

Středem zájmu je člověk, nejen zákazník

Gerhard Fischer, jednatel společnosti dm drogerie markt ČR, o tom, co stojí za úspěchem Obchodníka roku 2012

Žádný obchodní řetězec nezaznamenal v uplynulém dvacetiletí tak bouřlivý rozvoj jako dm drogerie. Ziskává si stále víc spokojených zákazníků a nechybí ani uznání odborníků z branže, o čemž mimo jiné svědčí čerstvě udělené ocenění Obchodník roku 2012. Úspěch v podnikání není náhoda, proto jsme chtěli ozřejmit, co se za ním skrývá. Požádali jsme proto o rozhovor Gerharda Fischera, jednatele společnosti dm drogerie markt ČR.



Gerhard Fischer, jednatel společnosti dm drogerie markt ČR

Na českém drogistickém trhu je dm rovné dvě desetiletí. S jakými představami jste šli podnikat do České republiky? V čem bylo prostředí proti domovskému Rakousku specifické?

V České republice jsme začínali na počátku devadesátých let, kdy se mateřská společnost po patnácti letech působení na rakouském trhu rozhodla expandovat i do okolních zemí střední a jihovýchodní Evropy. Česká republika byla první zemí, do které vstoupila. V té době byla situace na drogistickém trhu v České republice naprosto odlišná od situace dnešní, neexistovala téměř žádná konkurence, český zákazník byl pro mateřskou společnost neznámý. V České republice byla otevřena první prodejna v dubnu roku 1993 a okamžitě vzbudila pozornost. Drogerie markt v názvu společnosti upozorňovalo na do té doby neznámý typ samoobslužné drogerie. A bylo vidět, že koncept zaujal stejně, jako v roce 1978 v Rakousku.

Respektujeme individualitu každé osobnosti a k jejímu přání a potřebám přistupujeme, jako by šlo o přání naše.

Netrvalo zase tak dlouho, abyste se stali v Česku číslem jedna – a to ve značné mezinárodní konkurenci. V čem spočívá nejsilnější stránka konceptu dm?

Koncept dm je z mého pohledu na českém drogistickém trhu výjimečný. Součástí naší filozofie je, že člověk je v dm ve středu zájmu. Člověk jako zákazník i člověk jako spolupracovník. To se odráží v atmosféře přímo v prodejnách. Svou roli jistě hraje šíře našeho sortimentu a cenová strategie, jež základem je garance dm dlouhodobých cen v kombinaci se stále oblíbenějším věrnostním programem dm active beauty světem výhod.

Říkáte také, že chcete obyčejné věci dělat neobyčejně. Co to znamená pro vaše zákazníky, zaměstnance, spoluobčany?

Respektujeme individualitu každé osobnosti a k jejímu přání a potřebám přistupujeme, jako by šlo o přání naše. Pro zákazníka to může znamenat, aby se při nakupování cítil příjemně a nerušeně, aby v prodejně našel zboží, které hledá, aby narazil na příjemný personál a v pří-

padě potřeby získal i potřebnou radu. Pro spolupracovníky to může znamenat, aby ve firmě fungoval transparentní systém mzdového ohodnocení a rovnost spolupracovníků napříč firmou. Pro naše spoluobčany to může znamenat, že se dm snaží chovat ve svém okolí příkladně.

Lidé se u vás cítí dobře a ať už si to uvědomují, nebo ne, přijímají v tomto prostředí jakousi pozitivní energii. Jak ale vytvořit a dál pěstovat v podnikání kladné emoce a přenášet je na ostatní?

Jak již bylo řečeno v předchozí odpovědi, cítit se v prodejně příjemně je hlavním cílem. Zákazníkovi necháváme prostor, ať již si jde nakoupit drobnosti, nebo se jen poohlédnout po novinkách. Každý potřebuje svůj čas. Důležité je rovněž vybavení prodejen, jejich celkový vzhled, ale také chování společnosti navenek. dm ukazuje, že jí není o lhostejné.

Řeklo by se, že v dm najde zákazník všechno co v jiných dobrých drogeriích. A přesto není váš obchodní řetězec tuctový a jeho business plán je trochu jiný... Můžete říci v čem?

Jedním takovým směrem jsou aktivity na poli společenské odpovědnosti. Snažíme se ukázat lidem, že každý může nějak pomoci společnosti nebo přírodě. Letos již třetím rokem připravujeme dm preventivní program pro žáky prvních tříd „Veselé zoubky“, jehož cílem je prevence zubního kazu. Takto jsme schopni pomoci v péči o zoubky až 35 000 dětem. Naši spolupracovníci mají také možnost věnovat jeden svůj pracovní den v roce dobrovolné činnosti pro vybranou dobročinnou organizaci. V loňském roce využila tuto možnost více než čtvrtina spolupracovníků.

„Privátky“ dm se postaraly o mnohá překvapení, když ve srovnávacích nezávislých testech vyhrály nad silnými světovými značkami pracích prostředků a kosmetiky. Jak nabídnout vysokou kvalitu zboží za nízkou cenu?

Strategií dm značek není být za každou cenu

Zákazníkovi necháváme prostor, ať již si jde nakoupit drobnosti, nebo se jen poohlédnout po novinkách. Každý potřebuje svůj čas.

HK ČR k poklesu HDP

Hospodářská komora České republiky komentovala ústy prezidenta Petra Kužela aktuální čísla ČSÚ týkající se poklesu HDP takto:

„Hospodářská komora České republiky dlouhodobě poukazuje na nutnost oživení investic a přípravy pobídek včetně těch stavebních. V neposlední řadě jde však o důvěru v ekonomiku ze strany podnikatelů a občanů České republiky. Na základě stávajících statistických informací se jasně ukazuje, že občané a firmy se velmi obávají budoucnosti, čímž se zásadním způsobem snižuje ukazatel spotřeby, který je jedním z hlavních ukazatelů HDP. Stavebnictví je dlouhodobě v propadu a je nutné najít v co možná nejkratší době návrh řešení. Ukazatele průmyslu a strojírenství propadly zejména v posledním kvartále 2012, protože na rozdíl od minulých let bylo mnoho dnů pracovního volna, což se statisticky vždy projeví. Nesmíme však zapomínat na export, který za loňský rok celkově rekordně přerostl 3 biliony korun a Česká republika plní dohodnutá Maastrichtská kritéria. Pro budoucí vývoj ekonomiky je však nutné pozitivně stimulovat trh a zcela jasně a zřetelně naznačit budoucí pozitivní ekonomický vývoj země s vědomím, že Česká republika je součástí EU. Prognóza HK ČR pro rok 2013 zůstává i nadále nezměněna. HK ČR očekává růst ve výši 0,5 %.“

(tz)

na trhu nejlevnější, ale právě nabídnout zákazníkům odpovídající alternativu ke značkovým výrobkům. Zákazník nechce kupovat méněcenné zboží, a to ani v hospodářsky nepříznivém období. Proto dm nabízí dm značky v co možná nejvyšší kvalitě, ale ve spojení s vynikajícím poměrem k ceně. A právě nezávislé testy ukazují, že tento koncept je ten správný.

Nemine téměř měsíc, aby dm neotevřelo další prodejnu. Máte ještě prostor k dalšímu rozvoji a kam budete směřovat?

Expanze je přirozenou součástí prosperující společnosti. Proto se rozvíjíme, otevíráme nové prodejny, regenerujeme stávající a také zavíráme ty, které již neodpovídají našim potřebám. Naše další expanze bude záviset zejména na expanzi nákupních center a retail parků.

Po dvaceti letech a obsazení nejdůležitějších pozic se dm patrně zamýšlí nad tím, jak dál pokračovat. Budete měnit zásadní body, nebo budete stavět na osvědčených věcech, které vám v ČR přinesly tak velký úspěch?

Velmi důležité je pozitivní vnímání značky dm. Proto neholdáme zásadně měnit stávající koncept, ale naopak rozvíjet osvědčené věci, které zákazníci s dm již neodmyslitelně spojují. Naše vítězství v soutěži „Obchodník roku 2012“ nám ukázalo, že jsme na správné cestě.

Co byste si přál od nového roku, který pro podnikatele, ekonomiku a všechny obyvatele Česka nebude jednoduchý?

Do roku 2013 jsme vstoupili s optimizmem a přáli bychom podobné nadšení také všem zákazníkům i ostatním občanům.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer ⇨

Hypoteční banka vydala třetí tranši 68. emise hypotečních zástavních listů

Hypoteční banka vydala v únoru již třetí tranši 68. emise hypotečních zástavních listů v hodnotě 2 miliard korun. Hypoteční zástavní listy z této emise jsou určeny exkluzivně pro klienty privátního bankovníctví ČSOB a díky vysokému zájmu jsou již téměř prodány.

HZL z této emise mají nominální hodnotu 1 korunu a byly vydány s kupónem 1,80 %. Splatné jsou v roce 2017. Z hlediska výnosu mohou být zajímavou alternativou k jiným investičním nástrojům.

„Od roku 1996 až do současnosti emitovala Hypoteční banka HZL v celkovém objemu 150 miliard Kč. Těší nás dlouhodobý zájem o tento druh investice, který dokládá i fakt, že HZL z 3. tran-

še 68. emise byly prodány v rámci několika hodin po jejich uvedení na trh,“ řekl Jan Sadil, generální ředitel Hypoteční banky.

O hypoteční zástavní listy (HZL) je velmi vysoký zájem investorů, protože se z dlouhodobého hlediska jedná o jednu z nejspolehlivějších investic. Historicky první emisi HZL uvedla na český trh právě Hypoteční banka v roce 1996, která zůstala i v průběhu let a se zvyšujícím se zájmem klientů o HZL, největším emitentem těchto cenných papírů.

(tz)

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

Z OBSAHU

- 1** Středem zájmu je člověk, nejen zákazník
- 3** České firmy své závazky loni hradily až za dva a půl měsíce
- 4** Logo Český výrobek jako jistota výroby v ČR
- 7** Od červených čísel k prosperitě V uskupení GASCONTROL GROUP nejsou jen plynaři, strojaři a energetici...
- 13** Naše výrobní družstva jsou ryze česká

autor: Miloš Krmáček



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
DÍČ: CZ25763164
tel.: 284 684 212
fax: 284 689 062
e-mail: brixix@iprosperita.cz
 Datum tisku: 19. únor 2013
 Datum distribuce: 22. únor 2013

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
 mobil: 602 618 008, e-mail: brixix@iprosperita.cz
Martin Šimek, obchodní ředitel
 mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Pavel Kačer, redaktor
 mobil: 724 501 791, e-mail: kacera@iprosperita.cz

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

Externí spolupracovníci redakce:

Dr. Jiří Novotný, mediální poradce
 mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková
 mobil: 606 512 112, e-mail: rozniczkova.pavla@gmail.com

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

Ilustrátor: Miloš Krmáček, mobil: 723 613 330
 e-mail: milo.krmase@seznam.cz

Internetové stránky: www.iprosperita.cz,
 www.madambusiness.cz, www.freshtime.cz

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

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

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

Tisk: CTP tisk, spol. s r.o., Rovná 3a, 639 00 Brno

Distribuce: 5 P Agency, s. r. o., U Špýky 555, 664 61 Rajhradice

Časopis je v roce 2013 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje se společností Anopress IT a.s.

ANOPRESS IT
 www.anopress.cz

S TUŽKOU ZA UCHEM

Vzpomínky klamou

Na mrtvé vzpomínáme jen v dobrém, z minulosti nám zpravidla utkvěly v paměti jen příjemné, příznivé, pozitivní události. Člověk už je tak nastaven. Idealizuje si léta dětství, dospívání a mladosti, nadává na přítomnost a děsí se toho, co číhá v příštích dnech, týdnech, měsících... Prostě paměť pracuje selektivně a vybírá si to, co se nám právě hodí, co zapadá do našeho emocionálního a intelektuálního vzorce. Sotva si uvědomíme paradox, že doby, kdy jsme lamentovali nad těžkou snesitelnou „tíhou dní“, s odstupem času považujeme za idylu bezmála jako před vyhnáním z ráje. Naštěstí máme i neomylné pamětníky, které se nepodaří ošálit. Jsou to noviny. Prosperita zahájila rok 2008, kdy jsme ještě neměli ponětí o přicházející finanční krizi, anketou mezi představiteli zaměstnavatelských svazů. Už titulék „Méně regulací, více dobrých nápadů“ napovídá, že ke spokojenosti měli podnikatelé a celá ekonomika daleko, přestože se mohli chlubit bezprecedentním obdobím hospodářského růstu. Když se vám bude zdát dnešek k nepřžití, otevřete si staré noviny! Funguje to lépe než sedativum, velmi se vám uleví.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Koláž pro novináře

Česká centra si zaslouží podtrženou jedničku. Nejen za to, jak úspěšně propagují naši kulturu ve světě, ale i za příkladnou publicitu a zvláštní pozornost, již věnují sdělovacím prostředkům. Tisková mluvčí Petra Jungwirthová si novinářů hledí a spolupracovat s ní je opravdu velká radost. Avšak tisková konference 12. února v Galerii Smečky k výstavě Česká koláž ve Vidni předčila vše. Jak se v pozvánce uvádí, kurátor Jiří Machalický představí část kolekce, která bude před vlastním převozem do Rakouska exkluzivně instalována výhradně pro potřeby tiskové konference. Kdo by neodolal? **(kčr)**

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2013

1. Národní politika kvality
2. Akce České společnosti pro jakost
3. Manažer roku 2012
4. Pražský manažerský klub ČMA
5. Brněnský manažerský klub ČMA
6. Akce České manažerské asociace
7. Marketér roku 2013
8. Akce společnosti 1. VOX a.s.
9. Motocykl roku 2013
10. České auto 2013
11. Akce Asociace inovačního podnikání 2013
12. Konference Kvalita – Quality 2013
13. Setkání Cosmopolitan Executive Helas Ladies Club
14. Akce Svazu květinářů a floristů

inzerce

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

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová přízná-ní 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

MLADÝ DELFÍN – Marketér roku 2012 – Studentská cena

Česká marketingová společnost vyhlašuje v rámci osmého ročníku soutěže **Marketér roku novou kategorií pro studenty vysokých škol.**

Studentská cena – Mladý delfin bude poprvé udělena v rámci soutěže Marketér roku 2012. Novinku v prestižní soutěži vyhlásila Jitka Vysekalová, prezidentka České marketingové společnosti, na zasedání Hlavního výboru ČMS na konci roku 2012. Tuto část soutěže bude zajišťovat Olga Jurášková, ředitelka Ústavu marketingových komunikací, Fakulta multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Téma: Prezentace města, ve kterém studuji

Zadání soutěže:

Výpracování komunikační strategie prezentující město, ve kterém studuji. Komunikační strategie obsahuje analýzu výchozí situace, návrh komunikačních kanálů, návrh kreativního řešení včetně vizualizace, návrh rozpočtu a harmonogramu.

Soutěž probíhá od 1. 2. 2013 do 29. 3. 2013, vyhlášení výsledků na galavečeru 23. 5. 2013.

Soutěže se mohou účastnit jednotlivci nebo pracovní skupiny studentů v maximálně tříčlenném týmu. Účastníkem soutěže může být stu-

dent vysoké školy studující v prezenční formě studia se zaměřením na marketing a marketingové komunikace. Všechny soutěžní návrhy zasláné do uvedeného termínu budou posouzeny porotou složenou z marketingových odborníků z oblasti teorie i praxe. Autor/autoři vítězného návrhu získají ocenění Studentskou cenu – Mladého delfina včetně věcné ceny a zajištění mediální publicity. Výsledky soutěže budou prezentovány v odborném časopisu Marketing a komunikace, který vydává Česká marketingová společnost. Informace k soutěži Marketér roku jsou uvedeny na webových stránkách www.cms-cma.cz. **(tz)**

Firmy a podnikatelé stále více hledají možnosti, jak financovat své podnikání

Rok 2012 byl v poskytování úvěrů ale spoň z pohledu AKCENTY, spořitelního a úvěrního družstva, velmi úspěšný. I přes ekonomickou recesi poskytl úvěry firmám a živnostníkům v celkovém objemu přes 850 milionů korun. Dynamika růstu úvěrů v meziročním srovnání tak byla téměř dvojnásobná.

„I podle počtu žádostí ze strany našich klientů je zřejmé, že podnikatelé mají chuť do svého podnikání investovat, nicméně banky nejsou schopny nebo ochotny jejich požadavky splnit. Obrací se proto na sektor družstevních záložen, který je v řadě otázek více flexibilní. Vždy hledáme cestu a důvody, proč úvěr poskytnout, a ne naopak. Představili jsme proto v uplynulém roce také nové úvěrové produkty, díky kterým může být financování ještě přístupnější a jednodušší,“ zhodnotil současnou situaci na poli úvěrů Stanislav Rokos, obchod-

ní ředitel AKCENTY, spořitelního a úvěrního družstva. „Dvojnásobný roční nárůst objemu úvěrů pro nás proto není až tak překvapivý. I v letošním roce hodláme v tomto trendu pokračovat, tedy nabízet takové úvěrové produkty, které řeší potřeby našich klientů individuálně, přesně na míru a bez zbytečných komplikací,“ dodal Stanislav Rokos.

AKCENTA, spořitelní a úvěrní družstvo je nejmladším členem skupiny AKCENTA, která působí na finančním trhu již více než 15 let. Společnost poskytuje veškeré základní služby tuzemského platebního styku, z nichž většina je zcela bez poplatků. Svým klientům také nabízí výhodné depozitní a úvěrové produkty. Počet klientů společnosti AKCENTA, spořitelní a úvěrní družstvo se neustále zvyšuje, během roku 2012 narostl jejich počet o více než 30 %.

(tz)

Redakční rada pracuje ve složení: Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s. Dubí, Jan Wiesner, čestný předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev, Ing. Irena Vlčková, vedoucí sekretariátu a PR manager Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA., generální ředitel společnosti SINDAT GROUP, předseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Ing. Ivo Gajdoš, viceprezident České manažerské asociace, Ing. Jan Taraba, ředitel Národního informačního střediska podpory kvality (NIS – PK), Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA, místopředseda T-SOFT a.s.

NAŠIMI STÁLÝMI PARTNERY JSOU

- Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest
- Agrární komora ČR
- Asociace českého papírenského průmyslu
- Asociace českých pojišťovacích makléřů
- Asociace inovačního podnikání ČR
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
- Asociace podnikatelek a manažerek ČR
- Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu
- Česká agentura na podporu obchodu / CzechTrade
- Česká asociace koučů
- Česká asociace petrolejářského průmyslu a obchodu
- Česká asociace podnikatelů v lesním hospodářství
- Česká asociace pojišťoven
- Česká asociace pro soutěžní právo
- Česká leasingová a finanční asociace
- Česká manažerská asociace
- Česká společnost pro jakost
- Český svaz pivovarů a sladoven
- Český svaz zaměstnavatelů v energetice
- Družstevní Asociace ČR
- Enterprise Europe Network při CRR ČR
- Gender Studies
- Hospodářská komora České republiky
- Hospodářská komora hlavního města Prahy
- Komora auditorů ČR
- Komora certifikovaných účetních
- Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Podnikatelský svaz pekařů a cukrářů
- Potravinářská komora ČR
- Unie zaměstnavatelských svazů ČR
- Sdružení automobilového průmyslu
- Sdružení Korektní podnikání
- Sdružení podnikatelů ČR
- Sdružení pro cenu ČR za jakost – Czech Made
- Sdružení pro informační společnost
- Svaz dovozců automobilů
- Svaz českých a moravských výrobních družstev
- Svaz českých a moravských spotřebních družstev
- Svaz chemického průmyslu ČR
- Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR
- Svaz podnikatelů ve stavebnictví v ČR
- Svaz strojírenské technologie, zájmové sdružení
- Svaz průmyslu a dopravy ČR
- Unie soukromých bezpečnostních služeb ČR
- Zemědělský svaz ČR

www.truckjobs.cz je nová šance pro zaměstnance i zaměstnavatele v silniční dopravě

Institut Silniční Dopravy ČESMAD Bohe-mia spustil nový pracovní portál určený dopravní společnosti hledající zaměstnance a pro uchazeče o zaměstnání na pracovní pozice v oblasti dopravy www.truckjobs.cz.

Přínosem pro dopravní společnosti je vytvoření pracovního portálu zaměřeného výhradně na uchazeče o zaměstnání v oblasti dopravy. Dopravní společnosti mohou využívat služeb placené inzerce volných pracovních míst, vyhledávání vhodných uchazečů v pravidelně aktualizované databázi a možností prezentace své společnosti.

Uchazeči o zaměstnání mohou na pracovním portálu zdarma vyhledávat aktuální pracovní nabídky dopravních společností ve vybraných regionech, spravovat a pravidelně aktualizovat svůj profesní profil a využívat zdarma on-line aplikaci pracovně právního poradenství. **(tz)**

České firmy své závazky loni hradily až za dva a půl měsíce

Aktuální analýza platební morálky společnosti ČSOB Factoring ukázala, že loni české firmy hradily své závazky průměrně za 75 dní, což je nejdéle od roku 2009. Oproti roku 2011 se platební morálka tuzemských firem zhoršila o čtyři dny, a Česká republika tak zůstává v nelichotivé pozici v porovnání s některými státy EU. Nejdéle čekají na své peníze dodavatelé do zdravotnictví. Meziročně nejvýznamnější prodloužení úhrady závazků zaznamenávají dvě důležitá odvětví – v potravinářství činí prodloužení inkasa pohledávek 9 dní, a v automobilovém průmyslu je to dokonce 15 dní.

Aktuální INDEX ČSOB Factoring předpovídá

V loňském roce české firmy platily za odebrané služby a zboží v průměru za 75 dní, což je zhruba 15 dní po splatnosti vystavené faktury. „Zhoršení platební morálky napříč ekonomicky nejvýznamnějšími odvětvími je evidentní. Několik let trvající prodlužování návratnosti pohledávek způsobuje obecná nejistota plynoucí z dalšího vývoje ekonomiky, a tím pádem obezřetné chování spotřebitelů, bank, firem, státu. Kvůli tomu je v ekonomice méně peněz, a to má vliv na prodlužující se návratnosti pohledávek. Firmám se pak kvůli prostředkům blokovaným v pohledávkách nedostává peněz na financování provozu,“ uvedl Jindřich Horák, obchodní ředitel společnosti ČSOB Factoring. Nejdéle loni čekali na své peníze dodavatelé do zdravotnictví, kde je průměrná doba splatnosti pohledávek 106 dní, ti si však jako jediní oproti roku 2011 polepšili o dva dny. Ve strojírenství došlo oproti roku 2011 k prodloužení průměrné úhrady závazků o celých sedm dní a ve stavebnictví o čtyři dny. Nejmarkantněji se zhoršila platební morálka v důležitých oborech, jako je potravinářská výroba a automobilový průmysl, oproti tomu si stabilně vedly velkoobchodní firmy.

Přehled vybraných oborů (údaje uvedeny ve dnech)

Odvětví	Reálná doba návratnosti pohledávky				Doba po splatnosti pohledávky		
	2012	4.Q 2012	2011	2010	2012	2011	2010
Zdravotní péče	106	112	108	98	33	39	30
Výroba základních kovů, hutnictví a slévárenství	75	72	76	76	14	15	14
Strojírenství	85	82	78	73	11	10	7
Potravinářství	78	72	69	74	24	21	27
Automobilový průmysl	59	58	44	51	4	-2	2
Velkoobchod	67	67	67	66	11	13	12
Stavebnictví	82	85	78	75	23	22	19
Maloobchod	78	73	77	73	19	18	17
Doprava	66	68	63	63	13	11	8

Zdroj: Analýza ČSOB Factoring

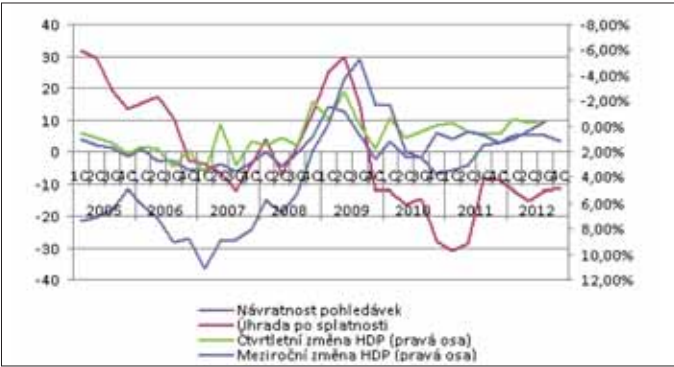
Z hlediska platební morálky firem se Česká republika řadí již několik let v řadě k těm horším v EU. „Nejen, že v tuzemsku čekají na své peníze dodavatelé nejdéle, ale v meziročním srovnání zaznamenáváme oproti ji-

ným státům EU i nejznatelnější prodloužení reálné doby návratnosti pohledávek. Například firmy na Slovensku naopak meziročně zkrátily průměrnou úhradu závazků o sedm dní, což je pozoruhodné,“ upozornil Jindřich Horák z ČSOB Factoring. Ukázal tak na to, že na Slovensku lze vysledovat pozitivní trend již třetí rok v řadě, neboť návratnost pohledávek se loni zkrátila na 65 dní, a to už je o deset dní méně než v ČR. Bez znatelných výkyvů hradí závazky také například firmy v Německu, Rakousku či ve Francii.

Platební morálka v rámci eurozóny (údaje uvedeny ve dnech)

Země	Průměrná návratnost pohledávek od vystavení faktury				Průměrná doba placení pohledávek		
	2012	4.Q 2012	2011	2010	2012	2011	2010
Česko	75	74	71	70	15	14	14
Německo	40	42	39	40	-1	-1	6
Slovensko	65	60	72	76	9	8	8
Francie	60	59	62	62	1	0	0
Rakousko	58	55	58	59	3	3	3

Zdroj: Analýza ČSOB Factoring



INDEX ČSOB Factoring: HDP setrvává ve stagnaci

Údaje hrubého domácího produktu Českého statistického úřadu potvrdily neutěšenou ekonomickou situaci, jak to predikoval i vývoj INDEX ČSOB Factoringu za III. čtvrtletí. „Bohužel ani ve IV. čtvrtletí 2012 nedochází v INDEXu k významnějšímu posunu, když index návratnosti pohledávek setrvává v oblasti nad průměrem navzdory dílčímu zlepšení. Pro IV. čtvrtletí INDEX ČSOB Factoringu tak naznačuje další setrvání v ekonomickém poklesu, který může v lepším případě nahradit stagnace,“ řekl Petr Zámečník ze společnosti Fincentrum.

Vysvětlivka:

INDEX ČSOB Factoring je odrazem reálné ekonomiky a indikuje její stav dříve, než se projeví v hrubém domácím produktu. INDEX vychází z odchylek skutečné návratnosti pohledávek a úhrad po splatnosti od dlouhodobého průměru daných veličin. (tz)

Znalosti Čechů v oblasti pojištění jsou podprůměrné

Češi mají ve znalostech pojištění stále velké rezervy. Špatně se orientují v základních termínech. Pojmům, jakými jsou například pojistná hodnota, progresivní plnění nebo pojistný limit, rozumí jen zhruba třetina. Nejméně se lidé orientují v životním pojištění, překvapivě také v pojištění vozidel. Vyplývá to z exkluzivního průzkumu České asociace pojišťoven.



V testu pojistné gramotnosti, který ověřil znalost základních pojmů a orientaci v pojistných produktech bychom při použití školního způsobu hodnocení uspěli v průměru na tři minus. Na jedničku uspělo jen 5 % populace. Výborně a chvalitebně mohlo být v testu pojistné gramotnosti klasifikováno 34 % mužů, stejnou úroveň znalostí obhájilo jen 20 % žen. Přestože je již v současné době finanční a pojistné gramotnosti věnována pozornost i na školách, mladí lidé dopadli nejhůře. Polovina z nich prokázala dostatečné a nedostatečné znalosti. Z hlediska věku a příjmu nejlépe uspěly osoby starší 40 let a s příjmy nad 20 tisíc korun měsíčně. „Mladší generace by si ve svém zájmu měla informace doplnit,“ varovala manažerka vzdělávání a komunikace z ČAP Marcela Kotyrová a uvažovala dále: „Představuje pro pojistný trh do budoucna velký potenciál a větší informovanost jim umožní sjednat si adekvátní pojist-

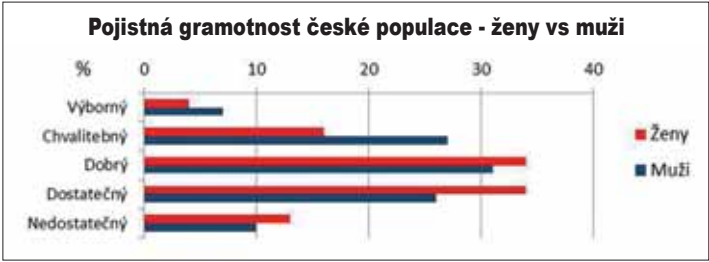
nou ochranu. S nízkou úrovní znalostí se títo lidé mohou stát v budoucnu snadnou kořistí takových finančních poradců, kteří myslí více na svůj profit než na blaho klienta,“ dodala.

Otazníky kolem životního pojištění

Termíny z oblasti životního pojištění bez problémů dokázalo objasnit jen 25 % dotázaných. Přitom termín, jakým je technická úroková míra, garantuje zhodnocení jejich vkládaných finančních prostředků. Paradoxem je i to, že 80 % respondentů je přesvědčeno, že si vybralo správné životní pojištění, ale jen 58 % z nich zná rozdíl mezi životním pojištěním se spořicí složkou a mezi spořením. Velmi často si lidé pletou pojmy pojistná hodnota a pojistná částka.

Stejně tak polovina tázaných nezná rozdíl mezi investičním životním pojištěním a pojištěním kapitálovým. Většina respondentů deklaruje, že jim pojištění přináší více klidu, ale například zdravotní rizika, kterých se většina z nich obává, jsou pojištěním kryta úplně minimálně.

Oba dva typy produktů slouží zejména k pojistné ochraně. Zatímco u kapitálového životního pojištění je kromě krytí rizik pevně stanovená a garantovaná částka na dožití, investiční životní pojištění umožňuje vyšší variabilitu ve zhodnocování kapitálové hodnoty, ale pojistná částka na dožití garantována není.



Havarijní pojištění versus povinné ručení

Respondenti s horšími výsledky v testu pojistné gramotnosti nerozlišují povinné ručení od havarijního pojištění. Jak vyplývá z průzkumu, třetina odpovídajících se například domnívá, že havarijní pojištění kryje následky úrazu řidiče při havárii, dvě třetiny jsou toho mínění, že kryje následky úrazu spolucestujícího. „U rizik, která havarijní pojištění skutečně kryje, například škoda na vozidle způsobená povodní nebo krupobitím, naopak někteří respondenti váhají a vylučují je,“ komentovala Marcela Kotyrová a upozornila na potřebu větší osvěty motoristů.

Zatímco havarijní pojištění kryje škody způsobené na vašem vozidle na základě havárie, vandalizmu, odcizením nebo živly, z povinného ručení jsou kryty pouze škody, které provozem svého vozidla způsobí svému okolí.

Ostatní typy pojištění

Průzkum upozornil také na některé omyly u pojištění občanské odpovědnosti. Lidé totiž velice často vůbec neví (61 %), že tento druh pojištění kryje případy škod, kdy je například při jízdě na kole způsobena dopravní nehoda. Mýlně se pak veřejnost často domnívá (27 %), že se může hodit v případě ztráty klíčů, dokladů, platební karty anebo v případě, že při parkování svého auta nabourají cizí vozidlo (58 %).

Pozitivní odhalení nastalo u pojištění majetku. Ukázalo se, že celých 88 % Čechů dokáže rozlišit pojištění domácnosti od pojištění nemovitosti a orientuje se v základních pojmech. „Podle výše ročního pojistného poloviny respondentů je však patrné, že pojistné částky jsou nižší než skutečná hodnota poji-

těného majetku,“ uvedla Marcela Kotyrová. „To může být způsobeno podceňováním rizik, zčásti je to však opět otázka pojistné gramotnosti. Pojistnou smlouvu podle aktuální hodnoty majetku totiž upravuje stále jen 49 % pojištěných.“

Uspokojivé je i chápání cestovního pojištění, lidé se orientují v jeho problematice a 91 % lidí, kteří cestují do zahraničí, si cestovní pojištění sjednává. Třetina těch, kteří si cestovní pojištění nesjednali, se domnívají, že jim stačí Evropský průkaz zdravotního pojištění. (tz)

Slabý rok 2012 zakončily evropské trhy IPO výrazným nárůstem hodnoty emisí

Celkem 263 primárních emisí (IPO) v hodnotě pouhých 10,9 miliardy eur se loni uskutečnilo na evropských burzách. Pro srovnání, v roce 2011 to bylo 430 IPO, které vynesly 26,5 miliardy eur. O téměř polovinu hodnoty loňských evropských emisí se postaral Londýn, který tak zůstává dominantním trhem. Uskutečnilo se zde 73 IPO, které vynesly 5,1 miliardy eur. V roce 2011 jich přitom bylo 101 v hodnotě 14,1 miliardy eur, téměř polovinu této hodnoty však tehdy tvořila jediná emise (Glencore; 6,9 miliardy eur). Ukázala to studie PwC IPO Watch, která každého čtvrt roku sleduje primární emise na evropských burzách. Závěr loňského roku vyzněl pro evropské trhy primárních emisí poměrně povzbudivě. Hodnota IPO v Evropě vzrostla v posledním čtvrtletí roku 2012 meziročně více než sedmkrát. Celkem se zde uskutečnilo 70 IPO v hodnotě 7,5 miliardy eur. O rok dříve to bylo sice 78 IPO, ale jejich celková hodnota činila pouhých 0,9 miliardy eur. (tz)

Logo Český výrobek jako jistota výroby v ČR

Jedy a zakázané látky ve výrobcích z dovozu trápí jistě mnoho zákazníků. V poslední době média opakovaně informují o příměsích, jako je technická sůl, jed na potkany nebo kyselina mravenčí, které nemají například v potravinářských výrobcích co dělat. Jako zákazníci ale vždy máme možnost volby, jakým výrobkům dáme přednost.

Velká část spotřebitelů důvěřuje českým výrobkům. Jednou z možností, jak pomoci v rozhodování při výběru zboží, je naše značka Český výrobek.

V současné době logo používá 38 potravinářských a nepotravinářských výrobců a můžeme se s ním setkat na 2028 výrobcích. Jak víme od výrobců, logo Český výrobek zákazníci velmi vítají a oceňují nejen nezaměnitelný vzhled, ale i přísná pravidla a kontrolu v místě výroby. Zapojené výrobce je možné ověřit nejen na našem webu, ale vzhledem k našemu zodpovědnému přístupu i u takové autority, jako je Úřad průmyslového vlastnictví. Důvěra zákazníků a rostoucí prodeje výrobců nás zavazují k důkladné kontrole dodržování pravidel nejen při udělování, ale po celou dobu užívání loga.

Logo Český výrobek již od roku 2006 přínosem

Původ zboží hraje při rozhodování zákazníků poměrně podstatnou roli. Hodně z našich zákazníků se ptá nejen na označení výrobků, ale i na to, zda se jedná o zboží a jeho komponenty vyráběné v České republice nebo jde pouze o finální kompletaci konečného výrobku. „Jsme rádi, když můžeme říci, že většina komponent

opravdu z České republiky pochází. Jasná pravidla pro udělování této licence také přesně nastavují mantinely, které vymezí skutečně domácí výrobce,“ řekl Ing. Zdeněk Kašparec, marketingový ředitel společnosti PRAMOS, a.s., k problematice českých výrobků a jejich deklaraci.

David Marek, marketingový ředitel firmy Nominal potvrdil: „Značku Český výrobek používáme od roku 2010. Logo jsme umístili na čelní stranu výrobku v dostatečné velikosti. Z ohlasů víme, že zákazníci vnímají značku Český výrobek velmi pozitivně. Přestože nemůžeme přesně určit podíl nárůstu prodeje díky značce Český výrobek, prodej našich výrobků meziročně stoupá o 35 %. Podle nás má správné užití loga Český výrobek nezanedbatelný vliv.“

Doporučení pro výrobce

Doporučujeme komunikovat českost výrobku. Například logem Český výrobek, pokud výrobce splňuje kritéria (více na www.czvyrobek.cz). Logo Český výrobek může být pro 47 % populace významnou přidanou hodnotou, která může rozhodnout o koupi. A to je nezanedbatelný potenciál.



ČESKÝ VÝROBEK



Z loňské největší události – Livia Klausová fandí českým výrobcům i výrobkům

Efektivní umístění loga

Záleží zejména na velikosti a umístění loga na výrobku. Je ideální, chceme-li využít tohoto potenciálu, umístit logo na čelní stranu výrobku a ve velikosti minimálně 16 mm. Jen tak zaručíme, že zákazník při výběru logo zaregistruje a to mu následně pomůže při rozhodování. Zde platí – čím větší, tím lepší. Bohužel, ne všichni výrobci mají tak dobré možnosti umístit velké logo jako například firma Dakon (výrobce kotlů), kde logo Český výrobek přesahuje desítku centimetrů.

Vývoj zákaznických preferencí

Jsme rádi, že preference od roku 2006, kdy je sledujeme, kontinuálně rostou. V současné době dává přednost českým výrobkům 47,12 % populace. Průzkumy provádí společnost Median MML TGI ČR na vzorku minimálně 15 000 respondentů ročně. Stávající trend potvrdil minulý nárůst o 2 %, to znamená, že v populaci přibývalo 200 000 nových zákazníků, kteří začali dávat přednost českým výrobkům.

Další podpora české výroby

Mimo podpory v tisku a na internetu využíváme každou možnost komunikovat zákazníkům důležitost a prospěšnost nákupu českých výrobků. Jsme hrdí, že jsme vyhlásili a každoročně oslavujeme s našimi partnery Den českých výrobků. Na podzim nás na oslavu Dne českých výrobků přišla na Václavské náměstí podpořit i paní Livia Klausová. Vydáváme vlastní kalendář, v celostátní TV reklamě prezentujeme zapojené výrobce. Jsme nadšeni rostoucím zájmem o české výrobky a na letošní rok chystáme další novinky.



PODPORUJEME
ČESKÉ VÝROBKÝ

www.czvyrobek.cz
info@ceskyvyrobek.eu
737 233 330

Ing. Leo Kolečkář, ředitel, Český výrobek s.r.o.
www.czvyrobek.cz

SPAR ČOS podporuje kvalitní česká vína

Společnost SPAR ČOS se stala hlavním partnerem čtvrtého ročníku prestižní soutěže o titul Vinařství roku 2012, kterou organizuje Svaz vinařů České republiky. Slavnostní vyhlášení výsledků proběhne 28. března v pražské Lucerně, kde cenu veřejnosti – Vindemia Publica 2012 – předá generální ředitel společnosti SPAR ČOS Martin Ditmar. Oceněná vína si mohou zákazníci zakoupit v prodejnách společnosti SPAR ČOS. Ti, kteří si koupí od 25. února do 25. března láhev tuzemského vína a podpoří hlasováním svého favorita, budou navíc zařazeni do soutěže o luxusní zájezd pro 2 osoby za 100 000 Kč na Madeiru.

„S rostoucí oblibou vína mezi českou populací je téma kvality tohoto nápoje stále aktuálnější,“ uvedl Martin Ditmar, generální ředitel společnosti SPAR ČOS. „O víno se již zdaleka nezajímají jen odborníci, ale i široká veřejnost. Soutěž Vinařství roku spojuje všechny, proto jsme velmi rádi, že se můžeme zúčastnit jako hlavní partner a vítězná vína nabídnout zákazníkům v našich prodejnách,“ dodal Martin Ditmar.

Soutěž Vinařství roku jako jediná v ČR posuzuje vinařské společnosti komplexně nejen na základě kvality vyráběného vína, ale i podle toho, jak svým podnikáním při-

spívají k pozvednutí, modernizaci a rozvoji oboru vinařství. První ročník se uskutečnil v roce 2010 a soutěž o titul nejlepšího vinařství se stala nejprestižnějším projektem v tomto oboru.

Letos mohou tuzemská vinařství vybojovat titul Vinařství roku, který oceňuje jejich úsilí v uplynulém kalendářním roce, již po čtvrté. Současně budou vyhlášeny výsledky i v dalších kategoriích, jako je cena veřejnosti, cena za nejlepší literaturu propagující víno a cena za kvalitní novinářskou práci propagující víno. Nově získá ocenění také významná vinařská osobnost s celoživotním přínosem pro tento obor a enolog – mladý vinař do 38 let, kterému bude udělen titul Enolog roku 2012.

O vítězi ceny veřejnosti Vindemia publica 2012 rozhodne on-line hlasování milovníků vína z řad laické veřejnosti. Ti mohou své vybrané vinařství podpořit na webových stránkách www.vindemiapublica.cz a prostřednictvím aplikace pro smartphony v období od 25. února do 25. března 2013. Titul Vindemia publica získá vinařství s největším počtem získaných hlasů.

více informací na www.interspar.cz

www.vinarstviroku.cz

(tz)

V lednu bylo vyhlášeno 417 firemních bankrotů

Firemních bankrotů bylo v lednu vyhlášeno 417, o třetinu více než předchozí měsíc. Více než 68 % z nich tvořily bankroty fyzických osob podnikatelů. Počet návrhů na firemní bankrot stoupl oproti prosinci o 32 případů na 833 návrhů. Vyplývá to z aktuální analýzy společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

V lednu bylo vyhlášeno 417 firemních bankrotů, což je o 105 bankrotů více než v prosinci. Bankrotů fyzických osob podnikatelů bylo v lednu zaznamenáno 287, z toho 222 bylo řešeno formou oddlužení (77 % případů). „Za posledních 12 měsíců bylo vyhlášeno 1370 bankrotů obchodních společností a 2526 bankrotů fyzických osob podnikatelů. Obchodní společnosti se na celkovém počtu firemních bankrotů podílely 35 %. Meziročně se tak počet bankrotů obchodních společností zvýšil o 112 případů, zatímco počet bankrotů fyzických osob podnikatelů podstatně rychleji, a to o 1202 případů,“ uvedla vedoucí analytického oddělení CRIF – Czech Credit Bureau Věra Kameníčková.

Počet návrhů na firemní bankrot dosáhl v lednu výše 833, což je o 32 případů více než v prosinci loňského roku. Počet návrhů na bankrot obchodních společností se meziměsíčně snížil (o 34 případů), zatím-

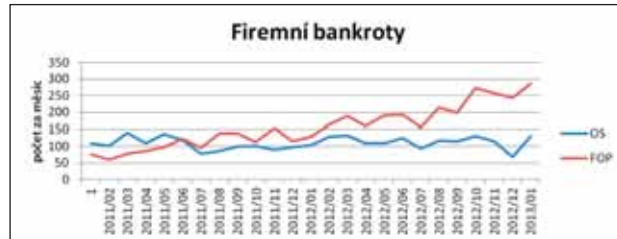
co počet návrhů na bankrot fyzických osob podnikatelů se zvýšil o 66 případů.

V lednu bylo vyhlášeno nejvíce bankrotů u obchodních společností podnikajících v odvětví služby a obchod a pohostinství (38, resp. 33 bankrotů). Za posledních 12 měsíců bylo nejvíce bankrotů obchodních společností vyhlášeno rovněž v těchto dvou odvětvích (shodně po 418 bankrotech). Meziročně se nejrychleji zvýšil počet bankrotů obchodních společností ve stavebnictví (o 20 %) a ve zpracovatelském průmyslu (o 12 %).

Meziročně se počet bankrotů obchodních společností zvýšil o 9 %. Jejich dynamika však byla v jednotlivých krajích značně odlišná. V pěti krajích došlo ke snížení jejich počtu, nejvíce to bylo v Libereckém kraji (o 46 %). Nejrychleji se počet bankrotů zvýšil ve Středočeském kraji (o 26 %) a v Praze (o 23 %).

(tz)

Bankroty obchodních společností (OS) a fyzických osob podnikatelů (FOP), (leden 2011 až leden 2013)



více informací na www.iprosperita.cz

DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

200 tisíc klientů Allianz

Allianz penzijní společnost vstoupila na trh se čtyřmi fondy pro druhý pilíř důchodového systému, který doplnila unikátním životním pojištěním Strážce penze. „Nabídka je dostatečně široká, aby oslovila velký okruh možných klientů. Počítáme, že se do druhého pilíře zapojí přibližně 200 tisíc lidí,“ uvedl předseda představenstva APS Jakub Strnad.

(tz)

Placení mobilem skutečností

Díky spolupráci GE Money Bank, MasterCard a Telefónica ČR se technologie NFC plateb stává dostupnou široké veřejnosti. O NFC platební kartu v mobilu si nyní mohou zájemci požádat na kterékoli pobočce GE Money Bank. Mají tak možnost získat debetní i kreditní kartu integrovanou do mobilního telefonu. Využívat ji mohou pro bezkontaktní platby u obchodníků i k nákupům na internetu. Služba je poskytována zdarma.

(tz)

Kia LPG s plnou zárukou

KIA MOTORS CZECH nabízí nově oficiální přestavbu na LPG pohon včetně plné 7leté záruky. Nabídka platí pro modely cee'd, cee'd SW a Venga s motorizací 1,4 CVVT. Kia se rozhodla vyjít vstříc požadavkům na úspornější provoz. Nově nabízí prostřednictvím vybraných dealerství přestavbu modelů cee'd, cee'd SW a Venga na pohon LPG. Na vozidlo po přestavbě platí plná záruka ve stejném rozsahu jako na nepřestavěné vozidlo Kia. (tz)

Pojistný trh stagnuje

Pojistný trh zůstal v loňském roce na hranici stagnace. Vývoj odpovídá průběžným trendům předchozího období i celkovému vývoji české ekonomiky. Předpis pojistného pojišťoven ČAP za rok 2012 meziročně poklesl o jednu desetinu procenta. Životní pojištění díky běžné placenému pojistnému posílilo o 1,9 %. Zpomaluje pokles pojistného u pojištění vozidel. Předpis u podnikatelského pojištění klesl v průběhu roku o necelé 3 %.

(tz)

Loni specialisté prověřili přes 700 objektů a našli vady skoro za 100 milionů korun

Leaderi trhu sdružení v Asociaci inspektorů nemovitostí (AIN) provedli v roce 2012 více než 700 prohlídek technického stavu rezidenčních objektů v Česku. Celkem tak bylo odborníky prověřeno celé jedno procento domů určených k prodeji. Kromě stovek komplexních posouzení zajistili odborníci z AIN také stovky dílčích expertiz a specializovaných hodnocení. V příštím roce asociace očekává další razantní zvýšení poptávky.

Zakládající členové AIN, tři největší hráči na trhu, by tak v příštím roce mohli provést řádově již tisíce inspekce. Do pěti let by se pak mohla technická inspekce stát zcela běžnou součástí procesu prodeje nemovitosti tak, jak je tomu v USA nebo v západní Evropě.

Inspekce nemovitosti začíná být v módě

„Nákup nemovitosti je obvykle vůbec největší investicí, kterou běžná rodina dělá. Lidé si proto začali víc uvědomovat, že k takovému kroku zkrátka potřebují odborníka, který jim bude schopen říci, zda je dům v pořádku, nebo bude potřebovat nějaké opravy,“ sdělil předseda AIN Radim Mařík. „Zatímco k nákupu ojetého vozu si již většina lidí s sebou vezme zkušeného mechanika, při nákupu domu, což je většinu výrazně vyšší investice, přizvaný odborník zatím sa-

mozřejmostí nebyl,“ dodal Tomáš Šimon z představenstva AIN.

Velkou výhodou nabídky profesionálně provedené inspekce nemovitosti je nejen vyhledání případných vad, ale i vyčíslení nákladů na jejich případnou sanaci. Lidem, kteří kupují dům, tak může inspektor ušetřit mnohdy i statisíce korun, a hlavně zdravé nervy. Inspektora přitom nevyužijí nutně jen lidé, kteří kupují starší dům. Hodit se jeho služby mohou i těm, kdo investují do novostavby. „Při převzetí nově postaveného domu nebo bytu je také vhodné využít inspektora, jehož zkušené oko odhalí mnohdy i umě zamaskované vady,“ doplnil člen představenstva AIN Pavel Štáf.

Docela vysoká čísla

Mezi hlavní hráče na trhu patří firmy ABCHI Home Experts, Bytecheck a Nemopas ze staveb-

ní skupiny DEK. Díky práci jejich inspektorů bylo v minulém roce odhaleno velké množství vad na kontrolovaných objektech. Sanace všech těchto vad by stála investory částku blížící se stovece milionů korun.

Mezi nejčastější problémy, se kterými se inspektori na rodinných domech setkávají, patří především vady u šikmých střech v kombinaci s obytným podkrovím a problémy se vzduchotěsností domů, tedy situací, kdy škvrami a netěsnostmi uniká teplo. Velmi často je i u novějších rodinných domů nesprávně řešena ochrana suterénu proti vodě. U novostaveb bytů bývá obvykle problémové napojení oken a balkonových dveří na zateplenou fasádu a balkon či terasu, což způsobuje vlhkost v interiéru okolo balkonových dveří jak na stěně, tak u podlahy. Častým problémem je také nedostatečné vyspádování parapetních plechů. V některých nových bytových domech se objevují problémy s tzv. kročejovou neprůzvučností mezi chodbou a vlastním bytem, a majitelé nových bytů jsou tak po zabydlení novostavby obtěžováni hlukem

z chodby. Ve starších nerevitalizovaných panelových domech je zase třeba počítat s nekvalitními okny a obecně problémy s velkými ztrátami tepla a vznikem trhlin od pohybu panelů. Další závažnou skupinou problémů jsou zdravotní rizika domů, například při výměně oken ve starším domě může dojít ke zvýšení koncentrace nebezpečného radonu či CO₂ v domě.

Jen od certifikovaného inspektora

Kromě tří velkých společností, které na českém trhu inspekci nemovitostí nabízejí a které sdružují několik desítek proškolených a certifikovaných inspektorů, může technické prověření nemovitosti na určité úrovni provést téměř kdokoli z 30 tisíc autorizovaných inženýrů a techniků – členů České komory autorizovaných inženýrů a techniků (ČKAIT). Úroveň služby, kterou jednotlivci nabízejí, se ale značně liší. Kontrola a udržení kvalitativní úrovně služeb inspektorů je jedním z hlavních cílů AIN. Těm, kdo splní potřebné standardy, je Asociace inspektorů nemovitostí otevřena. (tz)

Kovohutě Příbram pro rozvoj recyklace

Tržby společnosti v loňském roce opět překročily dvě miliardy Kč, s meziročním nárůstem o půl procenta. Jde o druhé nejvyšší tržby v historii. Výše tržeb je negativně ovlivněna převedením určitých obchodů z klasického systému nákup-prodej na přepracování, kdy si rozhodující zákazníci sami dodají olovené baterie a odeberou pak hotové olovo. Hospodářský výsledek pak byl na úrovni roku 2006, a to díky aktivitám všech čtyř divizí.

Pracovníci podniku v roce 2012 vyrobili přes 45 tisíc tun surového olova, což je rekord v celé 226leté historii hutě. Zrecyklováno bylo téměř 59 tisíc tun olovených odpadů, především vyřazených olovených autobaterií.

Dále podnik loni vyrobil 12 tun drahých kovů (zlato, stříbro, palladium, platina, rhodium). Ekologicky zrecyklováno také bylo téměř 1500 tun elektroodpadu plus dalších 950 tun svítel a světelných zdrojů v dceřiné společnosti

RECYKLACE EKO VUK. Sběrné místo elektroodpadu v areálu hutě se za celý rok 2012 zaplnilo téměř 40 tunami vysloužilých elektrozařízení. V rámci ekologických služeb firmy se dále od občanů vykoupilo 157 tun olovených baterií. Kovohutě se v roce 2013 více zaměří také na výkup a sběr odpadů od obyvatel Příbramska a okolí.

Společnost Kovohutě Příbram nástupnická, a. s. se stala od 21. srpna 2012 podpisem akviziční dokumentace akcionářem ve firmě RECYKLACE EKO VUK, a. s. Od této chvíle

mají Kovohutě 60% podíl. Smluvně je připraveno budoucí stoprocentní vlastnictví. Po vstupu Kovohutí do RECYKLACE EKO VUK je jeho novým předsedou představenstva Petr Janda, který je současně ředitelem kovohutěské divize Elektroodpad. Nová provozovna je v Příbrami v areálu Kovohutí, kde se ekologicky zpracovávají svítidla a světelné zdroje (zářivky, úsporky, výbojky či zařízení pro šíření či řízení osvětlení; dále také klasické žárovky). Tyto aktivity synergicky doplňují zpracovací možnosti divize Elektroodpad. (tz)

inzerce

JUBILEJNÍ 20. ROČNÍK

SOUTĚŽE

MANAŽER ROKU 2012

Oceňované kategorie:

- MANAŽER ROKU • MANAŽERKA ROKU • TOP 10
- Vynikající manažer střední firmy • Vynikající manažer malé firmy • Mladý manažerský talent
- Manažer odvětví • Finalista soutěže MANAŽER ROKU • Uvedení do Síně slávy

Česká manažerská asociace

Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

Svaz průmyslu a dopravy ČR

20 LET PRESTIŽE – INSPIRACE – ÚSPĚCHŮ

Generální partner

Hlavní partner

Významní partneři

Mediální partneři

Další info získáte na tel.: +420 241 087 325, e-mail: lukovic@cma.cz, www.manazerroku.cz, www.cma.cz

MANAŽER A MANAŽERKA roku 2011,
E. Syková a L. Stoklásek

25. duben 2013 – palác Žofín

DEN ÚSPĚŠNÝCH MANAŽERŮ A FIREM

Program:

- Dopolední mezinárodní konference ČMA: VÝZKUM – INOVACE – VZDĚLÁNÍ
- Panelová diskuse s představiteli vlády
- Slavnostní vyhlášení výsledků 20. ročníku soutěže MANAŽER ROKU
- Neformální setkání s manažerskou elitou
- Večer v Národním divadle

Kdo projde soutěží, patří k elitě

Blíží se vyhodnocení 20. ročníku Manažera roku

Většina manažerů, nominovaných v jubilejním 20. ročníku soutěže MANAŽER ROKU, komentuje svoji účast jako možnost otestovat své kvality, porovnat se s kolegy z branže, setkat se s nejlepšími manažery České republiky a zlepšit prestiž své profese. Stalo se totiž známým faktem, že ten, kdo s úspěchem projde náročnou soutěží a stane se byť jen finalistou, získá důvěryhodnost a přiřadí se k lize těch nejlepších v zemi.

Z postojů letošních účastníků soutěže také vyplývá, že ji nezaměňují a neporovnávají s různými hlasovacími anketami a žebříčky, ale vnímají jako exaktní a sofistikovanou soutěž, v níž jsou posuzováni podle desítek parametrů a kritérií. Hlavním argumentem důvěryhodnosti je, že manažeri nejsou hodnoceni jen podle čísel, argumentů a výsledků na přihlášce, ale že uvedená fakta jsou prověřována v praxi – a to formou manažerského auditu přímo na pracovišti. „Každý finalista si musí projít mnohastupňovým náročným hodnocením a jednou jeho součástí je právě audit,“ uvedl Jan Preclík, předseda Hodnotitelské komise. „Například když s hodnoceným manažerem procházíme fabriku a vidíme, že se s většinou kolegů a zaměstnanců zdraví jménem, tak to vypovídá nejen o dobré atmosféře v podniku, ale i o jeho manažerském přístupu, metodách a týmové inzerci

vé práci – a nebudou to asi jen fráze na papíře,“ poznamenal J. Preclík.

Letošní svátek manažerů bude 25. dubna

Do 20. jubilejního ročníku soutěže MANAŽER ROKU bylo letos nominováno téměř 200 manažerů a manažerek z celé republiky. Soutěž je otevřená a o účast projevují zájem i manažeri-cizinci, kteří u nás dlouhodobě pracují. Hodnotitelská komise předá podrobné hodnocení finalistů Národní komisi. A teprve 25. dubna budou v rámci DNE ÚSPĚŠNÝCH MANAŽERŮ A FIREM slavnostně vyhlášeni vítězové jednotlivých kategorií, např. MANAŽER ROKU, MANAŽERKA ROKU, TOP 10, VYNIKAJÍCÍ MANAŽER STŘEDNÍ FIRMY, VYNIKAJÍCÍ MANAŽER MALÉ FIRMY, MLADÝ MANAŽERSKÝ TALENT DO 35 LET či Manažeri odvětví.

Mezinárodní konference s řadou atraktivních hostů

DEN ÚSPĚŠNÝCH MANAŽERŮ A FIREM je dlouhodobě odbornou veřejností vnímán jako Svátek manažerů – je pro ně totiž tradičně v paláci Žofin připraven velmi bohatý odborný i prestižní program. Letošní manažerský den, 25. duben, začíná mezinárodní konferencí České manažerské asociace: NENECHME UJET VLAK – úloha manažerů ve 21. století a bude nejen na téma inovace ve vzdělání. Na ní vystoupí domácí i zahraniční esa v tomto oboru a bude ji moderovat jeden z nejúspěšnějších českých manažerů, který nyní pracuje na světové úrovni – Jan Mühlfeit z Microsoft. Program bude dále pokračovat panelovou diskuzí s politiky – cílem je přenést závěry konference do povědomí české politické scény a naservírovat politikům to, co manažeri od politiků při roz-



voji ekonomiky a konkurenceschopnosti očekávají. Den vyvrcholí odpoledním slavnostním vyhlášením vítězů výjimečné soutěže MANAŽER ROKU a závěr bude patřit kulturnímu zážitku v Národním divadle.

Soutěž vyhláší Svaz průmyslu a dopravy ČR, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a Česká manažerská asociace, která ji také organizuje.

více informací získáte na www.manažerroku.cz

(red)

Zájem o podnikání v Česku stagnuje

V loňském roce v České republice vzniklo celkem 22 454 nových firem, což je o 0,54 % více než v roce 2011, kdy bylo registrováno nejméně firem za posledních šest let. Nižší zájem podnikatelů o zakládání firem, tedy budování nových podnikatelských aktivit, souvisí převážně se špatnou ekonomickou situací v Česku v posledních letech. Celkový registrovaný kapitál nově vzniklých firem přesáhl 93 miliard korun. Nejvíce firem vzniká v Praze a Jihoomoravském kraji. K 31. prosinci 2012 bylo v ČR registrováno 373 271 kapitálových společností, to je téměř o 15 600 více než na konci roku 2011. Údaje vyplývají z databázi a výpočtů České kapitálové informační agentury, a.s. (ČEKIA), člena nadnárodní skupiny Bisnode.

„Překvapil nás výrazný pokles zájmu o nové akciové společnosti – jejich počet meziročně klesl o čtvrtinu,“ komentovala statistiky analytička agentury ČEKIA Petra Štěpánová. „To souvisí se špatnou ekonomickou situací, podnikatelským prostředím a také obavami podnikatelů ze zákazu anonymních akcií,“ dodala. Do registrovaného kapitálu nově založených firem v roce 2011 podnikatelé investovali více než 93 miliard korun, z toho 90 % do akciových společností.

Počet nově založených firem* v období 2007–2012

	2012	2011	2010	2009	2008	2007
s.r.o.	21 592	21 174	22 460	21 756	22 638	21 063
a.s.	862	1 159	1 174	1 095	1 336	3 967
celkem	22 454	22 333	23 634	22 851	23 974	25 030

K 31. prosinci 2012 ČEKIA ve svých databázích evidovala necelých 373 271 firem, z toho 24 937 (6,7 %) akciových společností a 348 334 (93,3 %) společností s ručením omezeným. Celkový počet kapitálových společností registrovaných v ČR od konce roku 2011 vzrostl o 15 570, což představuje nárůst o 4,4 %. V průběhu loňského roku zaniklo celkem 4850 firem. „Za posledních šest let, kdy ČEKIA tyto statistiky detailně sleduje, v České republice přibýlo téměř 90 000 firem, nicméně procentuelní meziroční přírůstek společností na našem trhu byl v roce 2012 nejnižší od roku 2007,“ potvrdila analytička agentury ČEKIA Petra Štěpánová. „Tempo růstu celkového počtu kapitálových společností v posledních letech zpomalilo, což mimo jiné souvisí s recesí tuzemské ekonomiky a vysoce konkurenčním podnikatelským prostředím.“

Celkový počet firem* v ČR v období 2007–2012

	2012	2011	2010	2009	2008	2007
s.r.o.	348 334	332 987	316 429	296 787	280 736	261 946
a.s.	24 937	24 714	24 042	23 221	22 888	21 932
celkem	373 271	357 701	340 471	320 008	303 624	283 878
Meziroční změna	4,35 %	5,06 %	6,39 %	5,40 %	6,96 %	

Nejvíce podnikatelských subjektů, více než 46 % z celkového počtu, v loňském roce vzniklo v Praze (10 378). Silnou pozici má také dlouhodobě Jihoomoravský (2338), Moravskoslezský (1417) a Středočeský kraj (1314). Nejméně firem v roce 2012 vzniklo v Karlovarském kraji (299), na Vysočině (330) a Libereckém kraji (357).

Nově vzniklé firmy* v roce 2012 podle krajů

Kraj	Počet společností	Podíl
Jihočeský kraj	733	3,26 %
Jihomoravský kraj	2 338	10,41 %
Karlovarský kraj	299	1,33 %
Královéhradecký kraj	564	2,51 %
Liberecký kraj	357	1,59 %
Moravskoslezský kraj	1 417	6,31 %
Olomoucký kraj	558	2,49 %
Pardubický kraj	483	2,15 %
Plzeňský kraj	576	2,57 %
Praha	10 378	46,22 %
Středočeský kraj	1 314	5,85 %
Ústecký kraj	610	2,72 %
Vysočina	330	1,47 %
Zlínský kraj	611	2,72 %
neurčeno	1 886	8,40 %
Celkem	22 454	100,00

*statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod. Zdroj: ČEKIA (databáze MagnusWeb)

(tz)

Vzdělávací a poradenská společnost
Senovážné nám. 23, Praha 1

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

SLAVÍME 20 LET NA ČESKÉM VZDĚLÁVACÍM TRHU

PRAKTICKÉ UPLATŇOVÁNÍ ZÁKONA O DPH V ROCE 2013
19. – 20. 3. 2013
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Ivana Langerová
KÓD: 1302320 CENA: 4 465 Kč

PREVENCE PODVODŮ A NASTAVENÍ INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ PRO DETEKCI PODEZŘELÝCH OBCHODŮ NA PRAKTICKÝCH PŘÍKLADECH
21. 3. 2013
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Petr Barák
KÓD: 1302570 CENA: 3 376 Kč

PORUŠOVÁNÍ ZÁKONÍKU PRÁCE A ZÁKONA O ZAMĚSTNANOSTI Z POHLEDU ORGÁNŮ INSPEKCE PRÁCE
25. 3. 2013
PŘEDNÁŠÍ: Mgr. Petr Kieler, JUDr. Jaroslav Stádník
KÓD: 1302540 CENA: 3 013 Kč

SEZNÁMENÍ SE SE SPRÁVOU DANÍ ANEB CO ČEKAT, KDYŽ SE OZVE BERNÁK
8. 4. 2013
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Ing. Ondřej Lichnovský, Mgr. Tomáš Rozehnal
KÓD: 1302580 CENA: 3 013 Kč

ZÁKONÍK PRÁCE 2013 – SPECIÁLKA
9. – 10. 4. 2013
KÓD: 1302040 CENA: 5 796 Kč

Ceny jsou vč. 21% DPH

VZDĚLÁVACÍ PROGRAM NAJDETE NA
WWW.VOX.CZ

DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

Svoboda controllingovým výkazům

PREMIER system ve své nové verzi X4.2 přichází s ojedinělou funkcí návrhu definovatelných výkazů práce či zakázek. Ty lze snadno editovat i bez spolupráce s techniky nebo programátory. Tradiční český výrobce ERP rozšířil funkci systému o tvorbu výkazů na míru. Návrhy výkazů práce, projektů a zakázek lze tvořit skrze intuitivního průvodce, manažeri tak nemusí kvůli úpravám kontaktovat dodavatele.

(tz)

Tramvaje Inekon do USA

Inekon Group zahájil výrobu šesti tramvají pro americký Seattle v hodnotě 26,6 mil. USD (tj. téměř 600 mil. Kč). Nové vozy budou z části nezávislé na trakčním vedení. Umožní to inovativní napájení z akumulátorů, které dosud nebyly nikde na světě do tramvají instalovány. První dokončená tramvaj by měla do Seattlu dorazit v první polovině příštího roku. Součástí uzavřeného kontraktu je také opce na pořízení dalších dvaceti vozidel.

(tz)

Silicon Valley hledá talenty

Pro své partnery z řad významných investorských skupin ze Silicon Valley hledá US Market Access Center 60 investovatelných evropských start-upů. Vhodné akviziční cíle z řad českých firem představí americkým investorům Czech ICT Alliance v rámci Startup Funding EuroTOUR Prague. Akce Startup Funding EuroTOUR Prague (www.czechict.cz/investor) má najít vhodné investiční příležitosti z řad 12 vybraných českých start-upů.

(tz)

Školy bojují o studenty

Vysoké školy se potýkají s poklesem počtu maturantů vycházejících ze středních škol. Pro mnoho vysokých škol začíná doslova přetahování o nové studenty a stále důležitější pro výběr vysoké školy je její prestiž a kvalita. Dospělosti dosahují početně slabší ročníky první poloviny 90. let a menší příliv uchazečů o studium na VŠ má trvat ještě nejméně dalších deset let. V roce 2003 přijaly necelých 70 000 studentů, v roce 2010 již 106 400.

(tz)

více informací na www.iprosperita.cz

Od červených čísel k prosperitě

V uskupení GASCONTROL GROUP nejsou jen plynáři, strojaři a energetici...

Výroba vajec na Těhuli, na okraji Slaného, má bezmála 45letou historii. Původní společný družstevní podnik zde výrobu vajec v průběhu let doplňoval o další činnosti a posléze jej v rámci privatizace nahradila firma OVUS – Podnik živočišné výroby, spol. s r. o.

Ta se však od počátku potýkala s mnoha problémy. Postupně se zbavila výroby vepřového masa, avšak pokles rentability provázející výrobu vajec přetrvával. Zcela zásadní změna nastala koncem roku 2010, kdy nový vlastník – GASCONTROL, společnost s r. o. – vzal tuto novou a zaměřením netradiční firmu pod svá křídla a začlenil ji do svého konsorcia GASCONTROL GROUP.

Do čela výroby vajec přichází ze severu Moravy Ing. Tomáš Milich s cílem přetvořit do reality vizi spolumatitelů a zakladatelů konsorcia Mieczysława Molendy a Františka Sasyna, již bylo přebudovat tuto výrobu na základě současných vědecko-výzkumných poznatků s využitím nejnovějších technologií a dostat ji, jak se říká na Moravě, z chvosta na špicu.

Po dvou letech intenzivního snažení a nemalých investic, jež zde GASCONTROL GROUP investoval, se podnik dostal z červených čísel. V oboru jej začali brát vážně, ale současně si vedení muselo zvykat na občasná úder pod pás v souvislosti s obtěžováním okolí zápachem aj., i když k nejbližším stavením je to odtud pěkně daleko... ale to je jiná kapitola, která má své účastníky a současně, jak se lze přesvědčit, i řešení. Podnik nově spojil výrobu vajec s vlastním chovem nosnic a s využitím nových technologií a klecových systémů dle směrnice Evropské unie vznikla na Těhuli moderní farma. S pomocí investic, které již přesáhly 70 milionů korun, se od základu změnilo vše, co bylo až dosud se živočišnou výrobou a produkcí vajec spojeno. Významný podíl na úspěších měly rovněž předcházející zkušenosti od výroby krmných směsí přes chov nosnic až po využívání všech osvědčených postupů pro docílení současné špičkové produkce, která představuje až 322 vajec na nosnici za rok; a to rozhodně není zanedbatelný údaj.

V tomto bez nadsázky unikátním systému chovu slepic v klecových systémech moderní konstrukce umístěných v halách se zajištěním maximální hygieny, čistoty a nezávadnosti surovin na vstupu a konečného produktu na výstupu, došlo k podstatnému zvýšení produktivity práce i samotné produkce vajec. Ta v současnosti převyšuje 66 milionů vajec za rok. Podle slov ředitele Ing. Tomáše Milicha jde o nový směr v chovu nosnic vycházející z nadčasové filozofie předměstských farem.

Na Těhuli postupně vzniklo 12 produkčních hal, které byly obsazovány kvalitními nosnicemi z vlastního odchovu, který se vždy odvíjí od okamžiku dovozu jednodenních kuřat ze zahraničí. Kuřat, z mimořádně kvalitního genetického fondu, pro něž bylo vybudováno již šest odchovných hal.

Takto doma vychované kvalitní nosnice, umístěné do moderních hal vybavených nadčasově vy-

spělými klecovými systémy spolu s využitím automatizovaných systémů vytápění, krmení, napájení, sběru trusu, nepřetržitě certifikované kontroly vajec, tvoří základ této moderní výroby. Tím však modernizace zdaleka nekončí. Další nemalou investicí bude výstavba zemědělské bioplynové stanice umožňující výrobu energie využitím 8 tisíc tun slepičího trusu vyprodukovaného ročně v kombinaci s kukuřičnou siláží, senáží či zelenou sečí. Proporcionálně to bude 53 % trusu a ve zbytku směs zelené hmoty a případně siláže, které se zpracují na bioplyn, jenž bude jako výsledný produkt spalován v kogenerační jednotce. Dojde tím k podstatnému snížení nákladů na spotřebu elektrické energie a výrobu tepla, a tím k dalšímu zefektivnění výroby.



Ing. Tomáš Milich, ředitel společnosti OVUS – Podnik živočišné výroby, spol. s r. o.

Na některé podrobnosti této zajímavé přeměny od nerentability k prosperitě jsem se zeptal ředitele OVUS – podniku živočišné výroby, spol. s r. o., Ing. Tomáše Milicha při nedávné návštěvě Slaného:

Důležitou roli zde sehrály moderní technologie, můžete je alespoň ve stručnosti představit?

Využíváme například plně automatizované krmení nosnic, což v praxi znamená optimální využívání devíti druhů krmných směsí (na přírodní bázi), takže každá slepice dostává dávku podle svého stáří a kondice; tedy směs, kterou potřebuje. Nejen, že jim toto krmení prospívá, ale zvyšují snášku, díky čemu se dostáváme vysoko nad běžné standardy. To ale není vše. Souvisí s tím ještě řízený světelný a teplotní režim, každodenní veterinární dohled, průběžné kontrolní vážení nosnic a vajec, odběry krve a trusu slepic, kontroly pitného režimu, spotřeby vody, zkrátka v každém okamžiku musíte vědět prakticky o každé konkrétní slepici vše nezbytné, což nám umožňuje využití průmyslových počítačů.



Ředitel Milich vyndává z kapsy mobilní telefon a po chvíli mi na displeji demonstroe v řeči čísel okamžitý teplotní a světelný stav na konkrétní hale, spotřebu vody, spotřebu krmení, snášku, a pokud by to nastalo, věděl by i o úhynu a jeho přesné lokalizaci.

Kolik nosnic takto sledujete?

Opravdu mnoho. V produkčních halách je téměř 230 tisíc nosnic a v chovných pak dalších 218 tisíc kuřic.

Ve vlastním provozu vyrábíte vaječné suroviny pro lahůdkářskou výrobu i provozy rychlého občerstvení. Jakou část produkce takto zpracováváte?

Je to ročně kolem 15 milionů vajec. Jednou z výhod je fakt, že můžeme takto zpracovávat křapky a další vejce, která pro porušení skořápky kontrolní systém z procesu vyřadí.

Zmínili jsme se o plánované výstavbě zemědělské bioplynové stanice, v jaké fázi přípravy se projekt nachází?

Jsmo stále ještě ve fázi stavebního řízení a půjde-li vše bez komplikací včetně získání dotace, rádi bychom práce zahájili letos v červnu. Loni jsme přišli o připravovanou dotaci ve výši téměř 20 mil. korun vinou průtahů souvisejících se stavebním řízením. Tak snad to již vyjde.

Ovlivní tato investice rovněž některé kritizované ekologické nedostatky?

Zajisté, jednoznačně dojde k úbytku zápachu z prvovýroby a zapravování trusu na hnojivo – toho je denně cca 25 tun. Vzhledem k tomu, že provoz stanice bude splňovat všechny legislativní požadavky, tedy s tím spojené normy a předpisy, nebude provoz přinášet žádná rizika pro okolní obce a jejich obyvatele.

Jaké bude mít zemědělská bioplynová stanice energetické výstupy a jak je miníte využívat?

Bude elektrická a tepelná energie, přičemž teplo plně zpracujeme v odchovných provozech, kde haly temperujeme celoročně, a elektrickou energii spotřebujeme asi ze dvou třetin v provozu farmy a v produkčních halách. Zbytek energie budeme dodávat do distribuční soustavy.

Byl pro vás uplynulý rok z ekonomického hlediska víc než úspěšný?

Rok 2012 je možné považovat jako rok mimořádně úspěšný z hlediska hospodářských výsledků, kde náš dosažený zisk byl v řádu milionů korun; pro zajímavost, podařilo se nám vyprodukovat 66 milionů slepičích vajec. Co je ale neméně důležité, podařilo se nám aplikovat výsledky výzkumu a inovací přímo do výrobního procesu, ať se již bavíme o počítačové řízeném krmení nosnic, nebo nových zootechnických postupech v samotném odchovu kuřic i ve zpracování vajec. To vše s sebou přineslo mnohonásobně vyšší produktivitu práce a zároveň efektivitu výrobních procesů.

Postavili jste si pro letošek laťku mnohem vyšší, anebo vlivem výstavby ZBPS a všeho kolem ní chcete alespoň zůstat na již dosaženém?

V každém případě musíme pokračovat v tempu inovací a modernizací farmy i nadále.



Co o nemalých investicích do společnosti OVUS ve Slaném soudí její spoluvlastník Mieczyslaw Molenda, tuto otázku jsme mu položili po telefonu a zde je odpověď:



Naším záměrem je vytvořit farmu, která bude využívat nejmodernější technologie při dodržování ekologického způsobu chovu, potažmo produkci vajec, a zároveň při využívání běžných přírodních krmiv.

Zatímco jsme hovořili, palety s tisíci zkontrolovanými vejci mizely v útrobách automobilů, aby zamířily za spotřebiteli. O moderním velkochovu a výrobě vajec si můžeme myslet cokoliv, avšak je pravdou, že původní kočovný způsob chovu je kapacitně nahradit nemůže. Navíc má mnoho hendikepů z hlediska udržení nezávadnosti a vysoké kvality produkce a nemůže konkurovat ani cenově. Ředitel Milich se pohledem na mobilní telefon přesvědčil, zda kuřata jsou ve všech halách v pořádku a došlo na rozloučení.



Odjížděl jsem s dobrým pocitem. Za podpory GASCONTROL GROUP zde vznikl dobře fungující stroj, avšak i v tomto případě na tom mají největší podíl lidé. Schopní a obětaví pracovníci farmy spolu s vedením společnosti OVUS v čele s Tomášem Milichem a samozřejmě všichni, kdo se zde denně kolem slepic a vajec točí. Dokázat dostat nerentabilní výrobu na nejvyšší vrchol za pouhé dva roky, to klobouk dolů.

Jiří Novotný



Finanční ředitelé jsou pořád ve střehu

Společný výzkum Asociace certifikovaných účetních (ACCA) a kanadského Institut of Management Accountants (IMA) potvrdil, že snižování nákladů je pro 50 % finančních ředitelů prvořadým cílem v roce 2013. Spolu se snižováním nákladů budou finanční prognózy druhou a kontrolní procesy třetí nejdůležitější činností finančních ředitelů – pro více než 40 % z nich. Státním regulacím a daňové oblasti přičítá důležitost jen 20 % finančních ředitelů. Ve finančních odděleních se tak i v roce 2013 projeví pokračující nejistota v ekonomice.

Průzkumu se zúčastnilo 361 finančních lídrů, včetně finančních ředitelů, finančních viceprezidentů pro finance a finančních manažerů. Čtrnáct procent tazaných jsou z firem s obrátem vyšším než 1 miliarda dolarů ročně.

Překážky efektivity řízení financí

Respondenti se rovněž vyjadřovali k hlavním překážkám efektivity v řízení firemních financí. Největší překážka jsou a budou přehnané požadavky na finanční ředitele. Týká se to zejména vytyčování priorit při řešení finančních problémů. Finanční ředitelé vidí tyto požadavky jako klíčové, nic-

méně jejich vykonávání dlouhodobě a v plné míře jako nereálné. Příčinu nízké efektivity ve financích firmy dále 40 % finančních ředitelů spojuje s nedostatečnou IT infrastrukturou. Třetí nejvýraznější bariéra v efektivnosti je potřeba plnit rostoucí požadavky po informacích od managementu jak prostřednictvím tradičního analyzování, tak i s použitím prediktivní analytiky. Tu považuje za spolezohodující 35 % finančních ředitelů.

Nejdůležitější dovednosti a současné postavení finančního ředitele

Finanční plánování a analýza je podle průzku-

mu ACCA a IMA nejdůležitější dovedností, kterou by měl finanční ředitel splňovat. Na 55 % finančních ředitelů ji hodnotí jako důležitou. Komunikace předpoklady a schopnost ovlivňovat firmu z hlediska reputace je považována za druhou nejdůležitější dovednost, a to pro 53 % finančních manažerů. V současnosti se mění i role finančního ředitele ve firmě, kde nese větší rozhodovací odpovědnost vzhledem k určování priorit vůči vnějšímu prostředí firmy. S tím souvisí i celková znalost obchodní činnosti dané firmy spojená s obchodními riziky, kterou si finanční ředitelé uvědomují a považují ji za svou třetí nejdůležitější dovednost z téměř 40 %.

Čím finanční manažeři tráví čas?

Průzkum ACCA a IMA jednoznačně ukazuje, že nejen vztahy s auditory a bankéři, ale i se zákazníky a dodavateli hrají významnou roli pro efektivní plnění finančních cílů. Vzájemné propojení s výše

zmíněnými, ale i s investory, daňovými orgány, regulátory, státem, analytiky, s médií a dalšími, zůstává i nadále významné. To potvrzuje rostoucí zájem firem efektivně se podílet na celém dodavatelském řetězci, který zahrnuje všechny tyto partnery. Média a společenská odpovědnost firem ukončují seznam nejdůležitějších partnerů firem podle finančních ředitelů. Mezi klíčovými aktivitami finančních ředitelů hrají prim obchodní analýzy a finanční plánování. Ty jsou směřovatelné pro jejich každodenní práci a rozhodování. Na jejich celkovém pracovním čase se podílí 30 procenty. Samotné finanční operace jsou druhou klíčovou oblastí, které finanční ředitelé věnují celých 22 % svého času. S nimi sladují i kontrolu nákladů, odhadují další vývoj a řídí tok pracovního kapitálu. Zbylý čas finanční ředitelé využívají téměř vyrovnaně pro oblasti řízení rizik, formální výkazy, vývojovou strategii a nejméně svého času (10 %) stráví obchodním financováním. (tz)

Pojistný trh stagnuje

Pojistný trh zůstal i v loňském roce na hranici stagnace. Jeho vývoj odpovídá průběžným trendům předchozího období i celkovému vývoji české ekonomiky. Předpis pojistného členských pojišťoven ČAP za rok 2012 meziročně poklesl o jednu desetinu procenta.

- Životní pojištění díky běžné placenému pojistnému posílilo o 1,9 %.
- Zpomaluje pokles předepsaného pojistného u pojištění vozidel.
- Předpis u podnikatelského pojištění klesl v průběhu roku o necelé 3 %.

Trh životního pojištění mírně roste. Na rozdíl od předchozích let sílí role životního pojištění jako dlouhodobého nástroje ochrany před riziky nárůstem zájmu o běžně placené produkty před jednorázovým pojištěním s primárním cílem zhodnocení prostředků. I přes tento pozitivní vývoj počet pojištěných osob nadále klesá. Téměř o 100 000 se snížil celkový počet pojištěných smluv oproti předchozímu roku. „Celkový vývoj trhu životního pojištění nevybočuje z předchozích období,“ řekl Tomáš Síkora, výkonný ředitel ČAP a doplnil: „Na druhou stranu, odlišnosti v růstu předepsaného pojistného se projeví u jednotlivých pojišťoven. Nová antidiskriminační legislativa byla impulzem pro nový obchod a některé pojišťovny dosáhly až 10% ná-

růst předepsaného pojistného, u některých však došlo i k mírnému poklesu.“

Klesající trend z předchozích období pokračoval i v roce 2012 u neživotního pojištění. Určitá diferenciací se projevuje ve vývoji jednotlivých odvětví. U pojištění motorových vozidel je patrně zbrzdění poklesu předepsaného pojistného v průměru na -3,7 % z -7 % v roce 2011. I přesto vybraly pojišťovny v tomto odvětví na pojistném o více než miliardu méně než v roce 2011. „Tento vývoj je očekávaný, pojistné sazby již dosáhly minima ekonomické rentability produktu a logicky rostou,“ komentoval situaci Tomáš Síkora.

Na rozdíl od předchozích let se nepříznivě změnil trend v oblasti podnikatelského pojištění. Přestože

byl v tomto segmentu začátkem roku růst více než 3 %, jeho dynamika průběžně zpomalovala a závěrem roku se zastavila na hranici 1,1 %.

Nejsilnějšími hráči na pojistném trhu jsou i nadále finanční skupiny Generali PPF Holding (Česká pojišťovna, a.s., Generali pojišťovna, a.s., Česká pojišťovna ZDRAVÍ, a.s.) s 33,1 % a skupina VIG (Kooperativa pojišťovna, a.s., Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Pojišťovna České spořitelny, a.s.) s 29,13% podílem na trhu. Z pohledu celkového předepsaného pojistného dosáhla největšího meziročního nárůstu za rok 2012 ČSOB Pojišťovna, a.s., o téměř půl miliardy korun, dále Pojišťovna České spořitelny, a.s., a Allianz pojišťovna, a. s. (tz)

Parkovací dům KOMA Industry ve Slaném zahájil zkušební provoz

V centru Královského města Slaný, na křižovatce ulic Třebízského a Palackého, byl postaven parkovací dům s kapacitou až 149 automobilů vybavený sofistikovanou technologií parkování – automatickým parkovacím systémem KOMA Parking.

Zahájení výstavby předcházela několikaletá příprava projektu pro zadání veřejné zakázky, ve které uspělo sdružení společností KOMA Industry s. r. o. z Ostravy jako dodavatel technologické části a PSJ a.s. z Jihlavy, která provedla stavební část díla. Parkovací dům je umístěn v centru města Slaný a slouží jak pro návštěvníky města, tak zejména místním obyvatelům, ať již ke krátkodobému, či dlouhodobému stání, i rezidentům. V parkovacím domě je možno zaparkovat až 149 automobilů od běžných sedanů po typ SUV. Objekt má šest nadzemních a jedno podzemní patro. V přízemí je prostor nejen pro

technické zázemí parkovacího domu, ale i pro obchodní využití, o něž projevila zájem pobočka Komerční banky.

Slavnostní uvedení parkovacího domu do zkušebního provozu se uskutečnilo za mimořádné pozornosti novinářů i občanů Slaného. Stalo se tak přestřižením pásky, kterého se zúčastnili hlavní aktéři realizace díla, starosta Slaného RNDr. Ivo Rubík, Gustav Kotajny, jednatel KOMA Industry, s. r. o. spolu s Ing. Janem Kadlecem, ředitelem divize Čechy PSJ, a. s., Jihlava.

Zbudováním a využíváním plně automatizovaného parkovacího domu se město Slaný stává příkladem, který budou jistě brzy následovat i další města zápasící s nedostatkem parkovacích míst ve svých centrech. Jak při slavnostním zahájení zkušebního provozu řekl Ing. David Kotajný, šéf odd. APS ostravské společnosti KOMA Industry, s. r. o.: „V řešení KOMA Par-

king využívající technologie parkování III. tisíciletí se snoubí řada výhod od pohodlného a rychlého zaparkování, bezpečnosti vozidel přes přátelský přístup k životnímu prostředí až po efektivní využití volného místa.“ Podle sta-



Slavnostního přestřižení pásky se zúčastnili (zprava) Gustav Kotajny, jednatel KOMA Industry, s. r. o., Ing. Jan Kadlec, ředitel divize Čechy, PSJ, a. s., Jihlava a starosta města Slaný RNDr. Ivo Rubík

rosty Slaného RNDr. Ivo Rubíka bude systém až do konce letošního srpna fungovat ve zkušebním provozu, přičemž v prvních dvou měsících pak pro obyvatele Slaného zdarma. Parkovací dům svým vnějším provedením odpovídá těm nejprísnejším architektonickým požadavkům odboru kultury a Národního památkového ústavu.

Jiří Novotný



Od této chvíle je vozidlo svěřeno automatickému systému uložení vozidla řízeného počítačem



Nový, plně automatizovaný KOMA Parking vznikl v centru Slaného



Parkovací dům pojme až 149 vozidel



Ukázka zaparkování vozidla



Vozidlo nachází v útroběch parkovacího domu své místo

DROBNOSTI ZE SVĚTA PODNIKÁNÍ

Bytový fond je zastaralý

Největší boom výstavby bytů v České republice byl v sedmdesátých a osmdesátých letech dvacátého století. Po roce 1989 výstavba poklesla. V letech 1990–2000 se dostala výstavba nových bytů do recese, přičemž mírně narůstá znovu začala až od roku 2001. Bytový fond v České republice je poměrně zastaralý a vytváří potenciál pro růst výstavby nových bytů. Uvedené statistiky poskytuje studie, kterou připravila společnost FINEP. (tz)

Odstraní registr vozidel nástrahy?

V poslední době se v médiích hodně psalo o projektu propojení registru vozidel v ČR s národními registry ostatních členských zemí EU. „Naše společnost se problematikou podrobně zabývá již několik let a chceme upozornit, že propojení těchto registrů ani zpřístupnění záznamů nevyřeší řadu nebezpečných praktik, kterými je trh ojetých vozidel v České republice proslulý,“ řekl Ing. Martin Pajer, ředitel společnosti Cebia. (tz)

Hypoteční trh vzrostl

Podle oficiálních statistik Ministerstva pro místní rozvoj (MMR) vzrostl hypoteční trh v ČR meziročně o více než 2 %. Banky poskytly úvěry za 121,6 miliard korun. Jde o 2. nejúspěšnější rok v historii. Loni financovalo své bydlení hypotékou přes 73 tis. klientů. Podle Hypoteční banky je díky nízkým úrokům a stabilním cenám nemovitostí současné období tím nejvýhodnějším pro pořízení bydlení prostřednictvím hypotečního úvěru. (tz)

Kvalita sbírá ocenění

Český trh nabízí řadu mléčných výrobků a je těžké se v nich orientovat. Proto se vyplatí sáhnout po kvalitě, kterou prověřila obliba mezi zákazníky i nejrůznější ocenění. Zárukou kvality jsou výrobky Mlékárny Valašské Meziříčí, která oslavila 20. výročí novodobé historie. „Naše výrobky jsou špičkou jak v segmentu konvenčních mléčných výrobků, tak v produkci výrobků v bio kvalitě,“ uvedl Zdeněk Bukovjan, ředitel společnosti. (tz)

více informací na www.iprosperita.cz

Jak šel čas s CNG

Stlačený zemní plyn (CNG) je v ČR již dobře známá a zavedená pohonná hmota. Od roku 2005, kdy se CNG začal pomalu dostávat do podvědomí veřejnosti, zaznamenal vývoj v této oblasti obrovský skok. Asi největšího rozvoje však dosáhl v loňském roce a zdá se, že tento trend vyjádřený více než 32% nárůstem počtu vozidel s CNG pohonem bude pokračovat.

Jak to všechno vlastně bylo a co můžeme v oblasti širšího využívání stlačeného zemního plynu v dopravě očekávat letos i v příštích letech, jsme se zeptali Zdeňka Prokopce, předsedy představenstva Asociace NGV:

Jaký je vlastně současný stav využívání CNG?

Dnes je v ČR přes 4,3 tisíce vozidel na zemní plyn, což je oproti loňskému stavu 32procentní nárůst. Čím se však minulý rok nejvíce odlišoval, byl rostoucí počet veřejných CNG plnicích stanic; přibýlo jich 11, a motoristé tak mají nyní k dispozici již 45 veřejných plnicích stanic.

Snesou tato čísla srovnání s Evropou a se světem?

Pokud si porovnáme naše čísla s Evropou či se světem, pak máme stále co dohánět. V Evropě je dnes 1,73 milionu vozidel na zemní plyn a ve světě přes 16,2 milionu. Také počty CNG plnicích stanic jsou vysoké – v Evropě jich je 4080 a ve světě přes 21 000. Přesto si myslím, že počet CNG stanic u nás je již dostatečný pro dynamičtější využívání vozidel se CNG pohonem. Navíc, sériově vyráběná vozidla na zemní plyn jsou vybavena dojezdovou benzinovou nádrží, takže se nikdo nemusí obávat, že by s vozidlem někam nedorazil. Myslím, že dostatečnost CNG stanic potvrzuje především markantní zvýšení počtu osobních a užitkových vozidel. Za minulý rok jich totiž přibýlo 36 procent, což je, myslím, rekordní nárůst v této oblasti, a jejich počet se bude dále zvyšovat.

A pokud jde o příčiny takového nárůstu vozidel na zemní plyn?

Jednak je to určitě porovnání cen klasických pohonných hmot s cenou CNG. V současné době stojí jeden metr krychlový CNG asi



18 Kč, kdy tento metr krychlový odpovídá jednomu litru benzínu, který však stojí více než 35 Kč. Mluvíme tedy o úspoře 50 procent na palivu. Pak je tu také fakt, že se významně rozšířila nabídka sériově vyráběných vozidel mnoha značek se CNG pohonem. Patří sem domácí výrobce Škoda Auto, který loni obohatil trh o model Citigo se CNG pohonem, a lze očekávat i další, například Octavii. V neposlední řadě je to i zájem velkých firem o plynofikaci svých vozových parků. Například Česká pošta již od loňského roku využívá přes 470 CNG vozidel.

Co se změnilo od roku 2005, kdy se vlastně o CNG začalo poprvé více hovořit?

Rok 2005 byl pro všechny v oblasti CNG tzv. zlomový. Tehdy bylo v květnu podepsáno k Programu podpory alternativních paliv v dopravě – zemní plyn Usnesení Vlády ČR č. 563, na jehož základě se o rok později podepsala tzv. Dobrovolná dohoda. Od roku 2005 se oblast CNG velmi posunula. Počet CNG vozidel se zvýšil více než 9,5krát, počet CNG autobusů 2,2krát, CNG stanic je dnes 5krát více a spotřeba CNG se zvedla 4krát. Nejmarkantněji se ale vyvíjí oblast osobních a dodávkových vozidel; jejich počet se od roku 2005 zvýšil 16,6krát.

Jak si vlastně vede CNG mezi ostatními alternativními palivy?

CNG má dnes oproti ostatním alternativním palivům veliký náskok, protože má již dávno za sebou mnoho vyřešených problémů. Například cenu vozidel, rychlé tankování i nabídku malých domácích plnicích, dostatečný výběr sériově vyráběných vozidel, vhodná legislativní opatření, velkou dojezdovou vzdálenost, podzemní garážování, příznivý

vývoj ceny CNG, úlevy na spotřební i silniční dani, podporu CNG autobusů ze strany plynárenských společností atd. CNG vozidla jsou velmi bezpečná, ekologická, moderní, jejich nádrže nezabírají zavazadlový prostor. Avšak největší výhodou CNG je jednoznačně jeho cena. Jak jsem již řekl – náklady na palivo jsou poloviční a řekněte mi, který motorista by nechtěl jezdit za polovinu?

Uvědomují si tyto úspory například i města a další, kdo provozují vozové parky?

Přibývá samozřejmě i počet CNG autobusů, svozové a čistící techniky, ale také nákladních vozidel a vysokozdvizných vozíků. Roste počet měst, kde jsou postupně zaváděna různá vozidla na CNG. Ukázkovým příkladem je například město Tábor, kde CNG vozy využívají Technické služby města Tábor, G centrum, dopravce Comett Plus, spol. s r.o. a také na městském úřadu i společnosti zřizované městem. Dopravce provozuje již 30 CNG autobusů jak v městské, tak i v linkové dopravě. Do provozu je uváděn také plynový tahač IVECO a kromě autobusů je ve vozovém parku dopravce i 9 osobních vozidel a malý nákladní automobil na zemní plyn.

Dalším příkladem by mohla být Praha. Pražské služby zde provozují již skoro 60 CNG vozidel ve všech kategoriích, bohužel dopravní podnik zatím tohoto dobrého příkladu nevyužil. Další zajímavé aplikace a zkušenosti uživatelů mapuje server www.cngplus.cz, kde je možné se dozvědět, v jakých odvětvích se CNG osvědčuje a jak uživatelé provoz na CNG hodnotí. A tato hodnocení jsou veskrze velmi pozitivní.

A co nás čeká v letošním roce?

Pro rok 2013 předpokládám opět rekordní nárůst, jak v počtu vozidel na CNG, tak v počtu nových veřejných stanic. Lidé i firmy potřebují šetřit. Jednou z cest jsou pak úspory v dopravě. Na našem trhu je nabídka 40 typů sériově vyráběných osobních či užitkových vozidel na CNG. V letošním roce má navíc končit Program obměny vozového



parku veřejné správy za „čistá“ vozidla, na základě kterého musí státní správa do roku 2014 obměnit 25 procent všech svých vozidel za tzv. „ekologicky přátelská“. Tento program představuje roční nákup asi 1000 takových vozidel, a mezi ta samozřejmě vozidla s pohonem na CNG patří. A pokud bude i nadále stoupat počet vozidel na zemní plyn, pak samozřejmě poroste i počet CNG stanic. Je ale zapotřebí zvýšit informovanost veřejnosti. Z průzkumu PPM Factum Research zveřejněného v listopadu 2012 totiž vyplynulo, že jen 33 % obyvatel ví, že má v každém kraji nejméně jednu plnicí stanicí.

Dokážete odhadnout vývoj v následujících letech?

V letech 1990–2000 stoupal počet CNG vozidel ročně o 20 %, posledních pět let už v průměru o 30 % ročně a za rok 2012 dokonce o 32 %. Odhaduji, že tento růst se udrží až do roku 2020, kdy se spotřební daň navýší na minimální hodnotu danou EU. V roce 2040 by se počet CNG vozidel mohl dostat přes 550 000. Ale mnoho asociací či expertních skupin předvídá, že již v roce 2020 se u nás spotřeba CNG zvýší až na 800 milionů metrů krychlových. Dokonce podle studie Asociace petrolejářského průmyslu vzroste spotřeba z 10 milionů m³ CNG u nás v roce 2010 na 1,8 miliardy m³ v roce 2030. I když se však odhady spotřeby CNG různí, je jasné, že žádné jiné alternativní palivo nečeká takový vzestup.

www.ngva.cz

(ms)

Pramet je propojen se všemi technickými školami v České republice



Ing. Petr Beneš, MBA,
ředitel společnosti Pramet Tools, s.r.o.

Kvalitní podnikový management si dobře uvědomuje, že základem úspěchu je nejen vlastní výroba, ale především úroveň zaměstnanců. Těch kvalitních je obzvláště v technických oborech dlouhodobý nedostatek. Český strojírenský podnik Pramet není v tomto ohledu výjimkou, a proto se dlouhodobě snaží aktivně spolupracovat s akademickou sférou. Svou strategii staví na konstantní podpoře vzdělávání – a to nejen vlastního personálu, ale i univerzitní výuky na významných českých technických vysokých školách. Bývá spojován především s Vysokou školou báňskou v Ostravě, ale spolupráce se zdaleka neomezuje pouze na severomoravský region.

Pramet je propojen se všemi technickými školami v České republice a prostřednictvím vlastní pobočky i na Slovensku. Intenzivně kooperuje především s Vysokou školou báňskou v Ostravě, VUT v Brně a pražským ČVUT. „Těto spolupráce si velmi ceníme a věříme, že i díky naší podpoře bude u nás dostatek kvalitních inženýrů na velmi vysoké úrovni. Neopomenutelných výsledků dosahujeme také ve spojení s Ústavem strojírenské technologie, který se zabývá rozvojem technologie obrábění a obráběcích strojů. Vychovává celou řadu doktorandů a je to špičkové pracoviště, a to i v celoevropském měřítku,“ komentoval generální ředitel společnosti Pramet, Ing. Petr Beneš, MBA. „Kromě zmíněných aktivit se samozřejmě zapojujeme i do studentských praxí, exkurzí a řešení diplomových a dalších absolventských prací,“ dodal.

Pramet již několik let podporuje také Centrum bakalářských studií v Šumperku, které bylo první dva roky provozováno právě v prostorách tohoto podniku. Jedná se o detašované pracoviště ostravské VŠB, které funguje již deset let. Umožňuje tříleté bakalářské studium v prezenční i kombinované formě a aktuálně zde působí na 170 studentů. V některých letech dokonce převyšuje počet zájemců o studium množství přihláše-

ných na odpovídající obory v domovské Ostravě. „Realizovaná výuka je velmi kvalitní, což lze posoudit úrovní absolventů. Celá řada studentů se může pochlubit vynikajícími studijními výsledky. Ne náhodou z jejich okruhu často rekrutujeme naše zaměstnance nebo studijní obory využíváme ke zvyšování kvalifikace stávajících pracovníků. Jedním z hlavních přínosů je fakt, že studium v Šumperku není tak finančně náročné jako

v českých či moravských metropolích. Centrum tedy dává možnost i hůře situovaným talentovaným studentům, kteří by si ho jinak nemohli dovolit,“ vysvětlil Ing. Petr Beneš.

Jedná se o unikátní řešení, které funguje na bázi propojení univerzitního studia, lokálních podniků i místní samosprávy. K podpoře provozu byl zřízen nadační fond, do nějž přispívají členové i další dárci.

(tz)



Během prvních sto dní ombudsman

AAA AUTO detailně prověřil systém práce se zákazníky

Ombudsman AAA AUTO Milan Smutný, který se své funkce ujal 1. října 2012, během prvních sto dnů v uvedené pozici prověřil interní procesy od výkupu vozů přes jejich prodej a finanční služby až k poprodejnímu servisu a reklamám.

„V prvním období po nástupu do funkce jsem se věnoval zejména prověření všech procesů. Svá doporučení jsem předal vedení společnosti, které je využilo při budování nového kontaktního centra. Mám pocit, že za poslední tři měsíce minulého roku udělalo AAA AUTO velký kus práce, aby posunulo kvalitu zákaznického servisu na zcela novou úroveň. Spojuji to zejména s nástupem nové generální ředitelky Karolíny Topolové,“ zdůraznil Milan Smutný.

V rámci nového Kontaktního centra se firma zaměřuje na rychlé a důsledné řešení zákaznických podnětů a požadavků. Za celý rok 2012 měla společnost zhruba 103 000 zákazníků, z nichž první polovina přišla svůj vůz prodat a druhá naopak zakoupit. Na ombudsmana se obrátily necelé dvě desítky zákazníků. „Některí nebyli spokojeni se stanovením výkupní ceny svého vozu, další si stěžovali na závady zakou-

pených automobilů, případně na zamítnutí reklamace,“ uvedl Milan Smutný.

Funkci ombudsmana ve společnosti zřídila nová generální ředitelka AAA AUTO Karolína Topolová. „Od svého nástupu jsem jasně deklarovala jako svůj hlavní úkol zlepšení komunikace se zákazníky a více empatický přístup k těm, kteří se ocitnou v problémech, byť za ně z hlediska platné legislativy naše společnost nenese odpovědnost. Ombudsman je tu pro posouzení, zda neaplikujeme zákonná ustanovení příliš striktně a zda není prostor i po zamítnutí reklamace podle platného reklamačního řádu pro zákazníka ještě něco udělat,“ upozornila.

V posledních týdnech společnost provedla rozsáhlý průzkum mezi zákazníky se zaměřením na jejich vnímání komunikace s AAA AUTO. Průzkum kladl velkou váhu i na zjištění důvodů možné nespokojenosti zákazníků jako pod-

klad pro následná preventivní opatření zabráňující jejich vzniku.

„Byli jsme velmi potěšeni četnými pozitivními ohlasy s předpokladem dalších vzájemných obchodů. Společnost věnuje stále více prostředků do školení efektivní komunikace svých zaměstnanců se zákazníky, aby předcházela možným nedorozuměním. Intenzivní spolupráce kontaktního centra s ombudsmanem přináší minimalizaci počtu zákaznických stížností,“ řekla Karolína Topolová.

Podle ombudsmana Milana Smutného společnost ještě čeká náročný úkol neustále a detailněji zákazníkům vysvětlovat rozdíly mezi novými vozy a vozy „z druhé ruky“. „Pokud vznikne problém, většinou jde hlavně o nepochopení, které se po bližším jednání rychle vysvětlí. Důležité je, aby si zákazník uvědomil, že zboží z bazaru prostě není, a z principu ani být ne-



Milan Smutný, ombudsman společnosti AAA Auto

může, ve všech ohledech stejně bezvadně jako zboží zcela nové,“ poznamenal Milan Smutný. Ombudsman také doporučil zkrátit reakční dobu na zákaznické podněty na maximálně 24 hodin. „S návrhem na stanovení časového limitu na vyřízení zákaznického podnětu jsem souhlasila a bude úkolem našeho kontaktního centra ho uvést do života. Naším cílem je dlouhodobá spokojenost, a tím i návratnost zá-

kazníků. Tomu nyní podřizujeme veškeré interní procesy. Jsme si velmi vědomi toho, jak důležitá je pro nás zpětná vazba od zákazníků, a to jak pozitivní, tak i případná negativní, ke které je aktivně vybízíme. Dobře víme, že právě na jejím základě se můžeme efektivně stále postupně zlepšovat,“ zdůraznila generální ředitelka Karolína Topolová. (tz)

Unikátní tréninkové centrum „Podnikání všem“, určené pro začínající podnikatele zahájilo v Kladně svůj provoz

Občanské sdružení Centrum podpory podnikání Praha o.s. (CPPP) otevřelo prostory nového tréninkového a co-workingového centra. Smyslem dlouho připravovaného mezinárodního projektu je nabídnout trochu jinou koncepci, která pomůže především rodičům s návratem na pracovní trh.

Název nového centra „Podnikání všem“ vyjadřuje duch celého projektu: poskytnout základem podnikatelské znalosti a posílit nebo obnovit pracovní návyky rodičům, kteří se chtějí opět zapojit do pracovního procesu po delší době strávené na rodičovské dovolené. Tedy ne pouze maminkám, ale i tatínkům. „Ačkoliv se to zdá jasné, nad podobou názvu diskutovalo celé občanské sdružení několik dní. Chtěli jsme totiž, aby nový název ztělesňoval maximální otevřenost těm, kteří mají zájem naučit se něco o podnikání. To se nám myslím povedlo,“ řekla jedna ze školitelky Lucie Mazalová.



Celé centrum představuje vlastně jakýsi podnikatelský simulátor. To znamená, že si účastníci pod odborným dohledem školicího vyzkoušejí jak založit a provozovat firmu se všemi aspekty, které se k této činnosti vážou. Musejí se tedy potýkat s administrativou založení s.r.o., vymyslet funkční podnikatelský plán, ale také třeba vytvořit efektivní marketingovou kampaň. „Koncipovali jsme projekt jako podnikatelský inkubátor pro začínající podnikatele. Mnoho maminek a tatínků má zajímavé nápady, ale nedisponují prostorem ani zkušenostmi, které jsou pro start podnikání nezbytné. Obojí nyní naleznou v našem centru, a to bezplatně,“ uvedl místopředseda sdružení David Janata. Vedle „firmy na nečisto“ zde probíhají rovněž jednotlivé kurzy, jako je základ práce s počítačem, základy marketingu nebo daňová problematika. Velkým přínosem je také možnost bezplatného hlídání dětí odborným personálem v době, kdy se rodiče účastní kurzů. „Velmi dobře si uvědomujeme, že dítě může být pro začínající rodiče-podnikatele takřka neřešitelným problémem. Hlídaní potomků během výuky bylo proto naší hlavní prioritou, které jsme podřídili i řešení prostorových dispozic centra,“ sdělila k tomu metodička projektu Petra Košíková.

Citlivé stavební úpravy nových prostor byly osobně konzultovány členy sdružení se zahraničními partnery ze Švédska a Polska, kteří mají s podobnými projekty velkou zkušenost.

Zájemci z řad rodičů se mohou stále do kurzů hlásit. Projekt je financován z Evropského sociálního fondu a z peněz v rámci operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost.

Marek Bartoš ⇨

Fio banka je Nejvstřícnější bankou roku 2012

Česká Fio banka získala v hodnocení OVB Vstřícná banka za celý rok 2012 průměrné hodnocení 72,78 bodů, a obhájila tak pozici Nejvstřícnější banky z roku 2011. Porotci z řad expertů a laiků ocenili nejen její stálou politiku nulových poplatků, ale i dynamiku vývoje produktové řady, dostupnosti a počtu klientů.

Hodnocení Vstřícná banka se skládá ze tří částí – o vítězi rozhoduje přístup k bankovním poplatkům, který sleduje server bankovnípoplatky.com, hodnocení odborné poroty a názor veřejnosti vyjádřený prostřednictvím internetového hlasování.

„Děkujeme veřejnosti i odborníkům za jejich přízeň, které si velmi vážíme. I v roce 2013 chceme potvrdit, že jsme vstřícnou bankou, vylepšovat pro naše klienty stávající služby a nabídnout jim nové. Budeme se nadále držet naší osvědčené strategie, která nám jen za prvních šest týdnů tohoto roku přinesla přes 12 tisíc nových klientů,“ komentoval vítězství Fio banky Jiří Vodička, ředitel pro strategii a marketing. (tz)

inzerce

Dodavatel bioplynových stanic, plnicích technologií na CNG a spalovacích turbín CAPSTONE

Firma GASCONTROL, společnost s r. o., jako tradiční výrobce a dodavatel plynových zařízení, obohatil své portfolio o dodávky bioplynových stanic, spalovacích turbín CAPSTONE a ORC zařízení pro výrobu elektrické energie a plnicích stanic na CNG s kompresory špičkové kvality od 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 výměníkových stanic

- Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů
- Výstavba, dodávky plnicích technologií a servis CNG stanic – stlačený zemní plyn
- Přestavby vozidel na CNG pohon – na stlačený zemní plyn
- Dodávky turbín CAPSTONE do 5 MW a ORC zařízení – výroba elektrické energie
- Dodávky bioplynových stanic od 20 kW do 5 MWe včetně výstavby
- Výzkum a vývoj v oblasti energií a plastů
- Inovace produktů a technologických procesů

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

Liška vítězí na českém trhu a učí zodpovědně pracovat s financemi

V roce 2012 Českomoravská stavební spořitelna znovu potvrdila své vedoucí postavení na trhu stavebního spoření a upevnila i svou pozici významného poskytovatele finančních služeb. Ve financování bydlení dosáhla nového historického rekordu, uvedla na trh nové tarify stavebního spoření s nejvýhodnějším úročením na trhu a v produktech z oblasti zajištění na stáří a pojištění dosáhla uzavření již miliontého smlouvy.

V roce 2012 vstoupila Liška do dvacátého roku své úspěšné existence

Ve financování bydlení je ČMSS dlouhodobě nejvýznamnějším hráčem na českém trhu. Od vstupu na něj do konce roku 2012 si právě do ČMSS lidé přišli pro více než 920 tisíc překlenovacích úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření v objemu, který se přibližuje magické třisetmiliardové hranici, tj. v objemu 295 miliard korun. „Největší díl z celkového počtu poskytnutých úvěrů, tedy více než 402 tisíc úvěrů, použili naši klienti na rekonstrukce a modernizace svých domovů. Na objemu poskytnutých úvěrů se naopak největší měrou podílely koupě bytů a rodinných domů. Na tento účel naši klienti vynaložili více než 109 miliard korun,“ konstatoval Manfred Koller, místopředseda představenstva ČMSS.

Trhu stavebního spoření opět dominovaly úvěry od Lišky

Podle kvalifikovaných odhadů tržní podíl ČMSS v objemu úvěrů poskytnutých za rok 2012 dosáhl 59 procent. „Vysoký, rekordní tržní podíl za předchozí rok tak dokázala ČMSS ještě zvý-

šit o 2,8 procentního bodu,“ doplnil Manfred Koller. Během dvanácti měsíců roku 2012 poskytla ČMSS svým klientům na bytové potřeby 37 146 překlenovacích úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření v celkovém objemu 25 miliard korun.

Úvěrové saldo za uplynulých deset let vzrostlo z 16 miliard korun na 126 miliard korun, což představuje nárůst o 700 procent.

V nových smlouvách zaznamenala na trhu nejlepší výsledky ČMSS

Za dvanáct měsíců roku 2012 uzavřela ČMSS 184 501 nových smluv včetně zvýšení cílové částky u smluv stávajících. Celková cílová částka těchto smluv přitom činila 71,1 miliardy korun.

Podle kvalifikovaných odhadů dosáhla ČMSS v roce 2012 v počtu uzavřených smluv tržního podílu 31,8 procent a v celkové cílové částce uzavřených smluv tržního podílu 36,1 procent.

Na trh Liška úspěšně zavedla zcela nové tarify

V červnu 2012 uvedla ČMSS na trh nové tarify stavebního spoření Variant a Garant. Spořicí klienti tak mohou dosáhnout i bez započítání státní

podpory ročního zhodnocení až 3,15 %, naopak úvěroví klienti dosáhnou na úvěr ze stavebního spoření s roční úrokovou sazbou pouze 2,95 %.

Kvalitu nových tarifů stavebního spoření dokumentuje i nezávislý časopis dTest. Ve vydání z prosince 2012 porovnával nabídky stavebních spořitelen působících na českém trhu, přičemž srovnával efektivní úrokovou sazbu při měsíční spořicí částce 1700 Kč a době spoření 6 let. Nabídku stavebního spoření ČMSS vyhodnotil jako nejvýhodnější na trhu.

ČMSS je v České republice nejvýkonnější a nevyhledávanější stavební spořitelnou. Za deset let se zvýšil objem spravovaných klientských vkladů z 64 miliard korun na 154 miliard korun, což představuje nárůst o 240 procent.

V cross-sellingových produktech, které stavební spoření a úvěry na bydlení efektivně doplňují, si ČMSS připsala nejlepší, rekordní výsledky

První cross-sellingové produkty začlenila ČMSS do nabídky na sklonku roku 2004 a poté tuto nabídku v souladu s potřebami a záměry klientů plánovitě rozšiřovala. Celkový počet zprostředkovaných smluv cross-sellingových produktů dosáhl jednoho milionu.

V roce 2012 finanční poradci ČMSS v oblastech zhodnocování úspor, zajištění na stáří, pojištění, hypoték, spotřebitelských úvěrů a základ-

ních bankovních produktů zprostředkovali uzavření více než 171 tisíc smluv.

ČMSS specialista v oblasti zajištění na stáří

Nový program Liščí penze nabízí od ledna 2013 produkty vhodné pro vytváření finanční rezervy na stáří. Jedná se o stavební spoření s ročním výnosem až 3,15 %, o doplňkové penzijní spoření, investiční životní pojištění a o pravidelné investice do smíšených podílových fondů. Program samozřejmě počítá i s novinkou penzijního systému, tj. důchodovým spořením druhého pilíře.

Klientům a dalším zájemcům je k dispozici na nové webové stránce s adresou www.liscipenze.cz snadno ovladatelná kalkulačka tohoto programu. Stačí zadat výši měsíčně investované částky, pohlaví a věk a kalkulačka nabídne optimální rozložení investice do spořicího produktů k vytvoření potřebné finanční rezervy na penzi.

Už nyní je ČMSS jedním z největších specialistů na zajištění na stáří. Historicky je jedním z největších zprostředkovatelů penzijního připojištění (dnes doplňkové penzijní spoření). V oblasti spořicího produktů si klienti mohou s ČMSS výhodně spořit na budoucnost a navíc je Liška největším poskytovatelem úvěrů na pořízení vlastní nemovitosti. Právě vlastní nemovitost je podle odborníků jedním z nejlepších způsobů zajištění na stáří. (tz)

Zájem o stavbu průmyslových a sociálních budov vzrostl loni o 8 %

Poptávka po realizování výstavby průmyslových a sociálních budov vzrostla loni o 8 % oproti roku 2011. Vyplývá to z aktuálních statistik stavební a projektové společnosti Interplan-CZ, které hodnotí loňský rok. Zájem byl přitom zejména o projektování a stavbu zařízení se zaměřením na seniory a osoby se zdravotním postižením.

V roce 2012 posílila podle údajů společnosti Interplan-CZ poptávka v oblasti staveb pro strojírenství a potravinářský průmysl. Zároveň se zvýšil zájem o zřizování sociálních staveb zaměřených na speciální potřeby. V souvislosti s tím zaznamenala loni společnost nárůst obrátu o bezmála 3,8 milionu korun oproti předchozímu roku. Hospodářský výsledek pak dosáhl hodnoty 180 % roku 2011.

„Přestože je stavebnictví již od roku 2009 v recesi, podařilo se nám v loňském roce zrealizovat náplň všech zakázek a provést projek-

tové a inženýrské služby ve větším objemu než v roce 2011. Díky tomuto faktu jsme zaznamenali celkový meziroční nárůst obrátu o 25 %,“ uvedl Vladimír Svoboda, jednatel společnosti Interplan-CZ, která patří mezi specialisty v oblasti projektové a inženýrské přípravy staveb. „Realizovali jsme například rekonstrukci stáčírny v areálu Rudolf Jelinek a připravovali jsme stavby Domů speciálních služeb pro zdravotně postižené osoby. Řada projektů je však ještě v procesu tvorby, věříme proto, že i rok 2013 bude úspěšný,“ doplnil Vladimír Svoboda.

Zvýšenou poptávku v loňském roce zaznamenala společnost Interplan-CZ také v případě takzvaných staveb specifického účelu, které jsou aktuálně v portfoliu projektů připravených k realizaci. Mezi ty patří například výstavba koupaliště či tělocvičny nebo rekonstrukce vyhlídkové věže. Zvláštní skupinu rovněž představují realizace staveb z kategorie obnovitelných

zdrojů. V roce 2012 připravila společnost Interplan-CZ projekty v objemu investičních nákladů ve výši téměř jedné miliardy korun.

Novinka od E.ON: distribuční tarif pro elektromobily

e-on

„Energetická společnost E.ON byla iniciátorem vzniku nové distribuční sazby pro majitele elektromobilů v České republice, aby mohli za výhodnějších podmínek dobít své vozy poháněné elektřinou. Inspirací nám byl podobný tarif pro elektromobily, který realizovali naši kolegové v E.ON UK,“ říká Eva Fürst, vedoucí projektu Smart Mobility ve společnosti E.ON.



Nová speciální sazba je výsledkem jednání energetických společností E.ON, PRE, ČEZ a Energetického regulačního úřadu a dále Asociace elektromobilového průmyslu (ASEP). Od letošního července si budou moci odběratelé z řad domácností i firem maloodběratelů sjednat novou sazbu elektřiny. Pro domácnosti se chystá zavedení sazby D27d, firmy pak pro stejný účel mohou využívat sazbu C27d. Sazba je určena pro nabíjení elektromobilů, a to zejména pro stávající odběratelé, užívající jednotarifové sazby (např. D02d či C02d), kteří vlastní a používají elektromobily.



E.ON dobíjecí stanice Wallbox, typ 2

může být rozdělena během stanovené doby maximálně do dvou časových úseků. Tato sazba může být příznivá od 1. července 2013.

E.ON provozuje v současné době celkem 5 veřejných dobíjecích stanic v Brně a Praze, kde je dobíjení jako bonus zcela zdarma. Dále nabízí dobíjecí stanice Wallbox pro soukromé využití, dodávka je komplexní včetně instalace, zprovoznění, revize elektroinstalace a pravidelného servisu. Každému novému uživateli nového tarifu E.ON zajistí instalaci dobíjecí stanice v místě odběrného místa.

Dále E.ON provozuje flotilu 26 elektromobilů (25 smart ed a 1 VITO E-Cell), které zapůjčuje nejrozšířenějším partnerům jako Zdravotnická záchranná služba hlavního města Prahy, Zoo Praha, humanitární organizace ADRA, nadace VIZE97, Vodafone, Pražské Služby, SIXT a další či je užívá pro vlastní potřeby. E.ON nabízí vlastní elektroskútry E.ON e-max a elektrokola BIKE.ON, a to jak samostatně, tak v balíčku spolu s dodávkou ekologické elektřiny. E.ON tedy svým zákazníkům nabízí kompletní balíček řešení pro elektromobilitu.

www.energieplus.cz/ekologicka-doprava, www.eon.cz



E.ON dobíjecí stanice Wallbox, typ 1

Fio banka má přes 235 tisíc klientů a připravuje nové produkty

Nejdynamičtější banka roku 2012 získala v minulém roce přes 88 tisíc nových klientů a aktuálně jejich služeb využívá již přes 235 tisíc osob. I na tento rok chystá novinky, mezi prvními bude na trh uvedena aplikace Smartbroker pro investování přes smartphone nebo americká hypotéka.

Fio bance se v roce 2012 dařilo – získala množství ocenění za své služby, počet klientů navýšila o více než 60 % a objem vkladů o 40 %. Rozšířila počet svých poboček v České republice na 70 a počet bankomatů na 125. Dosažením počtu 150 bankomatů a otevřením tří nových plánovaných poboček letos završí první fázi rozvoje dostupnosti.

Pro rok 2013 banka plánuje další rozvoj své nabídky produktů a služeb. Aktuálně testuje aplikaci Smartbroker pro investování přes chytré telefony s operačním systémem Android, kterou uvede na trh v únoru. Následovat bude verze pro telefony s operačním systémem iOS (iPho-

ne), poté i pro tablety s oběma uvedenými operačními systémy. Aplikace nabídne přístup k datům z trhu i možnost kdykoliv a kdekoliv reagovat na situaci na trhu nákupem či prodejem investičních nástrojů.

Dalším připravovaným produktem je americká hypotéka, která bude určena fyzickým osobám a fyzickým osobám-podnikatelům. Její minimální výše bude činit 300 tisíc, maximální 7 milionů Kč. Americká hypotéka bude poskytována do 70 % hodnoty nemovitosti v závislosti na typu nemovitosti.

„Rok 2012 pro nás byl velmi úspěšný, děkujeme všem našim klientům za přízeň, kterou nám věnovali. V roce 2013 pro ně chceme pokračovat v úspěšném rozvoji i vylepšování našich služeb – vedle spuštění nových produktů jako Smartbroker nebo americká hypotéka chystáme například i další rozvoj Smartbankingu nebo novou verzi Internetbankingu,“ uvedl Ján Franek, tiskový mluvčí Fio banky. (tz)

(jn) ⇨

Z českého trhu v současnosti mizí cenově dostupné léky absurdní a opakovanou regulací cen

Další vlna administrativního snižování cen léků má své výsledky – jedna z členských firem České asociace farmaceutických firem je nyní nucena přistoupit ke stažení přípravku OSPEN 750 ve formě sirupu z českého trhu. Jelikož jde o antibiotikum první volby u streptokokových angín u dětí, ČAFF upozorňuje, že postup státních úředníků zcela zásadně ohrožuje kvalitní péči o pacienty.

Ministerstvo zdravotnictví ČR nejnověji vydalo rozhodnutí, které snížilo maximální ceny tisíců léků od letošního ledna. Jde o ceny, za které směji firmy dodávat léky na český trh. Maximální cena léku OSPEN 750 byla snížena už poněkolkáté. Stejně jsou na tom další léky.

„Od ledna nám byla snížena maximální cena léku z 81 na 37 Kč (snížení o 55 %). Za těchto podmínek prostě nemůžeme OSPEN 750 na český trh dodávat, protože by to bylo výrazně ztrátové. Pro mne je to bolestné, protože je to lék pro desítky tisíc dětí ročně, a budeme mít co vysvětlovat dětským lékařům, kteří ho denně předepisují, včetně mé matky, dětské lékařky,“ uvedl ředitel společnosti Krka ČR Miloslav Dvořák.

Přípravek OSPEN 750 představuje jediný dostupný V-penicilin v dané lékové formě, dávce a koncentraci, vhodný především pro malé děti u angín způsobených streptokoky. Jde o lék první volby. V případě nesprávné léčby mohou pacienti utrpět celoživotní následky.

„Antibiotikum první volby znamená laicky přípravek, který se nasazuje jako první, protože podle odborníků jsou s ním dostatečné zkušenosti a je u dané diagnózy účinný ve většině případů, má minimum nežádoucích účinků a současně má i dobrou cenu. Když na trhu nebude,

lékař bude nasazovat rovnou antibiotika druhé volby, která by měla být vyhrazena až při nedostatečné účinnosti toho prvního nebo při výskytu nežádoucích účinků,“ upozornil výkonný ředitel České asociace farmaceutických firem Emil Zörner.

Stát má přitom v platnosti antibiotickou politiku – podle ní se v léčbě začíná pro každou diagnózu právě s jednoznačně definovanými antibiotiky první volby. Situace, kdy budou pacientům nasazena rovnou antibiotika druhé volby, povede k větší rezistenci populace vůči antibiotické léčbě a k tomu, že v blízké budoucnosti třeba nebudeme mít kam sáhnout v případě rezistence vůči antibiotikům druhé volby.

„Stát navíc nemůže argumentovat ani ekonomickými přínosy. Z trhu odchází nejlevnější přípravek, lékaři tak budou muset předepisovat dražší varianty. Takže jde o absurdnost na druhou. To však není v lékové oblasti bohužel nic nového,“ pokračoval Emil Zörner.

„Zároveň musím upozornit, že tato první vlna není zdaleka tou poslední a desítky léků v dohledné době nemine stejný osud. O nedomyšlených a pochybených novinkách obdob-

ného charakteru bude ČAFF v souvislosti s čerstvými aktivitami ministerstva zdravotnictví čtenáře dále informovat.

V návaznosti na informaci o počátku stahování cenově dostupných léků z trhu asociace sdělila, že se bude týkat léků napříč prakticky všemi lékovými skupinami. Další vyřazovací kolo postihne výrazně již v červnu antibiotika, léky na vředovou chorobu žaludku či léky na snížení krevního tlaku. A trh postupně opustí také další léky – například cenově nejedostupnější statiny nebo přípravky k léčbě infekcí močových cest.

„Ministerstvo zdravotnictví odstartovalo svými předpisy snížení maximálních cen celých skupin léků o desítky procent. Například ceny léků na snížení krevního tlaku by měly poklesnout až o 90 %. Prodej cenově nejedostupnějších přípravků tak prostě a jednoduše nepokryje ani náklady na výrobu a distribuci a tyto preparáty budou z trhu stahovány,“ upozornil výkonný ředitel České asociace farmaceutických firem Emil Zörner.

Pokud výrobce na českém trhu zůstane, nejlevnější léky se stanou okamžitě předmětem re-exportu. Jinými slovy, budou vykupovány a posílány do zahraničí v rámci Evropské unie. Bývalý ředitel Státního ústavu pro kontrolu léčiv Martin Beneš odhadl v roce 2011 podíl českého re-exportu na 20 % všech zobchodovaných léků. Pokračující absurdní regulace toto procento podstatně zvýší.

„Stát nemůže myslet vážně, že cena léků se má limitně blížit nule. Důsledkem takového přístupu je zhoršení kvality zdravotní péče, snížení dostupnosti léků pro pacienty a v konečném důsledku dojde k zvýšeným nákladům ve zdravotním systému. Nejlevnější léky stát vytlačí a lékaři budou muset předepisovat dražší přípravky,“ argumentoval Emil Zörner.

Příkladem je lék MEDOSTATIN 20 MG v balení s třiceti tabletami. Regulace Ministerstva zdravotnictví ČR snížila jeho maximální cenu o 56 %. „To je pod výrobními náklady, budeme muset jeho distribuci utlumovat. Cena balení se 100 tabletami je nyní nákladově hraniční. Je paradoxní, že stát na jedné straně říká, jak se mu daří snižovat spotřebu léků a na straně druhé vytlačuje menší balení z trhu,“ řekl ředitel společnosti Medochemie Matuš Pončák.

V České republice dosud neexistuje jakákoliv definovaná státní léková politika. Nikdo tedy neví, o co se stát vlastně snaží. O co nejlepší ceny špičkové péče? To určitě ne. Nebo o co nejefektivnější proléčenost populace se strategickými a účelně vynaloženými náklady? Ani to reálně nedělá. „Je hezké, že jsme jako první na světě aplikovali pacientovi bezdrátový kardiostimulátor. K čemu ale pacientům bude, když nebudou mít přístup ani k základním lékům pro léčbu jejich základního onemocnění?“ dodal Matuš Pončák.

(tz)

Nová možnost investic do potravin a nápojů

V únoru mají klienti ČSOB opět příležitost investovat do potravin a nápojů, a to v rámci strukturovaného fondu Optimum Fund ČSOB Potravin a nápojů 3. Pro ty, kteří chtějí investovat do akcií bez zbytečného rizika, zůstává z minulého měsíce v nabídce Global Partners ČSOB Světového růstu +27, popřípadě Global Partners ČSOB Fixovaný click USD 3 pro investici v dolarech. Dalším novým fondem je smíšený fond fondů KBC Master fund ČSOB Portfolio Pro 90 květen. Vedle klasického zadávání pokynů k nákupu podílových listů prostřednictvím klientského poradce mohou klienti ČSOB nakupovat vybrané fondy v české měně rychle a bezpečně prostřednictvím svého internetového bankovníctví.

„Doba drobné investory naučila opatrností. Především ti méně zkušený vyžadují vysokou pravděpodobnost zisku s nižším rizikem. Ve fondu potravin a nápojů mohou těžit ze stabilního růstu, který nabízí světové potravinářské spo-

lečnosti jako je Danone či Coca Cola, a to i s minimální investovanou částkou 5 tisíc korun. Navíc mohou investovat z pohodlí domova prostřednictvím internetového bankovníctví,“ řekl Jan Barta, generální ředitel společnosti ČSOB Asset Management, a.s., investiční společnost. „V loňském roce klienti do fondu s obdobným zaměřením investovali více než jednu miliardu korun a věříme, že i nově nabízený fond si najde své zájemce,“ doplnil Jan Barta.

Optimum Fund ČSOB Potravin a nápojů 3 je strukturovaný fond s ochranou investice ve výši 95 % investované částky. Investiční koš je složen z 30 akcií silných globálních společností (především z USA) s vysokou pravděpodobností růstu ve velmi stabilním odvětví potravin a nápojů. V rámci fondu je možné dosáhnout výnosu ve výši až 60 % za dobu trvání investice (8,56 % ročně).

„Dobré jídlo nikoho neomrzí“

Sektor potravin a nápojů spadá do defenziv-

ního odvětví. Znamená to, že spotřebitelé mají tendenci udržovat své oblíbené produkty ve spotřebních koších, a to mnohdy bez ohledu na svou finanční situaci. Proto je toto odvětví považováno za necyklické a velmi stabilní. Produkty společností s tímto zaměřením jsou vždy v poptávce relativně nezávislé na stavu ekonomiky (i v období krize). Proto jsou potraviny a nápoje vhodné pro investory, kteří hledají stabilní a dlouhodobý růst.

Z předchozího měsíce zůstávají v nabídce tyto fondy:

- Global Partners ČSOB Fixovaný click USD 3
- Global Partners ČSOB Světového růstu +27
- KBC Master fund ČSOB Portfolio Pro Únor 95
- Životní pojištění Maximal Invest ČSOB Silných odvětví 1
- Optimum Fund ČSOB Exclusive Jumpstart 2

Odhady výnosů nezaručují skutečnou výkonnost fondů v budoucnu. Hodnota investice a při-

jem z ní mohou v čase kolísat. Vyplacená částka může být v případě výběru před koncem doby trvání fondu vyšší nebo nižší než původně investovaná.

Hlavním cílem podílového fondu je zajistit podílníkům nejvyšší možný výnos, a to investováním do převoditelných cenných papírů a likvidních aktiv. Druhotným cílem fondu Optimum Fund ČSOB Potravin a nápojů 3 je vyplátit investorovi nejméně 95 % investované částky ke dni splatnosti. Zajištění hodnoty vložené investice a výnosu se váže ke dni splatnosti (den odkoupení podílů od investorů) fondu s tím, že pokud nedojde ke splnění závazků protistran a vydavatelů (emitentů) dluhopisů držených v portfoliu fondu, vyplacená částka může být nižší než hodnota vložené investice.

Podrobné informace o zajištěných fondech včetně podstaty jejich zajištění naleznete na stránkách www.csob.cz, případně u bankéřů na pobočkách ČSOB.

(tz)

inzerce

SYMA KONFERENCE
SYSTEMY
MANAGEMENTU
Setkání absolventů kurzů a držitelů certifikátů

26. – 27. 3. 2013

Oreo Hotel Pyramida,
Bělohorská 24, Praha 6

Cena 4.500 Kč.
Při objednávce do 28. 2. 2013 sleva 10%.
Pro členy ČSJ nebo držitele certifikátu
CSQ-CERT poskytujeme slevu 1.000 Kč.

Možnost ubytování v místě.

Více informací na stránkách ČSJ <http://www.csq.cz/cs/syma.html>

HLAVNÍ TÉMATA KONFERENCE:

- Metody a postupy managementu v automobilovém průmyslu
- Environmentální legislativa a BOZP
- Etika – teorie a praxe
- Spolehlivost
- Máme pro vás připraveny zajímavé workshopy.

V podvečer vás čeká povídání o víně s Jiřím Toušem, rytířem francouzského vína.

Změna programu vyhrazena.



ČSKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST, o. s.
VÁŠ PARTNER NA CESTĚ
ZA VYŠŠÍ KVALITOU

Naše výrobní družstva jsou ryze česká

Výrobní družstevnictví má v českých zemích bohatou historii. V tomto roce slaví Svaz českých a moravských výrobních družstev 60. výročí od svého založení. Výrobní družstva vznikala už v druhé polovině 19. století a podmínky a předpoklady pro vznik a rozvoj družstev uvedl družstevní zákon z roku 1873. Prvním výrobním družstvem na území Čech, založeným v roce 1892, bylo družstvo Kovo Věšín.

Hlavním přínosem družstevnictví bylo bezesporu sdružování drobných podnikatelů s cílem bránit se konkurenci rostoucí hromadné výroby, zvýšit dělbu práce produktivitu, koncentrovat investiční prostředky a vytvářet lepší sociální zázemí svým členům. Družstva sehrávala a sehrávají významnou roli v ekonomice, výrobě a zásobování trhu, ale také ve školství, kultuře, prostě ve všech sférách naší společnosti, zejména ve srovnání s ostatními formami obchodních společností.

V roce 1953 byl v Praze ustaven Ústřední svaz výrobních družstev jako vrcholný orgán komplexního řízení a kontroly výrobního družstevnictví. Úkoly tehdejšího svazu byly poplatné době a vedle politických proklamací vytyčilo Sjezdové usnesení svazu základní úkoly výrobních družstev například vyrábět a rozšiřovat sortiment zboží široké spotřeby v průmyslově slabých oblastech a rozšiřovat požadované služby.

V roce 1990 došlo ke změně názvu svazu na Svaz českých a moravských výrobních družstev a mezním rokem se stal pro svaz a jeho členy rok 1992. V tomto roce proběhla souběžně s přípravou velké privatizace transformace majetku družstev na základě transformačního zákona 42/91 Sb. Většina družstev se s transformací vypořádala dobře, a byly tak vytvořeny předpoklady pro jejich úspěšný rozvoj v budoucích letech.

Dnešní Svaz českých a moravských výrobních družstev je významnou a moderní institucí, jejíž členskou základnu tvoří přes 200 výrobních družstev. Svaz zajišťuje pro členská družstva širokou škálu služeb a zastupuje a hájí jejich zájmy v jednáních se státní správou, ať jde o ministerstva, parlamentní instituce, místní správu a samosprávu, nebo zaměstnavatelské svazy. Jsme zakladateli Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů České republiky, členy Svazu průmyslu a dopravy ČR, Družstevní Asociace ČR a Hospodářské komory ČR. Na mezinárodní úrovni je svaz členem Mezinárodního družstevního svazu a Družstva Evropa.

V souladu s potřebami našich členů uplatňujeme požadavky podporující rozvoj podnikatelské sféry. Svaz českých a moravských výrobních družstev neustále vyvíjí tlak na realizaci průrustových opatření k podpoře ekonomického rozvoje, zpracování hospodářské koncepce stěžejních odvětví, zlepšení a zjednodušení legislativy, omezení byrokratických praktik, na odstranění a trestání korupce, redukci nesmyslných kontrol, zlepšení vymahatelnosti práva, omezení nekvalitních obchodních praktik a racionalizace státních investičních pobídek tak, aby státní aparát nevytvářel více disproporcí než přínosů. Vstřícnost zástupců státní správy k potřebám podnikatelů a k realizaci jejich návrhů na podporu ekonomického růstu a vytváření základních podmínek dobrého podnikatelského prostředí však hodnotíme jako nedostatečnou.

Svaz českých

a moravských výrobních družstev je pro své členy profesionálním informačním centrem a disponuje řadou odborníků, kteří pracují na projektech vedoucích ke snížení nákladů formou centrálních nákupů a služeb, zajištění obchodních informací a kontaktů, vzdělávání, poskytování právních služeb, daňového poradenství, finančního a ekonomického poradenství a v organizování společných prezentací na výstavách a veletrzích. Podpůrné informace směřuje též k potenciálním obchodním partnerům. V posledním období jsme zaměřili výraznou pozornost na racionalizaci nákladů a výnosů v hospodaření svazu s cílem snížit náklady bez vlivu na rozsah a kvalitu družstvům poskytovaných služeb. Realizujeme také úkoly spojené se zajištěním vysoké úrovně správy, oprav, údržby a hospodárního provozu nemovitého majetku.

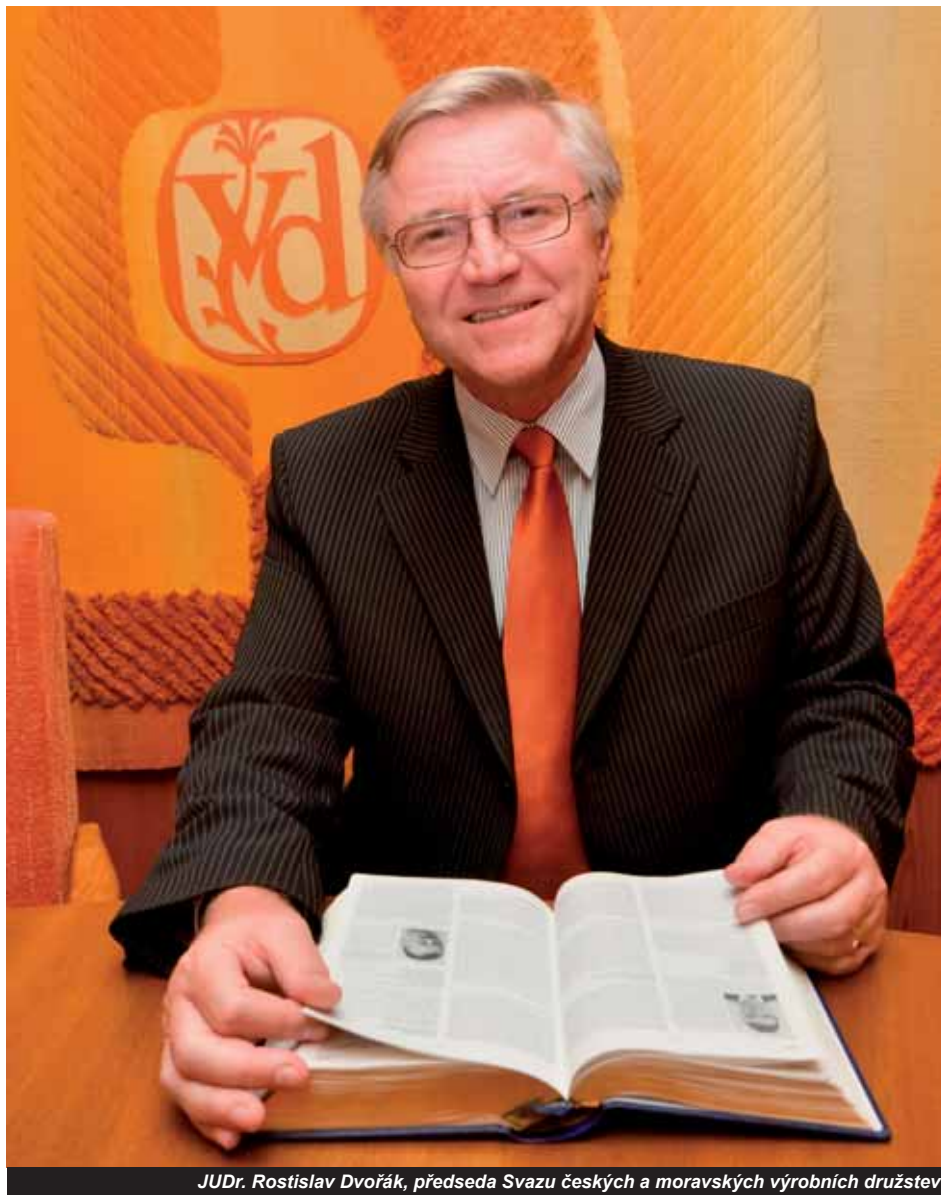
Pro členskou základnu je jedním ze zdrojů informací tištěné periodikum Informační přehled, ve kterém jsou uveřejňovány aktuální informace ze světa obchodu, veletrhů a ekonomických informací. Důležitým informačním kanálem mezi svazem a jeho členy je extranet. Výrobní družstva zde najdou aktuální zprávy o připravovaných akcích a projektech, pořádaných Svazem českých a moravských výrobních družstev, státní správou, zaměstnavatelskými svazy a veletržními agenturami. Součástí nabídky extranetu jsou i informace z oblasti ekonomické, životního prostředí, členských záležitostí a řada dalších.

Pro širokou veřejnost je zdrojem informací časopis Výrobní družstevnictví, který tento měsíčník seznamuje čtenářskou obec s prací a výsledky družstev a informuje o aktuálních akcích.

Mediální obraz Svazu českých a moravských výrobních družstev a celé jeho členské základny dotváří – internet. Webové stránky www.scmvd.cz jsou provázány na jednotlivá družstva. Ulehčují vyhledání konkrétních kontaktů a informací. Komunikační kanál rozšiřuje i prezentace svazu na facebooku.

Výrobní družstva jsou ryze české firmy s českou kvalitou výrobků. Jsou součástí pro náš stát velmi důležité ekonomické základny malých a středních firem a mají široký záběr výrobních programů. Výrobky družstev jsou známy v oborech strojírenství, stavebnictví, automobilového průmyslu, robotizace, elektroinstalacích materiálů, ve výrobě nábytku, kosmetiky a drogistického zboží, módních oděvů, pracovních oděvů až po výrobu vánočních ozdob a hraček. Členy svazu jsou jak velká družstva se stovkami zaměstnanců a s obrátem v řádu miliard korun, ale také malé firmy s obrátem v jednotkách milionů.

S produkcí výrobních družstev se mohou zákazníci seznámit nejen na internetu a v prodejních sítích po celé Evropě, ale i na veletrzích v tuzemsku a v zahraničí. Svaz českých a moravských vý-



JUDr. Rostislav Dvořák, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev

robních družstev svým členům s pořádáním společných účastí významně pomáhá. Z posledních prezentací, které se konaly pod záštitou SČMVD, můžeme jmenovat veletrhy EMBAX v Brně, REKLAMA v Praze, STYL v Brně, Země živitelka v Českých Budějovicích, Mezinárodní veletrh hraček v Norimberku a veletrh řemesel IHM v Mnichově.

Členská družstva a jejich manažeři dosahují významných úspěchů v řadě celostátních podnikatelských soutěží. Ti nejlepší z nich jsou nositeli titulů Manažer roku, Podnikatel roku, Českých 100 Nejlepších, Lady Pro a dalších. Výrobky družstev mnohokrát získaly ocenění v soutěži Česká kvalita, Patron roku, Firma roku, nebo Český design. Podporou zavádění nových výrobků je i již tradiční soutěž organizovaná Svazem Družstevní Design a Inovace.

V loňském roce Svaz českých a moravských výrobních družstev vyhlásil 1. ročník soutěže Výrobní družstvo roku. Kritériem jsou výsledky hospodaření a soutěžícími jsou členové SČMVD. Slavnostní vyhlášení výsledků se uskutečnilo na valném shromáždění v Nymburku.

Výrobní družstva jsou neoddelitelnou a pevnou součástí české ekonomiky. Jejich značky, které nás provází celý život, jsou nositeli kvality a tradice. Jsou to značky hodnotné a unikátní, založené na dobré práci, profesionalitě a úzkém spojení se zákazníky. Jde například o Vřídlo, Dřevotvar, Orlík, Kovodružstvo, Regina, Styl, Oděva, Snaha, Drutěva, Stavba, Mechanika, Obzor a mnoho dalších. Kvalitu výrobků potvrzuje skutečnost, že řada výrobních družstev je nositelem certifikátu ISO a jejich výrobky splňují vysoké požadavky kvality a nejvyšší normy zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti.

Nelze opomenout, že součástí členské základ-

ny svazu jsou výrobní družstva zaměstnávající zdravotně postižené občany. Svaz věnuje soustavnou pozornost aktivitám ve složité problematice zaměstnávání zdravotně hendikepovaných osob a dlouhodobě zajišťuje preventivním i operativním zastupováním zájmy těchto družstev na všech úrovních.

Svaz českých a moravských výrobních družstev je nápomocen svým členům i v podpoře exportní strategie. Jedná se o participaci na zahraničních obchodních misích, záštitu zahraničních veletrhů, pomoc s vyhledáváním potenciálních ob-

chodních partnerů, spolupráci s pracovníky Ministerstva zahraničních věcí ČR a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Kvalitní české výrobky jsou významným vývozním artiklem. Po vlně společenských změn v zemích střední a jihovýchodní Evropy po roce 1989 expandovala družstva ještě více na zahraniční trhy. Nabídka značkových kvalitních produktů za příznivé ceny je jejich hlavním marketingovým nástrojem.

V upevňování mezinárodních vztahů pomáhá SČMVD zastoupení v Mezinárodním družstevním svazu ICA, Evropském sdružení výrobních družstev CECOP, Světovém sdružení výrobních družstev CICOPA a v organizaci Družstva Evropa v Bruselu.

Svaz českých a moravských výrobních družstev patří do skupiny nejvýznamnějších zaměstnavatelských svazů v české republice s přímým vlivem na orgány Evropské unie. Jeho budoucnost se opírá o silnou základnu českých a moravských výrobních družstev a o nejsilnější evropské seskupení, které tvoří 130 milionů členů a 60 tisíc družstevních podniků.

JUDr. Rostislav Dvořák
předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev

Hlavním přínosem družstevnictví bylo bezesporu sdružování drobných podnikatelů s cílem bránit se konkurenci rostoucí hromadné výroby, zvýšit dělbu práce produktivitu, koncentrovat investiční prostředky a vytvářet lepší sociální zázemí svým členům.



Přípitek na zdraví všem výrobním družstvům, jak jinak než z Templářských sklepů Čejkovice

SDA
CIASvaz dovozců automobilů vyhlašuje 17. ročník
ankety Motocykl roku 2013 v České republice.

MOTOCYKL ROKU 2013

V ČESKÉ REPUBLICE

Soutěže se mohou zúčastnit občané ČR starší 18 let. Vyplňte anketní lístek a doručte jej do **10. 4. 2013** na adresu: **Agentura Petr Ehrlich, Na Pískách 838/42, Praha 6, 160 00.** Hlasovat můžete i na výstavě Motosalon 7.–10. 3. 2013 (Praha-Letňany) ve stánku Motocykl roku 2013 nebo na www.motocyklroku.cz, kde najdete i pravidla soutěže.

HLASUJTE A VYHRAJTE MOTOCYKL HONDA CBR500R

a dalších 14 hodnotných cen

1. CENA



HONDA

www.moto.honda.cz

2. CENA

navigace
Garmin zūmo 350
Europe Lifetimewww.garmin.cz

3.–15. cena

3. cena sada pneumatik PIRELLI, www.yshop.cz
 4. cena kožená bunda, **Bikers Mode**
 5. cena integrální přilba AGV K-3 ROSSI ICON, www.yshop.cz
 6. cena Scala Rider Solo, handsfree set pro jednu přilbu od firmy CARDO, www.yshop.cz
 7. cena mikina Harley-Davidson, **Harley-Davidson Czech Republic**
 8.–10. cena baterie VARTA, **Johnson Controls**
 11.–15. cena balíček Castrol, **Castrol Lubricants (CR)**

SKÚTRY A MOPEDY



Honda NSS300 Forza

Keeway Logik 125 EFI

Kentoya C5 125 4T

Kymco K-XCT 300i

mpKorado Raptor 125 4T

Suzuki Burgman 650

Vespa 946

ENDURA VČETNĚ CESTOVNÍCH



Aprilia Caponord 1200 Travel

BMW R1200GS

Gas Gas TX Randonnée 125

Honda CB500X

Husqvarna TR650 Terra

KTM 1190 Adventure

Triumph Explorer 1200 XC

CRUISERY



Harley-Davidson Softail Slim

Keeway Blackster 250i

Moto Guzzi California 1400 Custom

Suzuki Intruder C1500T

Victory Judge

SPORTOVNÍ SILNIČNÍ MOTOCYKLY

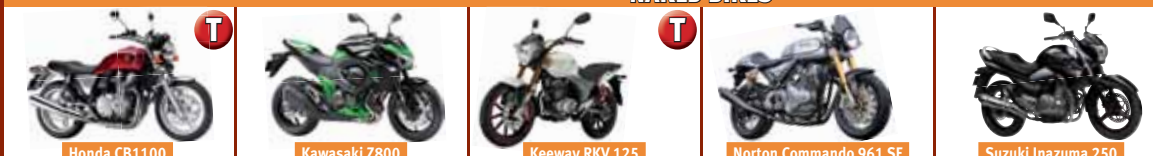


BMW HP4

Honda CBR500R

Kawasaki Ninja ZX-6R 636

NAKED BIKES



Honda CB1100

Kawasaki Z800

Keeway RKV 125

Norton Commando 961 SF

Suzuki Inazuma 250

Triumph Street Triple 675R

BMW F800GT

Honda GoldWing F6B

ČTYŘKOLKY S ŘÍDÍTKY



Journeyman Gladiator X8 EFI V-Twin

Kawasaki KVF750 4x4

Polaris Scrambler XP 850

ČTYŘKOLKY S VOLANTEM



Journeyman Gladiator UTV 830 EFI V-Twin

Kawasaki MULE 4010 Diesel 4x4

Polaris RZR XP 900

CESTOVNÍ SILNIČNÍ MOTOCYKLY



Kawasaki Ninja 300

Triumph Trophy

Hlasujte

v osmi kategoriích
nawww.motocyklroku.cza můžete si vybrat
jeden ze strojů
označených

k testovací jízdě



Hlasovací lístek⁰⁴

(Vyplňte všechny kategorie,
jinak lístek nebude zařazen do slosování)

ZA VÍTĚZE V JEDNOTLIVÝCH KATEGORIÍCH POVAŽUJI:

- ☒ SKÚTRY A MOPEDY
☒ ENDURA VČETNĚ CESTOVNÍCH
☒ CRUISERY
☒ SPORTOVNÍ SILNIČNÍ MOTOCYKLY
☒ NAKED BIKES
☒ CESTOVNÍ SILNIČNÍ MOTOCYKLY
☒ ČTYŘKOLKY S ŘÍDÍTKY
☒ ČTYŘKOLKY S VOLANTEM

Jméno Příjmení

Ulice a čp

Město PSČ

E-mail Váš podpis

Prosíme o vyplnění nepovinných údajů:

Vlastním motocykl ano ☐ ne ☐

Značka/Model Rok výroby

Odesláním anketního lístku poskytujete pořadající agentuře Petr Ehrlich souhlas se zpracováním osobních údajů podle posledního článku úplných pravidel soutěže. Vyplněný anketní lístek laskavě pošlete do 10. 4. 2013 na adresu: agentura Petr Ehrlich, Na Pískách 838/42, Praha 6, 160 00. Hlasovat můžete i na internetu na www.motocyklroku.cz, kde zároveň najdete i pravidla soutěže.

www.motocyklroku.cz

Slevové portály trhají rekordy

Zájem Čechů o slevové portály masivně stoupá. Zatímco v květnu 2011 je podle průzkumu poradenské společnosti KPMG Česká republika využívání slevových serverů navštěvovalo 49 procent, letos jejich počet vzrostl na 71 procent. Výhodné internetové nabídky přitom v porovnání s rokem 2011 využívá starší klientela – aktuálně tvoří největší podíl lidé ve věku 25–34 let. Kromě struktury zákazníků se mění i jejich poptávka. Největší zájem je o cestování, pobyty a ubytování, které vyhledávají dvě třetiny zájemců. Podle odhadů mají dnes Češi na výběr z asi 120 serverů.

Nejnovější průzkum z poloviny ledna 2013 zaznamenal výrazný nárůst počtu zákazníků slevových portálů – za poslední rok a půl se zvýšil zájem Čechů o tento způsob nakupování o 22 procentních bodů. Dnes nákupy přes slevové portály využívají již téměř tři čtvrtiny z nás. „Zvýšenému zájmu o slevové servery odpovídá i pětinový nárůst tržeb. Podle dosavadních výsledků by měly portály za loňský rok vydělat odhadem 2,8 miliard korun,“ uvedl Michal Bareš, Director, služby pro maloob-

chod, KPMG ČR. A zatímco zisky slevových serverů stoupají, jejich počet klesá. V roce 2011 se na trhu vyskytovalo přes 200 slevových portálů, nyní je jich okolo 120, což indikuje velký konkurenční boj o získání zákazníka v tomto segmentu.

Zákazníci stárnou

V roce 2011 nejběžněji na slevových portálech nakupovali lidé ve věku 18 až 24 let se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním. Za půldruhého roku se však věková hranice posunula a většinu zákazníků (33 procent) dnes tvoří lidé ve věku 25–34 let, vzděláním především středoškoláci. „Nakupování na slevových portálech nepatří k internetovým výstřelkům, stala se z něho zcela běžná služba, jakou nabízejí klasické internetové obchody. Konsolidací trhu si navíc sektor získal důvěru zákazníků, proto se na portálech nebojí nakupovat ani skupiny s menšími technickými znalostmi či ochotou objednávat zboží a služby on-line. Zhruba pětinu zákazníků tvoří lidé starší padesáti let,“ dodal M. Bareš.

Chybí pravidelní klienti

Na slevových serverech se setkáme se stejným zastoupením mužů i žen. Ženy podle očekávání nakupují více kosmetické přípravky (73 procent), muži se zaměřují především na zvýhodněnou nabídku restaurací a kaváren (70 procent). „Zásadním problémem slevových portálů je jejich schopnost udržet si stálou klientelu. Většina návštěvníků na nich totiž nakupuje jednorázově. Pouze kategorie restaurací překročila desetiprocentní hranici pravidelných zákazníků,“ vysvětlil Bareš. Mnohé portály proto zavádějí nejrůznější bonusy a výhody pro registrované. Některé, např. Slevomat.cz, pak vytvářejí sofistikované systémy s prioritními nabídkami slev.

Ve srovnání s rokem 2011 zaznamenaly velký rozmach slevy v oblasti cestování (zejména pobyty u moře a předvánoční lyžařské zájezdy), ubytování a krátko- i dlouhodobých pobytů ve wellness zařízeních.

(tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Biz books®

Jak myslí Larry Page a Sergej BrinRichard L. Brandt

Google vám jistě není neznámý. Tato fascinující studie přeskakuje v příběhu Googlu minulost a zaměřuje se naopak na to, co ve skutečnosti tyto muže pohání a kam Google směřuje. Richard L. Brandt představuje společnost jako geniální dítě dvou skvělých jednotlivců a rozplétá pozadí obchodních rozhodnutí Googlu ve světle ambicí a představ jeho zakladatelů.

Marketingová komunikace

Miroslav Foret

Komunikace se zákazníkem patří ke klíčovým oblastem marketingu. Přehledně koncipovaná publikace vás krok za krokem zavede do celého procesu. Poradí vám jak zákazníka poznat, jak vytvořit sdělení šité přesně na něj, jaký vybrat komunikační kanál tak, aby ho co nejlépe i neefektivněji oslovil, a jak vyhodnotit úspěšnost celé akce.

Pět příčin selhávání týmů

Patrick M. Lencioni

Patrick Lencioni vypráví poutavý příběh ze světa týmového prostředí, připomíná nám, že vůdcovství vyžaduje stejně tolik odvahy jako pochoopení. Během tohoto příběhu autor postupně odhaluje a do hloubky rozebírá pět oblastí, se kterými mají týmy (často i ty nejlepší) problémy. .

Ztracené bilióny dolarů

Charles R. Morris

Svět se zaseknul v hrůzné finanční krizi, balancující na okraji děsivé recese. Přesto, že veškeré americké ekonomické hříchy napodoboval celý svět, na celosvětovou krizi bylo zaděláno právě v USA. A ve své podstatě se jednalo o klasickou krizi Argentinského typu – státní zadlužení.

Jak úspěšně řídit firmu

Brian Tracy

Nefunguje vaše podnikání tak, jak jste si představovali? Nebo se dokonce potácíte na okraji propasti a každou chvíli vám hrozí pád? Kniha Jak úspěšně řídit firmu nabízí 21 osvědčených strategií, které jsou nezbytné pro záchranu podniku zápasícího o přežití a úspěšnou společnost pomohou rozjet na ještě vyšší obrátky. ■

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

Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol

Gullová Soňa

V prakticky zaměřené publikaci se seznámíte se současnými pravidly obchodního a diplomatického protokolu a společenské etikety. Již třetí vydání knížky radí, jak jednat v dalších vybraných zemích světa, které dosud v publikaci zařazeny nebyly, např. v Jižní Koreji, Kolumbii, Dominikánské republice, na Kubě, na Islandu, v USA, Angole, Norsku aj. Kniha je určena zejména studentům mezinárodního obchodu a studentům připravujícím se na diplomatickou dráhu, ale velmi cenné informace v ní najdou i lidé, kteří v těchto oblastech již působí.

Udělej to zítra

a další tajemství time managementu

Forster Mark

Jak snadno zvládat úkoly, které neustále přibývají? Jak se soustředit pouze na jednu věc a rychle ji dotáhnout do konce? Jak omezit stres a mít dobrý pocit ze své práce? Jak opravdu dosahovat svých cílů, a ne pouze hodně pracovat? Uznávaný autor a poradce v knize odkrývá tajemství time managementu, která skutečně fungují. Díky ní objevíte řadu nových zásad a jednoduchých principů, jež vám pomohou zvládnout to, co potřebujete. ■

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Autobazary dostanou certifikáty

Certifikační společnost TÜV NORD Czech zavedla nový produkt prověřující formou auditu kvalitu obchodních a technických procesů jednotlivých autobazárů, resp. prodejců ojetých vozidel. Hodnotící kritéria i metodika odpovídají mezinárodním standardům společnosti TÜV NORD Group a platné české legislativě. Podle odhadu společnosti TÜV NORD Czech projde náročnou certifikací maximálně 30% českých autobazárů.

„V České republice je faktický stav, a tedy i mediální obraz obchodníků s ojetinami, velmi špatný. Je tomu tak i přes skutečnost, že zde existují společnosti, které nabízejí vysoký standard nejen v oblasti vlastního prodeje ojetých automobilů, ale i v oblasti poskytovaných záruk, garancí a následného poprodejního servisu. Negativní mediální obraz vytvářejí především prodejci, kteří využívají legislativní nedostatečnosti a prodávají například vozidla s nejasným pů-

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

Politika a politický marketing

Bohumír Štědroň, Martin Potůček, Vladimír Prorok, Jakub Landovský a kol.

Politický marketing můžeme charakterizovat jako proces, prostřednictvím kterého jsou političtí kandidáti (politické ideje) nasměrováni na voliče takovým způsobem, aby uspokojili jejich politické potřeby, a získali tak jejich podporu. Publikace přináší ucelený pohled na politický marketing. Objasňuje vznik politického marketingu, charakterizuje jednotlivé historické etapy jeho vývoje a specifika současného období. Role politického marketingu je vysvětlována v širším politickém a celospolečenském kontextu. Text je rozdělen do dvou částí: první je teoretická, druhou část tvoří případové studie, které ukazují, jak je teorie politického marketingu využita v praxi (např. kampaň pro přímou volbu prezidenta v ČR, politický marketing ve Velké Británii, politický marketing velké firmy v krizi). ■

vodem, vozidla s upraveným počítadlem stavu ujetých kilometrů, neposkytují dostatečné záruky atd.“, řekl Jan Weinfurt, jednatel společnosti TÜV NORD Czech. „Zákazníci potom hází všechny prodejce do jednoho pytle, protože nemají de facto žádné relevantní kritérium, podle kterého by mohli posoudit jejich kvalitu“.

Certifikace TÜV NORD spočívá především v kontrole plnění legislativních požadavků, managementu systému (zda je zaveden a dodržují se nastavené postupy) a kvality poskytovaných služeb ve vztahu k zákazníkům. V rámci této kontroly se sledují především následující okruhy:

- interní nákup vozidel
- externí nákup vozidel
- řízení záznamů
- servis vozů
- příprava vozidel k prodeji
- řízení měřidel
- prodej vozů
- péče o vozidla během skladování
- kontrola dokumentace

Audit se u obchodníka s ojetými vozy provádí 1x ročně. V případě, že by se objevily relevantní stížnosti od zákazníků, například, že společnost nejedná v souladu s tím, co deklaruje, a realita neodpovídá zavedeným postupům a platné le-

NAŠE KAVÁRNA

Asseco posiluje integraci

Dalším krokem probíhající integrace české a slovenské části společnosti Asseco Solutions je změna na nejvyšším postu v Asseco Solutions ČR. Vedením společnosti byla dočasně pověřena současná generální ředitelka Asseco Solutions SR, Ing. Martina Mošková, která tak nyní bude generální ředitelkou celé společnosti.

Nová ředitelka Metspa CZ

Společnost Metspa CZ s. r. o. ohlásila změnu ve funkci ředitele a jednatele společnosti, na tuto pozici přichází paní Patricia Jakešová. Současný ředitel Georg Kebrle ze společnosti odchází po vzájemné dohodě.

T. Krátký posilou Profinitu

Profinit, člen nadnárodní společnosti New Frontier Group a přední poskytovatel významných řešení a služeb v oblasti informačních a komunikačních technologií, má posilu ve vedení společnosti. Do pozice Director, Products and Services byl nově jmenován Tomáš Krátký.

P. Katzer obchodním ředitelem Dimension Data

Společnost Dimension Data jmenovala do čela společnosti Petra Katzera na pozici obchodního ředitele, kde bude odpovědný za řízení obchodních aktivit pro Českou republiku. V této pozici nahradil Zbyszka Lugsche, který ji dočasně zastával souběžně s jeho pozicí technického ředitele. (tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Vstřícně k hendikepovaným

Česká spořitelna zahájila společně s Českým červeným křížem sérii školení pro své zaměstnance v pobočkách, která prohlubují znalosti v přístupu ke zdravotně postiženým klientům, k seniorům a v oblasti první pomoci. V současné době absolvovalo školení 84 zaměstnanců, Česká spořitelna do konce roku 2013 plánuje proškolit ještě 600 až 800 zaměstnanců. Česká spořitelna rovněž spolupracuje s Pražskou organizací vozíčkářů, která mapuje pobočky a bankomaty ČS z hlediska bezbariérovosti. (tz)

gislativě, je TÜV NORD oprávněna provést šetření na místě a v případě zjištění neshod certifikát odebrat. „Dle našeho odhadu by v případě plošného auditu všech českých autobazárů neuspělo až 70% z nich“, prohlásil Weinfurt. „Jakkoliv se zdá toto číslo vysoké, je potřeba si uvědomit, že chceme-li dostávat stejné zákaznické služby jako na západ od našich hranic, musíme také nastavit stejná hodnotící kritéria, která v západní Evropě definují kvalitu prodejců ojetých vozidel,“ dodal.

TÜV NORD Czech oslovil přibližně 200 českých autobazárů s nabídkou realizace auditu. „Některé velké autobazary již velmi vážně uvažují nad realizací auditu a vstoupily s námi v jednání“, sdělil Jan Weinfurt. „Věříme, že zájemci o kvalitní ojetý vůz tak budou v dohledné době vědět, kde jej bezpečně a se zárukou kvality nakoupit“.

Společnost TÜV NORD Czech se domnívá, že situace na českém trhu s ojetými vozy je skutečně neuspokojivá, a proto zároveň touto cestou navrhuje, aby podobná certifikace, ať už od jakékoliv certifikační autority, byla pro obchodníky s ojetými vozy povinná. „Nesnažíme se tímto laciným způsobem získat jakýkoliv obchodní prospěch,“ zdůraznil Weinfurt. „Rádi proto poskytneme bezplatnou odbornou spolupráci příslušným úřadům, tedy např. Ministerstvu dopravy nebo Ministerstvu obchodu a průmyslu, při případné přípravě potřebných podkladů legislativního rámce, který by podobnou certifikaci požadoval jako povinnou pro každého obchodníka s ojetinami,“ uzavřel. (tz)

Rychlé peníze hrají při prodejích podniků často důležitější roli než dlouhodobější strategické cíle

Za téměř polovinou prodejů podniků uskutečněných společnostmi v uplynulých dvou letech stála potřeba rychlé „finanční injekce“, nikoliv snaha o dosažení dlouhodobějšího strategického cíle. Vyplývá to z průzkumu „2012 Global Corporate Divestment Survey“ společnosti Ernst & Young.

Dle průzkumu bývají častou motivací k prodeji právě bezprostřední finanční důvody a potenciální dlouhodobé přínosy tak ustupují do pozadí. Při rozhodování, zda podnik zůstane, či nezůstane v portfoliu mateřské společnosti, jsou krátkodobé finanční ukazatele hlavním faktorem v šesti z deseti případů – posuzuje se například význam aktiva z hlediska zisku na akcii (EPS) či návratnost vloženého kapitálu (ROCE). Mezi strategickými faktory, které následují až na dalších místech v žebříčku priorit, pak respondenti uvádějí tvorbu hodnoty pro akcionáře nebo důraz na hlavní podnikatelskou činnost.

„Hlavní důvody pro prodeje podniků se mění. Mnoho transakcí je sice stále využíváno jako krátkodobý nástroj za účelem navýšení hotovosti či splácení dluhů prodávajícího – což není žádným překvapením, uvážíme-li problémy mnoha podniků se sháněním hotovosti a úvěrováním v uplynulých pěti letech – objevují se však i firmy, které již vyznávají strategičtější a strukturovanější přístup a pokládají divestici za stejně důležitý strategický cíl jako akvizici,“ řekla Petra Wendelová, partnerka společnosti Ernst & Young pro fúze a akvizice.

„Strategické plánování prodejů se firmám zpravidla vyplácí a vede k překročení původně stanovených cílů. Skutečnost, že 73 % společností nevytěží z prodeje podniku maximální možnou částku, je důkazem toho, jakou důležitost strategicky orientovaný přístup má. Dá se očekávat, že v současném období nízkého, či dokonce nulového růstu sehrají odprodeje nemalou roli z hlediska dalšího směřování podniků, plnění dlouhodobých cílů a při tvorbě hodnot pro akcionáře,“ dodal Vladislav Severa, vedoucí partner oddělení transakčního poradenství Ernst & Young v České republice a ve střední a jihovýchodní Evropě.

Maximalizace hodnoty prodeje

Méně než 50 % společností je přesvědčeno, že provádějí veškeré klíčové kroky k tomu, aby maximalizovaly hodnotu podniku při prodeji.

Přibližně 46 % globálně působících společností zahájilo, resp. plánuje uskutečnit prodej v průběhu následujících dvou let a téměř 77 % je rozhodnuto plány na odprodej podniku v rámci stejného období uspišit. Více než polovina prodávajících však není schopna prezentovat prodávané aktivum (firmu) dostatečně atraktivně a neutří tím pádem tolik, kolik by bylo možné získat.

Základní kroky, zahrnující mimo jiné nezávislý proces ověření správnosti dat týkajících se trhu/produktu/růstu (50 % respondentů), sestavení plánu fúze a akvizice pro potenciální investory (45 %) a předložení vlastních stanovisek ohledně synergických příležitostí v rámci informací pro kupující (43 %), provádí pouze minimum společností, které se pro prodej rozhodnou.

„Zájem prodávajících o důkladnou přípravu prodejního procesu, včetně zadání tzv. Vendor Due Diligence externí poradenské firmě, však v poslední době narůstá. Prodávající společnosti tímto způsobem tak dokáží hodnotu transakce patřičným způsobem navýšit i přezpůsobením prezentace společnosti na míru konkrétním skupinám zájemců. Obezřetnost kupujících je dnes mnohem vyšší než kdy dříve a tak je v zájmu samotných společností, aby prodej podniku prezentovaly co nejlépe,“ vysvětlila Petra Wendelová.

Nástrahy vyčkávací taktiky

Z výsledků průzkumu dále vyplývá, že více než polovina oslovených společností by zintenzivnila své prodejní aktivity, pokud by došlo ke zlepšení ekonomické situace. Mezi jednotlivými regiony však panují rozdíly. V asijsko-pacifické oblasti limitují ekonomické podmínky 65 % společností, zatímco v Severní, Střední a Jižní Americe 60 % a regionu EMEIA (Evropa, Střední východ, Indie a Afrika) zhruba 51 % firem.

„Mnoho společností v krizových letech preferovalo spíše interní řešení – zaměření se na provozní oblast, snižování nákladů a zvyšování efektivity a s odprodeji podniků vyčkává, až

se hospodářství zotaví. Je ovšem možné, alespoň výsledky průzkumu takovou interpretaci umožňují, že společnosti ze západních, rozvinutých trhů, začínají procesy prodejů urychlovat bez ohledu na makroekonomické překážky,“ sdělil Vladislav Severa.

„Nejistá ekonomická situace jen tak neskončí. V tomto kontextu se vyčkávací taktika s ohledem na jakékoli transakce zdá být pochopitelná. Náš průzkum však naznačuje, že oddalováním prodejů kvůli nepříznivému stavu hospodářství mohou společnosti itratit. Na 40 % dotazovaných tvrdí, že vysoká konkurence na poli fúzí a akvizic přispívá k růstu hodnoty podniků, nicméně prognózy ohledně budoucího vývoje konkurenčního prostředí v oblasti M&A jsou rovněž nejisté,“ doplnila Petra Wendelová.



Důsledná správa portfolia a široký okruh zájemců klíčem úspěchu

V souvislosti s posledně uskutečněným prodejem celkově pouze pětina společností předčila svá původní cenová očekávání; strategické cíle se přitom podařilo naplnit spíše firmám, jež sázejí na strukturované procesy. Z této skupiny 55 % firem realizovalo prodej podniku před termínem a za vyšší cenu, než s jakou počítaly. U společností bez implementovaných strukturovaných procesů činil tento ukazatel pouze 34 %.

Prodávající se také ne vždy snaží zaujmout kompletní spektrum možných zájemců. Pouze třetina případných prodejů neopomíjí zahraniční kupce ze stejného průmyslového odvětví a jen pětina se zajímá rovněž o domácí zájemce působící v odlišném sektoru. S tím, že by se kupující našel mezi zahraničními zájemci z jiného sektoru, počítá pouze 13 % účastníků mezinárodního průzkumu. „Toto pravidlo platí zejména ve velkých ekonomikách, v Čechách se naopak žádná významnější nabídka neobejde bez poptání zájmu ze zahraničí,“ komentovala Petra Wendelová.

V neposlední řadě by prodávající společnosti mohly profitovat také z toho, že se nebudou orientovat výlučně na korporátní sféru – tradičně jen 3 % zahrnují do okruhu možných kupujících i private equity investory, což se ale v budoucnu může změnit. Vladislav Severa v této souvislosti podotkl: „Prodávající maximalizují hodnotu transakce tehdy, pokud učiní danou firmu atraktivní pro více domácích i zahraničních kupujících, respektive zájemce z celé řady oblastí, včetně soukromého kapitálu.“

Základní pravidla úspěšného prodeje

Lze konstatovat, že provedený průzkum v podstatě předkládá principy, které jsou pro úspěšný prodej klíčové.

„De facto poprvé máme v ruce empirické důkazy, jež potvrzují, že podniky uplatňující strategické postupy vytěží z prodeje větší hodnotu. Společnosti, jimž se podařilo překonat původní očekávání – ať již s ohledem na časové rozvržení či konečnou cenu transakce – postupovaly při prodeji podniku do jisté míry shodně, například zohlednily široké spektrum potenciálních zájemců, zvolily maximální orientaci na kupující a věnovaly pečlivou pozornost přípravě procesu, včetně strukturování informací. V Čechách vidíme jednoznačný trend směřující k intenzifikaci přípravných procesů tak, aby se délka období od zahájení nabídky po realizaci transakce minimalizovala – je prokazatelné, že jakékoli prodlévání v procesu prodeje má negativní vliv na konečnou cenu,“ uzavřela Petra Wendelová.

(tz)

Pojistné podvody za miliardu korun

Pojišťovny sdružené v České asociaci pojišťoven (ČAP) prověřovaly v roce 2012 přes 6 tisíc podezřelých pojistných událostí a prokázaly pojistné podvody za více než 1 miliardu korun.

Celková prokázaná hodnota pojistných podvodů, odhalená pojišťovnami, v loňském roce narostla meziročně o 27 %. Největší nárůst ve výši prokázaných hodnot zaznamenaly pojišťovny v oblasti pojištění majetku a odpovědnosti (+30 %). Odhalení pojistných podvodů ve výši přes 1064 milionů korun je důkazem, že se pojišťovny pojistným podvodům intenzivně věnují a o výši prokázané hodnoty úspěšně snižují negativní dopad jednání podvodníků na ekonomiku pojištění a zároveň na všechny poctivé pojištěníky. Mírný mezi-

roční pokles celkového počtu šetřených případů o 8 % svědčí v kontextu nárůstu celkové prokázané hodnoty o narůstající schopnosti pojišťoven detekovat závažné případy pojistných podvodů. „Pojišťovny investují prostředky do nového softwarového vybavení, detekčních a analytických systémů, které pomáhají specialistům v pojišťovnách ty nejzávažnější podvody odhalovat,“ řekl Ondřej Karel, specialista pro prevenci pojistných podvodů a dodal: „Systematickou a efektivnější práci tak dosahují vyšší průměrné prokázané hodnoty na jeden odhalený případ.“

Nejvyšší počet případů pojistného podvodu odhalili specialisté pojišťoven již tradičně v pojištění motorových vozidel, ačkoli meziročně tento ukazatel po-

klesl téměř o pětinu. Výše prokázané hodnoty v tomto segmentu však přesáhla částku 371 milionů Kč, což je o 13 % více než v předchozím roce. „Příčinou tohoto trendu spatřujeme jednak ve výše uvedeném zefektivnění činnosti, ale zejména v pokračujícím přesunu agendy odhalování některých typově jednodušších podvodů v pojištění motorových vozidel na pracovníky odpovědné za likvidaci škod. Tato situace umožňuje zaměřit kapacity specializovaných útvarů na typově složitější, závažnější a také finančně nákladnější podvody.“

Výnikajících výsledků dosáhly pojišťovny rovněž při odhalování pojistných podvodů v pojištění osob, do kterého spadá, vedle životního a úrazového pojištění, také náhrada léčebných výloh z cestovního pojištění. Počet šetřených případů zde meziročně na-

rostl o 23 % na 1 296. Zaměření pozornosti specialistů na tento segment pojištění se vyplatilo, neboť prokázaná hodnota dosáhla v roce 2012 částky přes 120 milionů korun, což odpovídá meziročnímu nárůstu o 35 %. Největší objem prokázaných hodnot byl dosažen v pojištění majetku a odpovědnosti. Specialisté pojišťoven odhalili v této oblasti podvody za více než 560 milionů korun, což je o 137 milionů více než v předchozím roce. „Významný podíl na dosaženém výsledku má odhalení jednoho závažného pojistného podvodu spojeného s požárem skladu, u kterého prokázaná hodnota přesáhla částku 100 milionů Kč,“ doplnil Ondřej Karel. Celkem pojišťovny prošetřovaly v pojištění majetku a odpovědnosti přes 950 případů podvodů, jejichž pachatelé byli podnikatelé i retailoví klienti.

(tz)

Garantují návratnost investice

Komerční banka ve spolupráci s Komerční pojišťovnou nabídne v rámci pojištění Vital Invest nové zajištěné fondy Certus a Certus 2. Oba fondy představují zajímavé zhodnocení a zároveň garantují ke dni splatnosti návratnost vložených prostředků. Investovat do fondů je časově omezené – od 11. února do 7. května 2013.

Zajištěné fondy Certus a Certus 2 jsou již třináctou, resp. čtrnáctou tranší zajištěných fondů v rámci pojištění Vital Invest. Při předchozích 12 tranších investovali klienti Komerční

pojišťovny do zajištěných fondů 5,6 miliardy korun.

Zajištěný fond Certus garantuje 100% návratnost investovaných prostředků ke dni splatnosti fondu po 6 letech a nabízí potenciál zhodnocení až 5 % ročně. Zajištěný fond Certus 2 může přinést vyšší zhodnocení až 9,3 % ročně. I přes vyšší riziko spojené s možností získat vyšší zhodnocení omezuje Certus 2 efektivně riziko ztráty: ke dni splatnosti fondu po 6 letech garantuje návratnost 90 % investovaných prostředků.

Klienti investující do Zajištěných fondů Certus mohou navíc využít právě probíhající kampaň na slevu správních nákladů. Na každé běžné, jednorázové nebo mimořádné pojistné zaplacené v období od 1. 2. 2013 do 31. 12. 2013 se vztahuje sleva na správní náklady dle výše pojistného.

„Svou investiční strategii a složením akciového koše z firem ze sektoru potravinářství a farmacie, které patří k nevyklídkým odvětvím ekonomiky, se jedná o velmi zajímavé fondy nabízející značný potenciál růstu a zhodnocení. V kombinaci s garantovanou návratností vložené investice se při současné situaci na tr-

zích jedná o velmi atraktivní způsob, jak zhodnotit své úspory,“ uvedl Lukáš Fridrich, ředitel marketingu Komerční pojišťovny.

Investice prostřednictvím Vital Invest nabízí kromě garance návratnosti prostředků celou řadu dalších výhod. Klient si může nastavit parametry pojistné ochrany, zvolit obmyšlenou osobu, které bude v případě úmrtí poskytnuto plnění bez dědického řízení a nutnosti hradit dědickou daň, ale také využít možnosti snížit si daňový základ až o 12 tisíc Kč ročně.

Správce podkladových aktiv obou fondů je Sociétés Générale.

(tz)