovází ho také rostoucí poptávka po energii,“ uvedl Otakar Hora.

Zejména díky zavedení nejruznějších podpůrných programů Evropské unie a investičních pobídek v několika evropských zemích se v posledních letech pozornost investorů obrá-

## Odhad objemu investic potřebných v evropském energetickém sektoru v letech 2011–2025

Typ technologie	Nejnižší odhad investic (miliardy eur)	Nejvyšší odhad investic (miliardy eur)
Jaderné elektrárny	-	16,10
Uhelné elektrárny	201,04	235,34
Plynové elektrárny	97,78	142,68
Naftové elektrárny	1,74	1,74
Větrné elektrárny	149,58	237,62
Solární elektrárny	121,20	180,05
Vodní elektrárny	88,57	116,24
Jiné obnovitelné zdroje	73,56	87,84
Celkem	733,46	1 017,61

tila k obnovitelné energii. Základ výrobního mixu však budou i nadále tvořit tradiční technologie užívané v jaderných, uhelných a plynových elektrárnách. Jsou totiž spolehlivé, mají nižší výrobní náklady a umožňují flexibilní a zároveň stabilní výrobu energie.

## Jak získat důvěru banky?

V popředí zájmu nejen developerů energetických projektů, ale také finančních institucí, jež mají projekty úvěrovat, jsou dlouhodobé smlouvy a jistota stabilního odbytu elektrické energie. Takovéto smlouvy totiž významně snižují rizikovitost, což zvyšuje důvěru banky.

Pro úspěšné získání bankovního úvěru má zásadní význam také stabilní regulatorní prostředí daného státu, jež je pro banky jedním z klíčových kritérií. V loňském roce se totiž v některých evropských zemích ukázalo, že tzv. retroaktivní regulace může mít pro projekty a důvěru v trh doslova ničivé důsledky. Například v Německu bylo v souvislosti s plánovanou výstavbou nových jaderných bloků elektráren zahájeno několik projektů. Po rozhodnutí vlády ustoupit od výroby elektřiny jadernými elektrárnami je u nich však

nutné rychle a od základu změnit prostředky a zdroje financování ze strany bank.

„Přes veškerá úskalí, jež jsou se získáním důvěry bank spojena, lze ale říci, že obecně jsou finanční instituce ochotné do energetiky a energetické výroby a distribuce investovat,“ dodal Otakar Hora.

## Banky peníze půjčí, když se zaručí stát

V některých případech je pro banky důležité – a mnohdy i nezbytné – aby na projektu participoval stát. Jedná se zejména o nové technologie a rozsáhlé projekty s instalovanou výrobní kapacitou přesahující 1000 MW. Samy o sobě totiž takové energetické projekty představují vysokou míru rizika (zejména stavebního a konstrukčního charakteru), jež banky z pochopitelných důvodů nejsou ochotny akceptovat.

„Stát by měl ke snížení rizika přispět tím, že poskytne záruky za úvěry a zajistí průhlednou regulaci. Takto by měl podporovat zejména projekty, které vyžadují značné investice, což jde ruku v ruce s vysokou mírou rizika či delší dobou návratnosti investic,“ řekl Otakar Hora.

(tz)

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ



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

**VELKÁ ÚČETNÍ ZÁVĚRKA VČETNĚ DAŇOVÉHO PŘÍZNÁNÍ ROKU 2011 – SPECIÁLKA**

9. – 10. 1. 2012

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Ivana Pilařová  
KÓD: 200030 CENA: 4 188 Kč

**DPH V ROCE 2012 – KOMPLIKOVANÁ USTANOVENÍ ZÁKONA**

16. – 17. 1. 2012

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Václav Benda  
KÓD: 200070 CENA: 4 548 Kč

**MS WORD A EXCEL PRO OFFICE MANAŽERY**

18. – 20. 1. 2012

LEKTOR: Ing. Mgr. Jiří Svoboda  
KÓD: 208160 CENA: 7 188 Kč

**JAK NA MZDY A PLATY V ROCE 2012**

23. – 25. 1. 2012

PŘEDNÁŠÍ: Vladislava Dvořáková, DiS., JUDr. Roman Lang, Ph.D.,  
JUDr. Helena Pelikánová, JUDr. Ludmila Trnková,  
JUDr. František Vlasák, Ing. Marta Zeníšková  
KÓD: 200220 CENA: 6 828 Kč

Více informací najdete na [www.vox.cz](http://www.vox.cz).



## Podnikatelské soutěže mohou pomáhat ke zvyšování kvality produktů a služeb

Každoročně jsou v různých soutěžích vyhodnocováni tvůrci a podnikatelé z celé řady oblastí výroby nebo služeb. Pravidelně je vyhodnocován například Nápad roku, Exportér roku, Podnikatel roku, Živnostník roku, Firma roku apod. Na stránkách portálu BusinessInfo.cz informace o těchto soutěžích a jejich výsledcích často prezentujeme. Přinášíme proto krátké zamyšlení, jaký užitek z pořádání těchto soutěží mají podle nás sami jejich účastníci a jaký ostatní podnikatelé či spotřebitelé.

Nejrůznější soutěžní hodnocení kvality služeb nebo výrobků patří neodmyslitelně k jednomu ze základních prvků moderní propagace a marketingu. Mohou být založena na různých formách hodnocení a vyhodnocování. Pokud jsou soutěže připravovány poctivě a kvalitně, mohou posilovat motivaci podnikatelů či jiných tvůrců. Tím samozřejmě pomáhají udržovat konkurenční prostředí atraktivní a na vysoké úrovni.

Z propagace soutěže mají bezpochyby profit úspěšní podnikatelé a tvůrci, kteří se prostřednictvím soutěží zviditelní, najdou nové partnery, investory nebo zákazníky. Sledování pořádaných soutěží může být také zajímavou inspirací pro konkurenty vítězů. Mají se s kým poměřovat, mohou se inspirovat těmi nejúspěšnějšími a mohou se na jejich příkladech učit. Užitek z organizace soutěží však mají i spotřebitelé, kterým mohou zjednodušovat orientaci v daném segmentu produktů či služeb. Soutěže také usnadňují orientaci v tom, co se v určitém odvětví děje nového, jaké jsou trendy a předpokládané směry vývoje.

Vedle marketingové propagace mohou mít podnikatelské soutěže tedy i zajímavý edukativní rozměr. Když sledujete

průběh nebo výsledky soutěží v oblasti, která vás zajímá, udržujete si aktuální přehled v oboru, máte k dispozici inspirační zdroje nebo nové kontakty pro dodavatelsko-odběratelské vztahy.

V posledních letech je na území České republiky každoročně organizováno několik desítek podnikatelských soutěží z různých oborů. Některé jsou určeny podnikatelským nápadům nebo začínajícím podnikatelům, další naopak zkušeným a dlouholetým profesionálům z různých oborů. Přehled celé řady soutěží najdete na portálu BusinessInfo.cz v Katalogu odkazů (Katalog odkazů > Podpora podnikání > Podnikatelské soutěže). Vyhledávání soutěží v katalogu je možné i dle oborových kategorií. Díky tomu můžete snadněji objevit soutěže blízké vašim zájmům a zájmům, a sledovat je.

S výjimkou soutěže „Exportní ceny DHL UNICREDIT“, kde je BusinessInfo.cz jedním z mediálních partnerů, není portál organizátorem ani partnerem žádné z soutěží uvedených v uvedeném přehledu Katalogu odkazů. Žádným způsobem tedy nemůže garantovat úroveň a korektnost jednotlivých ročníků těchto či jiných podobných soutěží. Pokud do některé ze soutěží chcete sebe či jinou osobu nominovat a zúčastnit se jí, pečlivě si přečtěte podmínky soutěže a požadavky, které na soutěži mají pořadatelé. Tím se vyhnete nechtěným nedorozuměním nebo střetu zájmů. Přehled podnikatelských soutěží v Katalogu odkazů na portále BusinessInfo.cz průběžně doplňujeme, a uvítáme proto i vaše další tipy na jeho doplnění. Zásilát je můžete na emailovou adresu redakce@businessinfo.cz.



**BusinessInfo.cz**  
Oficiální portál pro podnikání a export

## DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

více informací na [www.iprosperita.cz](http://www.iprosperita.cz)

### Největší nárůst má Allianz

Allianz pojišťovně se letos nejvíce zvýšil počet smluv na povinné ručení mezi domácími pojišťovnami. Podle údajů České kanceláře pojistitelů tento nárůst v prvním pololetí 2011 činil 44 tisíc, a meziročně narostl dokonce o 90 tisíc. Vloni v létě mělo s Allianz smlouvu 621 tisíc majitelů vozidel, letos už jich ke stejnému datu bylo přes 711 tisíc. Povinné ručení je obecně považováno za citlivý barometr úspěšnosti každé pojišťovny. (tz)

### Peníze jako dárek

Namísto balíčků s překvapením objeví řada Čechů pod vánočním stromečkem obálku s penězi. Podle průzkumu Home Credit odbaruje blízké hotovosti 14 % oslovených. Loni se jich k podobnému kroku rozhodlo pouhých 7 %. U tradičních dárců zůstane 66 % oslovených, 18 % dá někomu dárek a někomu peníze. Před Vánoci útočí obrovské množství nabídek. Mnozí z nich se v té záplavě jednoduše ztratí. (tz)

### Nový ShareCenter™

D-Link, přední výrobce profesionálních síťových řešení, uvádí DNS-345 ShareCenter™ – síťové úložiště dat (NAS) pro náročné uživatele v profesionálním prostředí i domácnostech. Do tohoto úložného zařízení se dají nainstalovat až čtyři pevné disky a disponuje dvěma gigabitovými síťovými porty. Zařízení je navrženo jako centrum sdílených dat pro všechny uživatele v síti. (tz)

### LBBW Bank rozšiřuje nabídku

LBBW Bank připravila pro své klienty další novinku – zhodnocení finančních prostředků podnikatelů pomocí IQ podnikatelského spořicího účtu s měsíční výpovědní lhůtou. Úroky jsou připisovány měsíčně, vedení účtu je zdarma. LBBW Bank reaguje na požadavky svých klientů a připravila pro ně nový vkladový produkt – IQ podnikatelský spořicí účet s měsíční výpovědní lhůtou určený podnikatelům a společnostem s obratem do 300 mil. Kč. (tz)

# Nejen pro zachování dlouhodobé konkurenceschopnosti

**Kvalita ze všech úhlů pohledu. Všichni zhruba víme, co znamená, ale málokdo zvládne obecnou definici. Slovo kvalita zahrnuje významně diverzifikovaný obsah, který lze třídit podle rozmanitých hledisek. Například i podle pocitu – máme radost, když nás někdo pochválí, že odvádíme kvalitní práci, že naše výkony lze hodnotit jako kvalitní. Získáme-li ocenění postavené na měřitelných prvcích toho či onoho oboru, máme významnou výhodu i referenci: doloženou a doložitelnou kvalitu, například umístěním v soutěži, certifikátem apod.**

O kvalitě v řadě souvislostí jsem hovořila s Ing. Petrem Kotenem, výkonným ředitelem České společnosti pro jakost:

**Měsíc listopad je pro Českou republiku také Měsícem kvality. Jak lze v moderním pojetí tento pojem dnes chápat?**

„Měsíc kvality“ lze chápat jako souhrn odborných i slavnostních událostí, které se týkají kvality v nejširším slova smyslu. Je třeba zdůraznit, že akce podobného typu se konají nejen u nás, ale i v cizině. A těmi „cizími“ zeměmi nejsou pouze členské státy EU. Pojetí našeho Měsíce kvality zůstává už po řadu let v principu stejné, osvědčené – to znamená, že se koná mezinárodní konference, dále jsou v rámci Večera s Českou kvalitou předávány značky za výrobky či služby, a tou nejvíce slavnostní událostí je předávání Národních cen kvality a nověji také Národních cen za společenskou odpovědnost na Pražském hradě. Samozřejmě probíhá množství seminářů pořádaných různými organizacemi, tyto semináře jsou organizovány po celé České republice. Významnou inovací v letošním roce bylo uspořádání odborného semináře, který předcházela předávání cen na Hradě. V rámci tohoto semináře, určeného středním a vrcholovým manažerům, byly prezentovány zkušenosti s používáním Modelu excelence EFQM, s procesem sebehodnocení a s účastí v některém z programů Národní ceny kvality.

Důležité je připomenout, že akce Měsíce kvality se konají pod záštitou Rady kvality ČR a že těch vrcholových se vždy účastní vysocí představitelé státu i významných organizací.

**Česká společnost pro jakost má ve vínku spousty aktivit, které kvalitu pomáhají v praxi prosazovat. Co byste rád za rok 2011 připomněl?**

Jsem rád, že opět byly pozitivně vnímány naše odborné a současně osvětově-společenské akce, kterými jsou tradiční jarní setkání manažerů SYMA a již zmiňovaná listopadová mezinárodní

konference v rámci Evropského týdne kvality.

Pro naše zákazníky jsme přišli s nabídkou nových kurzů, ať už technicky zaměřených, či v oblasti oněch v poslední době tolik důležitých a zdůrazňovaných soft-skills. Před rokem jsme založili Centrum excelence, které přináší do ČR novinky v oblasti Modelu excelence EFQM a snaží se motivovat organizace k aplikaci tohoto modelu a posléze k účasti v některém z programů Národní ceny kvality.

Naše společnost se také stala členem významného celosvětového sdružení AIAG, to je Automotive Industry Action Group, což nám umožňuje přinášet a nabízet nejnovější novinky a publikace z oblasti automobilového průmyslu.

**Čím byste v roce nadcházejícím rádi navázali, co vše připravujete?**

V uplynulém období se hodně hovořilo o problematice CSR, to znamená společenské odpovědnosti organizací, a my zřetelně vnímáme, že dceřiné společnosti zahraničních firem u nás či dodavatelé „na západ“ tuto problematiku musí a chtějí řešit čím dál častěji. Proto chce ČSJ v příštím roce nejen pokračovat v kurzech pro manažery CSR, ale také nabídnout certifikaci dle národního normativu pro CSR. Navíc budeme pokračovat v pilotním projektu, který se týká implementace principů tzv. Age Managementu neboli strategie řízení zohledňující věk zaměstnanců v podmínkách České republiky. To je téma mimořádně důležité, kterým se manažeři a personalisté zabývají stále více.

**Vaše činnost je velmi specializovaná, určená vlastně pro ryze odbornou veřejnost. Co je především cílem spolupráce s firmami?**

Faktem je, že spolupracujeme s jednotlivci i organizacemi, ať už veřejného, či soukromého sektoru, které řeší oblast kvality a příbuzné oblasti, např. EMS, BOZP a bezpečnost IT. Cílem naší spolupráce s těmito organizacemi je přinést jim takové znalosti a dovednosti, které

jim umožní fungování v souladu s normami a s legislativními požadavky, a navíc, a to je důležité, jim pomohou fungovat efektivněji a dlouhodobě. Ve svém důsledku by měl i konečný spotřebitel či klient profitovat z kvalitního řízení u našich zákazníků.

**Pořádáte kurzy, školení, semináře – uvažujete i o dalších metodách vzdělávání?**

Zjistili jsme, že naši zákazníci by uvítali více vzdělávání formou e-learningu. V současné době je možné v rámci e-learningu získat doplňující materiály ke stávajícím kurzům a je rovněž možné prozkoušet se v příslušných problematikách. Plánujeme další zdokonalování této formy vzdělávání.

**Certifikujete také osoby – co si pod tím představíte?**

Certifikace osob znamená, že uchazeč o certifikát je prozkoušen v určité problematice, např. na funkci manažer kvality či auditor kvality, nezávislou komisí. V případě, že tuto zkoušku zvládne, tak dostává doklad (certifikát), obvykle na období tří let, kterým jsou stvrzeny jeho znalosti a dovednosti. Je třeba říci, že tyto zkoušky rozhodně nejsou úplně jednoduché nebo formální, to by nemělo smysl; mají část písemnou, ústní a některé i praktickou. Pro udržení platného certifikátu je pak třeba, aby se pracovník průběžně vzdělával v dané problematice. Certifikát tedy dává zaměstnavateli jistotu, že jeho držitel velmi dobře ovládá příslušnou problematiku.



Ing. Petr Koten, výkonný ředitel České společnosti pro jakost

**Termín kvalita má nespočet rozměrů. Jak ji vnímat v souvislosti s konkurenceschopností v podnikání?**

Kvalitu lze chápat, mimo jiné či především, jako jeden z nezbytných předpokladů pro zachování dlouhodobé konkurenceschopnosti organizace. Poněkud mě však mrzí, že se u nás čím dál častěji, například u veřejných zakázek, upřednostňuje kritérium nejnižší ceny před kvalitou výrobku či kvalitou dodávky nějaké služby. Jestli je tento trend dlouhodobě udržitelný, to ukáže čas...

*za odpovědi poděkovala Eva Brixí*

**KURZY V OBLASTI MANAGEMENTU BEZPEČNOSTI A OCHRANY ZDRAVÍ PŘI PRÁCI**

www.csq.cz

- Odborně způsobilá osoba v prevenci rizik - OZO
- Manažer systémů bezpečnosti a ochrany zdraví při práci
- Interní auditor BOZP
- Auditor BOZP

#### CERTIFIKACE OSOB



Certifikace osob v oblasti managementu kvality, environmentu, bezpečnosti informací, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, bezpečnosti potravin, testování software, Software Asset Managementu, požární ochraně, vzorkování a dalších oblastech.

#### ODBORNĚ ZPŮSOBILÁ OSOBA V PREVENCII RIZIK

Certifikace je prováděna na základě akreditace Ministerstva práce a sociálních věcí k provádění zkoušek z odborné způsobilosti fyzických osob k zajišťování úkolů v prevenci rizik podle § 9 a § 10 zákona č. 309/2006 Sb.

**Podle zmíněného zákona končí 31. 12. 2011 přechodné období, kdy nemusel být „bezpečnostní technik“ držitelem osvědčení o odborné způsobilosti v BOZP. Více o osvědčení se dozvíte na www.csq.cz.**

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST, Novotného lávka 5, 116 68 Praha 1, tel.: 221 082 269, e-mail: sekretariat@csq.cz

#### ► pokračování ze str. 3

Prostoru k tomu je dost, stačí ho jen využít. Z toho pramení náš optimizmus – není to jen pouhá vize. Svaz provozovatelů lanovek a vleků, který se letos mění na Asociaci lanové dopravy, vznikl v roce 1990. Má za sebou jistou historii i poznání, zkušenosti. A protože i podnikatelské prostředí se vyvíjí, zjistili jsme, že potřebujeme některé věci řešit jinak, v rámci nového obsahu, s jinou image, potřebovali jsme jít více vstříc novým příležitostem.

**Jaký nejzávažnější problém nyní řešíte?**

Nejsložitějším se nám jeví to, o čem jsem se částečně již zmínil. Problémem provozovatelů lanovek a vleků je ekonomická síla národa. Je otázkou, jak rodiny budou či nebudou ochotny vkládat prostředky zejména do zimní rekreace a sportování. Lyžování nikdy nebyla levná záležitost a nastává období, kdy střední vrstvy přehodnocují své rodinné rozpočty. Život se zdražuje a od ledna ještě zdraží. Myslíme si, že podnikatelé na horách nikterak nepřispějí ke státnímu dluhu. Je smutné, že ti, co ho způsobili, nám vládnou a volí při hledání cesty, jak z toho ven, vždy tu nejhorší... Vždy jsem zastával názor, že samochvála smrdí, u pana Kalouska je to opravdu už výsměch občanům této země... Není pře-

ce možné ani normální, aby v situaci, kdy nejsme schopni zdražovat služby, nám stát zdražil vstupy a k tomu nás ještě donutil odvést z tržeb o 4 % více! To se neděje v žádné zemi EU. Vlády okolních států si provozovatelů lanové dopravy vysoce váží a vedou s nimi dialog... tam se, ale z nuly v šedesátých letech postupně podařilo vybudovat výtěžnost z turistického ruchu, která činí 15% HDP těchto zemí. U nás, pokud si stát konečně neuvědomí potenciál tohoto oboru, těžko porosteme dál. Pokud nikdo ve vládě neslyší na to, že z každé 100 Kč útraty na horách, jde 41 Kč na daně... pak je jasné, jak kompetentní lidé nám vládnou.

**Nedávno jste vystupoval na půdě Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. Vleky, lanovky, dovolené, rekreace, sport, péče o zdraví – to vše spolu souvisí. Jak se vaše uskupení tedy profiluje?**

Zatím sdružujeme cca 130 subjektů a je potěšující, že nová vize láká stále další subjekty, které žádají o členství. Asociace stojí o to, aby se v naší zemi dobře a poctivě podnikalo, aby mělo smysl podnikat, aby cestovní ruch byl brán jako obor rovnocenný oborům jiným. Jsme členem Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a velmi si toho vá-

žíme, protože naše asociace není tak silná a bohatá, aby si mohla sama dovolit lobovat za prosazování určitých principů a myšlenek jako například SOCR ČR.

Jsme také členem FIANET, což je celoevropská asociace, která sdružuje svazy provozovatelů lanové dopravy jednotlivých zemí. Na její půdě se chceme něčemu naučit a diskutovat i o našich záležitostech. Abychom díky kolektivním zkušenostem mohli případným potížím předcházet a nemuseli později hasit požáry, které občas jdou z pera některých aktivních úřadů. Navíc FIANET má přímo vliv na legislativu EU, která je v rámci lanové dopravy do ČR harmonizována. Tudiž platí – lepší být u toho, než stát opodál. Je to pro nás oborově, prestižně i politicky cenné.

**Lze zvýšit využitelnost vleků a lanovek u nás?**

Lanovky a vleky jsou využité velmi dobře. Kdyby tomu tak nebylo, zkrachovaly by, ne? Jestli mohou, otázku bych položil spíše jinak. Zptal bych se na lepší výtěžnost cestovního ruchu, jestli dovolíte. Pak je odpověď jednoznačná. Spolupracujeme s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR a CzechTourismem na rozvoji našich služeb. Zastáváme názor, že cestovní ruch by se měl stát průmyslem, že je nutné, aby to le-

gislativně bylo náležitě zakotveno. Plyne z toho řada podnětů, které mohou sloužit jako významná motivace podnikatelů, ale také již aplikovaná praxe zemí EU. Již dva roky se pracuje na novém systému hodnocení kvality cestovního ruchu, který chystá ministerstvo pro místní rozvoj. Měl by nastavit jednotný systém hodnocení poskytování služeb. Jednotliví provozovatelé tedy dostanou něco, co by si ve skutečnosti nemohli sami nikdy pořídit, tedy know how na to, jak svoji činnost řídit v duchu kvality. Zvýšit kvalitu ve smyslu přístupu k zákazníkovi sice nestojí mnoho, ale je to velmi těžké. Bude to jednotná standardizovaná známka kvality, pro zákazníka smysluplná orientace. V tento projekt hodně věřím a asociace do něj investuje hodně času, probíhá řada jednání, připravují se jednotlivé kroky.

**Chystáte nějakou image akci?**

Asociace připravuje projekt na podporu lyžování s našimi partnerskými asociacemi v Polsku a na Slovensku. Půjde opět o kvalitu služeb, ale v mezinárodním pojetí a tak, abychom si navzájem zákazníky nepřetahovali, ale abychom je přitahovali. Celý projekt by měla zastřešit právě naše asociace.

*za rozhovor poděkovala Eva Brixí*

# Povzbuzující ocenění do praxe:

## Excelentní firma a Společensky odpovědná firma

Na slavnostním večeru ve Španělském sále Pražského hradu převzali 10. listopadu zástupci nejlepších firem a organizací prestižní ocenění – Národní ceny kvality ČR a Národní ceny ČR za Společenskou odpovědnost organizací (CSR).

V programu Národní ceny kvality ČR, který je jedinou soutěží v České republice pořádanou podle mezinárodních kritérií, získali ocenění „Excelentní firma“ společnosti Ahold Czech Republic, Bosch Diesel, Hyundai Motor Manufacturing Czech, a Kermi. Současně byly oceněny i „Excelentní organizace“ – Magistrát města Děčín a Střední odborná škola a Střední odborné učiliště technické, Třemošnice.

Ocenění „Společensky odpovědná firma“ v Programu Národní ceny za CSR obdržely společnosti Ahold Czech republic, ARAMARK a Třinecké železárny. Právo užívat titul „Společensky odpovědná organizace“ získala agentura Czechinvest a Úřad Městské části Praha 3.

Vláda před nedávnem schválila připravenou strategii mezinárodní konkurenceschopnosti. Základním východiskem schopnosti konkurovat na světovém trhu přitom je nabízet produkty vysoce kvalitní po všech stránkách – od zajištění vysokých užitečných vlastností až po zaručení minimálních dopadů na životní prostředí. Přísná kritéria ceny kvality splnily další české podniky a organizace, a to je předpoklad k tomu, aby na trhu udávaly tón.

Národní cena kvality je v celém světě považována za nejvyšší ocenění, jaké může firma či organizace získat. Je udělována v 80 zemích světa podle stejných principů a pravidel.

„Prestiž Národních cen kvality vyplývá z jejich komplexnosti a objektivitu. Hodnotí se v nich nejen kvalita výrobků či služeb, ale i úroveň managementu, ekonomické výsledky, vztah k životnímu prostředí a společenská odpovědnost firmy,“ vysvětlil Robert Szurman, předseda Rady kvality ČR. „Systém hodnocení umožňuje objektivně porovnat firmy různých oborů a velikostí. Každá společnost, která se programu zúčastní a aplikuje EFQM model, získá okamžitě přehled o tom, jak si stojí v porovnání s konkurencí, kde jsou její silné stránky a kde naopak zaostává. Management tak dostává neocenitelné informace pro zlepšování výsledků.“

V zahraničí je získání Národní ceny kvality nejvyšší metou, již může firma dosáhnout. Předávání těchto ocenění se ujímají předšedové vlád (např. v Japonsku), hlavy monarchií (Švédsko, Velká Británie) či prezidenti, jako třeba v USA, kde je cena dokonce zakotvena federálním zákonem.

Podle Roberta Szurmana ale není výjimečnost Národních cen kvality dána pouze jejich prestiží: „Kromě prestižního ocenění získá firma svou účastí v Národní ceně i nejuspěšnější manažerský nástroj současnosti – EFQM excellence model. Jeho nasazení ve firmě prokazatelně zlepšuje ekonomické výsledky o desítky procent. Právě tento model bývá pro management hlavním důvodem, proč se programu účastní.“

Skvělé výsledky EFQM modelu nepotvrzují jen rozsáhlé dlouhodobé studie, které byly zpracovány v Evropě i v USA, ale i fakt, že 60 % velkých evropských společností založilo na tomto modelu svoji prosperitu.

Celkem model využívá v celé Evropě přes 30 000 firem všech oborů a velikostí. A stejně dobrých výsledků dosahuje model při nasazení ve veřejné správě, policii, školství či zdravotnictví.

Proč tedy v České republice máme jen velmi malé procento společností, které se programů Národních cen účastní a EFQM model využívají?

„Naši podnikatelé ve velké většině prostě odmítají cokoli, co zavání systémem či plánováním. Přitom si dobře uvědomují, že to není dobře. V průzkumu, který jsme si nechali mezi českými manažery zpracovat, uvedlo téměř 80 % respondentů, že moderní metody řízení považují za klíčové pro kvalitní řízení podniku. Na druhé straně 77 % českých podnikatelů aktivně žádnou moderní metodu řízení nezná a téměř stejné procento firem žádnou takovou metodu nepoužívá,“ doplnil Pavel Ryšánek, předseda představenstva Sdružení pro oceňování kvality. „Při takové úrovni znalostí se nemůžeme divit, že o EFQM modelu někdy slyšelo jen 20 % českých podnikatelů.“

V Programu Národní ceny kvality mají přitom podnikatelé jedinečnou šanci – díky podpoře ministerstva průmyslu a obchodu – aplikovat EFQM model s minimálními náklady. A pro ty, kdo si chtějí model jen vyzkoušet, připravilo Sdružení pro oceňování kvality zjednodušené modely START a START PLUS. Přesto se čeští podnikatelé do Národní ceny kvality nijak nehrnou.

„Účast v Národní ceně kvality samozřejmě není nic snadného. V jiných soutěžích stačí podat přihlášku a počkat na výsledek hlasování na internetu nebo formou SMS. Účast v Národní ceně firmu mění, vyžaduje vizi, přípravu a spoustu práce,“ doplnil Pavel Ryšánek.

Zatímco si kvalitu jako prvek konkurenceschopnosti netroufne zpochybnit nikdo, Společenská odpovědnost organizací je zatím v naší zemi vnímána spíše jako povinnost poskytovat sponzorské dary a podporovat charitu. Skutečnému konceptu CSR se věnují jen velké firmy, které již jeho význam v marketingu pochopily, nebo pobočky zahraničních společností, do kterých je zaváděn jako součást kultury mateřské firmy. Ale na západ od našich hranic již zákazníci kladou mnohem více důraz na ohleduplnost k životnímu prostředí a dodržování zásad udržitelného rozvoje, takže i úroveň Společenské odpovědnosti hraje v jejich rozhodování na trhu čím dál větší roli.

„Globální konkurence se neustále zostřuje a na významu tak získávají i ty prvky konkurenceschopnosti, které jsme byli

zvyklí vnímat jako něco navíc, jako třešničku na dortu. Zákazníci již berou včasné dodávky, kvalitu a dobrou cenu jako samozřejmost a k tomu chtějí něco dalšího. Třeba to, aby se firmy chovaly slušně ke svému okolí, aby byly společensky odpovědné,“ vysvětlila Alena Plášková, předsedkyně odborné sekce Rady kvality pro CSR. „Podniky se už nemohou orientovat jen na okamžitou maximalizaci zisku, musí být schopny udržet profitabilitu v dlouhodobé perspektivě. A v tom jim může hodně pomoci dobře zpracovaný koncept CSR.“

I ty podniky, které si význam společenské odpovědnosti začínají uvědomovat, mají často potíže najít správný přístup, jak tento koncept ve firmě zavést. Proto připravila Rada kvality ČR za podpory MPO programy „Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost“ (celostátní program) a „Ceny hejtmana za společenskou odpovědnost“ (regionální program), které dokáží posoudit stávající aktivity firmy na poli CSR a také ukázat směr, kterým by se firma měla ubírat v budoucnosti.



rat v budoucnosti. V podstatě se dá říci, že jde o nejschůdnější cestu k úspěšné implementaci Společenské odpovědnosti organizací ve firmě.

„Někdo se může zdát, že programy Národních cen, které připravujeme, jsou zbytečně náročné a přísné. Ve srovnání s jinými udělovanými oceněními tomu tak nepochybně je. Ale musíme si uvědomit, že mezinárodní konkurence se stále zostřuje a exportně orientovaná ekonomika, jako je ta naše, nemůže být dlouhodobě úspěšná bez vysoké náročnosti na kvalitu a všechny další složky konkurenceschopnosti,“ komentoval Pavel Ryšánek.

Kromě ocenění v Programu Národních cen kvality a Národních cen ČR za CSR byla na slavnostním večeru předána i další ocenění: Cena Anežky Žaludové, Manažer kvality roku 2010 a Ekologicky šetrný výrobek v Programu Česká kvalita. (tz)

### Přehled oceněných

#### Národní cena kvality ČR – Excelentní firma

AHOLD Czech Republic, a.s.	kategorie obchod
BOSCH DIESEL s.r.o.	kategorie komponenty automobilů
Hyundai Motor Manufacturing Czech s.r.o.	kategorie výroba automobilů
Kermi s.r.o.	kategorie strojírenství

#### Národní cena kvality ČR – Excelentní organizace

Statutární město Děčín, Magistrát města Děčín  
Střední odborná škola a Střední odborné učiliště technické, Třemošnice

#### Národní cena za CSR – Společensky odpovědná firma

AHOLD Czech Republic, a.s.	kategorie obchod
ARAMARK, s.r.o.	kategorie gastronomie
TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, a. s.	kategorie strojírenství

#### Národní cena za CSR – Společensky odpovědná organizace

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest  
Městská část Praha 3, úřad městské části Praha 3

#### Národní cena kvality ČR – model START Plus – Úspěšná firma

B. Braun Medical s.r.o.	
BOHEMIA LÁZNĚ A.S.	
CANARIA TRAVEL, spol. s r.o.	
DONGHEE Czech s.r.o.	
ESO travel a.s.	
JEDNOTA, spotřební družstvo České Budějovice	
Mgr. Bohumila Hajšmanová	
Parkhotel Golf Mariánské Lázně a.s.	
Vyšší odborná škola herecká, s.r.o.	
SEJONG CZECH s.r.o.	

#### Národní cena kvality ČR – Úspěšná organizace

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích – zemědělská fakulta	model START Plus
Krajský úřad Královhradeckého kraje	model CAF

#### Cena Anežky Žaludové

Robert Szurman

#### Manažer kvality roku 2010

Jan Moravec

#### Ocenění v Programu Česká kvalita

#### Česká kvalita – Ekologicky šetrná služba

Advokátní kancelář, Jasanská & Co.

Mosaic House – Williams Hotel

#### Neakreditovaný certifikát společenské odpovědnosti

Skanska, a.s.

### DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

více informací na [www.iprosperita.cz](http://www.iprosperita.cz)

#### Nové balení DHL

DHL, přední světová logistická společnost, vyvinula nový balicí systém pro přepravu zboží s vysokou hodnotou DHL Secure Box, který je navržen pro zákazníky z technologických sektorů. Díky odolnému balení a počítačově uzamykacímu mechanismu mohou zákazníci nyní přepravovat zboží ještě bezpečněji. Box navíc může otevřít pouze příjemce. Systém vyvinula divize DHL Solutions & Innovations (DSI) Agheera. (tz)

#### Virtuální kancelář či registrační sídlo?

Každý podnikatel, který se rozhodne v ČR podnikat, musí doložit sídlo své společnosti. „Možnou variantou, jak situaci řešit, je využít služby registračního sídla, virtuálního kanceláře a v případě potřeby krátkodobého pronájmu. Tyto služby společností zajistí vše potřebné pro standardní fungování, a to za splnění zákonem stanovených povinností,“ řekla Jana Babůrková ze SMART Office, která se poskytováním těchto služeb zabývá. (tz)

#### Změny na trhu práce

Podle projekce obyvatelstva do roku 2050 vypracované Českým statistickým úřadem bude lidí nad 65 let intenzivně přibývat, počet dětí naopak ubývat. V důsledku stárnutí obyvatelstva se v evropských zemích realizují plány na oddálení odchodu do důchodu, čímž se zesiluje potřeba diskutovat o zaměstnanosti a pracovních podmínkách. V ČR řeší změny na trhu práce a konkurenceschopnost občanů individuální národní projekt KONCEPT. (tz)

#### Odpovědná spořitelna

Česká spořitelna v rámci osmého ročníku soutěže TOP ODPOVĚDNÁ FIRMA 2011 získala za program Diversitas, jehož cílem je zajistit zaměstnancům i uchazečům stejné pracovní příležitosti i podmínky bez ohledu na pohlaví, věk či zdravotní stav, cenu Pracoviště budoucnosti 2011. V kategorii Největší firemní dárců 2011 se pak Česká spořitelna stala nejšetrnější bankou v ČR (v celkovém žebříčku obsadila druhé místo). (tz)



# Jaký byl pro GASCONTROL rok 2011?

**Ve snaze získat odpověď na tuto základní otázku jsme se vydali do Havířova za managementem tohoto významného výrobce a dodavatele strojů, zařízení, technologií a služeb pro plynárenství, strojírenství, stavebnictví i další obory.**

**V příjemné besedě na dané téma se se svými názory rozdělil Mieczislaw Molenda, jednatel a generální ředitel GASCONTROL, společnost s r.o., Ing. Stanislav Przczek, provozní výrobní ředitel, Ing. Roman Buryjan, vedoucí projekce a Ing. Milan Slamečka, obchodní ředitel této společnosti.**

Již jen dny nás dělí od konce tohoto roku. Jak byste jej hodnotili z pohledu výkonnosti a dalšího směřování firmy?



**M. Molenda:** Firma udělala za rok 2011 velký krok dopředu s využitím fondů Evropské unie v oblasti vědy a výzkumu, a to v oblasti CNG stanic, alternativních zdrojů pro pohon vozidel, ale i zavedením nových materiálů z plastů.



**S. Przczek:** Samotný nárust obrátu v některých činnostech svědčí o tom, že jsme byli úspěšní. Z tohoto důvodu jsme navýšili své výrobní kapacity, nakoupili moderní techniku – jedním slovem jsme se zase posunuli dál.



**R. Buryjan:** Celkově bych hodnotil výsledky firmy v letošním roce z pohledu tržeb, hospodářských výsledků a zrealizovaných zakázek jako velmi dobré. Firma rozšířila svoji působnost v dalších odvětvích, a to zejména energetických, a tak se výrazně posunula směrem k naplnění své vize a strategie.



**M. Slamečka:** I přes snížený výkon národní ekonomiky ukončujeme poměrně úspěšný rok. Zrealizovali jsme spousty zajímavých zakázek, jak z oblasti hlavních činností, tzn. plynárenské energetiky nebo dodávek technologií pro hlubinné doly, a také například v oblasti pohonu automobilů zemním plynem (CNG technologie).

Co považujete za zásadní klady a co se napak nepodařilo zcela podle očekávání?

**M. Molenda:** Velkým kladem je zahájení spolupráce se společností VEMEX v oblasti výstavby CNG stanic. Společnost VEMEX je spolehlivým partnerem, který systematicky činí kroky ve využití CNG v dopravě. Právě v oblasti CNG se ne vše daří. Důvodem je malý zájem některých měst a obcí o ekologickou dopravu. Města a oblasti s velkým znečištěním nevěnují tomuto problému dostatečnou pozornost. Například města Ostrava, Karviná, Frýdek-Místek nemají v dopravě buď žádnou, nebo skoro žádnou dopravu na CNG. Když se podíváme na technické parametry, tak lze zjistit, že například společnost Arceroll Mittal snížila znečištění ovzduší ze 100 % v roce 1990 na 10 % v roce 2011. Města pro to neudělala nic, přičemž dieslové motory se na znečištění podílejí 40 procenty. Výjimkou je město Havířov, které dopravu na CNG má. Toto znečištění má podstatný vliv na nemoci alergického původu hlavně dětí a mládeže žijící v uvedeném regionu, a proto řešení tohoto problému musí být pro nás dospělý výzvu.

**S. Przczek:** Naším cílem je, aby zákazník byl s naší prací zcela spokojen. Usilovali jsme o to, aby díla byla ukončena a předána v dohodnutých termínech a s vysokou kvalitou, to znamená do posledních detailů. V tom chceme pokračovat i v příštím roce.

**R. Buryjan:** Povedlo se vybudovat několik energetických staveb jako bioplynové stanice, CNG stanice, energetické stavby na dolech, rovněž osazené plynovody a pro-

duktovody s provozním tlakem do 300 bar svědčí o vysokých technických kvalitách této společnosti. Dále bych mohl zmínit rekonstrukce plynárenských sítí, regulační stanice plynu, osazení turbín atd. Ve výčtu bych mohl ještě chvíli pokračovat. Musíme ale sebekriticky konstatovat, že byly záležitosti, které se nám nepovedlo dotáhnout do konce úplně, a to zejména z hlediska vývoje nových produktů, které jsme chtěli uvést na trh.

**M. Slamečka:** Určitě mezi významné aktivity a úspěchy můžeme zařadit spoluúčast na realizaci VTL plynovodu DN 500 STORK, který propojuje Českou republiku s Polskem, dodávky technologií pro Podzemní zásobník plynu RWE v Třanovicích na Severní Moravě a v neposlední řadě nastartování projektu výstavby CNG plnicích stanic se společností Vemex. Samozřejmě ne všechny naše aktivity dopadly na úrodnou půdu. K dořešení nám zbývá certifikace našich produktů pro ruský Gazprom, a také usilujeme o úspěšný export do asijských zemí.

Co lze v oblasti CNG u vás očekávat v průběhu příštího roku?

**M. Molenda:** Příští rok v tomto směru by měl být díky aktivitám společnosti GASCONTROL VEMEX lepší, zde je předpoklad výstavby pěti CNG stanic.

**S. Przczek:** Budeme pokračovat v úsporách i dalším zaváděním pohonu CNG v rámci našeho vozového parku. V současnosti máme patnáct automobilů s tímto pohonem a pro příští rok počítáme s přestavbou další desítky vozidel.

Promítly se letos do vašich aktivit některé důsledky ekonomické krize či hospodářských opatření vlády?

**M. Molenda:** Krize se dotýká každé firmy, otázkou ale je, zda více, či méně. Krize vyvolává problémy s financováním zakázek, jejich získáním, ale také i s rušením či pozastavením již zahájených staveb, a tím i následně se zaměstnaností.

**S. Przczek:** Krize se dotýká i nás. Proto jsme hledali, jak se s tím vypořádat, jak se přizpůsobit novým podmínkám. Je to o nacházení úspor, úpravě technologických postupů, zavádění moderních technologií a minimalizaci ztrátových časů.

**M. Slamečka:** Důsledky pocítujeme již minimálně dva poslední roky, a to je především obrovský tlak na výši ceny, který bývá výsledkem mnohakolových výběrových řízení a cenových jednání se zákazníky. Na druhé straně nás to mnohdy nutí i k nákupu levnějších materiálů a zařízení, kde pro zaručení nezbytné kvality musíme provádět podrobnější vstupní kontrolu.

Gascontrol je znám svojí trvalou inovační aktivitou, dalo by se říci až sveřepostí, v zájmu posilování konkurenceschopnosti a trvalého rozvoje. Co zásadního letošního rok přinesl a kam se bude inovační úsilí ubírat v roce 2012?

**M. Molenda:** Společnost GASCONTROL vynakládá značné prostředky do vědy a výzkumu. Uvědomujeme si, že bez dalšího pokroku by byla firma odsouzena k zániku. V roce 2012 budeme v inovacích pokračovat, a to v oblasti zmíněných CNG, ale



ni dodávky, a to zejména do států EU.

**M. Slamečka:** Z hlediska obchodního a marketingového budeme určitě věnovat značné úsilí CNG technologiím, dále projektům s využitím spalovacích turbín Capstone a ORC systémů. Budeme pokračovat v aktivitách v zahraničí. Jednak to bude zajištění potřebných certifikací pro dané trhy, hledání partnerů, a dále pak účasti v jednotlivých tendrech na dodávky zařízení.

Co byste chtěli na závěr roku sdělit klientům a obchodním partnerům?

také v ORC zařízeních, uplatňování turbín CAPSTONE a zavádění vodíku pro alternativní zdroje. V oblasti plastů jsme zavedli výrobu elektrostaticky vodivých potrubí, jakož i desek o stejných vlastnostech.

**R. Buryjan:** Jedním z klíčových aspektů dobrých výsledků firmy je, jak jste zmínil, právě rozvoj. Byly to zejména nové produkty, kterým firma vděčí za svůj úspěch. Uvědomujeme si ale i důležitost ostatních aspektů, které mají na konkurenceschopnost firmy zásadní vliv, a to je kvalita výrobků a poskytovaných služeb a budování vztahů se zákazníky. Další rozvoj firmy bych jednoduše mohl shrnout do dvou slov: „úspory“ a „inovativnost“, a to jsou slova, na která slyší náš odběratel. I všechny kroky našeho rozvoje musí cílit k potřebě našeho zákazníka. To je klíčem k dalšímu úspěchu...

Kromě ohlednutí nazpět bychom se měli zmínit také o plánech do budoucna. Co zásadního lze očekávat ve vašem výrobně-technickém, obchodním a marketingovém plánu, jehož realizace se již zajisté naplno rozběhla?

**S. Przczek:** Chceme i v tomto roce pokračovat v realizacích staveb pro přepravu a skladování ropných produktů. Za zmín-

ku stojí fakt, že v roce 2011 jsme uskutečnili opravy těchto sítí v řádu desítek milionů korun. Tyto stavby vyžadují vysoké nasazení, kdy v omezených časových odstavcích musíme zvládnout opravy desítek kilometrů linie. Mimo to je zde na místě nejvyšší stupeň opatrnosti z hlediska ekologie a dodržování technologické kázně.

**R. Buryjan:** Neplánujeme na příští rok žádný zásadní zvrat co se týče portfolia naší produktové nabídky. Chceme provést inovativní kroky zejména při výrobě CNG stanic, bioplynových a odorizačních stanic, turbín. Velkou pozornost hodláme věnovat realizacím energetických staveb na dolech a obklopujících nás velkých firmách na Ostravsko-Karvinsku. Z marketingového hlediska bychom rádi zvýšili procentuální podíl exportu. V současné době již máme podepsáno několik smluv na export-

**M. Molenda:** Chtěl bych klientům a obchodním partnerům poděkovat za spolupráci, za partnerství i za důvěru, kterou společností GASCONTROL s r.o. projeví. Na závěr přejí všem, včetně našich zaměstnanců, požehnané svátky, jakož i rok 2012.

**S. Przczek:** Příslíví říká: „Bez práce nejsou koláče“. Proto všem přejí, aby měli práci a měli moudrost, jak ji vykonávat co nejlépe. Práce nás z velké části naplňuje a je motivačním prvkem našeho života. Mimo tuto oblast života přejí pokojné prožití vánočních svátků, v novém roce mnoho přátel a lidí, kteří umí žít lidsky a ctí morální a křesťanské zásady.

**R. Buryjan:** Velmi důležitou skutečností bude to, jak se bude v příštím období ubírat vývoj celé evropské unie. Jako firmy v ČR jsme na tom existenčně závislí. Prál bych tudíž naši společnosti, obchodním partnerům a zákazníkům i všem občanům Evropy moudré a schopné vedení v Evropské unii.

**M. Slamečka:** Jednak bych chtěl poděkovat všem za dosavadní spolupráci, za důvěru a popřát mnoho pracovních úspěchů, splnění cílů a předsevzetí, a především pevné zdraví a spokojenost.

připravil Jiří Novotný



**Přejeme všem svým zákazníkům a obchodním partnerům hezké Vánoce, a do roku 2012, pevné zdraví, osobní i pracovní úspěchy!**

Firma GASCONTROL, společnost s r.o., jako tradiční výrobce a dodavatel plynových zařízení obohatil své nabídkové portfolio o dodávky plnicích technologií stlačeného zemního plynu (CNG). Základ technologie tvoří kompresory špičkové kvality od světově uznávaného švýcarského výrobce GREENFIELD.

- Naše činnosti:
- Dodávky a servis plynárenských zařízení
  - Regulace a měření plynu, odorizace, dálkové měření odorantu
  - Plynové expanzní turbíny
  - Plynovody, speciální práce na plynovodech, jiné produktovody
  - Průmyslové klimatizace a chladicí systémy
  - Důlní investiční a technologické celky
  - Výstavba a rekonstrukce kotelen a výměnkových stanic
  - Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů
  - Výstavba, dodávky plnicích technologií a servis CNG stanic
  - Přestavby vozidel na CNG pohon

GASCONTROL, společnost s r.o.  
Nový Svět 59a/1407, 735 64 Havířov-Suchá  
Tel.: +420 596 496 411, Fax: +420 596 412 397  
gascontrol@gascontrol.cz  
www.gascontrol.cz

# Byli jsme tam, kde se řidiči školili o emocích

**Společenství autodopravců Čech a Moravy (SAČM) již třetím rokem provádí školení zaměstnanců svých členských firem ve spolupráci s akciovou společností TEMPO TRAINING & CONSULTING. Děje se tak v rámci tříletého vzdělávacího projektu hrazeného ze zdrojů Evropského sociálního fondu a Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, v jehož rámci by mělo být proškoleny na tři tisíce pracovníků, od manažerů až po řidiče.**



Vzdělávací program je zaměřen na bezpečnost dopravy, ekonomické a další aspekty včetně komunikace i schopnosti řešit nejrůznější situace, s nimiž se autodopravci v praxi setkávají.

Jedno z takových školení, které jsme navštívili počátkem prosince, bylo zaměřeno na řešení stížností a jednání se stěžovateli. Lektor František Kužela se tohoto úkolu ujal důsledně. Tématu emoční inteligence se věnuje již přes deset let a díky bohatým profesním zkušenostem dokáže lidem z autodopravy vstěpit zajímavou formou hlavní zásady práce s lidmi, a zvláště s těmi, kdo někdy ztrácejí schopnost krotit své emoce.

Přednáška rozložená do dvou dnů, z níž jsme zaznamenali některé epizody, podrobně rozebírala jednotlivé typy stížností i samotných stěžovatelů, pojmy, které se zde vyskytují, základy emoční inteligence i zásady komunikace mezi lidmi. Co nás potěšilo byl fakt, že zde nešlo o pouhé pasivní přijímání informací. Lektor udržoval pozornost posluchačů na maximu obsahem výkladu, způsobem jeho podání i formou častých dotazů a nenásilným vyžadováním odpovědí včetně malých písemných testů. Proto si i nezaujatý divák - v našem případě - vůbec nepřípadal jako žák ve škole, a již vůbec ne jako

žák, který si zatím ještě neuvědomuje, k čemu mu tyto znalosti vlastně budou. Tady, mezi lidmi řady profesí, jež spojuje práce v autodopravě, bylo zcela zřejmé, že jim probíraná problematika rozhodně má co říci.



**Zdeněk Továrek, řidič autobusu, ČSAD Ústí nad Orlicí:**

„Pro mě je toto školení prvním a danou tematiku z oblasti psychologie vítám. Je to přednášeno zajímavou formou a určitě si z toho pro sebe odnesu mnoho zajímavých poznatků. Možná z nich využiji pouze část, ale ani širší povědomí o tom, co vše obnáší oblast emoční inteligence, není od věci. Zatím, ale musím zařukat na dřevo, jsem se jako řidič v regionální dopravě s nějakými negativními emocemi přímo nesetkal, jenže člověk nikdy neví... Rozhodně je dobré vědět, jak v tom případě správně reagovat.“



**Kateřina Bitalová, vedoucí pobočky Autodoprava Šmíd, Hořovice:**

„Jako vedoucí pobočky občas zažívám i nepříjemné situace s lidmi, přesto-

že se ve firmě takovým situacím snažime předejít. Když se však již něco nepříjemného stane, jde o to, aby obě strany obstály bez úhony. Mně se tady kromě jiného líbí modelování situací s akcentem na uvědomování si vlastních chyb, které by mohly přerůst v neadekvátní jednání. Toto je mé druhé školení, ovšem první s tímto zaměřením, a i když jsme teprve v jeho začátku, jsem s dosavadním průběhem velmi spokojená. Lektor je velice komunikativní, vstřícný, byli jsme od počátku, řekla bych, zataženi do problematiky, a tím je to zajímavější. Být připravena na setkání s někým, kdo své emoce nedokáže krotit, považuji za dobrý počin.“

Uvedené názory dvou profesně odlišných účastníků školení tedy potvrzují i naše dojmy, byť jsme je získali pouze v malé časové výšce přednášky. Že všechno klapne, jak se říká na jedničku, jak prozradil Dr. Lubomír Ondroušek, první místopředseda SAČM odpovědný za oblast vzdělávání, je zejména zásluhou Jany Menouškové, tajemnice SAČM. Je onou dobrou vůlí, která dokáže zorganizovat, připravit školení tak, aby vše do puntíku „sedělo“. A že to dělá dobře, o tom svěd-



čí kladná hodnocení z firem, od samotných účastníků školení i lektoru.

Z budovy Společenství autodopravců Čech a Moravy v pražské Hostivaři jsme odcházeli s dobrým pocitem, že ačkoliv jsou lidé v autodopravě denně vystavováni stresům, jsou připravováni na zvládnutí takových situací v zájmu plného soustředění na bezpečnou jízdu. Podobně zvládají i jinou problematiku. A za to patří SAČM, jako profesnímu sdružení malých firem a živnostníků s koncesí na autodopravu, velký dík.

Jiří Novotný

## ADK a VŠUP – důkaz o fungující spolupráci firmy s vysokou školou

**Každý podnikatel, každý manažer si buduje svoji image různými způsoby. Kromě praktické snahy odvádět dobrou práci to je také o reprezentaci v oblékání a doplňcích. Mnohé osobnosti se naučily čerpat z nabídky značky ADK. Kdo je dlouhodobým klientem, určitě postřehl řadu novinek i pro letošní sezonu. Právě před koncem roku je i příležitost krásné a užitečné „věci“ nakoupit.**

Společnost ADK, český výrobce manažerského kancelářského a cestovního vybavení, přišel však nejen s novou kolekcí pro rok 2011. Kromě nových modelů diářů, kabelek, aktovek a další drobné kožené galanterie zahájil ojedinelý projekt spolupráce s mladými českými designéry.

„Chtěli jsme dát těmto výtvarníkům příležitost vyjádřit svoji představu o tom, jak by se v budoucnu mohl vyvíjet design našich diářů,“ vysvětlil zakladatel společnosti ADK, Roman Sviták, důvod navázání spolupráce s Vysokou školou uměleckopřmyslovou v Praze (VŠUP). České vysoké školství stále trápí nefungující



spolupráce s komerčním sektorem. Absolventi nemají možnost během studia načerpat zkušenosti při práci na reálné zakázce a v praxi posléze nemohou plně uspokojit požadavky zaměstnavatelů.

Nemohou argumentovat výsledky práce a talentu po dokončení studia a omezené výstupy jsou pak hlavní překážkou při první žádosti o zaměstnání. Společnost ADK se snaží situaci změnit. Projektem „New concepts by ADK creative team“ chce poukázat na talenty, které se mezi studenty skrývají. „Pokud by návrhy studentů

VŠUP v novém katalogu přiměly naše zákazníci přemýšlet nad schopnostmi studentů vysokých škol, tak jsme odvedli dobrou práci. Kdo ví, třeba sami ve své firmě dají příležitost čerstvému absolventovi či vytvoří místo pro stáži-stu,“ věří v úspěch projektu Roman Sviták.

Návrhy pro katalog ADK 2011 jsou prvním dokladem spolupráce, která se bude v následujících letech dále rozvíjet. Spokojenost však není pouze na straně ADK. Podle Michala Froňka z Atelieru Designu III došlo díky této spolupráci k protnutí vysoce sofistikovaných systémů ADK s emotivními přístupy začínajících tvůrců. Výsledkem jsou pak návrhy, které posouvají produkt do oblasti zájmu nové cílové skupiny.

Na uvedení návrhů studentů VŠUP do života si budeme muset ještě chvíli počkat. Avšak proto, kdo chtějí čerstvý český design už dnes, připravil Petr Novák, mladý designér s mnoha zahraničními úspěchy, inovaci nejúspěšnějšího diáře ADK Classic. Ostré rysy novinky Newclas-



sic zaujmou na první pohled. „Hlavní inspirací pro mě byl typický prvek diářů ADK – „uražený“ roh. Tento fakt posloužil jako základ k tvorbě několika designů, které všechny do jednoho navazují na geometrické tvarování. Princip úkosů jsem vtisknul nejenom diářům, ale i jeho kovové sponě a vnitřnímu uspořádání,“ sdělil Petr Novák. Newclassic je k dispozici ve třech barevných variantách (černá, černá s oranžovým vnitřkem, hnědá). Vysoká kvalita použitého materiálu i jeho zpracování je samozřejmostí.

Společnost ADK je vedoucím výrobcem a distributorem plánovacích systémů v České a Slovenské republice. Díky pokrytí většinové části trhu je dominantním distributorem manažerského programu. Výrobky a služby společnosti ADK pod souhrnným označením „manažerské kancelářské a cestovní vybavení“ umožňují zákazníkům již od roku 1992 jednoduše, reprezentativně a efektivně plnit manažerské funkce.

S celou širší nabídkou společnosti ADK se můžete seznámit na webu [www.adk.cz](http://www.adk.cz), nebo v nově otevřené reprezentativní prodejně v ulici Na Poříčí (Praha 1). (tz)

## Rekvalifikace odsouzených v dalších věznicích

**Řemeslné kurzy ve věznici v Příbrami završily před několika měsíci úspěšná první kola závěrečných zkoušek, ale pracovníci Centra podpory podnikání Praha neusnuli na vavřínech. Nyní se projekt reintegrace odsouzených rozšiřuje i do věznice v Horním Slavkově a Novém Sedle. Na projektu se kromě Centra podpory podnikání Praha o. s. a věznic podílí Hospodářská komora a je financován z prostředků ESF prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a státního rozpočtu ČR.**

„Realizace projektu v příbramské věznici ukázala, že jde o dobrou cestu jak k reintegraci vězňů, tak k návratu nyní nedostatkových profesí na trh práce. V Horním Slavkově proto zahajujeme kurz kovovýroby, což je obor s dobrou šancí na uplatnění. V Novém Sedle pak rozjždíme kurz dřevovýroby podobný tomu, jaký jsme nedávno s úspěchem zahájili v Příbrami,“ řekla Mgr. Ivana Janatová, odborný pracovník projektu reintegrace vězňů.

„Naše věznice disponuje zkušeným týmem odborných pracovníků a prostorem použitelným pro takovýto kurz. Velice podstatné je také navázání spolupráce s odborným garantem projektu SOŠ Horní Slavkov,“ uvedl pedagog a koordinátor projektu Bc. Jakub Resch.

V Novém Sedle se pak na rozdíl od Horního Slavkova neomezují na pouhou výuku, ale plánují, že klienty zapojí také do výroby dřevěných hraček.

„Pro hračky, které vzniknou v rámci výuky, budeme hledat zajímavé využití. Optimální by bylo dětské oddělení nějaké nemocnice nebo dětský domov. Takový přístup je pro odsouzené vysoce motivační,“ prohlásil pedagog a mistr odborného výcviku Ing. Bc. Josef Michl.

Při reintegraci vězňů pak mohou pracovníci CPPP o. s. zúročit více než roční zkušenosti z Příbrami. I zde tak budou v rámci projektu například osloveni potenciální zaměstnavatelé a připravuje se právní poradenství pro účastníky kurzu poté, co budou propuštěni. Záro-

veň zaměstnavatelé ve spolupráci s Hospodářskou komorou připraví některým odsouzeným pracovní místa.

„Naší snahou je, aby zaměstnavatelé měli minimalizována rizika, spojená s přijetím takového pracovníka. Zaměstnavatelům proto nabízíme mzdové příspěvky, které pomohou stabilizovat takto obsazené pracovní místo,“ dodala Janatová. Projekt se v obou věznicích týká celkem 120 osob, přičemž se předpokládá, že více než 100 z nich kurz dokončí a novou kvalifikaci získá. Padesátka odsouzených by pak měla po propuštění najít pracovní místo a odstartovat tak nový život. (tz)

► pokračování ze str. 4

Z dalších návrhů preferujeme zavedení speciálního finančního úřadu, jehož činnost bude zaměřena výhradně na problematiku obchodování s pohonnými hmotami. Jsme toho názoru, že se tento specializovaný úřad státu vyplatí. Objem daňových podvodů je odhadován na 5 až 8 miliard za rok a činnost úřadu se rychle zaplatí zvýšeným výběrem daní. Z ostatních diskutovaných návrhů je to úprava podmínek pro zajištění daně, zavedení ručení pro oprávněného příjemce a úprava ručení u plateb realizovaných prostřednictvím zahraničních bank.

V odborné diskuzi jsou i další návrhy, jako je stanovení limitu dopravovaných některých mazacích olejů pro oprávněného příjemce v závislos-

ti na výši poskytnutého zajištění, zavedení evidence doprav ve volném daňovém oběhu mezi členskými státy EU, doplnění povinnosti uvádět na dokladech prokazujících zdanění adresy místa určení a u tuzemských čerpacích stanic i její evidenční číslo, které jí přidělilo ministerstvo průmyslu a obchodu.

Na závěr bych chtěl vyslovit pevné přesvědčení, že realizované a připravované kroky v oblasti legislativy a administrativních opatření výrazným způsobem omezí daňové podvody. Pomůže k tomu jak nastolená spolupráce státních orgánů s poctivými a eticky podnikajícími podnikatelskými subjekty, tak i zvýšená a důraznější kontrola umocněná tvrdými postihy podvodníků. K tomu bych chtěl prohlásit, že členové ČAPPO jsou připraveni a budou na potírání podvodů intenzivně spolupracovat. (re)

# Hračky vyváží do Japonska, USA a nově i do Číny

Už to tak bývá – v čase předvánočním se z nás, dospělých, stávají zase děti. Nejen ve vzpomínkách, ale v prodejnách, kam jsme před lety chodili nejraději, propadáme pohádkám s kouzelnými postavkami a dobrým koncem. Rozjímáme a vracíme se do dob, kterým se říká bezstarostné dětství. Nakupujeme svým potomkům, vnoučatům a dětem, které máme rádi, především hračky. Patří k nim bezesporu i ty z Moravské ústředny Brno. Plyšová zvířátka, maňasci, polštáře a spousty dalších. Ne každý však ví, že produkce tohoto výrobního družstva je světoznámá a že hračky těší malé i ty větší nejen v Evropě. O tom, jak zásadní je i pro tohoto výrobce export, jsem hovořila s Blahoslavem Dobešem, obchodním ředitelem:

**Domácí ekonomika si nařiká, klesá spotřeba, spoléhá se na export. Myslíte si, že vývoz má šanci dlouhodobě a významně českému hospodářství pomáhat?**

Je obecně známou pravdou, že naše ekonomika by bez exportu měla velké problémy.

Jsmo příliš malý trh na potenciál, který máme k dispozici. Navíc je dobře rozložený vývoz pojišťkou proti výkyvům na tuzemském trhu pro každou firmu, která nabízí výrobky a služby, které mají potenciál obstát na světové nebo alespoň evropské úrovni. Spoléhát jen na tuzemsko je v dnešním otevřeném světě hazard. Obchod ale není černobílý, podíl vývozu a tuzemského obchodu by měl být optimálně vyvážen.

**Moravská ústředna Brno má právě s exportem velké zkušenosti. Do kolika zemí putují vaše hračky a co položilo základ úspěchům?**

Naše hračky a různé textilní výrobky vyvážíme do více jak 25 zemí světa, dominuje EU, ale dále je to například USA, Japonsko a nově také Čína.

Základem úspěchu byla a je vysoká kvalita výrobků a služeb, správná obchodní strategie a cílená propagace. Základ našeho exportu byl položen před více než 45 lety na mezinárodním veletrhu v Norimberku, který je dodnes výchozí branou pro náš vývoz. Dalším důležitým bodem bylo zahájení využívání licenčních předloh v designu hraček.

Nejdelší a neúspěšnější byla naše spolupráce s panem Zdeňkem Milereem a jeho Krtečkem, která čítala již 27 let.

**Prorazili jste i do Číny, můžete naznačit, jak se to podařilo? Výroba a export hraček je silnou stránkou právě čínského obchodu...**

Čína byla dlouho lákadlem, hledali jsme jen příležitost. První větší úspěch se nám podařil na EXPO 2010, dále pomohla cílená propagace a samozřejmě „kosmická“ podpora spojená s letem Krtka do vesmíru.

Vyvážet hračky do světové velmoci na jejich výrobu je paradox, který se může zdařit jen se spoustou kompromisů a díky silnému tématu jako je Krteček. Naše hračky sem zatím, stejně jako do Japonska, putují jako exotické zboží z Evropy.

**K posílení vaší image nebyvale přispěl již zmíněný legendární krték, tentokrát ve vesmíru. Jak ovlivnil posléze váš vývoz a jak domácí prodej?**

Projekt „Do kosmu s krtkem“ byl od prvního okamžiku nekomerční. Jeho hlavním účelem byla podpora vzdělanosti českých dětí a mládeže prostřednictvím atraktivních atributů: kosmonautika + Krteček, který je blízký dětem od 0 let.

Díky masivní mediální podpoře se Krtečkovi i naší firmě dostalo nadstandardního zviditelnění, zejména v Čechách a na Slovensku. Je pravdou, že Krteček s raketoplánem „proletěl“ většinou světových me-

dií a dnes o něm a nás ví mnohem více lidí. Možná si snad i v USA přestanou plést Krtka s „trošku divným“ tučňákem.

Dopad na prodej není možné objektivně změřit, protože jsme dle dohody s NASA a panem Milereem při naší nabídce a prodeji nepoužili spojení s projektem „Do kosmu s Krtkem“. Můžeme jen konstatovat, že letošní výsledky prodeje budou vyšší než v loňském roce a to i přes všeobecnou „krizovou náladu“ ve společnosti. Nárůst je patrný zejména v ČR a SR.

**O čem jsou dnes vaše vývozní aktivity – o tradici, úměrných cenách, kvalitě, certifikátech, o štěstí v obchodním vyjednávání?**

Kvalita výrobků a služeb, certifikace dle platné legislativy je naprostá samozřejmost. Tradice firmy od roku 1909 je rozhodně pozitivem a pomyslnou „trešničkou na dortu“, kterou může nabídnout jen málo kdo. Zbytek je o neustálém hledání, inovacích, jednáních, kompromisech a připravenosti být ve správnou dobu na správném místě se správnými lidmi. Štěstí je třeba vždy malými krůčky pomáhat a hlavně je nepřehlédnout, když jde kolem vás. Vývoj legislativní mašinérie posledních let je na samostatný příběh...

**Neuvažovali jste o tandemu několika českých výrobců obdobného sortimentu?**

Spolupracujeme s řadou českých výrobců podobného sortimentu. Ne vždy je bohužel taková spolupráce možná a výhodná. Často záleží na obchodní síle partnerů a představách o podnikání a etice.

**Využíváte vlastní financování exportu, anebo pomáhají pojišťovny a banky?**

Naprostou většinu našich aktivit financujeme z vlastních zdrojů.

**Máte svůj „exportní sen“?**

Aktuálním snem je úspěšně dokončit naše aktivity v Číně a Rusku a zvýšit export do USA.

*připravila Eva Břixi*

## Společensky odpovědná

Pro více než 250 zaměstnanců CzechInvestu je vstřícnost a společenská odpovědnost při jejich každodenní práci samozřejmostí. I proto nyní může Agentura pro podporu podnikání a investic používat titul Společensky odpovědná organizace. Ocenění 10. listopadu v Praze převzal generální ředitel agentury CzechInvest Miroslav Křížek.

„Nejde tu o ceny, které jsou pro agenturu příjemným bonusem, ale o to, že odvádíme dobrou práci. Taková zpětná vazba je pro činnost agentury velice důležitá,“ říká generální ředitel agentury CzechInvest Miroslav Křížek a dodal: „Prošli jsme několika fázemi hodnocení a zjistili jsme, že spoustu věcí už děláme. Chceme v tom pokračovat a stále se zlepšovat. I státní organizace potřebují inovace, jejichž důležitost v poslední době vyzdvihujeme úplně všude. S ohledem na obecnou prospěšnost jsme připravovali i novou strategii agentury CzechInvest Nový CzechInvest. Jejím cílem není pouze ekonomický přínos, ale rovněž regionální rozvoj, podpora vzdělávání, ekologie či udržitelnost podnikatelských projektů,“ komentoval úspěch Miroslav Křížek.

Ekonomika, sociální odpovědnost a environment. V těchto oblastech agentura obostála. Mimo jiné se jí podařilo v loňském roce snížit náklady o 10 %, změnila organizaci práce a zavedla protikorupční opatření. Ocenění dostala také například za to, že dodržuje etický kodex. Největší společenské přínosy ale vyplývají z jejich hlavních činností, lákání investic a podpory podnikatelů, ročně tak v České republice vznikají tisíce nových pracovních míst.

**více na [www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org)**

(tz)

► pokračování ze str. 5

**Co je pro podnikání u nás největší hrozbou a naopak, v čem je třeba hledat východiska?**

Největší hrozbou je ztratit selský rozum a propadnout pesimistickým vášním. Východisko je dělná spolupráce státu a firem, zbařená politikaření.

**O vašem soukromí se toho moc neví. Jak bude vypadat váš volný čas?**

Sice jsem se rozloučil s řadou funkcí, ale i tak mám volného času minimum. Doma si mne ještě moc neužiji, ale slíbil jsem i sám sobě, že to ve svých necelých sedmdesáti letech napravím. Rád bych také konečně pomohl manželce s podnikáním, potěšilo by mne, kdybychom měli ještě čas rozvíjet rodinný majetek, aby byl dobrým základem i pro naše nástupce. Bydlím na hájovně daleko za Prahou, rád bych se věnoval i svým zálibám. Mám rád les, myslivost. A stále cítím i jistý dluh – více času bych měl přece jen věnovat vlastní rozvítené rodině.

**za odpovědi poděkovala Eva Břixi**

## Enterprise Europe Network vás informuje o evropských veřejných zakázkách

Enterprise Europe Network při Centru pro regionální rozvoj ČR vedle celé řady služeb, zejména pro malé a střední podnikatele, poskytuje i cílené pravidelné vyhledávání a zaslání informací o evropských veřejných zakázkách. Pro tuto službu, která je pro firmy vždy „šitá na míru“, se využívá informačního zdroje Evropské unie – databáze Tenders Electronic Daily (TED). Výsledky jsou firmám zaslány zpravidla jednou týdně.

Databáze TED je aktualizována den-

ně a informace o každém tendru (veřejné zakázce) se v ní objevuje několikrát. Nejprve je publikováno předběžné oznámení o tendru, posléze je tendr vyhlášen a nakonec je publikována informace o jeho výsledku. Sleduje-li firma předběžná oznámení, má více času na případnou přípravu přihlášky.

Pro firmy je tento způsob další možností, jak získat nové obchodní příležitosti. Mohou se buď účastnit přímo výběrových ří-



Podpora podnikání na evropské úrovni

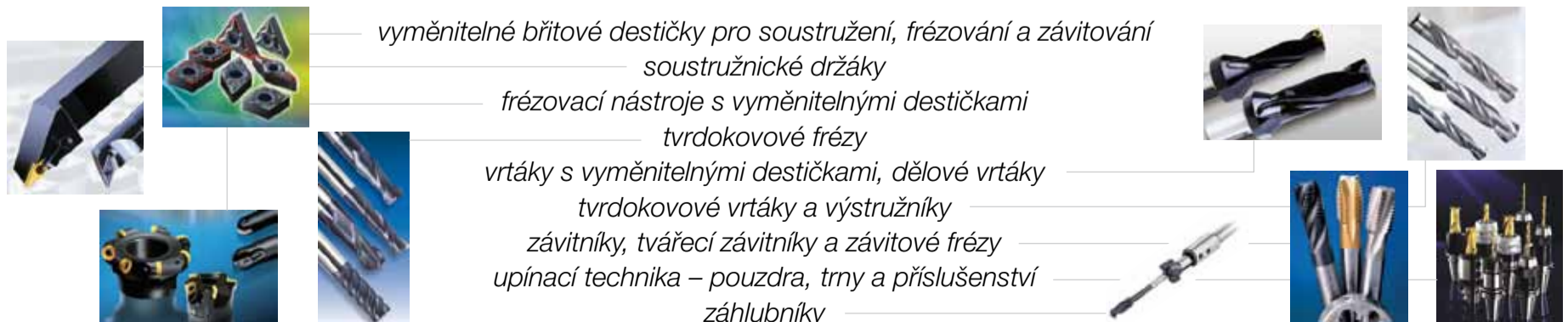
zení nebo nabídnout spolupráci firmám, které již zakázku získaly. V neposlední řadě jsou i informovány o tom, co se právě děje v jejich oboru.

Firmy však většinou nemají čas vyhledávat ve stovkách informací tu, která se týká právě jich. Naše služba jim má situaci usnadnit a je v rámci projektu Enterprise Europe Network v současné době poskytována zdarma.

**více informací o službě získáte na webu [www.crr.cz/een](http://www.crr.cz/een) nebo na [smidova@crr.cz](mailto:smidova@crr.cz)**

# CLARKSON CZ

## NÁŘADÍ, NÁSTROJE A TECHNOLOGICKÉ PORADENSTVÍ



# CzechTrade míří od asistence k partnerství

**Česká ekonomika je životně závislá na exportu. Při prosazování se na zahraničních trzích mohou české firmy využít služeb státní agentury a se silným partnerem podstatně zvýšit šanci na úspěch. Zvláště v nejistých dobách hospodářské recese je pomoc dvojnásob potřebná. Na měnící se situaci ve světě musí reagovat nejen vývozci, ale i jejich partneři. A především o těchto změnách a novinkách jsme hovořili s Ing. Ivanem Juklem, MBA, generálním ředitelem CzechTrade.**

Stále častěji se hovoří o nové strategii zvyšování konkurenceschopnosti české ekonomiky. Co tím v CzechTrade rozumíte?

Pro strategii konkurenceschopnosti používáme zkratku tří I – instituce, inovace, infrastruktura. Na těchto třech pilířích CzechTrade staví. Pokud jde o instituce, je tím míněn posun k institucím moderního, inteligentního stříhu, patřících do 21. století, a vytvoření nástrojů a služeb, které inteligentními jsou. Pod pojmem inovace si především představujeme, že by naše služby měly směřovat k prosazení inovativních firem. Firem, které stále víc konkurují unikátností, nikoli jenom množstvím. Máme na mysli například komercializaci firem v oblasti vesmírného výzkumu. Pokud jde o infrastrukturu, chceme vytvořit robustní, inteligentní síť v zahraničí, které budou své know-how, technologie i své lidské zdroje sdílet se svými partnery. Cílem je zároveň větší pokrytí světa a pružnější systém reagování na to, kde se právě nabízí příležitost.

**Strategie se uvádí do života v době, kdy se změnilo vedení Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Co to pro vás znamená?**

Strategie konkurenceschopnosti je jeden velký projekt schválený vládou na základě poptávky podnikatelů. Ze strategie pro nás vyplývají dlouhodobé cíle, které je potřeba sladit s tím, co bychom měli udělat v nejbližší době.

Hlavní zásadou je dívat se, co se děje okolo nás, a být připraveni na rodící se nebezpečí i příležitosti. Pod záštitou ministerstva průmyslu a obchodu je průběžně přizpůsobován akční plán CzechTrade.

**Vychází nová strategie z potřeby překonat zastávání nebo stagnaci českého vývozu? Která rizika v této oblasti nás nejvíce ohrožují?**

Jednou z věcí je vnímání samé podstaty inovace, která přeměňuje produkt v peníze a umožňuje samotnou podstatu podnikání, tj. návratnost investic. Bohužel se často stává, že politiky inovací a exportu bývají jak na firemní, tak i národní úrovni zcela oddělené. Přitom je právě export nejlepším testem opravdu úspěšné inovace, a tím i nejspolehlivějším nástrojem rychlého zhodnocení investice.

Další problém, který se nám v CzechTrade ukazuje například při zpracovávání Bílé knihy české-



Ing. Ivan Jukl, MBA,  
generální ředitel agentury CzechTrade

ho vesmíru, může být určitá neprovázanost jednotlivých hráčů. Máme poměrně dost inovativních firem, ale v kosmickém průmyslu nejsou propojeny do hodnotového řetězce. Například v Indii na sebe firmy v tomto oboru navazují, vytvářejí robustní spojení. My jsme dobří v různých specializacích, dokážeme se uplatnit v různých skulinách, ale obtížně se nám daří propojovat a integrovat tak tyto dobré individuální výsledky.

**Chcete změnit přístup k proexportním službám, přijmout mnohem aktivnější roli. Jak si ji představujete?**

Pasivní role znamená, že fungují jako tradiční veřejná služba, jako třeba agenda vyřizování požadavků. Když se na mne někdo obrátí, službu dostane. Aktivní služba obchodního stříhu vychází z toho, že si sám hledám své zákazníky, nabízím jim služby, které se jim snažím ušít na míru podle jejich potřeb, a tím je posouvám výš s ohledem na jejich přidanou hodnotu. Dříve jsme kromě jiného poskytovali například asistenční služby tím, že jsme firmám pomáhali sjednávat schůzky s potenciálními klienty a partnery v zahraničí. Dnes nabízíme služby již od fáze, kdy firmy pracují nad svými byznysplány. Chceme jim pomoci se správně rozhodovat, aby si nevybraly špatný trh, což je při dnešních nákladech velmi důležité. Měly by si

včas uvědomit, jaký mají exportní potenciál, a jaký je vůbec záběr trhů, na nichž by se mohly uplatnit. S tím souvisí naše nové nástroje, jako jsou foresight nebo trade intelligence.

**Přicházíte s novým pojmem „inovační ekosystém“. Co bude tvořit jeho kostru, svaly a krevní oběh? A jaké chování od něho můžeme očekávat?**

Kdybyste se mě zeptal, proč tomu neřekneme inovační systém, tak vám odpovím, že systém má konotaci něčeho řízeného shora. Jistě mi dáte za pravdu, že co je řízeno direktivně z centra, tam se větší neudaří inovacím.

Prostředí příznivě nakloněné inovacím, tedy ekosystém, může stavět na spolupráci napříč celým systémem, ale i třeba zezdola, kde rovněž kvasí dobré nápady. Pokud to propojím s příležitostmi v zahraničí, mohu tak lépe fídit i návrat peněz zpět do systému. Umožňuje mi to také lépe se bavit s partnery o dalších prioritách. Víím, v současné době to zní trochu jako sen. Když se ptáme našich finských kolegů, kteří pro nás představují vzor, co by nám doporučili, tvrdí, že nejlevnější a neefektivnější změnou je změna způsobu chování. Nevyžaduje žádnou korunu do systému navíc, ale jen změnu přístupu. Víím, že je to zároveň změna nejtěžší.

Inovační ekosystém = změna přístupu. V našem případě to znamená spolupráci se svými partnery na základě principu dodavatel-odběratel. Například CzechTrade poskytuje informace České exportní bance, která se tak může lépe rozhodnout ohledně úvěrových případů. Ve Finsku například funguje Technologická agentura, která je motivovaná lépe rozhodovat o grantech do nových technologií na základě toho, co má komerční uplatnění ve světě. Agentura musí hledat, což je její role doma i venku, co bude stát financovat, jestli je to relevantní. Nebavíme se o malých částkách. V České republice jde ročně do vědy a výzkumu ze státních peněz 25 miliard korun. Přejeme si, aby ekosystém dokázal tyto prostředky efektivně využít. Prozatím nejsou v českém exportu na jeho výsledcích moc vidět.

**Změnit myšlení a chování lidí sice nestojí peníze, ale jak už jste poznamenal, bývá to vůbec to nejtěžší. Jak na to?**

Když se podíváte na Global competitive index, Česká republika vychází v pilíři Instituce jako jedna z nejhorších. Pro naše instituce je to velká výzva, ať už v otázce, co mají dělat, či na co se za-

měřit a co naopak nechat někomu jinému v rámci ekosystému. Instituce máme úplně stejné, jako je mají ve Skandinávii. Nám chybí jen ty vazby mezi nimi. Vazby, které vyplývají ze vzájemné potřeby a užitečnosti.

**Když se ohlédnete nazpět a zamíříte i do příštích let, jak byste charakterizoval CzechTrade včera, dnes a zítra?**

Dnešní CzechTrade je jiný než ten před pěti deseti lety, kdy musel přesvědčovat klienty, že jeho služby mají hodnotu, a tu je potřeba zaplatit. Vidíme posun od služeb, které byly důležité, ale poměrně jednoduché, ke službám, které mají daleko větší dopad, ale i náročnost. Pomáháte-li firmě připravit schůzky na veletrhu, prostředí a servis na stánku a potom sestavíte závěrečnou zprávu, jste v jejím životě jen krátkou epizodou ne delší než 14 dní. Když však připravíte projekt, který zmapuje celkovou poptávku, pomůžete vybrat cílové teritorium, na konkrétním trhu pomůžete s různými následnými aktivitami, nepodáváte pouze časově náročnější výkony, ale jste i daleko víc relevantní k celkovému výsledku firmy. Pak můžete zjistit, jak jsme to například letos udělali my v rámci hodnocení firem v Exportní ceně DHL, že tato firma za poslední tři roky výrazně zvýšila svoji hodnotu, výkonnostními parametry se dostala nad průměr svého oboru, a můžete mít z toho radost. Posouváme se tím v relevanci naší činnosti více do přímých ekonomických výsledků firmy.

**Rád připomínáte severské vzory státních agentur. Jsme od nich ještě daleko, nebo se už podařilo přiblížit jejich efektivitě na dostřel? A je to nedostatek finančních prostředků ve veřejné správě, které mohou další rozvoj CzechTrade zpomalit, nebo dokonce zastavit?**

Naučili jsme se od nich zejména to, že je potřeba se vždycky srovnávat se špičkou a nepropadat uspokojení jen proto, že nefigurujeme někde na chvostu. Ony jsou pro nás inspirátory nových služeb, jak už jsem se o tom zmínil. Další přínos vidím v transparentnosti. Severské agentury poskytují poměrně drahé placené služby, avšak důležitý je způsob komunikace s firmami, s vládami, politiky, zaměstnavatelskými svazy. Umí prokázat, že vybrané prostředky se vracejí zpátky do sítě a jsou zhodnoceny ve vysoké úrovni poskytovaného servisu. Umění transparentnosti a komunikace je pro nás velkým příkladem.

**pokračování na str. 15 ►**



## Vaše efektivní propagace v zahraničí

Jsou vaše produkty vidět v zahraničních vyhledávačích?  
Umíte oslovit zahraničního zákazníka šesti jazyky?

S Adresářem  
exportérů  
**ANO!**

### Výhody Adresáře exportérů

- Více než 75 % návštěvníků je ze zahraničí.
- Adresář prezentuje 200 zastupitelských úřadů České republiky, navíc s Adresářem exportérů aktivně pracují zahraniční zástupci CzechTrade z více než 30 zemí světa.
- Zápisem v Adresáři exportérů snadno a levně rozšíříte firemní webovou prezentaci o další jazyky.

<http://exporters.czechtrade.cz>

Přidat firmu



Adresář exportérů

CzechTrade

# Exportní cena DHL UniCredit – výrobci

Již čtrnáctý ročník prestižní soutěže Exportní cena DHL UniCredit zná své vítěze. Letošní stupně vítězů jednoznačně ovládly výrobní společnosti, zejména výrobci strojů a zařízení, tedy tradiční obor českého průmyslu. V hlavních kategoriích „Středně velká společnost“ a „Malá společnost“ zvítězily karlovarská firma REALISTIC, a.s. (výrobce průmyslových elektrických a plynových pecí), resp. pražská společnost Investa Intl s.r.o. (výrobce kožedělných a textilních strojů). Zakladatelem soutěže je logistická společnost DHL Express CZ a letošním novým generálním partnerem UniCredit Bank. Záštitu opět převzala agentura CzechTrade, která stála rovněž u zrodu této soutěže.

„Pozitivní zprávou letošního ročníku Exportní ceny DHL UniCredit je skutečnost, že se exportně stále více daří historicky tradičnímu českému odvětví – výrobě strojů a zařízení. Zatímco v segmentu malých společností je tento trend patrný již několik posledních ročníků, v segmentu středně velkých společností jde letos o příjemnou novinku,“ uvedl Luděk Drmec, obchodní ředitel a jednatel společnosti DHL Express CZ.

Společnost REALISTIC, a.s., zabodovala kromě kategorie „Středně velká společnost“ i v kategorii „Exportní teritorium – SNS“. Vítězem v kategorii „Exportér regionu – Královéhradecký kraj“ se stala společnost MICRORISC s.r.o., která se specializuje na výzkum, vývoj, import a distribuci nejmodernějších elektronických komponent

a modulů. Zbývající dvě ocenění „Nejúspěšnější klient CzechTrade“ a „Zvláštní ocenění agentury CzechTrade za exportní inovaci“ získaly Kovobel v.d. (jediný tuzemský a největší evropský výrobce kontejnerů pro chov drůbeže a skladovacích kontejnerů z pozinkovaného plechu) a BORCAD cz, s.r.o. (dodavatel medicínské techniky a sedadel, lehátek pro osobní vagóny).

Do finálního hodnocení letošního ročníku soutěže Exportní cena DHL UniCredit se dostalo 93 společností. Celkový obrát soutěžících firem dosáhl necelých 17 miliard Kč, což je téměř dvojnásobek obrátu z minulého ročníku soutěže. Podíl exportu na celkovém obrátu získal za všechny soutěžící společnosti více než polovinu, konkrétně 54 procent.

## Přehled výsledků 14. ročníku Exportní ceny DHL UniCredit podle kategorií

### Středně velká společnost

1. místo – REALISTIC, a.s.
2. místo – INCO engineering s.r.o.
3. místo – EBAS spol. s.r.o.

### Malá společnost

1. místo – Investa Intl. s.r.o.
2. místo – SPACE CZ s.r.o.
3. místo – I Witos s.r.o.

### Exportér teritorium – SNS

1. místo – REALISTIC, a.s.

### Exportér regionu – Královéhradecký kraj

1. místo – MICRORISC s.r.o.

### Nejúspěšnější klient CzechTrade

Kovobel v.d.

### Zvláštní ocenění agentury CzechTrade za exportní inovaci

1. místo – BORCAD cz, s.r.o.
2. místo – Bender Robotics s.r.o.
3. místo – HS Flamingo s.r.o.

Exportní cena DHL se pořádá již od roku 1997, kdy přišla společnost DHL s myšlenkou zorganizovat pro domácí vý-

vozce soutěž, která by vyzdvihla ty nejuspěšnější a poskytla inspiraci a povzbuzení. Spojila se s agenturou CzechTrade, a tak vzniklo vůbec první ocenění udělované malým a středně velkým exportním firmám v České republice, které se za ta léta stalo tradiční soutěží.

Firmy mají možnost soutěžit ve 4 hlavních kategoriích, a to Středně velká společnost, Malá společnost, Exportér teritoria a Exportér regionu, další vavřiny mohou získat v kategorii Nejúspěšnější klient agentury CzechTrade a letos nově Zvláštní ocenění CzechTrade za exportní inovaci. Hodnocení vývozců vychází z indexu vypočítaného jako násobek meziročního růstu exportu (rok 2009 a rok 2010) a podílu exportu na obrátu firmy. Na základě získaných výsledků jsou společnosti rozděleny do kategorií a je určeno jejich konečné pořadí v soutěži.

**více informací o soutěži a letošních vítězích naleznete na [www.expornicena.cz](http://www.expornicena.cz)**

(tz)

## Máme etické chování trhu?

Vztah spotřebitele a poskytovatele služeb je dnes a denně vystavován oboustrannému ověřování a prověřování. Mezi námi spotřebiteli je mnoho takových, kteří práci prodejce a poskytovatele dalších služeb rozhodně nepříjemní. A my spotřebitelé až příliš často postrádáme onen „vysněný ráj“, kdy zákazník je opečován a hýčká, či alespoň plně respektován. Ze zkušenosti víme, že na trhu – při nákupu zboží a služeb – se setkáváme s obchodníky korektními i méně korektními. Jsou tací, kteří služby nabízejí se vstřícností a ohledem k zákazníkovi, a nejen při vlastním poskytování služby, ale i při uplatnění a vyřizování reklamace je pro ně spotřebitel partnerem, s nímž věc řeší s ochotou, pochopením a vstřícností. A jsou jiní, kterým je takovýto přístup cizí.

Pro úpravu vztahů mezi poskytovatelem služby a spotřebitelem existují závazná, regulační pravidla – právní předpisy. Ale ty nemohou pokrýt vše. Vztahy vzájemné úcty a tolerance nelze, našťastí, plně nadefinovat do paragrafů, zákonů a vyhlášek, i když se o to mnozí snaží. Tyto se odvíjí z dlouhodobých tradic a kultury, které jsme zdědili a rozvinuli v prostředí, v němž vyrůstáme a žijeme, z naší výchovy a vzdělání... Hovoříme o etice chování, o korektním podnikání...

Sdružení českých spotřebitelů se dlouhodobě snaží o kultivaci podnikatelského prostředí a vztahů mezi spotřebiteli a poskytovateli služeb u nás. Byli jsme rádi, že v letošním roce naše záměry podpořila dotace Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a spolupráce s několika partnery:

Projekt na podporu etiky v podnikání a vztazích mezi spotřebiteli a poskytovateli služeb připravilo SČS ve spolupráci se sdružením Korektní podnikání, se Svazem českých a moravských výrobních družstev a Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Distribuce publikace vydané v rámci projektu byla zajišťována ve spolupráci s obchodním řetězcem COOP. Partnerům děkujeme.

### Podnikatelská etika a spotřebitelé

Hospodářská a podnikatelská etika tvoří dnes samostatnou odbornou disciplínu vyučovanou na řadě vysokých škol – prakticky každý absolvent ekonomických, manažerských i veřejnosprávních oborů má za sebou minimálně jeden semestr hospodářské či

podnikatelské etiky. Existuje ale etické chování mezi podnikatelskými subjekty a mohou být spotřebitelé spokojeni se vzájemnými vztahy mezi poskytovateli služeb a jimi? Co to vlastně je podnikatelská etika, jaká jsou naše přání a očekávání s ohledem na „etické chování“ našeho prodejce a poskytovatele služby?

I na takové otázky jsme se snažili odpovídat v tiskovině, vydané v rámci tohoto projektu (viz KonzumentTest č. 12; [http://www.konzument.cz/publikace/konzument\\_test.php](http://www.konzument.cz/publikace/konzument_test.php)). Zde jen velmi krátce – k hlavním hodnotám, jež mají být do takových pravidel formulovány, patří především férovost – smysl pro respektování oněch dohodnutých pravidel; dále spravedlnost, rovnost, solidarita, důvěra, úsilí o společné dobro, tolerance, ale také individuální či skupinová identita.

Někteří lidé si ovšem myslí, že (zejména současné) podnikání je nejen etiky prosté, ale že snad pro ni ani není v businessu místo. Že v něm jde primárně o materiální statky související s živobytím, tedy o činnosti zcela přirozené, to znamená přírodní; a v přírodě panují zákony džungle, kde není prostor pro jakési mravní kategorie. Podnikání je tak (někdy?) u veřejnosti chápáno jako prostředek k rychlému zbohatnutí. Arogance a neskromnost v chování a jednání, přehlížení zákazníků a spotřebitelů jsou cestou k úspěchu. Bohužel i média tento názor nezřídka interpretují a šíří. Poukazuje se na příklad římského císaře Vespasiana, který už nevěděl, jak by získal další peníze na provoz svého nákladního dvora. Co by ještě zdani! Už zavedl daň z polí, domů, pak dokonce z krbů a ohnišť... Co takhle daň z veřejných chodků? Jeho syn Titus se nad takovou nečistou daní ušklibl. Ale císař mu přistrčil peněz k nosu a pravil: Pecunia non olet – peníze „nesmrdí“.

Věříme ale, vlastně nepochybujeme, že mnozí účastníci trhu si uvědomují, že i zapojení etických způsobů jim bude přinášet nesporné výhody, neboť si dokáží vyhodnotit ztráty na nákladech ze sporů, či ze ztráty pověsti.

### Kodex Korektní podnikání

Křesťanská tradice je ovšem u nás velmi, velmi narušena, a to nejenom čtyřicet lety totalit, která v oblasti destrukce víry působila na velmi „úrodné půdě“. Co nemáme v krvi, musíme mít napsáno. Existuje dnes řada kodexů, které vymezují etiku chování

mezi podnikatelskými subjekty i ve vztahu ke spotřebitelům. Jsou formulovány i normy nadnárodního charakteru – v tomto směru určitě připomeňme nově vydanou normu ISO o společenské (sociální) odpovědnosti firem.

Zmínil bych jiný model: Kodex Korektní podnikání vydalo před časem sdružení Korektní podnikání s cílem posilování transparentního rámce na vnitřním trhu ČR; je založený na východisku, že každý účastník podnikání má právo na transparentní a účinnou ochranu svých práv na vysoké úrovni. Předmětem této iniciativy je chránit zájmy zákazníků v rámci platné legislativy, zvyšovat ochranu zákazníků (včetně koncových zákazníků – spotřebitelů) na úrovni nejlepší praxe a spotřebitelské politiky nad rámec požadavků legislativy a podporovat naplňování etického chování dle Kodexu Korektní podnikání všeobecně (více viz <http://www.korektni-podnikani.cz>).

### Co doporučujeme spotřebitelům?

Při opakovaných a při jednorázových vysokých nákupních transakcích se informujte, zda prodejce/poskyvatel služby deklaruje plnění některého z existujících důvěrohodných etických kodexů; usnadní vám to řešení případných sporů a reklamací. Neplnění takového kodexu ze strany poskytovatele služby může být také chápáno jako nekalá obchodní praktika ve smyslu zákona o ochraně spotřebitele.

### Zákonná pravidla pro uplatnění a vyřízení reklamace

Plnění zákonů není věcí etiky, ale mělo by být samozřejmostí. Pro spotřebitele a poskytovatele služby je tedy právo a jeho dodržování východiskem. Občanský zákoník, případně další zákonné předpisy (alespoň připomeňme zákon na ochranu spotřebitele) obsahují konkrétní rámec pro regulaci vztahů spotřebitele a poskytovatele služby. Zkušenost nicméně ukazuje, že dosažení práva nemusí být pro spotřebitele jednoduché, a plnění tedy není zdaleka automatické. V tomto článku bych se rád zaměřil na dobrovolné nástroje podporující funkci vnitřního trhu.

Mimosoudní řešení sporů  
Mimosoudní řešení sporů (MUS), také nazývané alternativní způsob řešení sporů je významný nástroj, který je uplatňován ve většině rozvinutých zemí; má napomoci k účinnějšímu řešení sporů mezi spotřebitelem/zákazníkem a poskytovatelem služby (tedy i prodejcem), než je soudní pře. Ve většině

zemí je dobrovolnou, ale i tak hojně užívanou cestou; i strana poskytovatele služby na jeho dobrovolné využití v případě spotřebitelského sporu ochotně přistupuje. U nás zatím není situace tak „růzová“. V posledních třech letech byl vyvinut a zaveden dobrovolný model mimosoudního řešení sporů v rámci pilotního projektu řízeného ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO). Jedná se o funkční model, který má jedinou vadu na kráse: je zatím velmi málo využíván. V nadcházejících měsících má správu systému převzít soukromý subjekt, jehož úkolem bude nejenom systém provozovat, ale také propagovat a šířit jeho využití. MPO bude realizaci a dodržování smluvních podmínek sledovat a kontrolovat. Věříme, že brzy bude tohoto způsobu řešení sporů, v případě, že se strany nedohodnou v běžném reklamačním řízení, daleko více využíváno. Principy modelu, kde se spory řeší za účasti neutrální třetí strany, a to v rámci mediace nebo rozhodčího řízení, naleznete na stránkách MPO. Ochota účastnit se procesu MUS, pokud jste přesvědčeni, že reklamace spotřebitele je nepodložená a neoprávněná, by měla být základním principem etického a korektního přístupu každého podnikatele.

### Co doporučujeme spotřebitelům?

Před využitím mimosoudního urovnání můžete zkoušet uplatnit reklamaci a pokusit se s poskytovatelem dohodnout.

### Co dál?

Zlepšování, zkulturování vztahů mezi spotřebiteli a poskytovateli služeb je proces oboustranný a je to nepochybně běh na dlouhou trať. Sdružení českých spotřebitelů oceňuje vůli některých partnerů se na tomto procesu společně podílet. Na následující rok připravujeme další projekty. Kromě vlastní podpory aplikace normativních kodexů (Kodex Korektní podnikání, či zmíněnou Společenskou odpovědnost organizací), anebo zviditelnění mimosoudního urovnání sporů, se chceme zaměřit na tvorbu modelu, který by napomohl transparentnějšímu smluvnímu vztahu mezi malými podniky/mikropodniky/, živnostníky a spotřebitelem. V tomto vidíme velkou rezervu a cestu ke zkulturování tržního prostředí u nás. Těšíme se na spolupráci.

**Ing. Libor Dupal, předseda  
Sdružení českých spotřebitelů, o.s.**

# Spinnet = vysoké školy a podnikatelé

**Intenzivní spolupráce mezi vysokými školami a vědeckotechnickými parky. To je cílem nedávno spuštěného projektu Spinnet, podpořeného z Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Agentura CzechInvest je jeho partnerem a bude zajišťovat provoz speciálního internetového portálu, který má především usnadnit komunikaci mezi jednotlivými stranami. Hlavním realizátorem projektu je Společnost vědeckotechnických parků České republiky.**

„Rozvoj spolupráce mezi vysokými školami a firmami nebo obecně mezi výzkumníky a podnikateli patří k hlavním oblastem, na které se Česká republika musí zaměřit. Chceme vytvořit ekonomiku poháněnou inovacemi a musíme pro to vytvořit kvalitní podmínky a zázemí. Projekt Spinnet může být jedním z významných kroků právě tím-

to směřem,“ řekl ministr průmyslu a obchodu Martin Kuba. „Podpora zavádění výsledků výzkumu a vývoje, které se na univerzitách uskutečňují, patří k hlavním aktivitám agentury CzechInvest,“ sdělil generální ředitel agentury CzechInvest Miroslav Křížek a dodal: „V rámci nové strategie jsme si navíc dali za cíl vazby mezi vysokými školami a fir-

mami ještě více posílit. CzechInvest jako prostředník mezi oběma světy, které se už dnes významně prolínají, tak reaguje na aktuální ekonomické trendy a chce přispět ke zvýšení konkurenceschopnosti České republiky.“

V praxi to v případě projektu Spinnet bude vypadat tak, že CzechInvest dobuduje a naplní potřebnými daty portál www.spoluprace.org. Na portálu by se v budoucnu měla objevit mimo jiné nabídka a poptávka po spolupráci, například ve formě stáží, poradenství, mentoringu, vedení diplomových prací či zakázkového výzkumu. Dále budou na por-

tálu aktuální informace o společných projektech a akcích vysokých škol a firem a o programech podpory, příklady dobré praxe, analýzy a další užitečné materiály. „V České republice stále nejsou ideální podmínky ke spolupráci mezi akademickou a podnikatelskou sférou. Naším cílem je proto vytvořit síť regionálních partnerů. V každém regionu NUTS2, kromě Středočeského kraje, bude zastoupena veřejná vysoká škola a vědeckotechnický park,“ vysvětlil prezident Společnosti vědeckotechnických parků České republiky a koordinátor žadatele projektu Pavel Švejda. **(tz)**

## ► pokračování ze str. 1

Rýsuje se i určitý okruh těch, kteří nakupují zlaté medaile a mince pro svá vnoučata, což je, podle mého soudu, velice seriózní investice.

**Napadlo mne – jak to však udělat, aby z nějakého nešťastného důvodu o zlatý poklad vnouček nepřišel? Od dědečka dostane cihličku zlata, ale otec mu ji může prohrát v hazardu...**

K tomu snad jen tolik, že záleží, jak takový dárek dědeček ošetří. Možná bych doporučil sepsat smlouvu před notářem, že bude zlato uloženo v trezoru v bance nebo přímo u nás v Jablonci, a až vnuk dosáhne plnoletosti, bude mu vydáno. Život připravuje rozmanité nástrahy a dobrá rada je někdy drahá. Rozhodně by však nebylo praktické předat dárek jen tak z ruky do ruky, ať jsou vztahy sebelepší.

## Ostatně – jak vlastně probíhá prodej v praxi?

Obrátí-li se na nás zákazník s přáním, že by si v ten a ten den rád zakoupil tu a tu minci, stačí, když se o tom dovíme telefonicky, mailem, může samozřejmě přijet i osobně. Protože se cena zlata i stříbra na trhu pružně pohybuje, garantujeme mu cenu toho dne, kdy si zboží objedná. Pár dnů trvá, než se příslušná mince vyrazí; jakmile známe termín, zákazníka vyzveme k odebrání. Předem však požadujeme alespoň polovinu platby převodem na náš účet. To vše klientovi pomůžeme zprocesovat. Pokud má zájem účastnit se ražby, i to mu lze zařídit tady u nás, v České mincovně.

Jak jsem již zmínil, může si minci prohlédnout, potěšit se s ní a uložit si ji do pronajatého trezoru u nás, aby s ní již nemusel manipulovat a zároveň měl jistotu, že se s ní nic nestane. Je to další služba, která se stává čím dále více vyhledávaná, investorům tak odpadají nepříjemné starosti, jak se o hodnoty, které vlastní, postarat.

Pokud si klient přeje přivést mince či medaile až na místo určení, například k němu domů, i to mů-

žeme zajistit, jsme na to vybaveni. Nechce-li například vážít cestu do Jablonce, můžeme mu zboží dodat do naší pražské prodejny v prostorách České národní banky.

## Mohou u vás nakupovat i zájemci ze zahraničí?

Určitě ano, ale není jich tolik. Je však možné, že unikátní emisí mincí Smart se stane naše nabídka globalizovanější a zaujme i řadu investorů z ciziny. Stále více zákazníků také přichází z internetu, tak se dá očekávat, že nyní, před vánočními svátky, bude jejich motivace nabývat na rozměru.



**Napadá mne, jestli jste novinky v podobě Smart mincí nenačasovali právě na tuto dobu. Vánoční dárek v podobě investice je parádní řešení, zejména pro ty jedince, kteří dokáží váhu takového kroku ocenit.**

Pravdou je, že hodně přemýšlíme, kdy s jakým produktem na trh vyjít, Vánoce jsme až tak na mysl neměli, i když se tím sama od sebe narýsovala velká příležitost, jak oslovit zejména další klienty. Spíše jsme chtěli řešit diskuzi kolem DPH, kdy našim klientům postupně začaly velké částky zaplacené na DPH vadit. Při koupi mincí totiž DPH

neplatíte, při koupi medailí ano – a pokud se naše ceny pohybují v číslech, jak jsem uvedl výše, pak je jasné, že DPH by se stalo v případě, že bychom vyšli na trh s další medailí, velkou zátěží. Tím, že se v případě nákupu mince DPH nehradí, je to pro investory mnohem přitažlivější. Slibujeme si od našeho kroku zvýšení zájmu o investiční nástroje, zároveň se investování snažíme udržet na vysoce kultivované úrovni. Spolu se službami, které dokážeme „přibalit“, se snažíme být stále více klientsky orientovanými a máme již řadu signálů, že si počínáme dobře.

## Vím, že jste pozornost zaměřili také na firmy. Čím je můžete potěšit?

Často vedení firem hledá vhodný a hodnotný dárek, jímž by odměnilo výkonný management, zaměstnance za výjimečný výkon, partnery u příležitosti určitého výročí, V.I.P. klienty. Někdo volí tradiční sklo, keramiku, dárkové poukázky, dárkové koše, drahé publikace. Alternativou může být medaile z drahého kovu s logem firmy, dokonce personalizovaná pro konkrétního budoucího držitele. Byl bych rád, kdyby se firmy o takové možnosti více dověděly, může jim to ušetřit rozhodování a dotyčnému udělat velkou radost. Korporátním klientům můžeme vyjít i ve tvaru medaile, ta může být nejen kulatá, ale elipsovité, obdélníková, medaile se mohou obarvit apod. Mince či medaile lze připravit například již od 20 kusů, ale s ohledem na „rozpuštění“ fixních nákladů se jako optimální jeví počet od 100 ks výše.

## Co uděláte, když poptávka například po Smart mincích převyšuje nabídku?

Nebývá zvykem emisí navyšovat, to bychom šidili zákazníka v tom, že by klesla sběratelská hodnota mince. Chceme se chovat fěr a udržet naši dobrou pověst. Razit mince sběratelské a investiční hodnoty je business na dlouhou trať, a pokud chceme i nadále uspět, musíme dostát slovu. Po-

kud by byla poptávka enormní, pak musíme přijít s novým produktem, odlišným motivem, v jiné gramáži. Rozumné je vydávat ročně 4–5 titulů. Pokud možno ještě zajímavějších. Na to jsme připraveni. Vztah k investování do drahých kovů se také v rodinách často dědí, a my jsme si vědomi, že tak, jak o nás mluví starší generace, taková očekávání od nás mohou vzejít od generace mladší – referenční jsou mocnou čarodějkou.

## Vaše produkce však nemíří jen k nejmotivější klientele, ale máte co nabídnout i široké veřejnosti...

Ano, je to tak. Snažíme se, aby Česká mincovna měla v nabídce i dárkové předměty pro širokou veřejnost. Nejsnadnějším způsobem je navštívit náš e-shop. Vyberete si u nás medaile či medailonky s řetízky k rozmanitým příležitostem, třeba ke sv. Valentýnovi, ke Dni matek. S trochou fantazie vlastně třeba pro každý týden něco...

## Jak se díváte na ženy investorky? Někteří odborníci o nich tvrdí, že by právě ony měly více investovat, mají vyvinutou intuici, na druhé straně jsou rozvážnější a zodpovědnější než jejich protějšky.

Patrně to není od věci. Ženy milují zlato a stříbro, sice více v podobě šperků než jako medaile a mince, které leží ukryté v trezoru, ale o jistém řešení pro ně bych věděl...

## Vaše mince a medaile mají vysokou uměleckou hodnotu – jsou opravdu nejkrásnější na světě?

Když bych řekl, že ano, bylo by to samolibé. Rozhodně však mohu tvrdit, že jsme špička v oboru, ať již námětově, nebo provedením ražby, či vlastním know how. Prostě slova o zlatých českých ručičkách platí. Pro mne osobně Smart mince Dobrá královna Anna, kilová mince v emisí 150 kusů, je tím nejhezčím, co jsme tu kdy vyrazili.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

## 19. ROČNÍK PRESTIŽNÍ SOUTĚŽE MANAŽERSKÝCH OSOBNOSTÍ

**NOMINACE do ligy nejlepších Právě nyní**

Soutěž se záštitou předsedy vlády ČR



Slavnostní vyhlášení výsledků:  
26. duben 2012

DEN ÚPĚŠNÝCH MANAŽERŮ A FIREM

Cílem soutěže je vyhledávat významné osobnosti managementu v ČR a ocenit jejich osobní přínos k výkonnosti firem a celé ekonomiky ČR

CHCETE-LI USPĚT, SPOLUPRACUJTE!

INSTITUCE – INOVACE – INFRASTRUKTURA

Stěžejní akce programu Národní politiky kvality ČR

MR  
MANAŽER ROKU  
2011

Česká manažerská asociace



Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR



Svaz průmyslu a dopravy ČR



Vyhlašovatelé soutěže

# Nový dotykový televizor LG

**Společnost LG udělala další významný krok v oblasti domácí zábavy. Představila televizor s technologií Pentouch TV. Jedná se o plazmový televizor, který v sobě zahrnuje všechny výhody multimediálních televizorů. Televizor využívá plazmový zobrazovací panel (PDP), pro kreslení přímo na televizor se používá speciální pero. Výhodou oproti jiným řešením je velmi štíhlý design a nízká cena televizoru.**

„Dotykové displeje se staly standardem u mobilních telefonů, tabletů a pomalu se dostávají i do televizorů. Náš model je průkopníkem dotykových televizorů určených pro domácnosti,“ uvedl Martin Malý, tiskový mluvčí společnosti LG Electronics CZ, a zároveň dodal: „Práce s dotykovým televizorem je velmi zábavná. Může sloužit pro surfování na internetu i pro obyčejné kreslení, je to zábavná a vzdělávací multicentrum.“

Funkce Pentouch se aktivuje stisknutím jediného tlačítka na dálkovém ovladači. Poté mohou uživatelé pomocí speciálního pera využívat všech možností televizoru, třeba přistupovat k souborům, které obsahují prezentace z PowerPointu. Ovládání je přitom velmi jednoduché a intuitivní. Televizor může být současně ovládán dvěma pery. Baterie do ovládacích per se mohou dobít přímo z USB portu televizoru. Pomocí dodávaných aplikací je možné na televizor přes notebook přímo kreslit, obrázky lze ukládat jako soubory, pokud se v domácnosti nachází tiskárna, nakreslené obrázky si přímo vytisknete. Aplikace Gallery vytvoří překrásnou prezentaci fotografií – jen pomocí pár kliknutí vytvoříte z fotografií efektní kalendář nebo přidáte fotografii ozdobný rámeček. Možnosti televizoru jsou prakticky neome-

zené, protože se umí připojit k internetu a odtud lze stahovat nové aplikace, které přidají televizoru další funkce.

Televizor používá speciální ochranu displeje proti poškrábání, panel je optimalizován pro maximálně ostrý obraz a optimální jas i při práci na krátkou vzdálenost. Míra ostrosti obrazu se přitom nastavuje automaticky. Krásný čtyřnohý stojan není jen designovým prvkem. Byl navrhován tak, aby poskytoval enormní stabilitu televizoru. Nikdo se tak nemusí bát, že by děti mohly televizor převrhnout.

Technologie LG Pentouch TV bude dostupná na televizoru LG PZ850, který má certifikaci 3D THX. Na českém a slovenském trhu je televizor dostupný od října 2011 za doporučenou maloobchodní cenu 49 999 Kč vč. DPH pro model LG PZ850 s úhlopříčkou 153 cm. (tz)

## NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

**C P R E S S**

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



Grada Publishing, a. s.  
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7  
Tel.: 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

### Jak zákazník vnímá značku

Erik du Plessis

Autor s pomocí neurovědy odhaluje způsob, jak lidé uvažují o značkách, analyzuje jejich nákupní chování, zkoumá vliv dlouhodobějších pocitů na rozhodování. Radí, jak se trefit na jejich tlačítko „koupit“. Přenáší poznatky z výzkumu mozku do světa reklamy a zjišťuje tak, co se odehrává v hlavách spotřebitelů.

### Úspěšný prodej firmy

Les Nemethy

Autor se během své 25leté kariéry v oblasti financí zúčastnil prodeje stovek firem ve 40 zemích světa. Svě zkušenosti shrnul do praktické příručky, která krok za krokem provede podnikatele plánováním prodeje firmy – od správného načasování, nastavení hodnoty až po dokončení transakce.

### Finanční inteligence pro manažery

Karen Berman, Joe Knight a John Case

Nejen začátečníci, pokročilí, ale i řada profesionálů pracujících s SQL najde inspiraci ve sbírce s více než tisícovkou rad a návodů. Kniha se věnuje širokému spektru témat, jednotlivé tipy a triky jsou přehledně řazeny do tematických kategorií, kromě SQL zavítal autor i do řady oblastí, které s tímto jazykem úzce souvisí. To vše je demonstrováno bez zbytečné teorie na krátkých příkladech.

### Internetový marketing

Viktor Janouch ě

Zvyšte svůj profit díky SEO, Skliku, Google Adwords, Facebooku či YouTube! Zkušený lektor vám vysvětlí všechny technické aspekty úspěšné propagace na Internetu a podělí se s vámi o řadu zkušeností z marketingové praxe. Naučíte se také své internetové aktivity měřit a vyhodnocovat. Kniha je vhodná jak pro tvůrce, správce a majitele webových stránek, tak pro marketingové manažery, konzultanty a asistenty.

### Jak myslí Rupert Murdoch

Paul R. La Monica

Bezohledný cynik, člověk, který degradoval žurnalistiku, ale také jeden z nejschopnějších byznysmenů současnosti – mediální magnát a miliardář Rupert vzbuzuje kontroverze. Paul R. La Monica se ve své knize Jak myslí Rupert Murdoch na jeho kontroverzní úspěchy a prohry dívá poměrně střízlivým pohledem a podotýká, že některá kritika od Murdochových odpůrců může být nespravedlivá. ■

### Jak sladit práci a osobní život

Seiwert Lothar J., Tracy Brian

Poznejte, jak důležitá je rovnováha mezi dosažením cílů a hnaním se vpřed, mezi napětím a uvolněním, a především pak mezi vnitřními hodnotami a vnější cestou, po níž jdete. Nezáleží na tom, v jaké fázi kariéry se nacházíte, zda už sedíte v ředitelském křesle, studujete nebo jste aktuálně manažerkou rodiny.

### Strategické řízení podniku

Zuzák Roman

Kvalitní podniková strategie, která je současně dobře zvládnuta, je základem úspěchu podniku a vede k dosažení dlouhodobější konkurenční výhody. Tato kniha představuje hlavní přístupy k dosahování konkurenční výhody a staví je kriticky do kontextu současného globálního prostředí a hyperkonkurence.

### Jak si vybudovat fantastickou paměť

Stenger Christiane

Pojďte se učit od expertky na trénink paměti, která je několikanásobnou juniorskou mistrýni světa pro memoatlety (Youth World Memory Championships)! Autorka v knize prozrazuje tajemství, díky kterým vytrénovala svou paměť na fenomenální úroveň. Jasně vysvětluje, jak její systém pracuje, nabízí zajímavá praktická cvičení a také testy, z nichž snadno poznáte, jak se postupně zlepšujete.

### Podnikatelský plán a strategie

Srpová Jitka, Svobodová Ivana, Skopal Pavel, Orlík Tomáš

Zkušení autoři v knížce radí, jak postupovat při tvorbě podnikatelského plánu, s nímž uspějete u investora či banky. Naleznete zde příklady podnikatelských plánů i jejich hodnocení z pohledu investora. Získáte představu, jaké požadavky na vás může mít banka, pokud budete uvažovat o financování svého podnikatelského plánu formou úvěru.

### Personální práce v malých a středních firmách

Koubek Josef

Praktická příručka uznávaného českého odborníka je určena vlastníkům a manažerům malých a středních firem, které nemají specializovaný útvar personalistiky nebo zkušeného personalistu. Nové vydání je obohaceno o další návodné materiály pro personální práci a nově se zabývá například řízením intelektuálního kapitálu podniku, koncepcí celkové/souhrnné odměny, řízením talentů. ■

### Aktiové společnosti

Dědič, Štenglová, Kříž, Čech

Sedmé vydání úspěšné publikace Aktiové společnosti reaguje na změny právní úpravy, k nimž v mezidobí došlo. Od šestého vydání publikace Aktiové společnosti z roku 2007 byl obchodní zákoník významně novelizován. Značně byly upraveny zejména pasáže týkající se oceňování nepeněžitých vkladů, finanční asistence, valné hromady, nabídek převzetí a přeměn a rovněž pasáže související s významnými změnami právní úpravy podnikání na kapitálovém trhu. Do sedmého vydání byla začleněna i právní úprava dalšího orgánu, který musejí některé akciové společnosti zřizovat (výboru pro audit), a promítnuty byly i změny vyvolané tím, že v červenci 2010 převzal evidenci cenných papírů, do té doby vedenou Střediskem cenných papírů, centrální depozitář cenných papírů. Zapracována byla rovněž nová judikatura ve věcech akciových společností. ■

### LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

#### Hospodářská kriminalita v ČR

Celkem 29 % společností v České republice se v uplynulém roce stalo obětí hospodářské kriminality. Ukázal to aktuální Celosvětový průzkum hospodářské kriminality, který každé dva roky provádí poradenská společnost PwC. V roce 2009 bylo mezi českými společnostmi „jen“ 24 % obětí ekonomické kriminality. Stejně jako jinde ve světě i na české firmy útočí pachatelé stále častěji prostřednictvím internetu. Nejčastějším typem hospodářské kriminality v České republice zůstává krádež či zpronevření majetku firmy jejími zaměstnanci (75 %). Zde jsme dokonce nad světovým (72 %) i evropským (69 %) průměrem. Společně s počítačovou kriminalitou se zpronevření nejvíce podílí na procentuálním nárůstu společností postižených hospodářskou kriminalitou.

„Tento výsledek není překvapením, neboť zpronevření je zpravidla lépe odhalitelná než jiné typy podvodů. Zcela nepochopitelné je však přesvědčení většiny firem v České republice, že se s hospodářskou kriminalitou v následujících 12 měsících nesetkají. Vezmeme-li v úvahu současný vývoj světové ekonomiky, který nepochybně zvýší riziko podvodů včetně manipulace finančních výsledků firem, mohla by se tato iluze velmi snadno rozplynout,“ řekl Michal Kohoutek, ředitel ve Forezním oddělení společnosti PwC Česká republika.

Relativně novým trendem je však počítačová kriminalita, která v České republice zaujímá svou četností již čtvrtou pozici (13 %) za účetními podvodů a korupcí (shodně 21 %). Zdejší firmy si stále více uvědomují reálné nebezpečí, které přichází z virtuálního světa. (tz)

## NAŠE KAVÁRNA

### M. Jahn znovu prezidentem AutoSAP

Rada ředitelů Sdružení automobilového průmyslu zvolila nejvyššího představitele sdružení na dvouleté období. Prezidentem se znovu stal Ing. Martin Jahn. Za viceprezidenty AutoSAP byli zvoleni Ing. Pavel Juříček, Ing. Marek Rýšavý a Ing. Bohdan Wojnar.

### D. Farský vede HBI a WLW

David Farský, ředitel společnosti Soliditet (dříve Creditinfo), která je předním poskytovatelem finančních, kreditních a marketingových informací o českých a slovenských firmách, bude nově v rámci skupiny Bismode ČR také zastřešovat společnosti HBI Česká republika a Wer liefert was?. (tz)

## SPONZORING, CHARITA, POMOC

### Dobrovolníci z ČSOB a PS odpracovali 11 tisíc hodin

Zaměstnanci ČSOB a Poštovní spořitelny každým rokem pomáhají neziskovým organizacím všech zaměření, od dětských domovů, přes útulky pro opuštěná zvířata, až po kláštery. Od roku 2008 se do programu „Pomáháme společně“ přihlásilo více než 1500 dobrovolníků. Celkem tak zaměstnanci pomohli v 84 neziskových organizacích, kde pracovali více než 11 500 dobrovolnických hodin. (tz)

## Loučení se sezonou

### TOP HOTEL A ALBION HOTEL uzavřely symbolicky sezonu pro rok 2011. Rozloučení se sezonou proběhlo na slavnostním večeru dne 22. listopadu 2011 za účasti zhruba 300 osob z mnoha významných společností, obchodních partnerů, klientů i osobností politického a kulturního života.

Večerem provázela okouzlující Eva Decastello. Předseda představenstva společnosti TOP HOTELS GROUP a.s. Ing. Vladimír Dohnal, generální ředitel a místopředseda představenstva TOP HOTELU Ing. Radek Dohnal a generální ředitelka hotelu ALBION Ing. Dana Ficlová přivítali všechny hosty, poděkovali jim za účast a spolupráci. Oba hotely v průběhu večera odměnily své nejlepší obchodní partnery.

Po celý večer měli hosté příležitost okusit v rámci slavnostního rautu nejen tradiční kuchyni, ale i zajímavé kulinařské speciality místních kuchařských mistrů. Samozřejmě nechyběli ani vyhlášené sladkosti z pověstné hotelové cukrárny. Raut měl u účastníků opětovně velký úspěch. (tz)

### ► pokračování ze str. 12

### A financování agentury pod diktátem vládních škrtů a boji proti zadlužování?

Nedávno jsem byl v Hospodářském výboru Poslanecké sněmovny PČR, kde jsme předložili projekt Rozvoj sítě ministerstva průmyslu a obchodu pro exportéry. Sklidili jsme pochvalu, že je výborné připravovat se na špatné časy investováním do rozvoje sítě CzechTrade. Za takové podpory se nám krize může proměnit v příležitost. Jsme rádi, že v době úsporných rozpočtů se počítá s dalším rozvojem a o to větší závazek na sebe bereme, abychom byli respektovanou, oceňovanou značkou.

### Jak je dnes vnímána značka CzechTrade?

V současnosti máme klíčové klienty, s nimiž jsme zásadně změnili způsob spolupráce. Podobá se stylu privátní firmy. Neposkytujeme jim služby ad hoc, ale vstupujeme jako plnohodnotný partner do společných projektů. S takovými klíčovými klienty umíme společně dopředu naplánovat, v jaké zemi jaký produkt bude potřeba podpořit, jakým způsobem, kolik to bude vyžadovat času, zda tam bude třeba angažovat zastupitelský úřad a podobně. V tom spočívá hlavní posun – od asistence k partnerství. A čím více takových partnerů, tím se upevňuje pozitivní vnímání značky.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

# Národní cena kvality pro B. Braun

V listopadu se uskutečnilo v Praze slavnostní předávání Národní ceny kvality České republiky. Jednou z oceněných firem byla společnost B. Braun Medical, která se zúčastnila Národní ceny kvality poprvé, získala 722 bodů a s přehledem si odnesla ocenění „Úspěšná firma“ v programu START PLUS.

„Naše společnost dlouhodobě usiluje o nejvyšší možnou kvalitu výrobků a poskytovaných služeb. Déle než 10 let jsme certifikováni dle normy ISO 9001. V posledních letech jsme však hledali cestu, jak náš systém řízení dále rozví-

jet v souladu s naší vizí, misemi a strategií. Proto jsme se rozhodli implementovat model Excellence EFQM a zúčastnit se modelu Start Plus Národní ceny kvality České republiky. Hodnocení nám pomohlo identifikovat naše silné strán-

ky i oblasti ke zlepšení, a zejména nás nasměrovat dále k trvalému a systematickému zlepšování našich procesů a služeb,“ řekl k získanému ocenění Ing. Petr Macoun, Ph.D., člen vedení Skupiny B. Braun, který cenu převzal.

Národní cena kvality je jedno z nejprestižnějších ocenění, které mohou firmy získat. Každoročně se uděluje v 80 zemích světa a kritéria pro její udělení jsou všude stejná. Systema-

tické a pravidelné porovnávání činnosti organizace s modelem Excellence EFQM je nástrojem k neustálému zlepšování výkonnosti a efektivnosti. Metoda je používána koncem 20. a začátkem 21. století managementem úspěšných organizací a je známa jako jeden z nejlepších nástrojů k posouzení všech činností organizace. Model Start Plus vychází z principu modelu Excellence EFQM a je doporučen Radou kvality ČR. (tz)

## Zajímavý projekt – Komoditní linie

UniCredit Leasing spouští projekt Komoditní linie, tedy nový obchodní model zaměřený na spolupráci s malými a středními obchodními partnery (značkami) a prodejci. Jde o modifikaci oblíbeného značkového financování, kde si UniCredit Leasing dlouhodobě udržuje vedoucí pozici na českém trhu nebankovního financování. Bohatě zkušenosti zejména ze značkového financování dopravní techniky chce UniCredit Leasing prostřednictvím Komoditních linií přenést i na financování dalších technických ko-

modit. „Značkové financování je úspěšným obchodním modelem UniCredit Leasing a Komoditní linie jsou přirozeným navazujícím projektem, který nám umožní výrazněji pronikat do dalších segmentů financování. Výhody z participace v tomto programu nebudou určeny pouze pro obchodní partnery, ale samozřejmě také pro cílové klienty, a to v podobě jedinečných produktů a akčních nabídek a v jistotě, že financovaný předmět pořizují u prověřeného partnera – UniCredit Leasing - největ-

ší leasingové společnosti na českém trhu,“ uvedl Marek Chvojka, ředitel divize Podpora prodeje UniCredit Leasing. Projekt Komoditní Linie zastřešuje a systematicky řídí spolupráci s malými a středními značkami nebo prodejci a umožňuje navazování nových partnerských kontraktů, případně lépe využít potenciálu partnerů stávajících. Celý koncept Komoditních linií charakterizuje jednotná grafická linie, která je z části individualizována pro každého z partnerů propojením loga komoditních linií a loga partnera a přitom jasně odkazuje na příslušnost k silné finanční skupině.

Projekt Komoditní linie v tuto chvíli zahrnuje osm samostatných linií (např. zemědělská technika, komunální technika, stavební technika, gastronomie, ICT). Pilotním projektem je Komoditní Linie Transportní technika, která nabídne velmi zajímavý produkt Operativního leasingu a řadu dalších výhod.



Ukázka jednotné grafiky pro Komoditní linii Transportní technika, která bude ještě doplněna o logo partnera. (tz)

## HELIOS Easy pro kancelářskou techniku

Servis a prodej kancelářské i výpočetní techniky a správcovství počítačových sítí. To jsou hlavní, avšak nikoli jediné činnosti jednoho z prvních zákazníků relativně nového produktu z dílny Asseco Solutions – HELIOS Easy.

Systém zde využívají zhruba půl roku. Před jeho zavedením pracovali zaměstnanci i management s jednodušším informačním systémem a současně s účetním systémem v dosovské verzi. Postupem doby však toto uspořádání přestalo pokrývat potřeby společnosti. Původně používané systémy byly v podstatě souborem několika databází, které fungovaly nezávisle na sobě, data bylo nut-

né vždy vyplňovat samostatně a několikrát. Práce byla pomalá, neefektivní a zbytečně složitá. Management se tedy mimo jiné rozhodl, že sjednotí všechny firemní databáze do jednoho funkčního systému. Proběhlo tedy výběrové řízení na nový, komplexní informační systém. „O pořízení systému HELIOS Easy jsme rozhodli na základě porovnání referencí několika konkurenčních produktů, z nichž nám u Helios Easy vyšel nejlépe v poměru cena/ funkčnost/ kvalita. Navíc funkčnost a možnosti systému přesně odpovídaly našim potřebám,“ uvedl Martin Bulla, jednatel společnosti Embex a dodal: „Svou roli sehrálo i doporučení

jednatele společnosti Redenge solutions.“ Embex nejdříve obdržel bezplatnou verzi, kterou zde měli možnost otestovat. Proběhlo několik schůzek, jednání, školení a konzultací se zástupci společnosti Redenge, která v Embexu HELIOS Easy nasadila. Poté bylo realizováno proškolení zaměstnanců se zaměřením na možnosti systému a na zkomfortnění a zefektivnění práce s ním.

Ačkoli je ve společnosti Embex již systém v ostrém provozu, implementace není ještě zcela dokončena. „Systém neustále doladujeme na základě aktuálních potřeb z naší strany,“ vysvětlil Martin Bulla. „Stále zjišťujeme, co HELIOS umí a co by se mohlo pro naši společnost hodit.“

A v čem vidí Martin Bulla přínosy novinky?

„Jak již jsem zmínil, jde především o sjednocení do jednoho, komplexního systému. Data stačí zadat jednou a systém už je zařadí všude, kde je třeba. To nám významně usnadňuje, urychluje a zpřehledňuje práci.“ Ve společnosti Embex je nasazen HELIOS Easy se základními moduly a funkcionalitami, podporujícími zdejší firemní aktivity přizpůsobené místnímu servisu. Na zakázku na míru si zde nechávali přidělovat pouze několik formulářů týkajících se servisu.

Embex, s.r.o., se zabývá prodejem kancelářské techniky, jako jsou kopírovací stroje, tiskárny, multifunkce, plotry, skartovače, vazače apod. Poskytuje též servis, pronájem a posudky pro tato a další zařízení. (tz)

# COOP Centrum družstvo

děkuje českým a moravským spotřebním družstvům  
a všem obchodním partnerům

## za dosavadní spolupráci.

Do roku 2012 přeje hodně úspěchů, štěstí, zdraví a osobní pohody.



**COOP**  
**CENTRUM**  
DRUŽSTVO ČLEN SKUPINY COOP

www.coop.cz