

## Na ego ješitného chlapa je to krásné pohlazení,

řekl JUDr. Bohuslav Švamberk s nadsázkou, v níž se neskrývala radost z ocenění, jemuž se mu nedávno dostalo

Ještě si vzpomínám na fotografie z předávání slavných cen za kvalitu na Hradě v roce 2007. JUDr. Bohuslav Švamberk tehdy zazářil. Bylo znát, že má radost z ocenění, jež se mu dostalo. Zúčastnil se klání o Národní cenu ČR za jakost (nyní Národní cena kvality ČR), dokázal, že umí. Že on sám i tým spolupracovníků umí jít cestou kvality zejména díky systematické práci, přemýšlivosti, chytrými nápady, rozpoznáním toho, co trh potřebuje, co tu chybí. A protože má svou profesi finančního poradce a investora do revitalizace panelových domů opravdu rád, rozhodl se pokračovat dál. Zpytoval svědomí firmy, pracoval na detailech, z nichž se skládá svět. A letos se mu dostalo dalšího vyznamenání. Vyhrál – ne nad konkurencí, ale sám nad sebou. Analyzoval opět další pro a proti ve společnosti, která nese jeho jméno, a ptal se sám sebe, co se udělalo dobře, a co se nepodařilo, a jak to zvládnout, aby se slovo kvalita dostalo jako součást každodenního rytmu spojitého nádobu srdce a rozumu zase o stupínek výš.

Po roce jste opět stanul na půdě Pražského hradu a ve Španělském sále přebíral ocenění za jednu z kategorií Národní ceny kvality ČR. Stal jste se oceněným finalistou v podnikatelském sektoru za uplatňování modelu Excellence EFQM. Je to pro vás další výzva?

Že by v příštím ročníku vítězství? Je to samozřejmě výzva. Výzvou je i nově vypsaná kategorie společenské odpovědnosti firem. Vzhledem k tomu, že je pořád co zlepšovat, předpokládáme další zapojení i v příštím roce.

Co se vlastně za ten rok ve vaší společnosti

změnilo? Rozšířili jste aktivity, na poli kvality udělali další krok dopředu, změnili image?

Moc věci se nezměnilo. Pořád se pracuje na nových a nových projektech, upravují se firemní standardy, upravuje se metodika tak, aby odpovídala současným „krizovým“ požadavkům. Hledají se nová a nová řešení tak, aby si své bydlení mohli naši klienti vylepšovat i za současné složitější situace.

Dá se říci, že díky vám bydlí řada rodin v panelácích již s vyšším komfortem. To musí být i pro vás krásný pocit.

No, to je pravda. Na ego ješitného chlapa je

**Myslím si, že rekonstrukce pojedou dál. Není jiná možnost. Opravy můžeme odložit, ale nemůžeme je vynechat.**



Chvilka, na které se nezapomíná

to krásné pohlazení. Projíždím městy a vidím, co všechno jsme dokázali. Naše práce je patrná na první pohled. Potěšující je, že nejenom my jsme se podíleli na opravách domů. Stali jsme se i vzorem pro celou řadu dalších, kteří nás tak následují, a tím přispívají k ještě rychlejšímu rozvoji.

Mít lepší bydlení – to není zas až tak málo. Jaký program obnovy panelových domů chystáte na rok 2009?

Obecně budeme pokračovat v tom, co umíme nejlépe. Budeme hledat nová a nová řešení. Současná krize nás již zasáhla. Není pravdou, že se nám vyhne. Banky přitvrdily ve svých podmínkách, jsou větší obavy o příjmy, a tím schopnost splácet.

Komplikují se vztahy se stavebními firmami, jsou první konkurzy, likvidace, snižuje se kvalita práce firem.

Spektrum nabídky vašich služeb je velké. Od poradenství až po skutečné bydlení. Po čem je nyní největší společenská poptávka?

Že poklesne poptávka po nové výstavbě, jsme předpokládali. Není to spojeno pouze se současnou krizí. Je to dáno zejména tím, že ti, co si mohli hypotéky dovolit, je již mají. Nových bonitně zajímavých klientů přibývá pomalu, a tak obecně mají nedostatek zdrojů na splácení půjček. S rozmachem půjček, zejména s jejich dostupností, se prudce zvyšovala cena nových nemovitostí, tím se ale zpětně omezoval okruh

**Stali jsme se i vzorem pro celou řadu dalších, kteří nás tak následují...**

potenciálních kupujících (investorů). Jsou to spojené nádoby. Myslím si, že rekonstrukce pojedou dál. Není jiná možnost. Opravy můžeme odložit, ale nemůžeme je vynechat.

Neobáváte se, že investic v příštích letech ubude? Budou mít firmy a občané peníze, nebo ne?

Jak které investice. Do rekonstrukcí, myslím si, budou lidé investovat pořád. Dokonce bych byl rád, kdyby to stát více podpořil. Je to jeden z programů, kde dochází nejenom ke zvýšení kvality bydlení, ale zároveň i k výrazným energetickým úsporám. Neznám zatím u nás lepší ekologický program. Peníze se dají pro tyto akce sehnat i dnes a věřím, že i příští rok. Jen se bude více přemýšlet o tom, co se bude dělat, kdo to bude dělat, bude se více dbát na všechna rizika, která jsou s tím spojena.

Přece jen určitá jistota a řešení bytových problémů je stavební spoření. Posílíte vaše aktivity tímto směrem – k finančnímu poradenství?

Ano, to je další cesta, kterou se chceme dát. Nehrajeme si na makléře a nezávislost. Do budoucna se chceme stát významnou firmou, která spolupracuje pouze s omezeným okruhem finančních partnerů. Zastáváme názor, že je i pro celou řadu klientů lepší mít kvalitní produkty od jedné finanční skupiny, než pracovat pro všechny, a nebýt tak pro nikoho zajímavý.

**pokračování na str. 10**



JUDr. Bohuslav Švamberk na Pražském hradu

**MAXIMA**  
POJIŠŤOVNA, a. s.

Přejeme všem našim klientům, partnerům, firmám velkým i malým, živnostníkům a také těm, kteří se podnikat teprve chystají, aby prožili krásné Vánoce a optimisticky vstoupili do roku 2009. Věříme, že s námi budete i nadále spokojeni a že pro vás budeme moci udělat ještě více než doposud. Těšíme se na spolupráci s vámi.

**KONTAKT >>**  
Na Dlouhém lánu 508/41  
160 00 Praha 6  
tel.: +420 224 305 403  
fax: +420 224 305 412  
e-mail: info@maxima-as.cz  
www.maxima-as.cz



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

## Z OBSAHU

- 10** Koučink je cesta sypaná zlatým pískem
- 14** Zákazník nemusí běhat po prodejně a hledat biopotravinu
- 15** Statistika: Investoři hledají nájemní haly, malý je zájem o brownfieldy
- 19** EGAP zlevňuje a nabízí nová pojištění
- 27** Alkohol a zdraví vnímejme podle současných vědeckých výzkumů

## VÍTEJTE NA WWW.

### Nové weby do nového roku

Rok se s rokem sešel a v mnohých firmách se přemýšlí, zda v roce 2009 nevystartovat s novými webovými stránkami. Zkušenosti ukazují, že se weby mění rychleji, než kdo ještě před pár lety předpokládal. Také pomalu každý nápad má svůj web, neboť internet přerostl do nejrychlejšího a nejglobálnějšího média, jehož prostřednictvím se dá sdělit téměř cokoli.

Jestliže tedy uvažujete o nových webech či pomýšlíte na změnu těch stávajících, ozvěte se. Pod ochrannou známkou Prosperita jich společnost RIX, s.r.o., připravuje nepřeborně.

**Martin Šimek, 606 615 609**  
martin@prosperita.info

Časopis Prosperita  
a příloha Prosperita Madam Business

Vydává: RIX, s. r. o.  
Sídlo vydavatelství a redakce  
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9  
IČ: 25763164  
DIČ: CZ25763164  
tel.: 284 684 212  
fax: 266 312 413, 281 973 427  
e-mail: brixix@prosperita.info  
Datum tisku: 4. prosince 2008  
Datum distribuce: 8. prosince 2008

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

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

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

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

**Ing. Jaroslav Růžek**, média specialista  
mobil: 724 117 071, e-mail: ruzek@prosperita.info

**Korektury:** Mgr. Pavla Rožnicková  
mobil: 606 512 112  
e-mail: roznickova.pavla@gmail.com

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

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

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

**Příjem inzercí:** 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.

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

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

Časopis je v roce 2008 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

## S TUŽKOU ZA UCHEM

### Konference, fóra, semináře

*Nevím, jak často se my všichni, podnikatelé a manažeři, setkáváme na nejrůznějších konferencích, seminářích, přednáškách, fórech. Myslím, že často. Více než kdy jindy však z takovýchto akcí odbíháme, neustále telefonujeme na chodbách, vyřizujeme na notebooku nezbytnou korespondenci, děláme pořádek v diáři, promýšlíme věci s obsahem odborné platformy toho dne absolutně nesouvisící. Mezi tím se jako by zaposloucháme do přednášky, usmějeme se, pokýváme souhlasně hlavou, pak se jde na dopolední kávu, a jedeme dál... Třikrát voláme do naší firmy, vyřídíme každý přichodící hovor, i ten, který vůbec není důležitý. Naplánujeme to či ono, trochu se „ponudíme“, jako bychom se už už těšili, až budeme zase u sebe v kanceláři a budeme moci něco pořádného udělat... Jdeme ještě se všemi účastníky na oběd, pak zjistíme, co všechno jsme ještě opomenuli, slušně se omluvíme a odcházíme...*

*Jako bychom dělali deset věcí najednou a žádnou pořádně. Máme-li vystoupení, odrecitujieme, zhostíme se ho se ctí, tleskají nám, ale pak se nenápadně ztratíme a uháníme životem dál, jako by nám ta koudel tam a tam hořela. Nevím sama, co je správnější, co uctivější, co korektnější a co nutné. Nevyznám se v té změti povinností, chtění, radostí i firemních nutností a stálého nedostatku času. Jak to vidíte vy?*

Eva Brixí

## Jednání o lobbyingu

Jestliže nyní jsou tři čtvrtiny zákonů zemí Evropské unie vytvářeny v Bruselu, v budoucnu tento podíl ještě vzroste. Zejména z tohoto důvodu je třeba, aby zde organizace, reprezentující tuzemské firmy daleko výrazněji lobbyovaly. Současná úroveň spolupráce s českými europoslanci a s představiteli našich ministerstev, výjimkou je Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, není však zcela ideální. Takové jsou některé závěry z konference pod názvem Zastupování zájmů v Evropské unii, která proběhla 11. listopadu v budově Senátu v Praze. Akci, na které se sešla více než stovka zástupců firem a různých institucí, pořádal Výbor pro záležitosti EU Senátu ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) a CEBRE – Česká podnikatelská reprezentace při EU.

Na jeden z problémů tuzemských firem při prosazování svých zájmů v Bruselu poukázal Stanislav Kázecký, viceprezident SP ČR. Je jím nedostatečné personální zastoupení tuzemských firem a příliš skromné finanční zdroje a velmi omezená podpora ze strany státu. „Pro partnerský rakous-

## MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2008

1. Národní politika kvality
2. Auto roku České republiky 2008
3. Akce České manažerské asociace a Manažerského svazového fondu
4. Marketér roku
5. Motocykl roku 2008
7. Sítěchy Praha 2008
8. Veletrh For Industry
9. Semináře AMSP ČR
10. Konference Nová Evropa
11. Pojišťovna roku 2007
14. Zlatá koruna 2008
15. Akce společnosti I. VOX, a. s.
16. Znojemský hrozen
17. Linux Expo
18. CFO Forum
19. Svět v pohybu – konference Mobile & Wireless Solutions
20. Svět reklamy 2008
21. Auto roku 2009 v ČR
22. Data Storage Workshop 2008
23. Marketing Challenge Forum
24. Setkání s významnými ženami českého byznysu

## Účetní a poradenská firma Ing. Mojmír Průša vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová priznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

### Kontakt:

Gorazdova 16, 120 00 Praha 2  
tel.: 224 917 584, 224 922 420

fax: 224 918 293, e-mail: mojmir@gts.cz

## NAŠIMI STÁLÝMI PARTNERY JSOU

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

## NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

### Myšák si dal záležet

Jedničku udělujeme pozvánce na tiskovou konferenci ke slavnostnímu znovuotevření Cukrářny Myšák v Praze ve Vodičkově ulici. Velkolepá událost za značného zájmu médií se uskutečnila 20. listopadu a hostitelem byly společnosti Gallery Myšák a.s. a ICE ART s.r.o., tiskovku zorganizovala agentura Ehrlich. Pozvánka měla veškeré náležitosti i originální podpis reprezentantů hostitelských firem. Grafika byla milá, skoro cukrářensky předvánoční, skoro jako filmová vzpomínka na dávné prvorepublikové časy. (rix)

společnosti Škoda Auto a poradce SP ČR pro hospodářskou politiku a také náměstek ministra průmyslu a obchodu Martin Tlapa. „Naše zájmy musíme prosazovat společně se zástupci podnikatelů. Nechceme, aby došlo k oslabení konkurenční schopnosti českého průmyslu, například z důvodu přijetí energeticko-klimatického balíčku,“ poznamenal Martin Tlapa. (tz)

Ať vás každý okamžitě najde!

premium  
PROSPERITA.INFO

Server pro firmy i profesní organizace

www.premium.prosperita.info|

Portál  
Představuje  
jednoduchou  
elektronickou  
křížovatku kontaktů  
a základních  
informací.

HLEDEJ!

**Redakční rada pracuje ve složení:** Ing. Jaroslav Hába, poradce, Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s. Dubí, Jan Wiesner, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev, Ing. Milan Gerža, poradce, PhDr. Hana Vaněčková: ředitelka externí a interní komunikace Modré pyramidy stavební spořitelny, a. s., Ing. Eva Zámotná, ředitelka společnosti Bohemia Regia, Ing. Irena Vlčková, vedoucí sekretariátu a pr manager Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, Mgr. Václav Kolombo, předseda Družstva umělecké výroby Granát v Turnově, Ing. Marek Vích, tiskový mluvčí a vedoucí odboru PR, Kooperativa, pojišťovna, a. s., Mgr. Pavel Šeřl, CSc., odborný konzultant agentury V.I.A. PRAHA, Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA., generální ředitel společnosti SINDAT, 1. místopředseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Prof. Ing. Jaroslav Antonín Jirásek, DrSc., předseda dozorčí rady, Strojirny Tatra Praha, Bc. Marta Šnoblová, generální ředitelka, TOP Hotel Praha, s. r. o.



# Ekonomická krize zatím nemá vliv na chování zahraničních turistů

**Silná koruna ani současná ekonomická krize zatím příliš nezměnila zvyklosti zahraničních návštěvníků cestujících do České republiky. To je jedno z hlavních zjištění výzkumu, který pro ministerstvo pro místní rozvoj zajišťuje agentura STEM/MARK. Nejmarkantnějším rysem třetího čtvrtletí je nárůst nákupní turistiky Němců.**

Z výsledků výzkumu za 1. až 3. čtvrtletí 2008 vyplývá, že nejvíce zahraničních turistů k nám přijelo z Německa (20%), Velké Británie (15%) a Rakouska (10%). Zatímco počet Britů a Němců klesá, roste zájem Rakušanů a Italů. Důvody návštěvy České republiky se v průběhu sledovaného období (1.–3. Q 2008) příliš nezměnily. Na prvním místě je rekreace, dovolená a poznávání (44%), na druhém návštěva

příbuzných a známých (21%) a obchodní cesta (18%).

Dlouhodobě se nemění ani způsob organizace cesty. Dvě třetiny zahraničních turistů (74%) k nám přijíždí individuálně, 16% na služební cestu a pouze 9% přijede s cestovní kanceláří. Stabilitu vykazuje také volba ubytovacího zařízení. Nejčastěji je to hotel (66%), dále ubytování u příbuzných a přátel

(24%), placené ubytování v soukromí (3%) nebo kempy (2%).

Důležité je také zjištění, kolik peněz návštěvníci za dovolenou utratí. Za sledované období (1.–3. Q 2008) u nás turista utratil v průměru 2181 Kč za jeden den. „Ačkoli jde ve srovnání se stejným obdobím roku 2007 o 14% pokles, tuto změnu můžeme připsat na vrub kurzu koruny. Reálné náklady totiž zůstávají stejné,“ prohlásil k uvedenému číslu ministr Jiří Čunek.

V létě 2008 turisté nejvíce utraceli za stravování v restauracích, za zboží a ubytování. Z geografického hlediska se jednalo především

o turisty z Ruska (5140 Kč na osobu a den), Norska (4994 Kč) a z USA (4591 Kč). Pro srovnání, početně nejsilnější Němci zde utratí 2411 Kč, Britové 3548 Kč a Italové 3117 Kč na osobu a den. Němci vedou žebříček nákupní turistiky. Mezi návštěvníky, kteří do ČR přijeli na jednodenní nákup, je turistů z Německa celých 84%.

Pozvolna se lepší hodnocení pobytu v České republice. I dosud nejkritičtější tranzitující návštěvníci, kteří Českem jen projíždějí, jsou nyní navzdory výtkám k infrastruktuře a stavu silnic spokojenější (14% nespokojených letos oproti 23% v roce 2007). (tz)

## V Makru už můžete využít běžné platební karty!

Společnost Makro umožnila od 1. prosince ve všech svých velkoobchodních centrech platbu běžnými platebními kartami. Od stejného data také zahájila sběr stravovacích poukázek. Tyto aktivity souvisí se stále častějšími platbami kartou v provozovnách a obchodech zákazníků Makro, pro které je tak nyní snazší také ve velkoobchodu platit kartou.

„Koncept cash & carry, jak již název napovídá, využívá platbu v hotovosti obecně. Většina našich zákazníků je z oblasti nezávislého maloobchodu či gastronomie a sama od svých zákazníků platby přijímala převážně v hotovosti, a proto doposud upřednostňovali platbu v Makru právě tímto způsobem. Makro již dříve akceptovalo platbu OK kartou GE Money Multiservis a od roku 2002 také kobrandovanou platební kartu, vyvinutou ve spolupráci s Komerční bankou – tzv. Makro kartou. Potřeba platit pomocí platebních karet se na straně



našich zákazníků objevila ve větší míře až v poslední době, proto jsme se rozhodli našim zákazníkům nabídnout i tuto možnost platby,“ řekl Aleš Drábek, ředitel pro řízení

zákaznických vztahů společnosti Makro.

Od září letošního roku probíhal testovací projekt ve velkoobchodních centrech v Průhonicích, Brně a Ostravě. Po jeho kladném vyhodnocení se Makro rozhodlo od 1. prosince 2008 rozšířit akceptaci platebních karet a výběr stravovacích poukázek na všechna ostatní velkoobchodní centra v ČR.

Společnost Makro bude akceptovat následující typy platebních karet: VISA, VISA Electron, V Pay, MasterCard, MasterCard Electronic a Maestro. Platebními kartami nelze uhradit nákup pohonných hmot a zboží na čerpacích stanicích Makro.

S cílem dalšího rozšíření služeb pro zákazníky Makro zajišťují také všechna velkoobchodní centra od 1. prosince sběr stravovacích poukázek Ticket restaurant, Sodexo PASS

a Le Chéque Déjeuner. Zákazník tak může prostřednictvím Makra jednoduše a pohodlně odevzdat stravovací poukázky různých vydavatelů poukázek na jednom místě. Již od 4. pracovní

ho dne od odevzdání, poté co jsou stravenky předány vydavatelům, může zákazník finanční prostředky využít pro nákupy zboží a služeb ve velkoobchodních centrech Makro. (tz)

## Developerský trh v ČR a SR čeká koncentrace

**Finanční krize a ochlazení růstu trhu. Tyto dva faktory výrazně ovlivňují současný realitní trh v České republice a na Slovensku. Výsledkem jejich působení bude podle společnosti FINEP koncentrace trhu a rozevírání cenových rozdílů mezi panelovými byty a byty ve kvalitních lokalitách. I přes současnou situaci bude ale kvalitní nemovitost dobrou investicí i do budoucna.**

„Finanční krize přišla nečekaně a způsobila zpřísnění pravidel bank pro poskytování úvěrů. Tato skutečnost se dotkne především menších firem s krátkou historií a nízkým počtem realizovaných projektů. Předpokládáme, že pozemky menších developerů budou kupovat ti větší, což bude mít vliv na celkovou situaci na trhu. Dojde k jeho koncentraci, přičemž na něm zůstanou jen největší hráči, kteří budou schopni garantovat kvalitu a spolehlivost,“ uvedla Pavla Temrová, tisková mluvčí společnosti FINEP.

Přestože současná situace může vést k určitému pesimismu, zůstane podle společnosti FINEP byt v kvalitní lokalitě a s výbornou občanskou dostupností jednou z nejbezpečnějších investic, která má z dlouhodobého hlediska největší jistotu a bude vykazovat dlouhodobý růst.

FINEP zatím v důsledku globální finanční krize neplánuje odsunutí nebo pozměnění plánů na výstavbu svých projektů, právě naopak. Na českém trhu chce výrazně rozšířit své portfolio. Kromě nových atraktivních lokalit se hodlá výrazněji zapojit do segmentu

kancelářské výstavby a city developmentu.

Po dvou letech abnormálního růstu, který byl tlačěn očekávanými změnami v DPH, se tuzemský trh vrací do normálu. Tento fakt je často dezinterpretován jako velký pokles. „Určitě ochlazení trhu jsme očekávali a jsme na ně připraveni. Český realitní trh se nyní nachází ve fázi dospělosti, končí doba, kdy se byty prodávaly již na papíře před zahájením stavby projektu. Ve srovnání s minulostí bude mnohem více záležet na kvalitě projektu, lokalitě nebo velikosti developera, a to nejen při samotném prodeji bytů, ale i při získávání bankovního financování pro projekt. Dospívání trhu bude doprovázeno větším tlakem developerů na vnitřní efektivnost a kreativitu při tvorbě a prodeji nových projektů,“ vysvětlila Pavla Temrová.

Podle Pavly Temrové bude pokračovat již započatý trend poklesu cen u starých panelových bytů v okrajových lokalitách, protože jsou v současné době velmi nadhodnocené. „Může se také stát, že nabízené nemovitosti budou na trhu zůstat déle, což ale nemusí mít vliv na jejich konečnou cenu, jen bude trvat delší dobu, než se prodají,“ doplnila.

Poptávka po nových bytech ve středních a vyšších segmentech zůstane podle společnosti FINEP stále nad aktuální nabídkou. V tomto segmentu novostaveb pravděpodobně oslabí tempo růstu cen, v Praze FINEP předpokládá přibližně 5–10% meziroční růst. V České republice je například stále vysoká poptávka po luxusním bydlení, to je také méně náchylné na výkyvy trhu. (tz)





## Druhý telefon do firmy jako dárek

Ke každému telefonu s novým tarifem Nabito 700 získáte jako dárek Nokii 6300 za 1 korunu. Nabídka platí pro firemní zákazníky do 31. 12. 2008.

**Více informací na 800 77 77 97 nebo na [www.vodafone.cz](http://www.vodafone.cz)**

**Jde to i jinak**



**Nokia E51**  
zvýhodněná cena s novým tarifem Nabito 700  
**1 077 Kč**  
standardní cena  
**4 977 Kč**



Nokia 6300 za 1 Kč jako dárek

# Využijme lobbying v náš prospěch



**Přes 16 500 je počet lobbyistů, kteří u evropských institucí hájí zájmy členských států, mísí ze třetích zemí, mezinárodních organizací, podnikatelů, zájmových sdružení, oborových asociací, odborů, spotřebitelů apod. Jejich náplní práce je často prosazování zájmů, reprezentace, účast v legislativním procesu, monitoring legislativy a výzev a informovanost členské základny. Pomineme-li doplňkové aktivity a soustředíme-li se na pouhé hájení zájmů, zjistíme, že se lobbyingu skutečně věnuje zhruba 15 000 osob na plný úvazek; jedna třetina z nich sídlí v Bruselu a zbývající dvě třetiny pracují v členských zemích (V Evropské komisi pro srovnání pracuje 23 000 úředníků.).**

Daniel Guéguen, guru evropského lobbyingu, upozorňuje ve své knize Evropský lobbying, že se může jednat až o 100 000 lobbyistů na částečný úvazek. Přestože číslo vypadá na první pohled nadsazené, v přepočtu na každý členský stát je to průměrně „pouhých“ 3700 lidí.

Internetový slovník Wikipedia definuje lobbyování (z angl. lobby, původně předsín, v přeneseném smyslu zájmová skupina) jako soustavné prosazování skupinových zájmů zejména v médiích, na veřejnosti, u orgánů státu a jeho představitelů. Pod definicí lobbyingu uvádí také slovo korupce. Ovlivňování a prosazování zájmů může totiž snadno přejít ve zneužívání

svěřené pravomoci nebo vlivu k soukromému či skupinovému prospěchu. Podle více než dvou třetin respondentů ankety CEBRE si lidé lobbying v Čechách spojují s korupcí a nečastějším terčem lobbyistů jsou právě politici.

Lobbying má však svá psaná a nepsaná pravidla. O efektivnosti etického kodexu je možné polemizovat, dodržování zásad slušného chování je však známkou důstojnosti každého lobbyisty a korektnost bezpochyby zvyšuje jeho legitimitu. Předpokladem dobrého lobbyingu na rozdíl od vnímání veřejnosti nejsou pouhé komunikační a reprezentativní dovednosti, ale především technické znalosti procedur, institucionálních

vazeb a pravidel. To je také důvodem, proč se evropský lobbying na rozdíl od českého zaměřuje především na úředníky, tj. nevolené zástupce.

Prosazování zájmů u Evropských institucí je vnímáno pozitivně jako způsob dosažení kompromisního stanoviska. Bruselští úředníci s lobbyisty spolupracují. Jejich otevřenost a ochota k vyjednávání může být důvodem, proč 60% z dotázaných ankety CEBRE uvedlo, že lze Unii považovat za příležitost pro prosazení zájmů, které nelze prosadit přes národní úroveň. To je pro české podnikatele výzvou, aby se více o evropská témata zajímali a snažili je ovlivnit ve svůj prospěch.

A jak se vypořádát se složitostí evropských procedur v malé a střední firmě? Pomocnou ruku podávají podnikatelská zastoupení, která u evropských institucí a platformech zastupují především malé a střední podnikatele a hájí jejich zájmy. O tom, že je lobbying podnikatelských asociací nadmíru vnímán pozitivně, svědčí i výsledky ankety, které jej hodnotí jako efek-

tivní a opodstatněný.

Podnikatelé se prostřednictvím svých zástupců mohou zapojit do konzultativních procedur a podílet se na přípravě legislativních návrhů. Sami bez svých zástupců se však mohou zapojit i prostřednictvím konzultací vypisovaných na webových stránkách Evropských institucí. Úlohou podnikatelských sdružení a asociací je podnikatelům legislativní návrhy či iniciativy vysvětlit a zhodnotit potencionální dopad na domácí podnikatelské prostředí. Jedná se o vzájemnou spolupráci, která přispívá ke kvalitě podnikatelského prostředí a mnohdy může zamezit přijetí neefektivních opatření či přebytečné administrativní zátěži.

(V příštím čísle se dočtete: Proč mají nevládní organizace vyšší vliv než evropská podnikatelská zastoupení)

Alena Vlačihová

CEBRE – Česká podnikatelská reprezentace při EU

## O návrhu daňového řádu

**Vládou přijatý návrh daňového řádu považuje Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) za zlepšení oproti dosavadnímu zákonu 337/1992 o správě daní a poplatků. Dosud platný zákon 337/92 byl mnohokrát novelizován, ovšem bez odstranění řady nedostatků a v mnoha oblastech je, bez judikátů Nejvyššího správního soudu, prakticky již nepoužitelný.**

Návrh daňového řádu je novou správní normou, komplexně upravující postup správce daní a práva a povinnosti poplatníků a ostatních účastníků v daňovém řízení. Na přípravě daňového řádu se svými připomínkami podílel i Svaz průmyslu a dopravy ČR. Některé představy, byť ne všechny, se Svazu podařilo prosadit.

„Podstatné je, že návrh daňového řádu je srozumitelnější, přehlednější a přesnější než stávající zákon. Za jednoznačně pozitivní je nutno považovat zakotvení zásady odkladného účinku odvolání proti rozhodnutí. Významný posun je v elektronickém platebním styku a elektronické komunikaci se správcem daně,“

uvedl Tomáš Barták, ředitel sekce Ekonomiky a účetnictví SP ČR.

„Určitý pokrok je i v dílčím „zrovnoprávnění“ vztahu mezi správcem daně (finančním úřadem) a poplatníkem. To se týká například povinnosti odůvodnění rozhodnutí, ustanovení o lhůtách, i když lhůty pro některé úkony prováděné správcem daně by mohly být konkrétnější,“ sdělil Tomáš Barták.

„Mírný posun lze zaznamenat i u dlouhodobého požadavku podnikatelské sféry na závazný výklad, tzv. editační povinnost. Požadovaná „všeobecná editační povinnost“, kterou podnikatelům slíbila celá řada vládních představitelů, je však nadále v nedohlednu,“ upozornil Tomáš Barták.

Představa, že nový daňový řád by mohl být moderní evropskou normou, vycházející z „klientského“ přístupu správce daně k poplatníkům, se podle SP ČR nenaplnila. K této filozofii, orgány státní správy ještě nedozrály.

(tz sp ČR)

## Ke stávajícím cenám plynu

**Hospodářská komora České republiky reaguje na rozhodnutí společnosti RWE ponechat současné ceny plynu na stávající úrovni.**

„Hospodářská komora přivítala informaci společnosti RWE, že v příštím roce nedojde ke zdražení plynu. Považujeme to za dobrou zprávu, která odpovídá současné situaci na trhu, kde v současné době není žádný důvod k růstu cen plynu. Věříme, že takto uměřená politika společnosti RWE bude pokračovat i v následujících obdobích. V záplavě pesimistických až negativních zpráv v dnešní době považujeme toto oznámení za jednu z mála příznivých zpráv pro tuzemský podnikatelský sektor a domácnosti,“ uvedl Petr Kužel, prezident Hospodářské komory České republiky.

„Hospodářská komora České republiky v posledních měsících velmi ostře varovala

před dalším zdražováním energií, které výrazně ovlivňuje konkurenceschopnost českého průmyslu. České firmy tvrdě pociťují jakýkoliv nárůst nákladů spojených s růstem cen, zejména nyní v době hospodářského útlumu, kdy se snaží maximálně šetřit na svých výdajích,“ doplnil Petr Kužel.

Energie a energetika jsou nejen jedním ze základů podnikatelského prostředí, ale i základem fungování České republiky. Jakékoliv větší zdražení plynu by mohlo postihnout velký průmysl, hlavně by ale negativně zasáhlo malé a střední podnikatele a domácnosti. Skoky v cenách plynu nejvíce ovlivňují řemeslníky z oblasti gastronomie a služeb, kteří plyn používají a jsou na výkyvy v jeho dodávkách a cenách citliví, a dále pak podnikatele výrazněji závislé na vytápění.

(tz hkČR)

## Polovina firem svým zaměstnancům v příštím roce nepřidá, téměř třetina bude propouštět

**Polovina zaměstnanců tuzemských firem se v příštím roce zvýšení mzdy ze strany svého zaměstnavatele nedočká. České podniky se obávají dopadů světové hospodářské krize a budou šetřit, 71,3 % firem omezí své plánované investice a nebude rozšiřovat své výrobní kapacity, více než čtvrtina z nich (27,4%) v rámci úspor sáhne k redukci pracovních míst. Vyplývá to z průzkumu Hospodářské komory České republiky, jehož se před nedávnem zúčastnilo 1161 tuzemských firem a podnikatelů.**

„Za klíčové považujeme, jak se k celé situaci postaví česká vláda. Její aktivní role může výrazným způsobem pomoci překlenout problémy, se kterými se firmy dnes potýkají. Hospodářská komora podpoří kroky vlády, které pomohou podnikatelům v jejich současné nelehké situaci. Možnost rychlejšího čerpání prostředků z evropských fondů velmi

vítáme. Firmy však mají problém s předfinancováním projektu i s jeho spolufinancováním. Častým problémem je získat peníze z bank a tím na evropské fondy vůbec dosáhnout. Dále navrhujeme snížení základní sazby DPH, snížení vedlejších nákladů práce a rychlé spuštění státních zakázek, jež jsou připraveny, na dobudování infrastruktury,“ sdělil prezident Hospodářské komory Petr Kužel.

V příštím roce se čeští zaměstnanci rozdělí přibližně na dvě stejné poloviny, jedna z nich bude ta šťastnější, druhá už méně. První polovinu reprezentovalo 561 firem z oslovených 1161 a mají jedno společné: jejich zaměstnanci se v příštím roce nedočkají zvýšení svých platů. V druhé polovině firem se přidávat bude, v necelé třetině (29% = 336 podniků) pouze o inflaci, přibližně sedmina firem svým zaměstnancům přidá více, než bude činit inflace, která je Českou národní bankou odhadována na 3,5 %.

„Dopady světové ekonomické krize stávají většinu našich firem do situace, kdy jsou nuceny omezovat svoje investiční plány a musí šetřit. Jednou z možností úspor je zmrzení nebo zpomalení růstu platů. Zaměstnanci a odboráři si musí uvědomit, že v situaci, kdy scházejí finanční prostředky, mají dvě možnosti. Buď přistoupí na udržení počtu pracovních míst, nebo si vymohou zvýšení platů, to však může být vykoupeno určitou redukcí počtu pracovních míst,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Za pravdu mu v tomto tvrzení dávají i další výsledky z průzkumu. Na otázku, zda v příštím roce hodlá rozšiřovat své výrobní kapacity, odpovědělo z osloveného vzorku 1161 firem kladně jen 330 z nich (28,7%). Naopak většina (83,7%) firem, které potvrdily plánované omezení, tak učiní prostřed-

nictvím snížení výroby a desetina z nich uzavře některou ze svých poboček. Podniky se v rámci úspor nevyhnou ani redukci počtu pracovních míst. Chystá se k tomu více než čtvrtina firem, ale téměř dvě pětiny v tom v tuto chvíli nemají ještě jasno a očekávají další vývoj.

„Tuzemská ekonomika podle předběžných odhadů zatím slibně roste, ale dopady světové krize se v dalším období projeví i zde. Proto mnoho firem ještě váhá a nechce se pouštět do nějakých velkých investičních dobrodružství, která by se jim mohla stát v dalším období osudnými,“ uzavřel prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Z průzkumu ještě vyplynulo, že pouze necelých 5 % firem zvažuje přesun své výroby do ciziny, naopak 28 % podniků slibuje zachování současného modelu vyplácení 13 platů.

(tz hkČR)

		<a href="#">Mapa stránek</a>	<a href="#">Stát se členem</a>	<a href="#">Kontaktujte nás</a>	<a href="#">Dočtěte si na www.premium.prosperita.info</a>	<a href="#">HLEDEJ</a>
<p><b>Deregulace nájemného se prodlouží o dva roky</b></p> <p>Ministerstvo pro místní rozvoj se rozhodlo rozložit zvýšení nájemného propočtené na rok 2010 do tří let. Cílové hodnoty měsíčního nájemného původně předpokládané pro období roku 2010 tak bude dosaženo až k 1. lednu 2012. Ministerstvo stanoví maximální limity přírůstků nájemného pro léta 2010, 2011 a 2012. Tato změna se dotkne všech krajských měst s výjimkou Ústí nad Labem a Ostravy a dále měst a obcí ve Středočeském kraji.</p>	<p><b>GE Money Bank sází na neutřelý vzhled platebních karet</b></p> <p>Na atraktivní design nově vydávaných platebních karet se mohou těšit zákazníci GE Money Bank. Od konce října 2008 totiž banka inovuje vzhled všech nově vydávaných debetních platebních karet.</p> <p>„Klienti jsou ve využívání platebních karet čím dál aktivnější, změnou jejich designu jim chceme platby ještě více zpříjemnit,“ řekl Michal Diviš, manažer platebních karet GE Money Bank.</p>	<p><b>O2 Grantový poradce a podpora z EU</b></p> <p>Šanci dosáhnout na některý z grantů EU nejen na rozvoj ICT pomůže podnikatelům zvýšit internetový portál www.grantovyporadce.cz. Na této adrese Telefonica O2 spustila novou službu O2 Grantový poradce, tedy speciální stránky s informacemi, které podnikatelům pomohou získat grant z fondů Evropské unie. Pro klienty O2 je navíc připravena speciální nabídka, v jejímž rámci firma žadatelům nabízí zpracování žádosti o grant se slevou 80% z běžné ceny.</p>	<p><b>Zkvalitňování služeb na čerpacích stanicích Shell</b></p> <p>I ve třetím čtvrtletí letošního roku pokračuje společnost Shell v procesu zkvalitňování služeb pro motoristy. Na zrekonstruovaných čerpacích stanicích tak nyní nabízí řidičům nový a čistší obslužný prostor, pětiproduktové výdejní stojany, obohacený sortiment nabízeného zboží, ale i zbrusu nový interiér prodejen Select. Již deset čerpacích stanic Shell získalo novou podobu.</p>			



generální ředitel firmy Grundfos Petr Jelínek



# Největším zdrojem energie jsou úspory

O možnostech, kde ušetřit, s generálním ředitelem firmy Grundfos Petrem Jelínkem

**Dánská společnost Grundfos, největší výrobce oběhových čerpadel na světě, si vytkla za cíl být lídrem celého trhu v šetrném přístupu k životnímu prostředí. Její čerpadla jsou proto energeticky nejméně náročná, mají visačky energetické třídy A. Faktem je, že já bych si ledničku třídy B nebo horší nekoupila. Tak proč mít takové čerpadlo? V době, kdy jdou ceny elektřiny opět nahoru, jsem se proto ptala generálního ředitele společnosti Grundfos Petra Jelínka hlavně na úspory.**

**Kolik lze tedy ušetřit, pokud si koupím energeticky úsporné čerpadlo?**

Podle výzkumů evropského sdružení Europump to je až desetina nákladů průměrné domácnosti. My se totiž nebavíme o tom, že by lidé měli doma čerpadla tříd B či C, ale oni mají v průměru spíše čerpadla třídy D a horší. Jejich spotřeba elektrické energie je proto velmi vysoká, v evropském průměru je to sedmina spotřeby domácnosti. Pokud by je lidé nahradili čerpadly třídy A, například našimi Alpha2, spotřeba by klesla o zmíněných až deset procent.

**Mají starší čerpadla energetické štítky?**

Ne. Jako jedna z prvních firem jejich zavedení inicioval právě Grundfos už v roce 2005. Úspory přitom skutečně nejsou banální. Například v rodinném domě o velikosti obytné plochy 120 metrů čtverečních činí při použití čerpa-



Oběhová čerpadla Grundfos

dla třídy A roční úspory 468 kWh ve srovnání s průměrným čerpadlem D. To znamená, že při ceně 3,50 Kč za jednu kilowatthodinu zaplatíte v průběhu deseti let (to je minimální životnost oběhového čerpadla) o 16 380 korun více! Zbytečně.

**A jelikož ceny elektřiny se v České republice zvyšují naprosto nezadržitelně, úspory by byly ještě vyšší...**

Jistě. Vypomohl bych si myšlenkou z britského časopisu Economist, který napsal, že pro Evropu jsou nejlepším zdrojem energie úspory. U čerpadel to platí. Přitom se jedná o úspory, o nichž zatím mnozí lidé vůbec nevědí. Není divu, stará čerpadla na sobě nemají zmíněné energetické štítky, a je tedy často obtížné dohledat jejich příkon. Grundfos byl první, kdo ukazatel aktuální spotřeby dal přímo na čerpadlo. Když se vrátím k úsporám, spočítali jsme, že kdyby všechna oběho-

vá čerpadla v České republice byla „áčková“, ušetřilo by to ekvivalent spotřeby všech domů a bytů v Brně a Ostravě za rok.

**Jak je to možné, že šlo spotřebu elektřiny srazit o tolik níže? Já jsem si vždy čerpadlo představila jako jednoduchou kovovou mašinku, která se uvnitř točí, a pohání tak vodu odněkud někam.**

Troufnu si říct, že Grundfos je světovou jedničkou nejen ve výrobě, ale především v inovacích, výzkumu a vývoji. Například zmíněná Alpha 2 dosahuje výjimečných úspor díky použití nejúčinnějších motorů založených na technologii trvalých magnetů. Pomocí speciální technologie se zcela automaticky nastavují optimální otáčky a výkon. Proto jsme si mohli bez problémů dovolit připnout k němu ukazatel spotřeby. Je příjemné podívat se, jak je čerpadlo šetrné. Spotřeba Alpha 2 se pohybuje mezi 5 a 22 waty. Mimochodem, 5 watů, to odpovídá spotřebě vypnutého stolního počítače.

**Bude však určitě o to dražší. To je hlavní argument skeptiků: nutíte nás šetřit, ale za to si chcete nechat pořádně zaplatit. Pak to nemůže být až tak výhodné. Kolik tedy stojí Alpha 2?**

Při současné ceně elektrické energie je návratnost pořízení Alpha 2 zhruba dva roky. A jelikož

elektřina od ledna znovu zdraží, návratnost výměny za čerpadlo D a horší se zkrátí pod dva roky. Náklady na pořízení čerpadla jsou zlomkem celkových nákladů s ním spojených. Opravdu se vyplatí podívat se na štítek, kde je uveden příkon vašeho čerpadla. Když tam bude například obvyklých 79 W, vzpomeňte si, že Alpha 2 má maximálně 22 W.

**na to, jak uspořít, se ptala Eva Brixí**



## Účet za energie zkrátí i nové čerpadlo

Málokde se setkáváme s tak dynamickým nárůstem cen jako v případě elektrické energie. Energetický regulační úřad nedávno oznámil vývoj cen pro rok 2009 a jde o jedno z největších zdražení v posledních několika letech. Podnikatelé si oproti letošnímu roku připlatí o 18 %, domácnosti čeká nárůst cen až o 16,5 %. Otázka úsporného využívání elektřiny tak získává na aktuálnosti a zohledňuje se i v oborech, kdy bychom to dříve jen stěží čekali. Nebo jste snad už slyšeli o „áčkových“ čerpadlech?

Na začátek stručný exkurz do světa čerpadel. Čerpadla mohou mít různou funkci, některá čerpají vodu, jiná zvyšují tlak nebo se podílejí na procesu cirkulace či udržování komfortního prostředí. Jinými slovy, starají se o to, aby se ohřátá voda dostala do radiátorů, podlahových topení a jiným zařízením.

Fungují však na víceméně stejném principu. Čerpadla v topných soustavách dávají vodě dostatečný tlak, aby mohla rovnoměrně plynout

trubkami a dodávat teplo všude, kde je zrovna potřeba. Přitom musí řešit jeden zásadní problém – překonat ztrátu tlaku z ohybů a ventilů topné soustavy. To, jak se čerpadlo vypořádá s tímto úkolem, má pak zásadní vliv na jeho energetickou spotřebu.

Stará, standardní tříotáčková čerpadla se štítkem D vytváří tlak neustále, tedy běží s fixními otáčkami po celou dobu, aniž by reflektovala skutečné denní potřeby obyvatel domu. To je podobná logika, jako řídit vůz na plný plyn a na snižování rychlosti používat pouze brzdu. V důsledku takového čerpadla zbytečně polykají elektřinu, a navíc způsobují neustálý hluk v systému.

Svou cestu na trh čerpadel si tak postupně našly typy se štítkem A. Jejich hlavní výhodou je, že nikdy nevyrobí nadbytečný tlak, ale vždy se adaptují na aktuální požadavky topné soustavy. Vrátime-li se k příkladu s autem, zpomaluje se pomocí sundání nohy z plynového pedálu či podřazením na nižší rychlostní stupeň.

Výsledný rozdíl ve spotřebě starých a nových,

elektronicky řízených čerpadel, rozhodně není zanedbatelný – až o 80 % méně, což může snížit průměrný rodinný účet za elektřinu až o 10 %. Se zajímavým zjištěním přišla mezinárodní nezávislá organizace Europump. Podle ní by výměna všech čerpadel se štítkem D za typy se štítkem A přines-

la úsporu 44 bilionů kWh ročně. To představuje celkový výkon pěti jaderných elektráren.

Prvním výrobcem čerpadel, které bylo možné označit štítkem A, je společnost Grundfos. Ta dnes patří mezi největší hráče na trhu oběhových čerpadel, kde v celosvětovém měřítku ovládá cca 50 %.

### 14 tipů pro energeticky hospodárnou domácnost:

1. Kupujte spotřebiče s energetickým štítkem A, včetně čerpadel.
2. Nenechávejte spotřebiče v pohotovostním režimu.
3. Nenechávejte přístroje v nabíječe příliš dlouho po dobití.
4. Nainstalujte minimálně 3 energeticky účinné žárovky.
5. Nevařte více vody, než potřebujete.
6. Izolujte své podkrovní.
7. Nainstalujte izolaci dutých stěn.
8. Zmodernizujte svůj bojler, aby nebyl starší než 15 let.
9. Snižte nastavení teploty o 1 °C.
10. Perte své prádlo na 30 °C.
11. Pověste záclony/závěsy – zabráníte úniku tepla.
12. Vypněte světla, když odcházíte z pokoje.
13. Opravte kapající vodovodní kohoutky.
14. Odvzdušněte svůj radiátor.



# Ke snižování administrativní zátěže do roku 2010 se opět vyjádřila Hospodářská komora ČR

Hospodářská komora České republiky uvítala vládou v listopadu schválený upravený Plán snižování administrativní zátěže podnikatelů do roku 2010, který předložil ministr průmyslu a obchodu Martin Říman. Materiál konkretizuje jednotlivé úkoly Plánu snižování administrativní zátěže podnikatelů do roku 2010, a to včetně způsobu a termínů pro jejich splnění v jednotlivých rezortech – ministerstvo financí, ministerstvo průmyslu, ministerstvo práce a sociálních věcí, ministerstvo zahraničí, ministerstvo zemědělství a ministerstvo životního prostředí.

„Hospodářská komora České republiky dlouhodobě prosazuje snižování administrativní zátěže a kvituje snahu vlády snížit administrativní zátěž právě u podnikatelů. Doufáme, že do realizace snížit do roku

2010 zátěž podnikatelů nejméně o 20 % se tak aktivně jako ministerstvo průmyslu zapojí i ostatní rezorty a ústřední orgány státní správy. V tomto kontextu můžeme vyzdvihnout i aktivitu ministerstva práce

a sociálních věcí, které ustanovilo expertní skupinu pro práci na tomto úkolu,“ řekl Petr Kužel, prezident Hospodářské komory České republiky.

„Očekáváme, že podobně se k snižování administrativní zátěže postaví i Evropská unie a že tak v této věci nezůstane pozadu. Je třeba si uvědomit, že dnes se téměř 50 % z celkového počtu povinností tvoří právě v Bruselu a opírá se o povinnosti, které jsou založené na právu Evropské unie,“ doplnil Petr Kužel.

Výše uvedených 6 rezortů uspoří podnikatelům minimálně 16,7 mld. Kč za rok, což představuje více než dvacetiprocentní snížení administrativní zátěže.

Plánem snižování administrativní zátěže podnikatelů do roku 2010 se pravidelně zabývala na svých zasedáních Podnikatelská rada zřízená při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR, jejímž členem je i Hospodářská komora České republiky.

(tz hkčr)

## Ke schválení pomoci EK ve výši 200 miliard na podporu hospodářství zemí EU

Evropská komise koncem listopadu schválila pomoc hospodářství zemí evropské sedmadvacítky ve výši 200 miliard eur (přibližně pět bilionů korun). Celkem 30 mld. eur z celkové částky by mělo jít z rozpočtu EU, zbývajících 170 mld. eur z rozpočtů členských zemí.

„Vítáme záměr ministerstva financí při-

pojit se k tomuto plánu a peníze zpřístupnit především pro malé a střední podniky. České firmy tak mohou získat konkurenční výhodu oproti těm, které se do plánu nezapojí,“ řekl k tomu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

„Je důležité, aby peníze určené na pomoc znovu nastartovaly hospodářský růst zemí

EU. Důležitou součástí této pomoci zůstává nastavení záruky za tyto finanční prostředky, aby byly dostupné těm podnikatelům, kteří je skutečně potřebují, a také zaručí, že budou dobře investovány,“ sdělil Petr Kužel, prezident Hospodářské komory České republiky.

Schválení uvolnění těchto prostředků je zároveň důkazem, že krize Evropskou unií postihla

vážně a je otázkou, jaké budou mít tyto finanční sanace dopad na evropské hospodářství.

Podle Hospodářské komory České republiky by tyto finanční prostředky měly jít do všech perspektivních sektorů. „Měly by jít tam, kde si lidé mohou vydělat peníze a mohou začít znovu utrácet,“ uzavřel Petr Kužel.

(tz hkčr)

## K největšímu poklesu důvěry v ekonomiku EU od roku 1985

Probíhající světová ekonomická krize a její dopady se negativně podepisují na důvěře podnikatelů v hospodářství Evropské unie. V listopadu letošního roku tento ukazatel klesl o 6,7 bodu na 70 bodů a dostal se tak na nejnižší úroveň od roku 1985. Podle informací evropského statistického úřadu Eurostat se s nejmenší důvěrou ve své hospodářství potýká Velká Británie, Polsko, Německo a Nizozemí. Pokles důvěry ve vlastní hospodářství byl zaznamenán i v České republice, výsledný index však dosahuje hodnoty 82,6 bodu, což je vysoko nad průměrem Unie.

„V žádném případě nelze nad výsledkem jásat, i když Česká republika na tom podle hodnoty indexu není zas až tak špatně. Naopak, pro naši malou, otevřenou a proexportně zaměřenou

ekonomiku je jakákoliv negativní zmínka o potížích hospodářství na Západě důvodem k maximální ostražitosti,“ uvedl k výsledkům Eurostatu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. „České hospodářství podle odhadů i ve 3. čtvrtletí solidně rostlo, ale bylo to především proto, že naše firmy realizovaly dlouho dopředu nasmlouvané zakázky. Až se naplno projeví recese v Německu a dalších zemích na Západě a ty od nás už nebudou odebírat takové množství zboží a služeb, z důvěry nám zbude už jen víra, že toto přechodné období co nejdříve skončí, anebo se našim firmám podaří rychle najít nové trhy a odbytiště po své zboží mimo trh EU. Pokud se ani jedno, ani druhé nezdaří, pak se obávám, že důvěra v ekonomiku by brzy mohla poklesnout i u nás,“ dodal Petr Kužel.

(tz hkčr)

## Česko se stalo předsedající zemí operačního programu URBACT

Na jednání Monitorovacího výboru evropského operačního programu URBACT v Paříži byla Česká republika zvolena předsedající zemí pro rok 2009. Šéfem výboru byl jednomyslně zvolen Josef Postránecký, ředitel odboru rozvoje a strategie regionální politiky Ministerstva pro místní rozvoj ČR.

Monitorovací výbor OP URBACT se zpravidla schází třikrát ročně. Jedno zasedání hostí předsedající země a další se konají v Paříži, kde sídlí sekretariát OP URBACT. Cílem programu je podpora výměny zkušeností mezi evropskými městy a šíření znalostí o všech záležitostech souvisejících s udržitelným rozvojem měst. Úkolem programu je zlepšit efektivnost politik udržitelného integrovaného rozvoje měst v Evropě.

**Do programu URBACT II budou zahrnuty následující okruhy:**

- řízení migrace a usnadnění sociální integrace
- integrace marginalizované mládeže
- vytváření zdravých obcí
- integrované politiky městské dopravy
- vytváření udržitelného a energeticky úsporného bytového fondu
- dosažení udržitelného rozvoje měst
- opětovné využití brownfieldů a skládek odpadu

více informací na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/urbact> (tz)

## Klastr s obratem 10 mld. korun

Právě to je cílová hodnota klastru – sdružení firem, které zatím čítá 43 členů s obratem 4,8 mld. korun. Většina z 36 firem z oboru energetiky, které se účastnily „Oborového setkání ENERGETIKA“ pořádaného Regionální hospodářskou komorou Brno 26. listopadu ve Slavkově u Brna, projevovalo mimořádný zájem o ekonomiku tepelných čerpadel a vývoj nových kotlů pro spalování biomasy. Akce byla uspořádána jako platforma pro výměnu zkušeností, know-how a aplikovaný výzkum mezi odbornými firmami a jednotlivými pracovišti Vysokého učení technického v Brně.

Prostor pro vlastní podnikatelské aktivity je v nových větrných

elektrárnách, kde je v současnosti zrealizováno pouze 150 MW z očekávaných 1200 MW. Další možností uplatnění výzkumných výsledků je v oblasti elektrochromních prvků, např. u oken, která elektrickým ztmavením tekutými krystaly regulují průstup světla. Tato technologie je dokončená do fáze pro výrobu a univerzita hledá vhodného výrobce. Největší výzvou pro výzkum VUT by mohla být technologie přímého solárního chlazení, která by zcela změnila energetické ztráty při výrobě elektrické energie a následného chlazení, aplikovatelnost z hlediska současného rozšíření klimatizací je značná.

Možnost spolupráce firem a univerzit je také součástí návazných projektů, které RHK Brno připravila pro příští rok.

(tz)

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ



**ZMĚNY VYŽADUJÍ UČENÍ!**

1. VOX a.s.

- Daně a účetnictví
- Mezinárodní účetní standardy
- Rekvalifikační a dlouhodobé kurzy
- Mzdy, personalistika a pracovní právo
- Ekonomické a finanční vzdělávání
- Právo pro právníky a neprávnické
- Mimopražské semináře
- Nezisková sféra
- Konference
- Manažerské vzdělávání
- Zakázkové vzdělávání

Zrealizujeme pro Vás firemní kurzy, semináře, tréninky, AC, DC, koučování, teambuilding dle Vašich přání a potřeb.

Produktovou nabídku na 1. pololetí 2009 najdete na [WWW.VOX.CZ](http://www.vox.cz).



[WWW.VOX.CZ](http://www.vox.cz)

Informační linka 226 539 670

premium PROSPERITA.INFO

Mapa stránek | Stát se členem | Kontaktujte nás

Dočtěte si na [www.premium.prosperita.info](http://www.premium.prosperita.info) **HLEDEJ**

- **Klienti UniCredit Bank ušetřili**  
Od letošního července mají klienti UniCredit Bank možnost vybírat hotovost z bankomatů UniCredit Group v zahraničí za stejných podmínek jako v České republice. Během července až října učinilo výběr ze zahraničních bankomatů skupiny při zvýhodněných podmínkách přes 2300 klientů, celkový počet výběrů dosáhl přes pět tisíc. UniCredit Bank zprovoznila na internetu od začátku prázdnin detailní vyhledávač všech bankomatů skupiny UniCredit Group, tzv. ATM locator.
- **Kopos dokončil výstavbu nové haly**  
Kopos Kolín, výrobce elektroinstalačního úložného materiálu, investoval 118 milionů Kč na výstavbu další výrobní haly, jež se v těchto dnech dokončuje v areálu firmy.  
„Se stavbou jsme začali na jaře na místě odstraněných zastaralých hal a skladů. Nová hala je dvouúrovňová – skladová část je vysoká 11 m, o 3 m nižší je administrativně výrobní část,“ uvedl Josef Vavrouch, generální ředitel firmy. Celá hala zaujímá plochu 6900 m<sup>2</sup>.
- **OKIN GROUP chce být lídrem trhu**  
Česká společnost OKIN GROUP, a. s. specializující se na management služeb pokračuje ve své expanzi na východ a otevírá dceřiné společnosti v Rusku a Bulharsku. OKIN FACILITY RU LLC. v Rusku a OKIN FACILITY BG EOOD v Bulharsku nabídnou služby integrovaného facility managementu (IFM). Po loňském zahájení činnosti na Ukrajině vstupuje letos na podzim OKIN GROUP i na trhy Ruska a Bulharska, do budoucna by měly přibýt také Rumunsko a Srbsko.
- **Vznikla česká pobočka Turnaround Management Association**  
S platností od 6. listopadu oznámilo v Praze zahájení činnosti nové občanské sdružení Turnaround Management Association Česká republika, o. s., které se zabývá otázkami souvisejícími s řízením podniku v době krize a insolvenční (turnaround management / restrukturalizace).  
Ve svých řadách sdružuje přední české odborníky na oblasti řízení podniku v době krize, insolvenčního práva a korporečních financí.

# Evropský Ford snižuje spotřebu paliva a emise CO<sub>2</sub> u klíčových modelů

**Ford snížil spotřebu paliva a emise CO<sub>2</sub> u mnoha svých klíčových modelů. Od prosince 2008 zařadí Ford do nabídky modifikované modely Ford C-MAX 1,6l TDCi a Ford Kuga 2,0l TDCi FWD, jejichž emise skleníkových plynů spadají v řadě evropských zemí do příznivějších daňových sazeb. Vylepšené vozy S-MAX a Galaxy sjíždějí z výrobních linek již od září.**

Ford C-MAX 1,6l Duratorq TDCi ve verzích (s výkonem 66 a 80 kW) nyní produkuje pouze 119 gramů CO<sub>2</sub> na jeden kilometr jízdy, což je nejnižší hodnota v dané kategorii. C-MAX tak spadá – jako vůbec jediný model ve svém segmentu – do nejnižší daňové sazby pro vozy s emisemi CO<sub>2</sub> do 120 g/km. Odpovídající měrou poklesla rovněž spotřeba paliva, která nyní v kombinovaném cyklu činí pouhých 4,5l/100 km. V mimoměstském cyklu si pak C-MAX vystačí jen s 3,7l/100 km!

Také crossover Ford Kuga 2.0 TDCi s pohonem předních kol je nyní hospodárnější a ekologicky šetrnější. Při emisích 159 g/km a kombinované spotřebě 6,1l/100km se Kuga v mnoha evropských zemích „vejde“ do atraktivnějších daňových sazeb.

Příkladem hospodárnosti nicméně vyniká také Kuga s pohonem všech kol, která na stokilometrové vzdálenosti spotřebuje 6,4l paliva a za každý ujetý kilometr uvolní do atmosféry pouze 169 gramů CO<sub>2</sub>. V obou případech je Kuga poháněna vznětovým agregátem Ford 2,0l Duratorq TDCi o výkonu 100 kW a nejvyšším točivém momentu 320 Nm. Motor je standardně osazen filtrem pevných částic (DPF).

Za pozoruhodně nízké hodnoty spotřeby paliva a emisí skleníkových plynů vděčí C-MAX 1.6 TDCi a Kuga FWD řadě technických inovací, jako je například „režim spánku“ pro elektrohydraulický posilovač řízení (EHPAS).

Gunnar Herrmann, vedoucí vývoje kompaktních vozů Ford of Europe, vysvětlil: „Na první pohled se jedná o malé změny, avšak dopad na životní prostředí i peněženky našich zákazníků mají

velké. Vzhledem k tomu, že C-MAX 1.6 TDCi a Kuga s pohonem předních kol nyní spadají do výhodnějších daňových pásem, uplatňovaných v mnoha zemích Evropy, mohou jejich provozovatelé ušetřit nemalé finanční prostředky.

Mimořádně působivých výsledků jsme dosáhli zejména v případě modelu C-MAX 1,6 l TDCi,“ pokračoval Herrmann. „Nejen, že jako jediný ve své kategorii spadá do sazby pro vozidla s emisemi CO<sub>2</sub> do 120 g/km, ale konkurenční modely na evropském trhu překonává v tomto důležitém kritériu rozdílem třídy,“ uzavřel.

## S-MAX a Galaxy s nižšími emisemi CO<sub>2</sub>

Velké modely Fordu sjíždí v hospodárnějším a šetrnějším provedení z montážních linek již od září 2008. Motorizace 2,0l Duratorq TDCi (o výkonu 85 a 103 kW) se šestistupňovou přímo řazenou převodovkou má nyní emise CO<sub>2</sub> na úrovni 159 g/km (dříve 164 g/km u modelu S-MAX a 165 g/km u Galaxy), což odpovídá kombinované spotřebě 6,1l/100 km.\*

## Řada Ford ECONetic se neustále rozrůstá

Dalším důkazem toho, že automobilka Ford myslí své závazky v oblastech udržitelného rozvoje naprosto vážně, je řada modelů ECONetic s mimořádně nízkými provozními náklady i emisemi skleníkových plynů.

Nejnovější přírůstek v této „rodině“, Fiesta ECONetic, je poháněn vznětovým agregátem 1,6l Duratorq TDCi o výkonu 66 kW. Díky speciální kalibraci spotřebuje motor v kombinovaném cyklu jen 3,7l/100 km\*. Emise CO<sub>2</sub> činí 98 g/km, což je nejméně v daném tržním segmentu i v celém produktovém portfoliu evropského Fordu.

Na většině evropských trhů se nová Fiesta ECONetic začne prodávat ještě před koncem letošního roku. V nabídce Fordu se zařadí po bok modelů Ford Mondeo ECONetic (139 g/km) a Ford Focus ECONetic (115 g/km). V blízké budoucnosti se varianty ECONetic dočká také nový Ford Ka.

\* Poznámka: Metodika měření spotřeby pohonných hmot se řídí evropskou směrnicí EU 80/1268/EEC. V jiných částech světa se spotřeba paliva zjišťuje jinými postupy, proto se hodnoty uváděné v jednotlivých regionech mohou navzájem lišit.

(tz)



Fiesta ECONetic, rekordman v nejnižších emisích skleníkových plynů.

## Co se mění u Shellu

I ve třetím čtvrtletí letošního roku pokračuje společnost Shell v procesu zkvalitňování služeb pro motoristy. Na zrekonstruovaných čerpacích stanicích tak nyní nabízí řidičům nový a čistší obslužný prostor, pětiproduktové výdejní stojany, obohacený sortiment zboží, ale i zbrusu nový interiér prodejen Select.

Již deset čerpacích stanic Shell získalo novou podobu. Ta se týká nejen přeměny celkového designu stanic, ale i přestavby prodejen Select. Nejviditelnějším prvkem změny je v současnosti cenový totem. Změnil jak svoji konstrukci, tak i barvu. Zákazníci Shellu nyní vítá v čistě bílém, na dálku dobře viditelném kabátu. Proměna stanic je patrná i na výdejních stojanech. Ty v současnosti nabízejí všech 5 produktů značky Shell a zákazníci tak mohou tankovat svá oblíbená paliva u kteréhokoliv z nich.

V rámci přestavby se rovněž změnil i design

prodejen Select. Zrekonstruovaný interiér vítá zákazníky čerpacích stanic Shell lepším vybavením i novými toaletami. Rozšířena byla rovněž nabídka zboží. Lidé na cestách si tak krom natankování mohou koupit např. velkoobjemová balení nápojů nebo se posílit šálkem kávy na cestu.

„V rámci pravidelných průzkumů spokojenosti českých motoristů se službami na čerpacích stanicích obsazujeme vždy první místo,“ uvedl Dušan Nedorost, ředitel provozu čerpacích stanic společnosti Shell v České republice. „Celkovou přestavbou stanic, která v současnosti probíhá po celém světě, rozšířením služeb pro naše zákazníky, ale například i akcemi, které připravujeme v rámci věrnostního programu SMART či jiných kampaní, chceme dosáhnout toho, aby se každý na naše stanice rád vracel,“ dodal.

(tz)

# SHERLOG<sup>®</sup>neo

SHERLOG

## Nenechte si ukrást auto!

### Zabezpečení, vyhledávání a monitorování vozidel

www.sherlog.cz



# Program Česká kvalita

## ocenil ty nejlepší na našem trhu



NÁRODNÍ POLITIKA KVALITY

**Rada kvality ČR a Řídicí výbor Programu Česká kvalita 12. listopadu oznámily udělení dalších ocenění kvalitním výrobkům a službám v Programu Česká kvalita. Ocenění byla předána na slavnostním večeru v pražském Národním domě na Vinohradech za přítomnosti zástupců Parlamentu ČR, umělců a představitelů odborných a profesních organizací. Akce je pořádána pod záštitou předsedy Senátu PČR Premysla Sobotky.**

Na slavnostním večeru, který je již tradiční akcí Listopadu – Měsíce kvality a Evropského týdne kvality, bylo předáno celkem 16 ocenění vynikajícím výrobkům a službám. Tento program jako jediný v ČR garantuje spotřebitelům, že kvalita výrobku či služby byla ověřena nezávislou zkušebnou, že je kvalita průběžně kontrolována a že je ověřována i spokojenost zákazníků. S každým novým udělením oceněním se tak českým spotřebitelům rozšiřuje možnost nákupu bez rizika, že utratí své peníze za nekvalitní, či dokonce nebezpečný výrobek.

„Žádný stát na světě nemůže zkontrolovat všechny výrobky, které přicházejí na trh,“ vysvětlil JUDr. Ing. Robert Szurman, předseda Rady kvali-

ty ČR. „I když se počet kontrol zvyšuje, do zkušeben se na podrobné ověření bezpečnosti a kvality dostane jen malé procento výrobků. Spotřebitel se tak musí spoléhat jen na prohlášení výrobce, že jeho produkt splňuje všechna zákonná pravidla. A to samozřejmě nemusí být pravda. Oproti tomu u výrobků oceněných v Programu Česká kvalita má zákazník garanci, že musely projít přísným testováním a že vyhověly ve všech parametrech.“

Program Česká kvalita pomáhá spotřebitelům v orientaci na trhu již 6 let. Za tu dobu se postoj veřejnosti ke kvalitním výrobkům již mírně zlepšil a někteří lidé se již začínají zajímat o to, jak si zakoupit pokud možno bezpečný a kvalitní produkt. Stále je ale dost zákazníků, kteří dají přednost

levnějšímu zboží z tržnice nebo i z některých kamenných obchodů.

„Spotřebitelé se často domnívají, že při koupi nekvalitního výrobku riskují pouze to, že ho nebudou moci užívat tak dlouho jako obdobný, ale kvalitní výrobek. Za výhodu nižší ceny jsou ochotni na tento fakt přistoupit,“ komentoval situaci na trhu Ing. Pavel Ryšánek, místopředseda Řídicího výboru Programu Česká kvalita. „Výsledky kontrol nás ale přesvědčují, že řada výrobků, zejména z asijských zemí, bývá nejen nekvalitních, ale i nebezpečných a zdravotně závadných. Nejzávažnější situace je u výrobků pro děti.“

Ve vyspělých evropských zemích jsou již výrobky a služby se značkami kvality běžnou a zákazníci vyžadovanou součástí nabídky. V některých zemích ale trvala cesta k tomuto zákaznickému uvědomění i několik desítek let. Doufáme, že u nás si výhodu zboží s ověřenou kvalitou uvědomí zákazníci za kratší dobu. (tz)

## Nejekologičtější notebooky na evropském trhu nesou značku ASUS

Agentura CENIA, Ministerstvo životního prostředí České republiky a společnost ASUS Computer Czech Republic, s.r.o. oznámily v listopadu ocenění notebooků ASUS řady N10, N20, N50 a N80 prestižními ekoznačkami Květina a Ekologicky šetrný výrobek. Společnost ASUS se tak stává dodavatelem nejekologičtějších notebooků na evropský trh.

Stále více lidí na celém světě začíná dávat při výběru zboží důraz nejen na kvalitu, design či technické inovace, ale i na šetrnost výrobků k životnímu prostředí. Na trhu tak vzniká poptávka po výrobcích a službách, které jsou schopny plně uspokojit nároky, které na ně vznášíme, ale které jsou současně při výrobě, provozu a likvidaci šetrné k prostředí okolo nás.



Na tyto trendy reagují i producenti spotřebního zboží a dodávají na trh stále větší množství výrobků, které označují za ekologické. Jen málo z nich však může ekologičnost svých výrobků dokladovat nezávislým ověřením a certifikátem o ekologické šetrnosti.

„Nezávislé ověření ekologické nezávadnosti výrobků je pro zákazníka velmi důležité, protože na rozdíl od pouhého prohlášení firmy opravdu garantuje, že je výrobek šetrný k životnímu prostředí,“ vysvětlila Mgr. Adéla Petrová, vedoucí Agentury pro ekologicky šetrné výrobky a služby při CENIA, české informační agentuře životního prostředí. „V České republice garantuje ekoznačení přímo Ministerstvo životního prostředí ČR.“

Ačkoliv je spektrum výrobků, které ekoznačku nesou, velmi široké, v oblasti notebooků ještě v České republice žádný výrobek toto ocenění nezískal. Ocenění pro celou řadu notebooků, jaké v ČR dostaly notebooky ASUS, dosud nemá žádný dodavatel v Evropě.

„Společnost ASUS je pevně odhodlána prosazovat „zelenou“ cestu ve výpočetní technice a svou nejnovější řadou notebooků ze série „N“ pomáhá uživatelům lépe se seznámit s nadcházejícím trendem nových technologií, které jsou šetrné k životnímu prostředí,“ uvedl Tzershin Wu, Manager of Corporate Quality Center ASUSTek Computer Inc. „Mezi tyto technologie patří Super Hybrid Engine, Smart Freq-Tuning, Mobile EPU, Hybrid Power 4 Gear“. Za každým z těchto názvů se skrývá technologie, která šetří stále cennější přírodní zdroje.“ Mezi další pozitivní vlastnosti notebooků řady N patří i zvýšená výdrž baterie, a to až o 35%, což naplňuje požadavky ekoznačky na maximální energetickou úspornost certifikovaných výrobků. „Přístroj řady N50 má dokonce vestavěný ionizátor vzduchu, který pomáhá čistit okolní vzduch od alergenů a bakterií, takže je zajištěna i podmínka sníženého negativního dopadu na lidské zdraví,“ uvedla A. Petrová.

Výrobky firmy ASUS splnily přísná kritéria, která postihují celý „životní cyklus“ výrobku. Jsou zaměřena především na spotřebu energie, životnost, hlučnost, ale i elektromagnetické záření, zpětný odběr i obsah nebezpečných látek ve výrobku.

**pokračování na str. 9 ►**

### Program Česká kvalita – značky kvality pro spotřebitele

Program Česká kvalita (CzQ) byl schválen usnesením vlády č. 685/2002, jako program podpory prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb. Hlavním cílem programu je zlepšit informovanost spotřebitelů o nabídce kvalitních výrobků a služeb na českém trhu a umožnit jim orientaci při nákupu. Proto byl zaveden jednotný systém značek kvality, který zastřešuje dosud používané (ale i nově vznikající) značky a jednoznačně je odlišuje od jiných nebo klamavých označení používaných některými dodavateli. Pokud konkrétní značka splní podmínky zásad Programu Česká kvalita (především ověřování třetí nezávislou osobou), najdou spotřebitelé na obalu výrobku kromě původní značky i logo Programu Česká kvalita, které dokladuje ověřenou kvalitu, a to nad rámec předpisů a zákonných požadavků na výrobek či službu. Program umožňuje zviditelnění značek kvality různých oborů, odborných cechů a sdružení.

### Program Česká kvalita garantuje spotřebitelům:

Kvalitu výrobku (služby) ověřila nezávislá zkušebna – Nastačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu prověřit a potvrdit.

Kvalita je průběžně kontrolována – V případě porušení pravidel je značka odebrána.

Je ověřována spokojenost zákazníků s výrobkem či službou – Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.

Program Česká kvalita je garantován vládou ČR – Program byl přijat usnesením Vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídicí výbor,

složený ze zástupců spotřebitelských organizací, Hospodářské komory ČR, orgánů státní správy, Rady ČR pro jakost a České společnosti pro jakost.

Program Česká kvalita je jediným programem označování kvalitních výrobků a služeb v ČR vyžadujícím opravdu nezávislé ověřování kvality oceněných produktů.

Program Česká kvalita však není jen vodítkem pro spotřebitele. Podnikatelům dává možnost, aby poskytli svým zákazníkům objektivní záruku kvality a odlišili se od konkurence. Obzvláště pro nové a menší firmy může být cestou k proniknutí na nové trhy bez nákladné reklamy.

K 6. 12. 2007 byly v Programu Česká kvalita zaregistrovány značky:

Bezpečná a kvalitní hračka (kvalitní hračky pro děti), Bezpečné hračky (hračky s ověřenou bezpečností), Česká kvalita – Nábytek (nábytek s ověřenou kvalitou), SZUTEST – product tested (nezávisle prověřené průmyslové výrobky), Podporované zaměstnávání (služba splňující standardy PZ), Kvalitní a bezpečná a montáž (montáž elektrických zařízení), Certifikované služby IT (kvalitně poskytované služby v oblasti informačních technologií), EŠV (ekologicky šetrné výrobky), EŠS (ekologicky šetrné služby), ČSN Test (výrobek splňuje podmínky ČSN), Czech Made (kvalitní zboží a služby), EŠC (bezpečné elektrické spotřebiče), QZ – zaručená kvalita (textilní výrobky a služby prádelny a čistíren), Zdravotně nezávadná obuv – Bota pro Vaše dítě „Žirafa“ (certifikovaná obuv pro děti), CG (výrobky pro plynárenství), Pečeť jakosti (služba ověřující kvalitu ojetých vozů), Certifikovaný e-obchod (prověřené internetové obchody), Metro Quality (potravinářské výrobky pro hotely, restaurace a catering v síti Makro).

Program Česká kvalita vychází ve svých zásadách z obdobného jednotného systému značek kvality, který v SRN úspěšně funguje již desítky let.

### Na letošním Večeru s Českou kvalitou budou oceněny tyto výrobky a služby:

Certifikované služby IT:	Management služeb IT – TECHNISERV, spol. s r.o.
Česká kvalita Nábytek:	Lamelové rošty typu Supraflex – AHORN CZ, s.r.o. Výrobní řada postelí Natura Exclusive – FMP Lignum, v.d.
ESČ:	Elektrické rozváděče nízkého napětí – BREMA, spol. s r.o. Elektroměrový rozváděč plastový – standard SMC – DCK Holoubkov Bohemia a.s.
Zdravotně nezávadná obuv – bota pro Vaše dítě ŽIRAFÁ:	Kolekce dětské celoroční a zimní vycházkové obuvi – D.P.K. spol. s r.o. Kolekce dětské celoroční a zimní vycházkové obuvi – KONSORCIUM T+M, s.r.o.
Bezpečné hračky:	Čokoládová vajíčka s překvapením Kinder Surprise – FERRERO CESKA s.r.o. Vozík s barevnými kostkami – OLYMPTOY s.r.o.
QZ – Zaručená kvalita:	Autofusaky a fusaky pro děti do 3 let – DITA, výrobní družstvo invalidů Dětské pleny a plenkové kalhotky KIKKO – FABRIC IMPORT Czech Republic
Bezpečná a kvalitní hračka:	Program DINO BABY – DINO TOYS s.r.o. Společenské hry pro všechny věkové kategorie – DINO TOYS s.r.o.
Czech Made:	Tiskopisy pro výpočetní techniku KRPAFORM – KRPA FORM, a.s. Realizace staveb pozemního stavitelství – SYNER, s.r.o. Inženýrsko-dodavatelské služby – PRODECO, a.s.



**premium**  
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktuje nás

Dočtěte si na [www.premium.prosperita.info](http://www.premium.prosperita.info)

HLEDEJ

#### Je zájem o nadstandard?

Internetový portál lekari-online.cz si nechal zpracovat exkluzivní výzkum, jehož cílem bylo získat přehled o tom, jak jsou čeští pacienti spokojeni se svými praktickými lékaři, a zároveň získat podrobnější informace o problematice objednávání pacientů na konkrétní hodinu.

„Z výsledků vyplynulo, že celých 44 % českých pacientů je spokojeno s přístupem svých praktických lékařů,“ řekl Pavel Hilbert, zástupce internetového portálu lekari-online.cz. ➔

#### Z Gymnázia Arabská v Praze

Dnešní Gymnázium v Arabské ulici (odtud také jeho jméno) má svého předka v Jedenáctileté střední škole v Praze 6, Na Dlouhém lánu z r. 1958. Za 50 let existence školu ukončilo přibližně 7600 žáků, v letošním školním roce má škola 20 tříd, v nich studuje kolem 610 žáků a vyučuje je 57 učitelů. Maturitní vysvědčení z gymnázia mají také například Tomáš Dvořák (mistr světa v desetiboji), Mirka Čejková a Pavel Zuna (redaktoři zpravodajství TV PRIMA) ad. ➔

#### Obleky Blažek hrají ve filmu

Nová česká komedie o partě mladých lidí, kterým životní šance spadla přímo do klína. Jenže jak se dá tušit, ve skutečnosti je všechno tak trochu jinak... O tom a mnohem dalším je film Vy nám taky šéfe! Martina Kotíka, režiséra filmů Pánská jízda a Všechno nejlepší. Módní značka Blažek, která je již renomovaným výrobcem pánských obleků, oblékla hlavní hrdiny této nové české komedie. Product placement je stále hojněji využívaným nástrojem filmových producentů. ➔

#### Česká spořitelna je hlavní partner v oblasti financování větrných elektráren

Dne 10. října 2008, zahájily provoz čtyři větrné elektrárny s instalovaným výkonem 4 x 1,25 MWe v lokalitě Anenská Studánka u České Třebové. Jedná se o první etapu výstavby výkonnějších větrných elektráren v této lokalitě. Celkové náklady na jejich výstavbu dosáhly 185 mil. Kč, z toho 162 mil. Kč financovala Česká spořitelna se zárukou International Finance Corporation (IFC). ➔



# Národní cena kvality do firem i na úřady

**Národní cena kvality ČR byla, tak jako v předchozích letech, udělena dalším subjektům, letos toto významné datum připadlo na 20. listopadu. Zástupci těch nejlepších převzali nejvýznamnější ocenění firem a organizací – Národní cenu kvality ČR ve Španělském sále Pražského hradu.**

V kategorii podnikatelský sektor ji získaly společnosti HBPO Czech s.r.o. a BENEŠ a LÁT, a.s., v kategorii veřejný sektor si ocenění odnesli reprezentanti Městské části Praha 10 – Úřad městské části Praha 10 a Město Hranice – Městský úřad Hranice.

Národní cena kvality je nejvýznamnější ocenění, jaké může firma či organizace získat. Je udělována v 80 zemích světa a jejího předávání se ujímají prezidenti států (např. v USA, ve Francii), hlavy monarchií (Švédsko, Velká Británie), předsedové vlád a další čelní představitelé. V Evropě jsou Národní ceny udělovány podle jednotných pravidel Evropské nadace pro management kvality (EFQM) a vítězové Národních cen se mohou zapojit do celoevropské soutěže EFQM Excellence Award.

„Prestiž Národních cen kvality v zahraničí vyplývá z komplexnosti použitých metod hodnocení,“ vysvětlil JUDr. Ing. Robert Szurman, předseda Rady kvality ČR. „Na světě je samozřejmě vyhlášována celá řada dalších soutěží. Tak široké spektrum kritérií, jako u Národních cen kvality, ale není posuzováno u žádného jiného oceňování firem u nás ani v zahraničí.“

Model EFQM, podle kterého se evropské subjekty v Národních cenách kvality hodnotí, má 9 hlavních kritérií. Prvních pět vytváří předpoklady pro to, aby firma (organizace) byla dobrá. V těchto kritériích náleží vůdčí role vedení – managementu, protože manažeři tvoří firemní strategii a plány, obstarávají finanční, materiální zdroje a v neposlední řadě lidské zdroje. V dalších čtyřech kritériích se organizace hodnotí z hlediska výsledků nebo cílů, jichž chce dosáhnout. Výsledky jsou hodnoceny především s ohledem na zákazníka, jemuž model přikládá nejvyšší váhu. Hodnotí se však i spokojenost zaměstnanců, vztah k životnímu prostředí ale také vztah k okolí, kde organizace působí. Jde tedy zcela komplexní posouzení všech činností.



„I když je prestiž Národních cen vysoká a může firmám velmi pomoci – zejména na zahraničních trzích – není tím nejdůležitějším, co firmy zapojením do programu Národní ceny kvality získají,“ vysvětlil Ing. Pavel Ryšánek, předseda Sdružení pro oceňování kvality. „Hlavním přínosem je využití EFQM modelu. Tento model, vyvinutý na zakázku neúspěšnějších evropských firem, je silným manažerským nástrojem, který firmám a organizacím pomáhá velmi výrazně ve zlepšování výsledků jejich práce. Jak říkají zahraniční kolegové, vede firmy k excelenci.“

Model EFQM umožní odhalit slabá místa organizace a ještě lépe využít silné stránky. O tom, že model funguje, svědčí nejlépe fakt, že ho jen v Evropě využívá přes 30 000 firem. Také statistiky nadace EFQM hovoří zcela jasně: Firmy, které model využívají, dosahují zlepšení hospodářských výsledků o 40–60 % oproti těm, které model nevyužívají. Výrazná zlepšení výsledků můžeme vidět i u organizací veřejné správy a dalších nekomerčních organizací.

Předávání Národní ceny kvality ČR ve Španělském sále Pražského hradu je vyvrcholením aktivit celonárodního programu Listopad – Měsíc kvality v ČR a Evropského týdne kvality. Na tomto večeru byla předána i další ocenění za kvalitu jednotlivcům a firmám – Ekologicky šetrný výrobek/služba, Manažer kvality roku, Cena Anežky Žaludové, Environmentální deklarace produktu – Environmentální prohlášení typu III a Pamětní listy za dlouhodobou spolupráci při rozvoji Národní politiky kvality v ČR.

Celkem se v rámci Měsíce kvality uskutečnilo více než dvě desítky akcí, z nichž nejvýznamnější byly mezinárodní konference s motem „Kvalita – klíč k úspěchu“ a Večer s Českou kvalitou, na kterém bylo předáno 16 ocenění vynikajícím výrobkům a službám.

„Kvalita ve smyslu TQM (totálního řízení kvality všech činností organizace) je v dnešním světě jedinou cestou, která

vede k úspěchu,“ dodal JUDr. Ing. Robert Szurman, předseda Rady kvality ČR. „Pokud si to neuvědomíme, doplatíme na to všichni: firmy ztrátou konkurenceschopnosti, občané ztrátou možnosti volby kvalitního zboží a služeb a stát sníženými příjmy rozpočtu. Strategie Národní politiky kvality pro období 2008–2013 byla odstartována, prozatímni výsledky dávají předpoklady, že její stěžejní cíl – růst kvality života v ČR bude postupně naplňován.“

## Historie Národních cen kvality

Tradice Národních cen kvality vznikla v Japonsku v roce 1951 (Demingova cena), v roce 1987 vznikla zákonem Kongresu USA Národní cena Malcolma Baldrige. V roce 1989 si význam tohoto ocenění uvědomily i největší evropské firmy a založily nadaci EFQM, která vytvořila jak model řízení EFQM, tak i program Evropské ceny za kvalitu – EFQM excellence award (udělovanou od roku 1989). Vzhledem k významu těchto programů se jejich podpoře výrazně věnují jak vlády jednotlivých zemí, tak i organizace, podnikatelé a manažeři úspěšných firem.

## Přehled oceněných

### 1. Národní cena kvality České republiky

#### 1. Vítěz (podnikatelský sektor)

HBPO Czech s.r.o. (model Excellence EFQM – celá organizace)  
BENEŠ a LÁT, a.s. (model Excellence EFQM – část organizace)

#### Vítěz (veřejný sektor)

Městská část Praha 10 – Úřad městské části Praha 10 (model Excellence EFQM)  
Město Hranice – Městský úřad Hranice (model CAF)

#### Oceněný finalista (podnikatelský sektor)

KOVOKON Popovice s.r.o. (model Excellence EFQM)  
JUDr. Bohuslav Švamberk (model Excellence EFQM)

#### Oceněný finalista (veřejný sektor)

Fakulta hornicko-geologická, Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (model Excellence EFQM)

Statutární město Děčín – Magistrát města Děčín (model CAF)

Město Jablunkov – Městský úřad Jablunkov (model CAF)

#### Ocenění zlepšení výkonnosti organizace (podnikatelský sektor)

SPETRA CZ s.r.o. (model START)

#### Ocenění zlepšení výkonnosti organizace (veřejný sektor)

Fakulta metalurgie a materiálového inženýrství, Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (model Excellence EFQM)

Český statistický úřad (model Excellence EFQM)

Policie České republiky, Správa severočeského kraje (model Excellence EFQM)

#### Ocenění za zapojení organizace (veřejný sektor)

Střední škola sociální PERSPEKTIVA a Vyšší odborná škola, s.r.o. (model Excellence EFQM)

#### Čestné uznání za účast v programu Národní ceny kvality ČR (veřejný sektor)

Karlovarský kraj, Krajský úřad Karlovarského kraje (model CAF)

Královéhradecký kraj, Krajský úřad Královéhradeckého kraje (model CAF)

Národní ústav odborného vzdělávání (model CAF)

#### 2. Cena Anežky Žaludové

Otakar Král

#### 3. Manažer kvality roku 2008

Vítěz: Ladislav Herc

#### 4. Ekologicky šetrná služba a ekoznačka EU „Květina“

Hotel Chateau Mceley

#### 5. Ekologicky šetrný výrobek a ekoznačka EU „Květina“

ASUSTek Computer Inc.

#### 6. Environmentální deklarace produktu – Environmentální prohlášení typu III

PRAGOCHEMA spol. s r.o.

Chladicí věže Praha, a.s.

#### 7. Pamětní listy za dlouhodobou spolupráci při rozvoji Národní politiky kvality v ČR

Helena Pískovská

Ladislav Drážný

Zdeněk Juračka

Viliam Sivek



NÁRODNÍ  
POLITIKA  
KVALITY



## ► pokračování ze str. 8

Závazek společnosti ASUS k „zelené“ cestě ve výpočetní technice se odrazil ve výzkumu nových alternativních materiálů, které by bylo možné použít při výrobě produktů a jejich součástí, čímž aktivně pomáhá chránit životní prostředí a bojuje proti dalšímu ničení planety. Díky těmto průkopnickým technologiím vytvořila společnost ASUS obraz budoucnosti výpočetní techniky – představila novou, k životnímu prostředí šetrnou „N“ řadu luxusních notebooků a připravuje také notebooky, jejichž základním alternativním materiálem ve výrobním procesu je bambus. Ocenění Ekologicky šetrný výrobek a Květina je jen potvrzením správnosti cesty nastoupené společností ASUS.

## O programech ekoznačení v České republice

Ekoznačení je pojem, používaný pro označování výrobků (a služeb), které jsou v průběhu celého životního cyklu šetrnější nejen k životnímu prostředí, ale i ke zdraví spotřebitele. Jejich kvalita přitom zůstává na velmi vysoké úrovni.

V ČR byl Národní program environmentálního značení vyhlášen 14. dubna 1994. Program ekoznačení EU a udílení Květiny existuje v České republice od okamžiku jejího vstupu do EU. Oba programy jsou rovnocenné a pro spotřebitele stejně důvěryhodné, garantované státem a Evropskou komisí.

## Ekoznačka „Ekologicky šetrný výrobek“ a Květina přináší spotřebiteli:

- věrohodnou a srozumitelnou informaci o provedeném ekologickém hodnocení výrobku a o jeho vlastnostech
- snadnější orientaci v široké škále téměř rovnocenných výrobků
- doklad, že u výrobku byly minimalizovány negativní vlivy na životní prostředí a zdraví spotřebitele (např. riziko vzniku alergické reakce)

Spotřební zboží (a služby) se označují logem, které spotřebiteli slouží jako jasná informace, že u označeného výrobku (služby) bylo provedeno hodnocení nezávislou třetí stranou, která se tak zaručila už za více než 450 výrobků. V současné době používá ekoznačku na jednom či více výrobcích přes 90 českých i zahraničních firem a jejich počet neustále roste.

Ekoznačku Evropské unie používá v České republice 13 firem, mezi které je rozděleno 17 licencí k různým výrobkům či výrobkovým řadám.

Spektrum certifikovaných ekologicky šetrných výrobků je velmi široké – od toaletního papíru či náterové hmoty přes teplovodní kotle a čisticí prostředky až po ekologicky šetrné služby, které nabízejí turistický ruch či školství.

## Získat ekoznačku pro notebook znamená povinnost výrobce doložit, že:

- je schopen zajistit zpětný odběr a recyklaci zastaralých přístrojů;

- u výrobku je přísně omezeno množství nebezpečných látek, jako je olovo nebo kadmium;
- množství rtuti v obrazovce je přísně omezeno;
- počítač lze snadno vypnout a že jeho spotřeba energie při provozu i v tzv. stand-by režimu je co nejnižší;
- notebook není hlučný;
- neobsahuje látky škodlivé pro zdraví a škodlivé pro životní prostředí (tzv. R-věty);
- nejméně 90% plastových a kovových částí je recyklovatelných;
- pevné disky, CD-ROM mechaniky a procesory lze snadno odpojovat a vyměňovat;
- obal není vyroben z PVC

## Výrobek ekoznačením získá:

- státem garantované potvrzení vyšší užitné hodnoty na základě toho, že prošel přísnými testy prokazujícími splnění kvalitativních a ekologických požadavků
  - mezinárodní uznání o výrobku doloží, že je k životnímu prostředí šetrnější než konkurenční a neoznačené výrobky
  - doporučení zákazníkům od řady ekologických nevládních organizací
  - zařadí se mezi prioritně nakupované zboží všemi institucemi, které používají systém zelených zakázek.
- Důvěryhodnost značky Ekologicky šetrný výrobek byla potvrzena jeho přijetím (jako jedné z prvních značek) do Programu Česká kvalita.

(tz)

## Moto 2008: Kvalita – klíč k úspěchu

V rámci Evropského týdne kvality se tradičně uskutečnila mezinárodní konference, a to ve dnech 11.–12. 11. 2008 v Národním domě na Vinohradech v Praze. Jejím hlavním pořadatelem byla Česká společnost pro jakost.

V rámci úvodního plenárního zasedání vystoupil předseda Rady kvality ČR Robert Szurman, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Zdeněk Juračka; dále pak Hans-Joachim Schneider, hodnotitel Ceny EFQM za excelenci, Tomáš Březina – Podnikatel roku 2007 nebo například Pavel Knorr, držitel titulu Vynikající manažer malé firmy do 50 zaměstnanců za rok 2007.

## Odborné sekce byly věnovány tématům:

- Automobilový průmysl: kvalitu dělá učení se;
- Přináší kvalita peníze?;
- Zvyšování důvěryhodnosti certifikace;
- Kvalita pro studenty a očima studentů;
- Softwarové nástroje pro podporu managementu;
- Úloha auditů v rozvoji systémů managementu;
- Zvyšování kvality ve vzdělávání.

(tz)



# Koučink je cesta sypaná zlatým pískem

**Skočili jste do podnikání střemhlav? Bez rozmyslu, s tím, že to konkurenci natřete? Že jste dostali nápad, a aniž jste přemýšleli, co s ním, založili jste firmu? Často to tak bývá. Najednou ale zjišťujete, že peněz na mzdy se nedostává, že zaměstnanci, i když je jich pár, nepochopili, co se od nich očekává, vy děláte všechno a nic a víc a víc se utvrzujete v názoru, že byste to zvládli s polovičním počtem lidí, nebo dokonce sami. A že co si neuděláte, nemáte... Jste naštvaní, unavení, podráždění, nepříjemní, objevují se chyby. Zákazníci včas neplatí faktury, o dva klienty jste přišli, a zakázku, na kterou jste se těšili, v poslední chvíli dostal někdo úplně jiný... Co teď? Rozmyslet si, jak dál. Je nejvyšší čas. Jednou z cest může být koučink. Najděte si kouče. Uvidíte, že se zas bude blýskat na lepší časy.**

Jedním z odborníků, kteří se koučinku věnují, je Andrea Klinčoková. Její slova vás mohou inspirovat:



Andrea Klinčoková

**Koučování se stává více a více oblíbenou metodou k tomu, aby firma dosáhla lepších výsledků. Co byste zájemci o využití těchto služeb doporučila především?**

Těch doporučení může být hned několik. V současnosti je koučink prokazatelně nejefektivnější forma rozvoje lidí, týmů a celých organizací. Díky koučinku můžete dosáhnout nejenom lepších výsledků, ale i celkových dlouhodobých pozitivních změn.

K tomu je ale potřeba, abyste ke koučinku vy sami – a i vaše firma – přistupovali pozitivně.

V mnohých firmách se totiž k tomu přistupuje způsobem: „Už vážně nevíme co s tebou. Tak jsme ti tady domluvili kouče, ty se s ním několikrát setkáš, a když ti ani on nenapraví hlavu, tak pak už vážně nevím... Ber to skutečně vážně. Je to tvoje poslední šance.“

Anebo: „Víš, že měníme kulturu celé naší firmy. Takže v rámci všech těch kurzů, které jsi teď absolvoval, se musíš zúčastnit i koučinkových sezení. My jsme se s koučem domluvili na tom, co je tvoje slabina a na co tě má koučovat, tak běž do toho.“

**Co si myslíte, že je pak výsledkem? V jaké náladě a s jakou motivací pak ten člověk přijde na koučink?**

Takže jedno z mých doporučení zní – když chcete dosáhnout pozitivních změn (a je jedno, jestli se to týká vašeho osobního ži-

vota, vašeho týmu, nebo celé organizace), přistupujte k tomu od prvního okamžiku otevřeně a pozitivně.

Když k tomu budete přistupovat jako k „trestu“, „poslední šanci“ anebo jako k „to musíš“, tak určitě nedosáhnete toho, po čem toužíte – ať už to jsou lepší výsledky, lepší komunikace, spolupráce, změna atmosféry v práci, otevření nových trhů, úspěšný prodej nových produktů či služeb, anebo jakákoliv změna či výzva ve vašem životě.

**V čem spočívá princip koučování a co by měl zaručeně klientovi přinést?**

Velmi zjednodušeně řečeno – kouč neradí! Základ koučinku spočívá v pevné víře ve vlastní schopnosti člověka. Jedna z prvních věcí, které se musí naučit každý kouč, je věřit, že každý člověk má všechny zdroje, které potřebuje k vyřešení svých problémů, k zodpovězení otázek, které má, či k uskutečnění změny, která je potřebná – sám v sobě. Akorát se k těm zdrojům z různých důvodů nedokáže sám dostat.

Proto je jedním ze základních úkolů kouče prostřednictvím otázek pomoci svému klientovi najít tyto vnitřní zdroje a naučit se je plně využít i v budoucnosti.

Zdůrazňuji „naučit se plně využívat své vlastní vnitřní zdroje“, protože to je cesta

z lidí snadnou kořist pro „rádoby poradce“. Finanční poradenství není jednoduchá záležitost, ale zase není až tak komplikovaná. O nějaké sofistikované finanční nástroje má zájem jenom

velmi omezené množství klientů, a to bývají ti, kteří o tom něco vědí. Většinu lidí jde o daleko jednodušší záležitosti. V každém případě je to o komunikaci, otevřenosti, protože jinak se poradit nedá. Jsem přesvědčen o tom, že o řešení problémů s bydlením, o stavební spoření, o hypotéky apod. bude pořád zájem.

**Vrat'me se ke kvalitě. Co jste se na uplatňování modelu EFQM naučil, k čemu vás přivedl?**

Model EFQM je dobrý v tom, že vás donutí podívat se na svoji firmu komplexně. Kdysi jsme se učili, že všechno je v dialektické jednotě a všechno se vším souvisí (díky Sovětskému svazu). To se tady projevuje. Porovnáváte nebo hodnotíte předpoklady i výsledky. Hodnotíte si

k trvalému úspěchu. Jak pro jednotlivce, tak i pro firmu.

**Zatím si nechali od specialistů na koučink poradit spíše větší společnosti. Dobrou radu však potřebují i střední a malé firmy. Ty se však obávají nákladů. Je to o tom, co bylo dříve – slepice, nebo vejce. Co s tím?**

Dám vám příklad. Bez ohledu na to, jak velká je vaše firma, když chcete dosáhnout úspěchu, potřebujete mít nápad, zjistit jaká je realita, jaké máte možnosti, pak potřebujete plán, co, jak, kdy a s kým udělat, a pak se do toho můžete pustit. Pak kontrolujete, jak postupujete, děláte korekce plánu a na konec oslavujete úspěch. A tak jdete pořád dokola. Od cíle k cíli.

Jaká je ale realita?

Kolik malých a středních firem si skutečně udělá čas na ten plán? A jak podrobně ho vypracuje? A kolik lidí skočí od nápadu přímo k realizaci bez toho, aby si nejdříve prověřili, jaká je skutečnost, jaké mají možnosti a všechno si řádně naplánovali? A pak se diví, proč se jim ten jejich sen nedaří zmotnit...

Kdyby pracovali s koučem, mohli by předejít hodně zklamáním i značným ztrátám = finančním, materiálním, osobním...

To je jenom jeden příklad z mnohých možností vyu-

žití koučinku pro malé, střední i úplně mini firmy o jednom-dvou lidech. Každá firma by měla od prvo počátku vědět, proč vznikla, kam se chce dostat a jak se tam dostane.

**Na druhé straně „koupit“ si know-how k tomu, jak být mnohonásobně lepší, to nejsou vyhozené peníze...**

K tomu není co dodat...

**Co se v České republice více využívá – koučujete spíše týmy, nebo jednotlivce?**

Zatím koučujeme spíše jednotlivce. U týmů firmy ještě pořád upřednostňují různé formy školení, seminářů, workshopů nebo team-buildingových akcí. Nicméně i tyto se mohou postavit na principech koučinku,

což těm týmům rozhodně pomáhá mnohem rychleji se posunout směrem, který firma potřebuje.

**Nač se vy osobně a vaše firma zaměříte v roce 2009?**

V tomhle roce jsme intenzivně pracovali na přípravě zcela nových rozvojových programů pro top manažery v Čechách a na Slovensku. Naším cílem je zprostředkovat našim lidem ty nejlepší zkušenosti, znalosti a informace z oblasti leadershipu, rozvoje vrcholového managementu, rozvoje týmů ale i jednotlivců, které jsou v současnosti

ve světě a hlavně v Evropě k máni.

Máme připravených několik novinek – jedna z prvních, na kterou se můžete těšit, je anglický program Leadership Compass®.

Je to 9měsíční program pro majitele a ředitele firem, který zahájíme v únoru 2009, a jak už sám název napovídá, je to program, který vás naučí jak – když použijete metaforu – používat váš leadership kompas při vedení vaší firmy a lidí v ní na základě nejnovějších poznatků z několika oborů – nejenom z managementu, ale i psychologie nebo neurologie (ano, skutečně budeme mluvit i o nejnovějších výzkumech v oblasti fungování lidského mozku a jak tyto znalosti můžeme využít na cestě k úspěchu).

Zajímavostí tohoto programu nepochybně je i to, že byl vyvinut jako vnitřní trénink pro vrcholové manažery jedné nadnárodní společnosti, ve které tímto programem procházejí všichni lidé na nejvyšší úrovni řízení v celé Evropě! A protože ten program v této firmě běží už více jak 2 roky s velkým úspěchem a my máme to štěstí, že jsme po celou tu dobu jeho součástí, dostali jsme výsadu přinést tento program do České republiky.

Programů však máme připravených více – jak v angličtině, tak i v češtině, takže jsme si jisti, že vašim čtenářům můžeme nabídnout to pravé řešení právě a jenom pro ně. A to v oblasti rozvoje, poradenství i koučinku.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

**Kontakt:**

**Andrea Klinčoková  
Leadership & Life Purpose Coach and  
Trainer  
mobil: +420 602 17 19 19**

► pokračování ze str. 1

Velkými obraty pro své partnery máme celou řadu jiných možností, než když bychom dělali všechno a nic. Je to věc pohledu. Rozhodnou klienti. Naší obrovskou výhodou je to, že už nic nemusíme. Máme dostatek práce, a tak nemusíme klientům nic nutit. Můžeme poradit a je jenom na nich, jestli se pro nás rozhodnou, nebo ne.

**Možná jsou moje úvahy nekvalifikované – lidé spíše oželí peníze na dovolenou či na nové auto, ale do bydlení budou stále vkládat...**

I to je pravda. Ale to je už o vzdělání. Na našich školách se nic takového nevyučuje. Lidé se potom chovají instinktivně. Jenom málo lidí o svých penězích přemýšlí. Potom samozřejmě platí, že kdo nic nemá, nic neztratí, ale ani si nic nemůže dovolit. Na bydlení a jistoty je potřeba myslet dopředu. Televizi si můžu na splátky koupit prakticky kdykoliv, ale být za miliony, to je problém. Rovněž tak „nevzdělanost“ dělá

**Jenom málo lidí o svých penězích přemýšlí. Potom samozřejmě platí, že kdo nic nemá, nic neztratí, ale ani si nic nemůže dovolit. Na bydlení a jistoty je potřeba myslet dopředu. Televizi si můžu na splátky koupit prakticky kdykoliv, ale být za miliony, to je problém.**

vedení, pracovníky, politiku, strategii, zdroje, procesy. Každý rok, když jsem psal sebedhodnotící zprávu, jsem objevoval celou řadu možností a otevíral se mi ten tzv. modrý oceán. Zapojení do Národní ceny určitě nelituji a bylo pro nás přínosné.



**Když byste chtěl naladit i další zájemce, co byste řekl?**

Pojďte do toho. Zkuste porazit Švamberka a jeho spolupracovníky. Berte to jako výzvu. Příští rok na Pražském hradě...

otázky připravila Eva Brixl



# Povědomí o strukturálních фонdech EU mají dvě třetiny firem

**Ve strukturálních фонdech EU jsou pro tuzemské firmy vyčleněny miliardy korun, které mohou použít na rozvoj svého podnikání a výroby. O tom, že tyto fondy existují a lze z nich čerpat peníze, vědí dvě třetiny tuzemských firem a podnikatelů. Necelé tři pětiny z nich však považují proces čerpání dotace za příliš složitý a byrokratický. Vyplývá to z průzkumu Hospodářské komory České republiky pro Ministerstvo průmyslu a obchodu, ve kterém bylo osloveno 2615 firem a podnikatelů.**

Ze vzorku oslovených firem slyšelo o unijních фонdech 1725 (66%) z nich, většina z tohoto počtu (69,9%) je považuje i za výhodné pro Českou republiku. Dvě třetiny (59,5%) firem považují

proces čerpání prostředků za příliš složitý a dalších 16,8% podniků nemá dostatek vlastních finančních zdrojů na dofinancování projektu. Žádné výhrady nebo obtíže necítí pouhá 4% firem.

„Skutečnost, že plně třetiny tuzemských firem vědí o možnostech podnikatelů čerpat peníze z evropských fondů, považují za příznivou skutečnost. Tyto peníze jim mohou pomoci při usnadnění realizace jejich podnikatelských záměrů,“ uvedl k průzkumu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. „Hospodářská komora České republiky podporuje snahu Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a volá po zrychlení

a zjednodušení procedur při posuzování žádostí o dotace,“ dodal Petr Kužel v narážce na skutečnost, že 60% firem považuje proces žádání o dotace za příliš složitý.

Největší znalost o фонdech mají firmy z webových stránek (28,3%) a televize či rozhlasu (27,5%), vzdělávacích seminářů a informačních akcí se účastní každá pátá firma.

(tz hkčr)

## K propadu výkonnosti německé ekonomiky

Hrubý domácí produkt Německa se ve 3. čtvrtletí letošního snížil o 0,5%, a jelikož výkonnost největší evropské ekonomiky klesla i ve druhém čtvrtletí o 0,4%, německé hospodářství se propadlo do recese. Tímto pojmem právě bývá označován stav, kdy HDP poklesne ve dvou po sobě jdoucích kvartálech za sebou. Propad německé ekonomiky však bude mít i dopad na českou ekonomiku, neboť Německo je největším obchodním partnerem České republiky.

„Pro české firmy je to velice nepříznivá zpráva, protože více než třetina veškerého tuzemského vývozu míří právě do Německa. Problémem je taktéž i skutečnost, že recese v Německu způsobil i pokles německého exportu, na jehož

zakázkách se podílely české firmy. Lze očekávat, že nepříznivá situace Německa se v brzké době promítne i u nás, a to především v počtu sjednaných kontraktů a výši českého vývozu do Německa,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Pokles výkonnosti německé ekonomiky, stejně jako dalších západoevropských zemí, je pro Českou republiku, která je orientována především na export do této oblasti, velice nepřijemnou zprávou. Tuzemské exportéry trápí i kolísající kurz koruny a skutečnost, že stále není znám termín, kdy Česká republika přijme euro jako svoji měnu. „Naši vývozci budou muset nacházet nová odbytíště pro svoje výrobky, a to i mimo země Evropské unie. V této situaci by měl podat pomocnou ruku i stát

a všestranně podporovat české vývozce. V tuto chvíli už nelze jen nečinně přihlížet, jinak spláče nad výdělkem a situace se brzy v negativním světle projeví i u nás. V tomto kontextu jednoznačně vítáme aktivitu ministerstva průmyslu a obchodu v oblasti podpory exportu českých firem na zahraniční trhy,“ dodal prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Plánovaná podpora má přinést především rychlejší uvolnění peněz z fondů Evropské unie v rámci Operačního programu Průmysl a inovace (OPPI), možnost čerpat exportní úvěry i pro komerční banky, více peněz na podporu účasti českých firem na veletrzích v zahraničí a v neposlední řadě také rozšíření služby obchodních radů.

(tz hkčr)

## Třetina firem má větší problém získat úvěr od banky

Současnou světovou finanční krizí začínají pociťovat již i některé tuzemské firmy tím, že mají větší problém získat úvěr od banky. S tímto problémem se v poslední době setkala třetina tuzemských firem, které si chtěly na financování svého provozu od banky půjčit statisíce nebo miliony korun. Dva ze tří podniků se pak domnívají, že by do současné situace na finančním trhu měl vstoupit stát, nikoliv však jako aktivní hráč, ale jako garant stability při možných prudkých výkyvech situace na trhu. Vyplývá to z exkluzivního průzkumu Hospodářské komory České republiky pro jeden z deníků, kterého se v úvodu tohoto týdne zúčastnilo 612 firem a podnikatelů.

Ačkoliv podniků, které se musí potýkat s většími problémy při žádosti o úvěr je zatím „pouze“ třetina, firmy už jistá zpřísnění pocítily. Zatímco 195 firem z 612 (31,9%) žádné

zpřísnění vůbec nepocítilo, tak naopak pětina firem (120) nutí politika bank k výraznému přehodnocení jejich záměrů. Polovina oslovených podniků uvedla, že se situace projevuje v jejich výrobních a provozních plánech. Přes 22% podniků uvedlo, že muselo přehodnotit své investiční plány, dalších 13,7% (84) pak musí upustit od dříve plánovaných výrobních či obchodních aktivit.

Co se týče výhledu do budoucna, tak mezi podniky jsou znát už větší obavy, 47% podniků očekává, že se situace na finančním trhu ještě zpřísní, opak očekává pouze 13,2% firem. „Je pochopitelné, že banky jsou nyní více obezřetnější při půjčování peněz. Důležité však je, aby se tato obezřetnost nepřeměnila v silnou restriktci a přiškrtení finančních kohoutků směrem k podnikům. Takový přístup by celé situaci neprospěl, naopak ještě by ji zhoršil a způsobil existenční

podmínky mnoha podnikům, které používají úvěry na financování svého provozu,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Přes 60% podniků se domnívá, že by v celé situaci měl být v určité míře zainteresován i stát. Sice ne v roli aktivního hráče, ale garanta stability při možných prudkých výkyvech. „Role státu by se měla omezit na dozor a garantování určitých podmínek, které působí především psychologicky. Jedním z takových instrumentů je třeba garance vkladů stádatelů do výše 50 tisíc eur. Do této sumy se vejde drtivá většina malých stádatelů, ale i drobných a středních podnikatelů, kteří se nemusí strachovat o své peníze a mohou normálně provozovat svoji činnost,“ připomněl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

(tz)

## HK ČR k zavedení eura v České republice

**Vláda v listopadu projednala aktualizovanou verzi Konvergenčního programu, který funguje jako plán přijetí eura v České republice. Termín přijetí eura v tomto dokumentu však opět chybí. Hospodářská komora České republiky v této věci má neměnný a konzistentní postoj a dlouhodobě podporuje co nejrychlejší zavedení eura v České republice**

„Chceme od vlády vědět alespoň termín pro termín a nestrkat hlavu do písku,“ uvedl k opětovnému odkladu oznámení termínu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. „Nezpochybnitelným faktem však je, že pro české podnikatele je nadále výhodnější euro mít než nemít. Výhody co nejrychlejšího přijetí eura převažují bez ohledu na finanční krizi,“ doplnil Petr Kužel.

Probihající finanční krize sice přivedla některé západoevropské země k úvaze, že stanovená konvergenční kritéria je třeba v případě nutnosti změkčovat, nebo dokonce porušit. Hospodářská komora České republiky tento přístup podobně jako vláda kritizuje s tím, že snaha o změkčování pravidel tzv. Paktu stability a růstu je opakem reformních snah, jejichž cílem je dodržení předepsaných schodků a udržitelnost veřejných rozpočtů.

Výhodnost co nejrychlejšího přijetí eura pro podnikatelský sektor z hlediska Hospodářské komory České republiky je nesporná. Nejvýznamnějším problémem dnes pro podnikatele jsou zejména kurzová rizika, pokles exportu v důsledku posilování koruny nebo snížení poptávky po českém zboží z důvodu komplikací při účtování ve dvojí měně.

**pokračování na str. 12**



### Zúčastněte se programu Národní ceny kvality v ČR

Budete mít možnost získat prestižní ocenění uznávané v celém světě a zajistíte své firmě nejuspěšnější manažerský nástroj vedoucí k business excelenci

### EFQM model?

Návod na to, jak dosáhnout a objektivně měřit vlastní úspěch.

1. Co mají společného nejuspěšnější evropské firmy jako např. SIEMENS, RENAULT, ABB, PHILIPS, VOLKSWAGEN, ...?
2. Co je příčinou toho, že některé společnosti mají až dvojnásobný nárůst hodnoty akcií a až o 60% lepší ekonomické výsledky, ve srovnání se společnostmi se shodným podnikatelským záměrem a stejnou startovací pozicí?
3. Co je základem úspěšného řízení více než 30.000 velkých, středních i malých evropských firem?

**Odpověď na všechny tři otázky je stejná: EFQM excellence model.**

Tento model je základem hodnocení firem v Národních cenách kvality předávaných prezidenty, předsedy vlád, nebo hlavami monarchií v 75 zemích světa. Jejich vysokou prestiž zajišťují i záštity hlav států a předsedů vlád: ve Velké Británii je cena pořádána pod patronací královské rodiny, ve Francii ji předává prezident, ve Švédsku král. Obdobnou cenu v USA předává americký prezident.

EFQM excellence model je nejuspěšnější evropský nástroj řízení firem. Byl vyvinut nadací EFQM založenou 14 evropskými zejména automobilovými koncerny v reakci na zaostávání Evropy za USA a Japonskem. V dnešní době jej používá více než 30.000 firem, od největších koncernů, po drobné firmy s méně než 10 zaměstnanci. Efektivita EFQM modelu je dokázána dlouhodobými statistikami, které uvádí 48% (u velkých organizací) a 63% (u malých organizací) nárůst zisku a téměř 40% nárůst obrátu, ve srovnání s kontrolní skupinou.

Funkčnost EFQM modelu se osvědčila i u nekomerčních organizací - ve veřejné správě, zdravotnictví, policii, armádě a školství.



Předseda Senátu Přemysl Sobotka předává Národní cenu kvality ČR



Prezident George W. Bush předává cenu kvality USA (cena Malcolma Baldridge)



www.narodnicena.cz



Sdružení pro oceňování kvality  
Drahobejlova 1452/54, 190 00 Praha 9  
Tel.: 266 109 811, fax: 284 819 742  
info@scj-cr.cz, www.scj-cr.cz



# Poptávka po malých městských vozech v Evropě stále roste

Kolín a čtyři písmenka TPCA. Každý ví, oč jde. Region a firma, která produkuje malá auta. Také spousta chvály na rozmanité programy, které k této společnosti patří. Možná i vy jste si položili otázku, jak si povede takový výrobce, když všude kolem vás jsou slyšet stesky související s finanční a ekonomickou krizí ve světě. Chystá se i zde omezení produkce? Bude se snižovat počet zaměstnanců? Začne se propouštět? Utlumí se některé projekty? Zlevní se auta? Odpovědi jsem připravila s viceprezidentem jmenované společnosti Bernardem Millionem-Rousseaum:

Světová finanční krize postupně proniká do hospodaření i vizí řady firem. V jakých souvislostech spatřujete tyto záležitosti ve společnosti TPCA v ČR?

Finanční krize zatím neovlivňuje plány TPCA tolik jako v jiných automobilkách. Důvod je prostý: Poptávka po malých městských vozech v Evropě stále roste, od začátku roku 2008 stoupla o 20 %, zatímco v jiných segmentech jdou prodeje dolů.

Automobilový průmysl je do značné míry indikátor ekonomiky – informace z USA a Evropy naznačují, že se nehoupou jen banky, ale právě také obor, který reprezentujete. Jak to zasáhne vaše podnikání u nás?

Díky dobrým výsledkům výroby je našťastí finanční situace TPCA stabilní, i výhledově. Momentálně nás mnohem více zajímají omezení v oblasti kamionové dopravy, protože naše výroba a dodávky jedou standardně v pátek večer,



viceprezident TPCA Bernard Million-Rousseau

v sobotu přes den i v neděli večer. Navrhované páteční omezení znamená vysoké investice nejen pro TPCA, ale i pro další firmy v České republice a zvýšené náklady na dopravu.

Hodně sážete na ekologii, a to je rovněž o investicích. Přibrzdíte?

Životní prostředí je jednou z hlavních priorit TPCA. Na rok 2009 máme nastaveny zcela konkrétní cíle v oblastech snižování emisí, využívání energií a vody nebo redukce a recyklace odpadů. Těchto cílů nemůžete dosahovat jen díky velkým investicím. V TPCA aplikujeme princip neustálého zlepšování

(kaizen), který je spíše o drobných zlepšeních, o tom dělat věci efektivněji, a máme v tom prokazatelné výsledky.

Stejně tak jste doposud značné prostředky věnovali na to, aby sociální zázemí zaměstnanců bylo nadstandardní. Bude se něco měnit?

Pokud jde o mzdy, chceme i nadále patřit mezi 25 % top firem. S tím souvisí také benefity. Zahájili jsme jednání s odbory o platech v příštím roce, kdy bereme v potaz i složitou situaci ve světě. Výsledky jednání budeme nejspíš znát v březnu.

Jak vlastně snižujete „zbytečné“ náklady, v nově postavené fabrice to asi není tak jednoznačné...

V TPCA aplikujeme Toyota Production System, takže pro nás je snižování nákladů nikdy nekončící proces.

Nedávno jste vyrobili miliontý automobil – jak úspěšně se vaše auta prodávají?

Miliontý auto jsme vyrobili 1. prosince. Jubilejní vůz v rekordním čase je výsledkem úspěšné spolupráce dvou předních světových automobilek, České republiky, kolínského regionu a našich zaměstnanců. Od začátku výroby v roce 2005 zažívají všechny naše modely (Toyota Aygo, Peugeot 107 a Citroën C1) vzrůstající zájem zejména mezi mladými Evropany. Našimi klíčovými trhy jsou Itálie, Francie, Německo, Velká Británie a Nizozemsko, které v souhrnu reprezentují tři čtvrtiny našich prodejů. V roce 2008 vyrobíme přes 320 000 vozů a odhady od všech tří značek jsou na stejné úrovni i pro rok 2009.

Budete reagovat na cenové pohyby na českém trhu?

To je spíš dotaz pro česká prodejní zastoupení jednotlivých značek.

Neodpustím si otázku týkající se vašeho jména. Mít v něm slovíčko Million není k zahazení. Přineslo vám již štěstí?

Nevím.

otázky připravila Eva Brixí

## Hyundai i30 již české auto

Zahájením sériové výroby vozu Hyundai i30 v Moravskoslezských Nošovicích se Hyundai i30 stane českým autem. Od listopadu tak mají zákazníci značky Hyundai možnost si zakoupit první český automobil Hyundai i30.

Mimo jiné je připravena i speciální limitovaná série Hyundai i30 s názvem „Made in CZ“.

Tato série v počtu pouhých 300 kusů bude vyrobena v barvách české trikolory, červené, modré a bílé. V nabídce bude tento model se zážehovým motorem o obsahu 1,4 l a výkonem 89 kW resp. 109 koní s pětistupňovou manuální převodovkou a exkluzivní výbavou včetně klimatizace a osmi aigbagů za cenu 333 000 Kč vč. DPH. V případě přestavby na kategorii N1 pak jeho cena bude 296 822 Kč bez DPH.

(tz)



► pokračování ze str. 11

„Hospodářská komora České republiky je připravena ve spolupráci s Ministerstvem financí podat „pomocnou ruku“ v období před přistoupením ČR do eurozóny zejména malým a mikro podnikatelům, a to i vydáním příručky obsahující návod na přípravu pro zavedení eura ve firmě. Současně pracuje na kodexu férových cen, jehož cílem bude především chránit v období přechodu na novou měnu spotřebitele,“ dodal prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

(tz hkčr)

## Zástupci Svazu chemického průmyslu jednali na Hradě

Prezident Václav Klaus přijal v listopadu na Pražském hradě zástupce Svazu chemického průmyslu České republiky, Pavla Švarce a Ladislava Nováka, kteří ho seznámili s možnými dopady Klimaticko-energetického

balíčku Evropské komise, obzvláště pak s navrhovaným systémem obchodování s emisními povolenkami. Celý systém je velmi byrokratickou a obrovsky nákladnou procedurou, která může vést až k likvidaci sektoru chemie

v České republice. Prezident republiky vyslovil zástupcům Svazu svou podporu a vyzval je k pevnému postoji při jednání o navrhovaných legislativních návrzích.

(tz)

## Import VOLKSWAGEN Group předal českému státu vozy Volkswagen a Audi pro předsednictví EU

Téměř pět desítek automobilů značek Volkswagen a Audi, které budou sloužit jediným představitelům při českém předsednictví EU, převzal v listopadu v Praze místopředseda české vlády Alexandr Vondra od generálního ředitele společnosti Import VOLKSWAGEN Group (IVG) Rudolfa Javurka.

Český stát zaplatí za zapůjčení 40 minibusů

Volkswagen Multivan, čtyř limuzín Audi A8 a stejného počtu limuzín Volkswagen Phaeton symbolickou jednu korunu.

„Import VOLKSWAGEN Group má se zajišťováním podobných služeb dlouholeté zkušenosti,“ uvedl Rudolf Javurek při předání vozů v areálu společnosti Porsche Prosek, která je autorizovaným prodejcem vozidel koncernu Volkswagen.

„Značky Volkswagen a Audi se skvěle osvědčily např. v rámci pražského summitu NATO či později zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky. Jsme si jisti, že i tentokrát odvedou vynikající práci, a přispějí tak k vynikajícím výsledkům českého předsednictví EU.“

Import VOLKSWAGEN Group je největším dovozcem automobilů do ČR. Ročně na českém trhu prodá více než 20 tisíc automobilů značek Volkswagen, Volkswagen Užitkové vozy, Audi a SEAT.



Alexandr Vondra, místopředseda vlády ČR a Rudolf Javurek, generální ředitel společnosti Import VOLKSWAGEN Group



Největší část z flotily tvoří 40 minibusů Volkswagen Multivan



Dušan Blaško, vedoucí divize Volkswagen Užitkové vozy IVG, Alexandr Vondra, místopředseda vlády ČR a Rudolf Javurek, generální ředitel IVG



# Podnikatelské úvěry...

Úvěry Poštovní spořitelny pro podnikatele se těší stále větší oblibě. Jejich objem k září narostl oproti minulému roku téměř o čtvrtinu. Klienti přitom oceňují hlavně výhodné podmínky poskytnutí.

„Výsledky do září tohoto roku jsou vynikající. Narostl objem úvěrů, stejně jako jejich počet, který se zvýšil o 11 %,“ zhodnotil úspěšná čísla manažer segmentu malých a středních podnikatelů Tomáš Basista. Nejčastěji využívají nabídky půjček podnikatelé v Praze, kde Finanční centra PS evidují celou pětinu z objemu všech poskytnutých SME úvěrů.

Ani ostatní kraje ovšem nezůstaly pozadu, v počtu klientů se Praze blíží například Moravskoslezský či Západočeský kraj, kde je dokonce největší zájem o povolené přečerpání účtu v celé ČR.

Více než polovinu peněz si podnikatelé od PS půjčili přes splátkové komerční úvěry, jejichž počet i objem je překvapivě nejvyšší v Moravskoslezském kraji. „Naši zákazníci ale

nejčastěji volí povolené přečerpání účtu nebo kreditní kartu. Tyto možnosti tvoří dvě třetiny z celkového počtu poskytnutých SME úvěrů. Podnikatelé je využívají především ke každodennímu nakupování a řešení dočasného nedostatku peněz,“ vysvětlil T. Basista.

Poštovní spořitelna má hned několik nabídek čerpání peněz, kterých mohou podnikatelé využít. Malý podnikatelský úvěr představuje půjčku až 500 000 korun s maximální dobou splatnosti 5 let, a to bez prokazování účelu. K čerpání větší částky je vhodný Malý investiční úvěr, s kterým může klient získat až 8 milionů korun s dobou splatnosti až 15 let. Možnost kdykoli a okamžitě si půjčit pak nabízí povolené přečerpání na podnikatelském účtu Postkonto, a to až do výše 5 milionů korun. Klienti navíc mohou využít také nabídky kreditních karet.

Dlouhodobým cílem Poštovní spořitelny je stát se hlavní bankou nejen pro občany, ale také živnostníky a podnikatele.

(tz)

## Povinné ručení v Česku patří ve střední Evropě stále k nejlevnějším

Motoristé v České republice platí za povinné ručení svých vozidel většinou méně peněz než jejich kolegové v jiných zemích střední Evropy. Vyplývá to ze srovnání výše pojistného, které hradí motoristé za pojištění stejných vozidel v Česku, na Slovensku, v Polsku a Maďarsku, tedy v zemích, kde v rámci středoevropského regionu působí Skupina KBC, mateřská společnost ČSOB Pojišťovny.

Srovnání se týkalo cen povinného ručení pro tři různé osobní automobily – Ford Focus, Renault Grand Modus a Škoda Octavia, s nimiž jezdí tři různí řidiči a která jsou pojištěna u čtyř pojišťoven ze Skupiny KBC: u ČSOB Pojišťovny, slovenské ČSOB Poistovňa, polské pojišťovny Warta a maďarské pojišťovny K&H. Pro výpočet přitom byla použita identická kritéria, jak pokud jde o parametry pojišťovaných vozidel, tak pokud jde o charakteristiku jejich provozovatelů.

Z provedeného srovnání vychází, že nejdražší povinné ručení mají řidiči v Polsku, naopak klienti ČSOB Pojišťovny platí zpravidla nižší částky; na nižší cenové hladině je v některých případech také pojištění u maďarské K&H.

„Porovnávat ceny povinného ručení v různých zemích je ovšem mimořádně obtížné, protože pojišťovny mají odlišný přístup k segmentaci klientů,“ řekl Jaroslav Král, ředitel odboru řízení produktů neživotního pojištění ČSOB Pojišťovny.

Všechny čtyři pojišťovny Skupiny KBC působící ve střední Evropě zohledňují při stanovení výše pojistného objem motoru vozidla, bydliště provozovatele či způsob použití vozidla a všechny také uplatňují systém bonusů za bezškodný průběh pojištění. V dalších kritériích se však často liší. Zatímco ČSOB Pojišťovna například cenově zvýhodňuje majitele starších vozidel, polská Warta bere v úvahu mimo jiné značku vozidla a dobu vlastnictví řidičského průkazu a slovenská ČSOB Poistovňa zohledňuje i výkon motoru vozidla nebo stáří řidiče. Rovněž škála bonusů se v jednotlivých zemích visegrádské čtyřky značně liší.

### Porovnání cen povinného ručení ve střední Evropě

(u pojišťoven Skupiny KBC)

vozidlo 1: Ford Focus rok výroby: 2008  
objem motoru: 1596 ccm věk řidiče: 40 let  
výkon motoru 74 kW děti: 2  
způsob použití: pro soukromé účely bonus: 0 %  
bydliště: město s méně než 100 000 obyvateli (v ČR například Teplice – okres bez cenového zvýhodnění za nižší rizikovitost)

Pojistitel / stát	Pojistné v CZK	Pojistné v EUR
WARTA / PL	9010,-	365,-
ČSOB Poistovňa, a.s. / SK	8854,-	359,-
K&H / H	6417,-	260,-
ČSOB Pojišťovna, a.s. / CZ	6324,-	256,-

vozidlo 2: Renault Grand Modus rok výroby: 2007  
objem motoru: 1149 ccm věk řidiče: 24 let  
výkon motoru 55 kW děti: 0  
způsob použití: pro podnikatelské účely bonus: 0 %  
bydliště: město s více než 150 000 obyvateli (v ČR například Ostrava – okres bez cenového zvýhodnění za nižší rizikovitost)

Pojistitel / stát	Pojistné v CZK	Pojistné v EUR
WARTA / PL	9 547,-	387,-
K&H / H	5 369,-	217,-
ČSOB Pojišťovna, a.s. / CZ	4 476,-	181,-
ČSOB Poistovňa, a.s. / SK	3 285,-	133,-

vozidlo 3: Škoda Octavia combi rok výroby: 2004  
objem motoru: 1896 ccm věk řidiče: 33 let  
výkon motoru 77 kW děti: 1  
způsob použití: pro podnikatelské účely bonus: 20 %  
bydliště: město s méně než 50 000 obyvateli (v ČR například Znojmo – okres s cenovým zvýhodněním za nižší rizikovitost)

Pojistitel / stát	Pojistné v CZK	Pojistné v EUR
ČSOB Poistovňa, a.s. / SK	8 275,-	335,-
WARTA / PL	7 445,-	301,-
ČSOB Pojišťovna, a.s. / CZ	7 114,-	288,-
K&H / H	3 743,-	152,-

Pozn.: pojistné bylo přepočteno kurzem 1 EUR = 24,70 CZK

(tz)

## ČSOB a Poštovní spořitelna pomáhají financovat projekty svých zaměstnanců v neziskových organizacích

ČSOB a Poštovní spořitelna začaly podporovat své zaměstnance, kteří jsou aktivní v neziskovém sektoru. Letos poprvé mohl každý zaměstnanec, který už alespoň rok působí v nějaké neziskové organizaci, požádat o peníze na jednu konkrétní aktivitu této organizace. Pro tyto účely byl nově zřízen Grantový fond ČSOB a Poštovní spořitelny. V prvním ročníku bylo podáno celkem 47 žádostí o grant. Podpořeno bylo 33 projektů po celé ČR, a to částkou přesahující 870 tisíc korun.

„V ČSOB i Poštovní spořitelně pracuje hodně lidí, kterým

není jejich okolí lhostejné. Mnoho z nich se také již delší dobu aktivně zapojuje do činnosti nějaké neziskové organizace. Rozhodli jsme se jim v jejich aktivitách pomoci tím, že jim umožníme vypracovat si projekt, který „jejich“ neziskové organizaci pomůžeme financovat,“ komentovala vznik Grantového fondu Pavlína Folvská, manažerka pro společenskou odpovědnost ČSOB.

Podmínkou pro přihlášení bylo připravit takový projekt, který je možné realizovat do jednoho roku.

(tz)

## Krise se jich nedotkla

ČSOB Leasing, leasingová jednička českého trhu, uzavřel v období od ledna do konce září 2008 v oblasti operativního leasingu o 73 % více obchodů než za první tři čtvrtletí loňského roku. Objem úvěrových obchodů vzrostl meziročně o 70 %. Potvrdil se trend rychlého rozvoje těchto produktů projevující se už od počátku roku. S celkovým obratem 17 miliard korun dosáhla společnost za devět měsíců letošního roku přibližně stejného objemu obchodů jako ve stejném období loňského roku. Současná turbulence na finančních trzích tedy na výsledky společnosti ČSOB Leasing nemá negativní dopad.

Nejvíce zákazníků ČSOB Leasing využívá stále finanční leasing, který má s 55 % nejvyšší podíl na objemu obchodů. „Finanční le-

asing nejčastěji využívají podnikatelé a význam tohoto produktu v souvislosti s omezováním dostupnosti bankovních úvěrů poroste. Leasing plnil tuto substituční roli již počátkem devadesátých let a díky tomu se stal oblíbeným a masově využívaným produktem,“ potvrzuje Karel Bouček, generální ředitel ČSOB Leasing.

Operativní leasing je produkt s nejvyšší dynamikou růstu. Ten se v průběhu letošního roku zvýšil na 73 %. ČSOB Leasing jako univerzální společnost nabízí v rámci operativního leasingu pod obchodní značkou ČSOB Autolease ucelenou řadu produktů a služeb (operativní leasing bez služeb, full service leasing, fleet management a leaseback) pro financování a správu všech komodit. V oblasti operativního leasingu zaujímá ČSOB Leasing třetí místo na trhu.

(tz)

## Stavební spoření: bezpečný produkt a jistota pevné úrokové sazby úvěru

Otázkou, jak ukládat finanční prostředky, aby se co nejlépe zhodnocovaly, se zabývá každý. V dobách finanční nejistoty se vyplatí spolehnout na tradiční a ověřený produkt: stavební spoření. S ním se dá výhodně spořit se zhodnocením až 6,94 % ročně a nezanedbatelný je i fakt, že klienti již v okamžiku podpisu smlouvy znají výši úrokové sazby úvěru – v budoucnu mohou čerpat úvěr ze stavebního spoření s pevnou roční úrokovou sazbou 3,7 % ročně v tarifu Atraktiv.



### JAKÉ VÝHODY MÁ STAVEBNÍ SPOŘENÍ?

Kromě výše zmíněných výhod je podstatné, že úroky z vkladů jsou osvobozeny od daně z příjmů a kromě toho jsou i pojištěny, což je v dnešní době velkou devizou.

Klienti jistě ocení přístup k široké nabídce překlenovacích úvěrů pro okamžité financování bydlení a možnost čerpat v budoucnu úvěr ze stavebního spoření s pevnou roční úrokovou sazbou 3,7 % v tarifu Atraktiv.

### PROČ VYUŽÍT K FINANCOVÁNÍ BYDLENÍ PŘÁVĚ ÚVĚRY ZE STAVEBNÍHO SPOŘENÍ?

Pravdou je, že jen málokdo si může dovolit financovat bydlení z vlastních zdrojů. Ať bude v budoucnu rekonstruovat nebo požítovat bydlení, již dnes zná výši úrokové sazby, kterou bude moci využít. Úvěry ze stavebního spoření jsou bezpečné, klienti totiž mají garantované pevné úrokové sazby a znají výše měsíčních splátek až do úplného splacení. Sazby jsou nezávislé na tržních úrocích.

### KDY SE VYPLATÍ POŘADIT SI STAVEBNÍ SPOŘENÍ?

V podstatě kdykoli a dá se říci, že co nejdříve. Například Českomoravská stavební spořitelna pořádá do konce roku několik mimořádných akcí, kdy mohou klienti získat prémii. Ke stavebnímu spoření je možné do konce roku získat prémii až 1500 Kč a pro děti do jednoho roku věku až 3000 Kč.

### JAK MOHU PRÉMII ZÍSKAT?

Nejlépe je obrátit se na některého ze zkušených finančních poradců ČMSS. Ti vždy hledají optimální řešení na míru potřeb každého klienta. V předvánočním hektickém čase je jistě výhodou i to, že klienti nemusejí za nimi, naopak – finanční poradci mohou po domluvě za klientem přijít v podstatě kdykoli a kamkoli. Více informací klienti naleznou také na www.cmss.cz.



# Zákazník nemusí běhat po prodejně a hledat biopotraviny

**Biopotraviny. Znovu nacházíme to, co bylo pro naše předky přirozené. Zušlechťujeme produkty civilizace, vracíme se k přírodě. V myšlenkách i na talíři. Učíme se zdravě žít. Moc nám to nejde, pravda. Objednat ledničku nebo velký nákup přes internet v klidu u počítače je pohodlnější i časově úsporné stejně tak jako dělat předsevzeť na začátku nového roku. Člověk se u toho nemusí hýbat a má všechno... Málo fyzicky pracujeme, málo sportujeme a lákadel na naše chuťové buňky je víc než dost. O zdravém životním stylu si spíše rádi povídáme, než se ho snažíme uplatnit. Přesto tu jsou první vlaštovky, které nás navigují, jak k takovému životnímu stylu přispět ve velkém. Jsou to aktivity COOP Centra družstva, nákupní centrály, která svým sortimentem zboží zásobuje převážně družstevní prodejny u nás. Jeho odborníci se přesvědčili, že má-li si zákazník z čeho vybrat, rád po BIO produktech, tedy potravinách, sáhne. Jsou-li na dosah, nepohrdne. Určitě i nyní, před Vánocemi, jsou bio potraviny více než atraktivní – dají se z nich připravit krásné dárkové balíčky. Nápad BIO je zdánlivě jednoduchý, avšak do detailu propracovaný. Proto zabodoval. O zkušenostech však více Ing. Josef Holub, ředitel COOP Centra družstva:**



**Není to tak dávno, co jste českému trhu nabídli bohatý sortiment biopotravín. Jak se kupují?**

Je to velmi různorodé, záleží na umístění a velikosti prodejny. Ve větších prodejnách máme slušné prodeje. Např. TIP Jihlava. V menších městech a obcích je prodej nižší. Mimo letních prázdnin, kdy došlo k nárůstu, jsou prodeje v ostatních měsících celkem vyrovnané.

**A jak na ně reagovali zákazníci zpočátku a jak je přijímají dnes?**

Zpočátku se zákazníci s naší novinkou seznamovali. Vedla je zvědavost, co to vlastně prodáváme. Koupili i ti, co BIO potraviny do té doby nenakupovali a nekupují. Zůstali ti, kteří o těchto potravinách již věděli, měli a mají zájem je nakupovat. Hodně nakupují cizinci, rodiny s dětmi a na venkově často chalupáři z větších měst.

**Co vám osobně nejvíce z bio chutná?**

Já mohu mléčné výrobky, různá semena, sušenky, čaje atd.



**Která skupina klientů má k tomuto zboží nejvřelejší vztah?**

Na takovou otázku se odpovídá celkem jednoduše. To není nic nového. Kopíruje to celostátní vzorek. Jsou to majetnější občané, mladí lidé, rodiny s dětmi a podle možnosti i nemocní.

**Co prodáváte nejvíce a proč? V jakých prodejnách spotřebních družstev se vlastně s BIO zbožím můžeme setkat?**

Nejvíce jdou na odbyt semena slunečnicová a dýňová, křupky a kukuřičné lupínky, čaje, rozinky, špaldové chlebičky, sušenky, třtinový cukr, špaldové krekry se sezamem, sojovou omáčkou, FIT BIO jablčňáky a meruňkové atd. Dobře se prodává Hostětínský jablčňák, špaldová celozrnná mouka, kuskus, mléko a další mléčné výrobky. V družstevních prodejnách jsou dobře prodávány výrobky s nižší maloobchodní cenou a podobně racionální výživě.

K dnešnímu dni je do BIO programu zapojeno 445 prodejen. Jde hlavně o řetězcové prodejny Tuty, TIP, TERNO, TREFA, COOP Diskont, ale i některé prodejny nezařazené v řetězcích.

**Oč rozšíříte nabídku před Vánocemi? Přijde na řadu například biočokoláda – kolekce figurek na stromeček, nové čaje, biovánoční pečivo, biokapr či biovepřové na „zdravější“ řízky?**

Vzhledem k tomu, že přece jenom na prodejnách zatím fungujeme zhruba 10 měsíců a snažíme se „usadit“ našich cca 45 závazných výrobků, nepředpokládáme nyní další rozšiřování tohoto základního sortimentu. Mimo toho, co jsem jmenoval v předchozí odpovědi, máme v naší širší nabídce dva druhy čokolády, bílé a červené víno, a třeba i sušené ovoce. Na tak široký sortiment, o jakém

jste se zmínila, zatím nemáme všude podmínky. Nebráníme však prodejnám si z nabídky objednat, pokud zákazník bude mít zájem.

**Váš projekt se jednoznačně ujal – co bylo hlavním důvodem? Jeho načasování, které vyšlo vstříc „hladovějícímu zákazníkovi“, odhad trendů, dobrá propagace?**

Ano projekt se ujal, ale nejsme bez problémů. Je to vše o lidech a o penězích. Ne všichni pochopili, o co v této době jde. Když nám to nenese, tak proč to dělat? I takové názory se objevují. Naštěstí jsou tyto hlasy v menšině. Domnívám, že rozhodujícím důvodem, proč se tento projekt rychle dostal do života, byla rychlost, připravenost a vlastní promyšlená organizace až po prodejny.

Určitě boduje i to, že zboží máme soustředěné v jednom regále. Zákazník nemusí běhat po prodejně a hledat biopotraviny. Dále je v regále zboží pro celodenní stravu – od snídaně až po večeři. To se nám ukázalo také jako nesporná výhoda. Prodejny obdržely se zbožím veškeré pokyny, jak organizační, informační, tak propagační. V manuálu měly veškeré potřebné logistické údaje k zahájení prodeje.

A výsledek? Za dva měsíce začalo prodávat BIO potraviny 377 prodejen. Současně jsme rozjeli propagační kampaň, jak uvnitř družtev, tak vně. V Brně na SALIMÉ jsme měli stánek zaměřený na BIO potraviny.

Reakce byly znamenité. Potěšilo nás to i pozvudilo.



**Snažíte se získat od spotřebitelů nějakou zpětnou vazbu, hodnocení biopotravín, které nabízejí družstevní prodejny?**

Samozřejmě, každé čtvrtletí vyhodnocujeme prodeje BIO výrobků. Možná stojí za to připomenout, že od zahájení prodeje BIO výrobků máme již 3. etapu. Podle toho, po čem je největší poptávka, provádíme změny v sortimentu.

Celkem máme v nabídce 80 výrobků, ale jen 45 je závazných pro všechny prodejny. Jsme si vědomi, že v jednotlivých regionech mohou být rozdílné požadavky. Pravidelně máme informace od dodavatelů, družstev a některých prodejen. Z toho jasně vidíme, co se kde kupuje, po čem je poptávka, jak se spotřebitel chová.



Ing. Josef Holub, ředitel COOP Centra družstva

**Udržet tento program na úrovni je pravděpodobně hodně náročné i na vaši centrálu – věříte dodavatelům?**

Už jsem se zmínil, že tento program není jednoduchý. Máme BIO prodejny po celé republice. Zájmy jsou o toto zboží opravdu různé. Celkem je zapojeno do BIO programu přes 30 družtev.

Zabezpečit sortiment, který se dobře prodává třeba v Plzni a Mikulově, je složité.

Ještě větší problém je s velikostí prodejen. Takže i zapojení prodejen je různorodé. Bio program realizujeme v prodejnách s obrátem 1 milion korun i menších, ale také naopak v prodejnách s několikamilionovým obrátem.

Přesto se snažíme najít pro naše prodejny to nejlepší. S dodavateli zatím zásadní problémy nemáme.

**Zajímavé výrobky vznikají z konopí, například pivo, čokoláda, chléb. Uvažovali jste také o jejich zařazení?**

Čokolády máme zařazené. Ostatní zatím ne.

**Věrnost zákazníka je pro každého obchodníka nejkrásnější odměnou. Myslíte si, že by se ujal určitý program právě v souvislosti s prodejem biopotravín? Provázaný v budoucnosti například se službami dietologa, praktického lékaře, lékárny, fitnesscentra apod.?**

Ano, určitě. Bez těchto forem prodej biopotravín sice poroste, ale pomaleji. Je potřeba zintenzivnit propagaci. Spojení s praktickým lékařem, dietologem a třeba lékárníkem je správné, ale chce to masivější přístup. Např. BIO do škol, školek, nemocnic.

BIO musí zasáhnout daleko širší veřejnost, než je tomu v současnosti. Bude to ku prospěchu nás všech.

**COOP Centrum družstvo – nákupní centrála spotřebních a konzumních družstev**

[www.coop.cz](http://www.coop.cz)

za informace a fakta poděkovala Eva Brixí

## Vánoční nákupy a slevy – přibude rekordní množství elektroodpadu

Na velký nápor se musejí letos po Vánocích připravit sběrná místa určená ke sběru starých elektrozařízení. Češi totiž plánují nakoupit v období kolem konce roku rekordní množství nových elektrospotřebičů a těch starých se budou naopak ve velkém zbavovat.

„Očekáváme, že se v lednu a únoru v mezinárodním srovnání zvýší množství zpětně odebrané elektroniky až o tři čtvrtiny. Výsoký nárůst zaznamenáváme již letos, kdy se zvětšilo množství odevzdaného elektroodpadu k recyklaci o 60 %. I díky tomu Česko letos splní závazek k EU, tedy zajistit recyklaci 4 kg elektroodpadu na každého občana,“ sdělil Petr Kubernát, marketingový ředitel kolektivního systému REMA Systém.

O tom, že Češi koncem roku hodlají ve velkém políčit na elektroniku, vypovídají i nezávislé

přůzkumy. Podle společnosti TNS AISA chce letos rekordních 60 % Čechů využít povánočních a novoročních slev k nákupu hodnotných věcí, zejména elektroniky a bílé techniky. Loni to přitom byla polovina lidí. Ještě před Vánoci budou lidé ve velkém nakupovat elektroniku pod stromeček a podle obchodníků se mají jedním z největších hitů letošních vánočních stromků stát malé notebooky.

Na začátku roku tak lidem podle P. Kubernáta „zbudou“ odhadem desítky tisíc vysloužilých elektrospotřebičů. „Ještě před dvěma, třemi lety bylo množství elektroodpadu bylo těžké zvládnout. Chyběl totiž dostatek sběrných míst a lidé měli málo informací o tom, kde jsou umístěna. Situace se ale výrazně zlepšuje. Kromě tradičních sběrných dvorů a speciálních veřejných kontejnerů totiž mají povinnost odebrat vysloužilé elektrospotřebiče

i prodejci elektro a mobilních telefonů. Téměř tři sta sběrných míst pak letos vzniklo v tuzemských podnicích v rámci projektu „Zelená firma“. „Vzít starý mobil či notebook a odevzdat jej k recyklaci přímo ve firmě může být pro lidi to nejjednodušší řešení,“ sdělil Petr Kubernát. Další sedm set sběrných míst pak letos vzniklo v obcích v rámci programu „Zelená obec.“

Podle P. Kubernáta množství elektroodpadu určeného k recyklaci stoupá nejen díky zvýšenému počtu sběrných míst, ale i s ohledem na rostoucí odpovědnost lidí.

**O kolektivním systému sběru a likvidace elektroodpadu – REMA Systém**

REMA Systém je neziskově hospodářící akciová společnost, která vznikla pro splnění po-

vinností daných novelou zákona o odpadech. Systém byl založen 14. února 2005, jako první kolektivní systém v České republice. Vznik REMA Systému iniciovali největší dovozci a výrobci informačních technologií a telekomunikací v ČR. Impulzem k jeho založení byla novelizace zákona č. 185/2001 Sb., o odpadech. Ten dává od 13. srpna 2005 za povinnost výrobcům a dovozcům elektrozařízení vytvořit systém, který je povinen zajistit a financovat zpětný odběr, zpracování a ekologicky šetrné odstranění elektrozařízení. REMA Systém je držitelem certifikátů ISO 9001 a ISO 14001.



Hlavním smyslem činnosti REMA Systému je ochrana životního prostředí. Za tímto účelem REMA Systém zajišťuje organizaci sběru, třídění, nakládání a recyklaci v celé České republice. (tz)



# Statistika: Investoři hledají nájemní haly, malý je zájem o brownfieldy



**V České republice razantně stoupá zájem o haly připravené k pronájmu investorům. Oproti roku 2007 narostl počet poptávek po těchto prostorech do letošního třetího čtvrtletí o 6 %. Nájemní haly tak hledá už 43 % nových investorů. Přesně polovina společností pro své podnikání v České republice chce koupit připravené pozemky v průmyslových zónách. Podíl pozemků v zónách na celkové poptávce ovšem dlouhodobě klesá. 7 % investorů se zajímá o brownfieldy. Vyplývá to ze statistik poptávky po podnikatelských nemovitostech agentury CzechInvest.**

„Stoupající podíl nájemních hal na celkovém počtu poptávek po nemovitostech pro podnikání je další ukázkou sblížení naší ekonomiky se starými členskými zeměmi EU, kde naprostá většina nových investic míří právě do nájemních prostor,“ dodala Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest.

„Do České republiky míří stále větší počet relativně menších, ovšem technologicky náročných investic, které právě nájemních prostor dokonale využijí – potřebují začít podnikat co nejrychleji, a navíc je nájem oproti stavbě vlastní budovy často cenově výhodnější. Kromě toho, anglosaské finanční zásady říkají, že ve výkazech o hospodaření podniku jsou mnohem přijatelnější náklady na měsíční nájem než stavba nové budovy,“ pokračovala A. Rudyšarová.

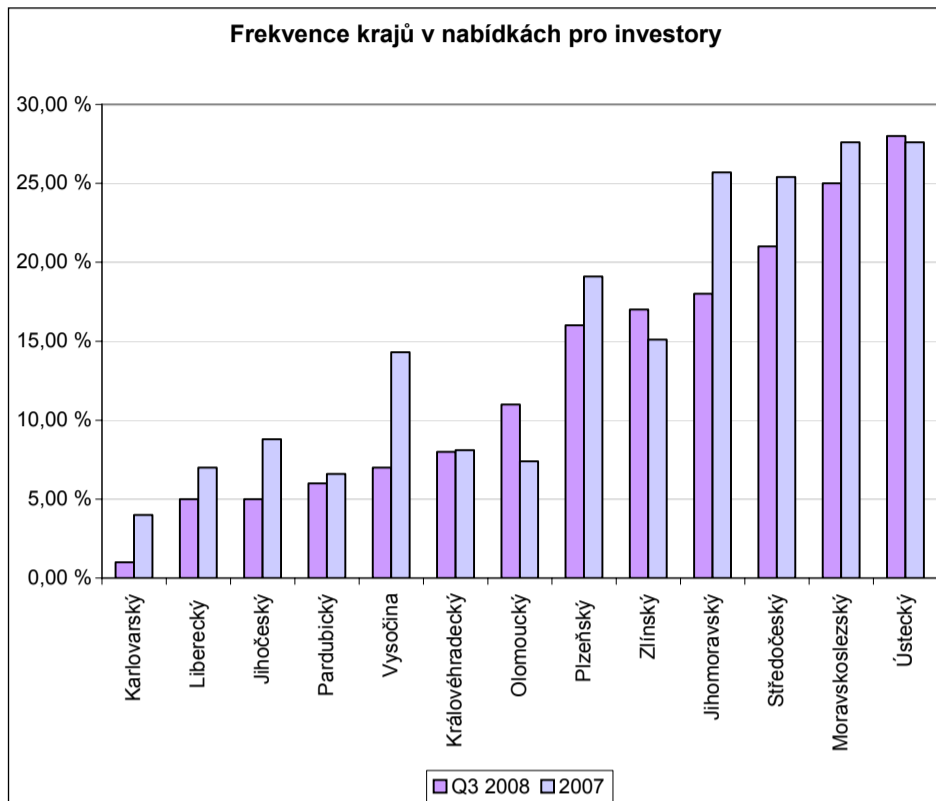
Agentura CzechInvest proto uspořádala cyklus setkání, seminářů a přednášek ve všech krajích České republiky, na kterých potenciálním investorům, majitelům brownfieldů nebo zástupcům státní správy a samosprávy i široké veřejnosti ukazovala, kde dotace získat a na co se při regeneraci zaměřit. „Kromě toho byly tématem i možnosti oživení přímo konkrétních lokalit. Pomáhá nám k tomu naše zcela nová Národní databáze brownfieldů, která je volně dostupná každému na adrese [www.brownfields.cz](http://www.brownfields.cz). Obsahuje detailní popis mnoha desítek opuštěných lokalit. I když vznikla teprve na začátku roku, už dnes podrobně mapuje přes tři stovky areálů,“ zdůraznila A. Rudyšarová.

### Nejžádanější je Morava

Statistiky poptávek po podnikatelských nemovitostech také ukazují, že největší zájem mají investoři stále o Ústecký a Moravskoslezský kraj, tedy o regiony s nejvyšší nezaměstnaností v České republice. Na třetí místo se v letošním prvním pololetí vyvíhl Středočeský kraj, který vystřídal tentokrát čtvrtou jižní Moravu.

### Jen 7 % chce

Pouze 7 % investorů chce svůj nový podnik v České republice založit na území regenerovaného brownfieldu. „Proto je nutné brownfieldy aktivně nabízet, ukazovat jejich výhody a nevýhody a maximálně podporovat ožívování takových území,“ doplnila A. Rudyšarová.



### Klesá zájem o velké plochy

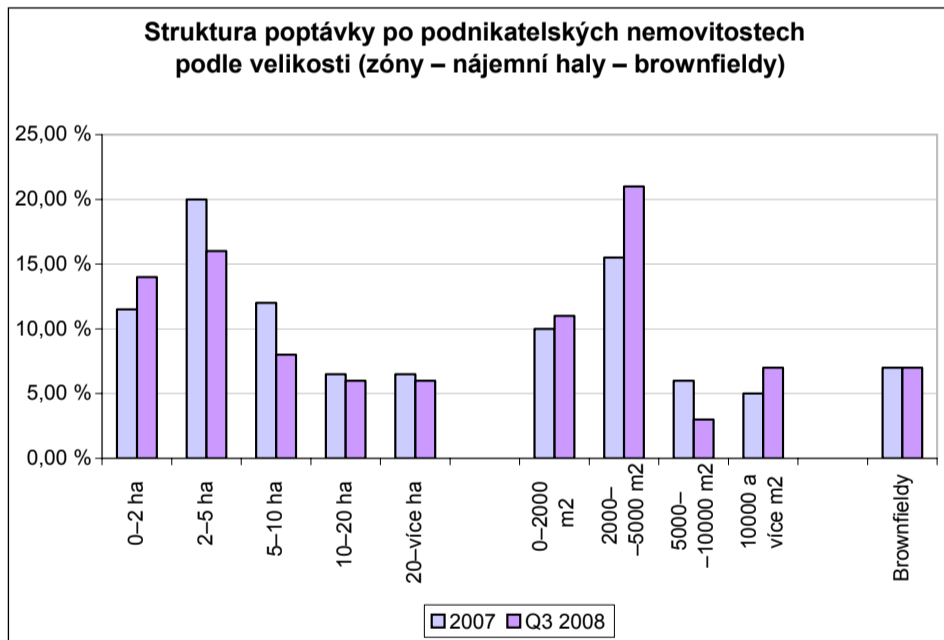
Mírně klesl zájem o velké plochy. A to jak pozemků, tak nájemních hal. Mezi investory, kteří hledají připravené plochy na průmyslových zónách, je největší zájem o pozemky od dvou do pěti hektarů, těsně následují podniky, které hledají méně než dva hektary.

Mezi nájemními halami jsou nejpoptávanější plochy od dvou do pěti tisíc metrů čtverečních, s odstupem následují investoři, kteří hledají haly o méně než dvou tisících metrech. Oproti loňskému roku tak především stoupla poptávka po nájemních halách od dvou do pěti tisíc metrů čtverečních, a to na úkor investic na připravených plochách v zónách.

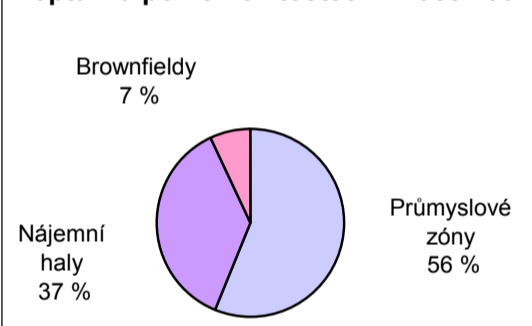
Agentura CzechInvest předložila do třetího čtvrtletí letošního roku celkem 211 nabídek nemovitostí na míru požadavkům a představám nových investorů do výroby, dalších čtyři desítky společností se zajímaly o kancelářské prostory. V současné době je v databázi agentury více než 320 podnikatelských nemovitostí, především průmyslových zón,

business parků, technologických a vědeckotechnických areálů nebo kancelářských prostor.

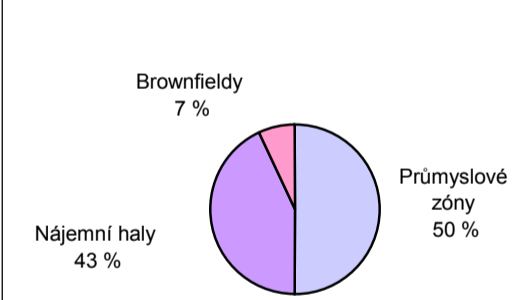
(tz CI)



### Poptávka po nemovitostech v roce 2007



### Poptávka po nemovitostech do třetího čtvrtletí 2008



## Dvě miliardy na úspory energií jsou k dispozici

**Od 14. listopadu až do konce února 2009 mohou podnikatelské subjekty posílat registrační žádosti o dotace z programu EKO-ENERGIE. V této již druhé výzvě v tomto programovacím období jsou pro úspěšné žadatele připraveny dvě miliardy korun.**

Program EKO-ENERGIE je součástí Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI) a navazuje na úspěšné programy z minulého programovacího období – Obnovitelné zdroje energie (OZE) a Úspory energie. Řídicím orgánem OPPI je Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, administraci dotací provádí agentura CzechInvest.

Cílem programu EKO-ENERGIE je podpořit aktivitu podnikatelů v oblasti snižování energetické náročnosti výroby a spotřeby primárních energetických zdrojů. „Snižování energetické náročnosti výroby vede k růstu konkurenceschopnosti českého průmyslu. A růst konkurenceschopnosti je v době hroziící recese na evropském a americkém trhu jednou z mála zbraní, jak čelit propadu odbytu,“ řekl k programu Lukáš Vymětal, ředitel divize Strukturální fondy agentury CzechInvest.

### Program Eko-energie podporuje tyto aktivity:

- Využití obnovitelných a druhotných energetických zdrojů – především výstavbu a rekonstrukci výrobních zařízení na výrobu a rozvod elektrické energie a tepla, které k výrobě využívají vodu, biomasu a druhotné zdroje energie.
- Zvyšování účinnosti při výrobě, přenosu a spotřebě energie – zejména modernizaci stávajících zařízení na výrobu energie pro vlastní potřebu, zavádění a modernizaci systémů měření a regulace, snižování ztrát v rozvodech elektřiny a tepla, zavádění kombinované výroby elektřiny a tepla nebo snižování energetické náročnosti a zvyšování energetické účinnosti výrobních a technologických procesů.

O dotaci v druhé výzvě programu EKO-ENERGIE mohou požádat malé a střední podniky pro všechny uvedené aktivity a také velké podniky, pokud budou chtít realizovat aktivity uvedené v bodu b).

Na jeden projekt mohou žadatelé získat dotaci ve výši půl milionu až 100 milionů korun, dotace může pokrýt náklady projektu z 30 až 60 %, podle podmínek výzvy a regionální mapy intenzity veřejné podpory platné pro období 2007–2013.

Žadatelé mohou zúčastnit zkušenosti společností, které získaly dotaci v programovacím období 2004–2006. V programu Obnovitelné zdroje energie, který byl určený na instalaci nebo rekonstrukci zařízení využívajících OZE, uspěla například společnost Stavotherm, stavební společnost, spol. s r. o., která zrekonstruovala zemědělský areál v obci Zavidov a začala realizovat výrobní program zaměřený na produkci kuřat. Společnost se zde dále rozhodla vybudovat bioplynovou stanici, v níž zužitkovává drůbeží trus k výrobě elektrické energie, k tomu využila dotaci ve výši přesahující 3,5 milionu korun (max. 46 % uznatelných nákladů).

Program Úspory energie podporoval opatření vedoucí k úsporám energetické náročnosti v oblasti výroby, přeměny a rozvodů energií. Jednalo se například o modernizace energetických zařízení, kombinovanou výrobu elektřiny a tepla, využití odpadního tepla, zateplení

objektů. Díky dotaci ve výši 3 miliony korun (max. 46 % uznatelných nákladů) zrealizovala společnost Pekařství Střelná, s. r. o. projekt, který jí umožní dosáhnout v prostorách výrobního závodu významné úspory tepelné energie a snížit emise CO<sub>2</sub>.

Registrační žádosti do programu EKO-ENERGIE budou přijímány výhradně prostřednictvím aplikace eAccount na internetové stránce CzechInvestu [www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org). Na ní jsou také dostupné aktuální informace o všech dalších programech administrovaných agenturou CzechInvest.

V případě dotazů mohou žadatelé kontaktovat zelenou informační linku o programech podpory podnikání 800 800 777, která je jim zdarma k dispozici každý všední den od 9 do 13 hodin. Své podnikatelské záměry a dotazy týkající se aplikace eAccount mohou zájemci o dotaci osobně či telefonicky konzultovat ve 13 regionálních kancelářích agentury CzechInvest, a to každý pracovní den od 8 do 17 hodin. Regionální kanceláře jsou v každém krajském městě, jejich seznam je k dispozici na <http://www.czechinvest.org/regionalni-kancelare>.

(tz)



# Brownfieldy ve Středočeském kraji:

## nulová šance pro klasické zemědělství a průmysl

**Až tisíc pět set brownfieldů, tedy nevyužívaných a zanedbaných lokalit, čeká na investory ve Středočeském kraji. Vedle chátrajících průmyslových areálů a opuštěných JZD jsou mezi nimi i bývalé vojenské budovy, cukrovary, cihelny, mlýny či malé zámky. Obce nebo podnikatelé na ně přitom mohou od Evropské unie a z národních zdrojů čerpat dotace v celkové výši několika desítek miliard korun. Jak granty získat a co regenerace brownfieldů přináší? To bylo tématem již jedenáctého ze série třinácti krajských seminářů agentury CzechInvest. Účast na seminářích je bezplatná a limitovaná jen kapacitou sálů. Přihlášky na [www.brownfieldy.cz](http://www.brownfieldy.cz).**

„Využití brownfieldů upřednostňujeme jako nejmoudřejší a nejšetnější cestu dalšího rozvoje regionu. Dlouhodobě spolupracujeme s agenturou CzechInvest na vytipování vhodných lokalit i na jejich základním zmapování. Rádi bychom, aby se na území celého kraje dařilo vdechnout starým průmyslovým areálům nový život, podobně jako se to podařilo v minulých letech například v Kladně,“ uvedl začátkem listopadu hejtman Středočeského kraje Petr Bendl.

„Každý z brownfieldů může být vynikající investiční příležitostí,“ řekla Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. „Před rekonstrukcí jsou brownfieldy pro své okolí nechtěnou přítelkyní, ale díky úspěšné regeneraci se zchátralé objekty mohou stát vyhledávanými centry pro podnikání, zábavu nebo bydlení. Investice do brownfieldu má v mnoha případech výhodu v podobě již vybudované infrastruktury a příznivé polohy v často velmi zajímavých lokalitách. Agentura CzechInvest se proto snaží vysvětlovat investorům všechny výhody i nevýhody tohoto druhu investice a upozorňovat na to, že brownfieldy jsou více než dobrá alternativa k investicím na zelené louce,“ dodala A. Rudyšarová.

Na seminářích se účastníci mimo jiné dovídají, z jakých zdrojů je možné revitalizaci brownfieldů financovat. Využití lze podporu ze 13 unijních nebo národních dotačních programů. Desítky miliard korun z nich mohou získat projekty od rekonstrukci železničních vleček po nová centra pro výzkum a vývoj.

Jedním z programů Evropské unie, který regeneraci brownfieldů podporuje, je i Operační program Podnikání a inovace Ministerstva průmyslu

a obchodu ČR. Pracovníci agentury CzechInvest, která program administruje, registrují zřetelný zájem o zprostředkování dotace na rekonstrukci brownfieldů. Důkazem jsou výsledky první výzvy programu Nemovitosti, kde bylo za Středočeský kraj schváleno 39 registračních žádostí o celkovém objemu 873 milionů korun.

### Lehký průmysl, služby a ekologické zemědělství na vzestupu

Největší počet brownfieldů ve Středočeském kraji má původ v průmyslu a zemědělství (38 % a 37 %), což je o několik procent více než v celostátním průměru. Studie o jejich budoucím využití, kterou společně zpracovaly agentura CzechInvest a Středočeský kraj, ukázala, že tyto brownfieldy již není vhodné využít pro původní účely, tedy klasické zemědělství a klasický průmysl. Namísto toho by měly být využity pro tzv. smíšené funkce, tedy pro bydlení a služby ve městech, pro lehký průmysl a s ním spojené služby a pro projekty tzv. smíšeného zemědělství, jejichž typickými představiteli jsou agroturistika, biofarmy nebo projekty kombinující bydlení a zemědělskou výrobu.

„Tak zásadní odklon od klasických oborů, jakými jsou zemědělství a průmysl, je v rámci české republiky ojedinělý,“ sdělil Igor Gargoš. „V rámci České republiky by brownfieldy mohly být revitalizovány na klasické průmyslové a zemědělské projekty až z 30%, zatímco ve Středočeském kraji se jejich podíl blíží nule.“

Studie kraje a agentury CzechInvest dále ukázala, že 83 % opuštěných areálů v kraji nemá žádnou ekologickou zátěž (v celostátním

měřítku 52,4 %). Ta se prokázala pouze u 3 % lokalit a u 13 % lze zátěž předpokládat. V soukromých rukou je 74 % brownfieldů, 23 % patří veřejným institucím a u 3 % ještě nebylo vlastnictví určeno.

### Národní databáze je velký pomocník

Jedním z hlavních témat seminářů je i Národní databáze brownfieldů. Ta obsahuje detailní informace včetně vlastnických vztahů, ekologické zátěže i fotografií ve velkém rozlišení o brownfieldech napříč celou Českou republikou a od začátku roku roste tempem kolem deseti nových lokalit týdně. V současné době mapuje téměř tři stovky areálů. Databáze je volně a zdarma přístupná komukoli na adrese [www.brownfieldy.cz](http://www.brownfieldy.cz). K registraci stačí vyplnit pouze jméno a email.

### O vyhledávací studii

Zdrojem informací o brownfieldech je Vyhledávací studie, kterou v letech 2005 až 2007 zpracovala agentura CzechInvest ve spolupráci s jednotlivými krajskými úřady. Výzkum popsal 2355 lokalit o celkové rozloze přes 10 000 hektarů, z toho 92 brownfieldů ve Středočeském kraji.

### PŘÍKLADY REGENERACE BROWNFIELDŮ VE STŘEDOČESKÉM KRAJI

#### Pořízení a rekonstrukce objektů bývalé firmy Infusia – Centec automatika v Hořátcích

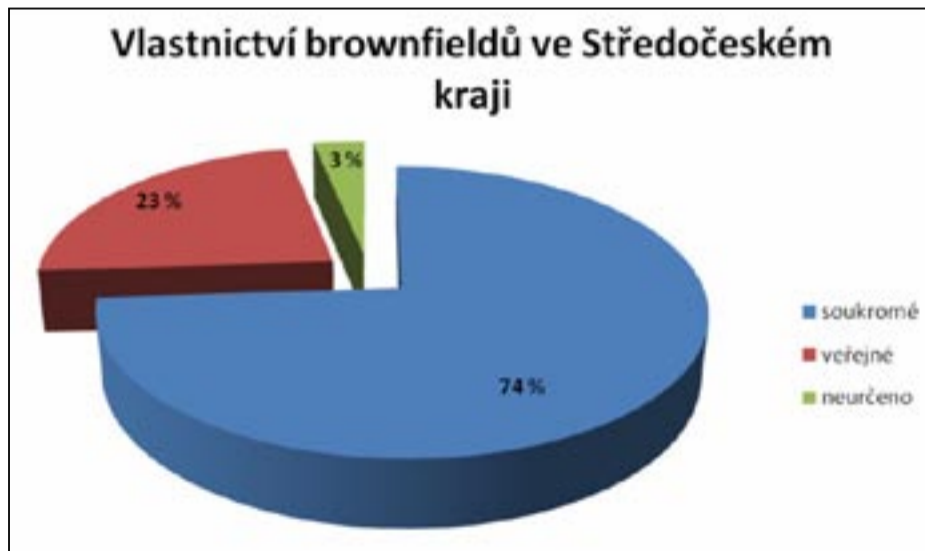
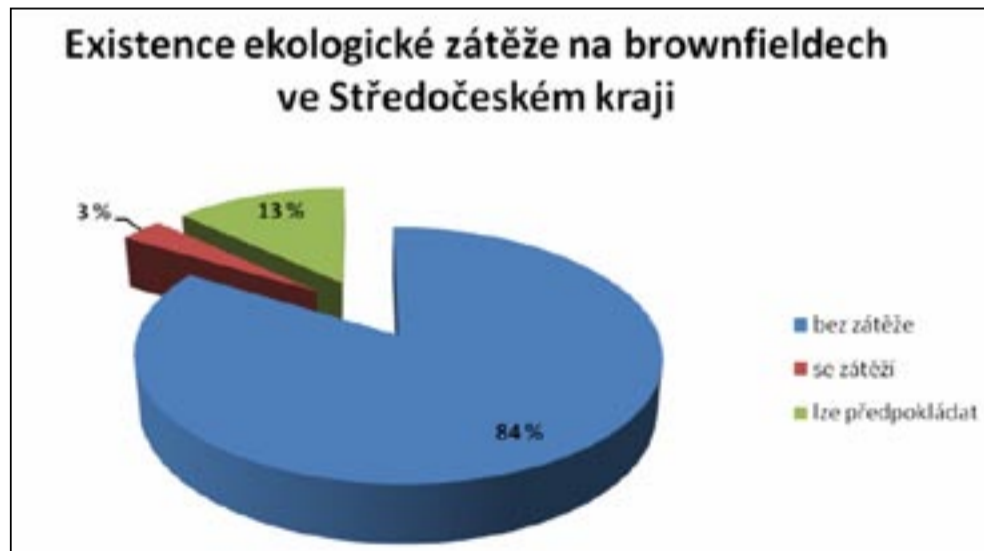
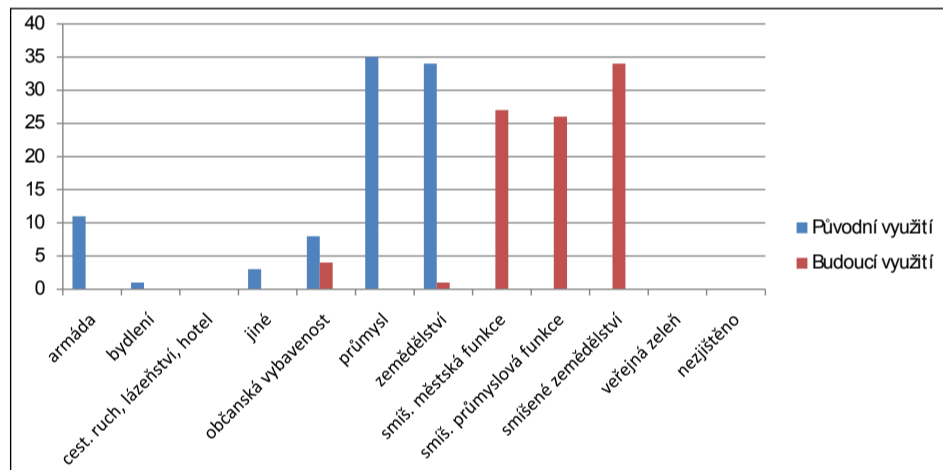
Společnost Centec automatika, spol. s r. o., zrekonstruovala dlouhodobě nevyužívané budovy v areálu bývalé firmy Infusia pro výrobu technologických zařízení pro nápojový průmysl, farmacie a zdravotnictví. Projekt obsahl nákup budovy, vypracování projektu pro stavební povolení a samotnou rekonstrukci. Rekonstrukci byly získány plochy pro výrobu, řízení výroby, výzkum, vývoj a skladování materiálu před jeho zpracováním ve výrobě. Projekt byl podpořen dotací z Operačního programu průmysl a podnikání ve výši 30,8 milionů korun.

#### Výrobní a distribuční centrum BRALEP Ledčice

Předmětem projektu byla rekonstrukce objektu v části areálu bývalého zemědělského družstva na výrobní a distribuční centrum firmy Bralep s.r.o. v obci Ledčice na Mělnicku podpořená dotací z Operačního programu průmysl a podnikání ve výši 5,6 milionu korun. Z bývalého vepřína a budovy na uskladnění krmiva vznikly výrobní, manipulační a skladovací prostory s patřičným zázemím.

(tz ci)

### Původní a navrhované využití brownfieldů ve Středočeském kraji



## Jak se připravit na veletrh

Na všechno nové je třeba se připravit. Ti moudřejší se připravují i na situace, které se pravidelně, ale přece jen po určitém čase, opakují: přece jen „nevstoupíš dvakrát do téže řeky...“ Přípravu potřebuje každá, i sebemenší, marketingová akce, tím spíše veletrh, který jeden každý je Everestem uprostřed marketingových luhů. Jenom tímto přístupem ale lze z účasti na veletrzích získávat postupové body do extraligy hospodářské existence na trzích, zvláště tak konkurenčních, jakými jsou trhy stavebních aktivit.

I když se to zdá zbytečné, Veletrhy Brno a. s. razí filozofii maximální pomoci k úspěchu pro všechny svoje vystavovatele, proto se tolik snaží naučit každého z nich, jak

tuto službu maximálně využít. Proto nejen pro nové vystavovatele, ale i pravidelným účastníkům je určena „kuchařka“ pod názvem „Jak se připravit na Stavební veletrhy Brno“, kterou lze najít na [www.stavebniveletrhybrno.cz](http://www.stavebniveletrhybrno.cz). Obsahuje užitečné informace o veletrhu samotném a také soubor kroků souvisejících s přípravou firmy na veletrh.

Jedním z hlavních bodů, pokud se rozhodnete o účasti na veletrhu, je vědět proč a čeho chcete svou prezentaci na veletrhu dosáhnout: podle toho a tomu je třeba přizpůsobit velikost a rozměry stánku – například. Ale jde i o další komunikační prostředky, jejichž podobu je třeba veletrhu přinejmenším přizpůsobit. Nebo – pokud srovnáme využití internetu a veletrhu jako

komunikačního média, veletrh stále zůstává jediným komunikačním kanálem, na kterém si mohou návštěvníci vystavované exponáty přímo odzkoušet a získat i podrobné informace od kvalifikovaného personálu.

Další z výhod veletrhů proti internetu je, že vystavovatelé vědí poměrně přesně, kdo jsou návštěvníci – že jde o jejich cílovou skupinu. Ví dopředu, co kromě osobního kontaktu s desítkami tisíc odborníků (tedy B2B partnerů) a laických zájemců typu potenciálních investorů mohou čekat: Průběžnou komunikaci svoji účastí přes linky a komunikační kanály BVV. Organizované návštěvy nejen z tuzemska, ale i ze zahraničí (ti velcí a střední mohou mít již reálný zájem na setkání s budoucím klientem třeba

z Balkánu, ale i odjinud), akce typu Meeting Point, semináře ke speciálním tématům, panely a další akce doprovodného programu, což jsou všechno další platformy pro zhodnocování veletržní účasti vystavovatelů. Vše jak se dnes říká „all inclusive“.

Veletrh jako místo jisté simulace toho velkého, skutečného trhu i jako prastaré, leč stále aktuální médium, kde se poprvé potkává nabídka s poptávkou, je nezastupitelný. Prostředky na něm používané se ovšem stále vyvíjejí, stejně jako celý svět výroby a obchodu. Je dobré se dozvědět z první ruky – tj. v našem případě od Veletrhů Brno – jak a kam se nástroje, jež potřebujeme k úspěchu, od minule posunuly.

(tz)



# CzechInvest a AFI ocenily nejlepší podnikatelské nemovitosti roku 2007

Plzeňský vědeckotechnologický park, průmyslová zóna Most – JOSEPH, brownfield zrekonstruovaný společností Zambelli-technik nedaleko Českých Budějovic a průmyslový park CTPark Ostrava – to jsou nemovitosti, které v loňském roce nejvíce přispěly k rozvoji podnikání v České republice. V Praze si v listopadu jejich zástupci odnesli ocenění ze slavnostního vyhlášení osmého ročníku soutěže Podnikatelská nemovitost roku. Tu už tradičně pořádá agentura CzechInvest spolu se Sdružením pro zahraniční investice – AFI a Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. Zvláštní ocenění manažer podnikatelské nemovitosti roku získal Jaroslav Krch ze zóny Most – JOSEPH.

**Ocenění „Podnikatelská nemovitost roku 2007“ byla předána v těchto kategoriích:**

- Zóna s největším ekonomickým přínosem: **Průmyslová zóna Most – JOSEPH**
- Brownfield roku: **Zambelli-technik, spol. s r.o.**
- Podnikatelská nemovitost s největším přínosem pro inovace a výzkum: **Plzeňský vědeckotechnologický park**
- Průmyslový park s největším ekonomickým přínosem: **CTPark Ostrava**
- Manažer podnikatelské nemovitosti: **Jaroslav Krch, zóna Most – JOSEPH**

„Dobře připravené podnikatelské nemovitosti jsou klíčem k získávání nových investic. Průmyslové zóny, vědeckotechnické parky, prvotřídní kancelářské prostory – bez nich by se Česká republika nemohla několik posledních let držet

mezi nejlepšími státy světa v přílivu zahraničních investic,“ ocenila tři desítky všech přihlášených projektů Alexandra Rudyšarová, generální ředitelka agentury CzechInvest.

Při letošním udělování ocenění Podnikatelská nemovitost roku se odborníci řady odvětví a podnikatelé sešli v pražském Karlíně, který za posledních deset let prošel dynamickými změnami, ať už díky developerům, nebo při nápravě následků povodně z roku 2002. „Fakt, že se vyhlášení uskutečnilo v této části města, je tak trochu symbolický. Karlín se nachází jen krok od historického centra hlavního města Prahy, ale současně jsou v něm oblasti, které měly v minulosti ryze průmyslový charakter,“ dodal Jan Bobek, předseda Sdružení pro zahraniční investice – AFI.

„Brownfieldy do budoucna představují významný potenciál, který bude přitahovat pozornost investorů. Věřím, že se jedná o příslib zajímavého a pozitivního rozvoje měst v naší zemi,“ zdůraznil J. Bobek a doplnil, že „na projektech souvisejících s revita-

lizací zastaralých průmyslových areálů participuje i řada členů Sdružení pro zahraniční investice.“

Letošní ročník přinesl novinku v podobě zbrusu nové kategorie Průmyslový park s největším ekonomickým přínosem určené speciálně pro developery poskytující nájemní prostory. „Na začátku devadesátých let bylo nutné, aby výstavbu podnikatelských nemovitostí podporoval stát. Dnes už tuto roli kompletně převzali soukromí developéři. A jsou to právě nájemní prostory, které dnes investoři nejčastěji vyhledávají. Podnikatelská nemovitost roku se vždy snaží odrážet aktuální vývoj na trhu. Proto jsme přidali tuto kategorii,“ vysvětlila A. Rudyšarová.

Slavnostním večerem provázal Jakub Železný, třem stovkám hostů z řad developerů, regionálních i státních politiků nebo představitelů státní správy zazpívala několik písní Lucie Bílá. „Pro letošní ročník jsme symbolicky vybrali Hudební divadlo Karlín, protože celá čtvrť má za sebou dlouhou průmyslovou historii, která za sebou nechala řadu chátrajících brownfieldů. Ty se však v posledních letech daří měnit na živé prostory pro podnikání, pro bydlení. Právě obnova brownfieldů a podpora technologicky náročných investic, jako je výzkum a vývoj nebo služby, patří k hlavním prioritám agentury CzechInvest,“ uzavřela A. Rudyšarová.

(tz)

**Podnikatelská nemovitost roku 2007, ocenění:**

**Zóna s největším ekonomickým přínosem**

1. místo Průmyslová zóna Most – JOSEPH
2. místo Průmyslová zóna Nádraží Rakvice
3. místo Strategická průmyslová zóna Ostrava – Mošnov

**Brownfield roku:**

1. Zambelli-technik, spol. s r.o.
2. CTZone Brno
3. KORNET s.r.o. Kraslice

**Podnikatelská nemovitost s největším přínosem pro inovace a výzkum:**

1. místo Plzeňský vědeckotechnologický park
2. místo Technologické inovační centrum ČKD Praha
3. místo Podnikatelský inkubátor VŠB-TU Ostrava

**Průmyslový park s největším ekonomickým přínosem:**

1. místo CTPark Ostrava
2. místo VGP Park Horní Počernice
3. místo IIG Industrial Park Výškov

**Manažer podnikatelské nemovitosti:**

Jaroslav Krch, statutární město Most, zóna Most – JOSEPH

## První evropské peníze na územní plán z programu IOP

Město Kadaň získalo jako první finanční podporu na zpracování územního plánu z evropských fondů, konkrétně z Integrovaného operačního programu (IOP).

Ministr pro místní rozvoj Jiří Čunek 13. listopadu 2008 schválil první finanční podporu na

vypracování územního plánu z programu IOP, a to 1,19 mil. Kč. Další žádosti na územní plány jsou průběžně vyhodnocovány.

Aktivita 5.3b) IOP nazvaná Modernizace a rozvoj systémů tvorby územních politik je zaměřena na podporu tvorby územních plánů obcí s ohledem na

udržitelný rozvoj území. Územní plány představují jediný nástroj obcí, kterým mohou vymezit nové rozvojové plochy a koridory. Územní plány jsou nezbytným nástrojem, zejména pokud jde o zajištění územní ochrany ploch a koridorů dopravní a technické infrastruktury, stabilizaci sídelní struktury, komplexní řešení územních podmínek hos-

podářských, ekologických a sociálních problémů v území. Slouží také jako prevence možné degradace životního prostředí a extenzivní urbanizace.

Žádost o dotaci na územní plán je možné podat do 31. prosince 2008, více informací naleznete v textu výzvy a v Příručce pro žadatele a příjemce pro oblast intervence 5.3 b). (tz)

## OHL ŽS, a.s. – moderní tvář stavebnictví



Rekonstrukce historické budovy Českého rozhlasu



Národní technická knihovna



Univerzitní kampus Brno

Stavebnictví je již řadu let jedním z nejdůležitějších oborů české ekonomiky. Akciová společnost OHL ŽS patří stabilně mezi největší české stavební firmy a své aktivity úspěšně rozvíjí nejen v České republice, ale také v zahraničí.

Společnost se až do roku 2006 jmenovala ŽS Brno, a.s. Změnou obchodního jména se rozhodla deklarovat svou příslušnost k celosvětově významné nadnárodní skupině OHL.

Výhodou OHL ŽS, a.s. je schopnost

snoubit bohatou, více než padesátiletou zkušenost se stavební výrobou s moderními technologiemi a metodami. Firma má v současnosti dva oborové závody, které se zabývají pozemním a dopravním stavitelstvím. Divize společností sídlí v Brně, Praze, Olomouci, Ostravě a od letošního léta také v Českých Budějovicích.

Mezi nejvýznamnější právě probíhající nebo nedávno dokončené zakázky, které OHL ŽS, a.s. realizuje samostatně nebo ve sdruženích s jinými stavebními firmami patří například: modernizace tranzitních železničních koridorů, a to IV. v úseku Doubrav u Tábora – Tábor, III. v úsecích Plzeň – Stříbro a Mosty u Jablunkova – hranice se Slovenskem, rekonstrukce železničního uzlu Břeclav, výstavba Modré etapy univerzitního kampusu v Brně, výstavba Národní technické knihovny v Praze, rekonstrukce historické budovy Českého rozhlasu v Praze, rekonstrukce Národního technického muzea, výstavba Dobrovského

tunelů a mimoúrovňové křižovatky Hlinky v Brně, rekonstrukce a dostavba železniční stanice Ostrava-Svinov a řada dalších.

V roce 2007 vzrostly OHL ŽS, a.s. tržby podle mezinárodních účetních standardů o 16,3% a dosáhly 10,2 miliardy Kč. Zisk z podnikatelské činnosti po zdanění za rok 2007 činil 256 mil. Kč. Jednu čtvrtinu svých tržeb společnost realizovala v zahraničí. Působí například na Slovensku, v Černé Hoře, Ázerbájdžánu, v Maďarsku, Bulharsku či Chorvatsku. ☞



IV. koridor – železniční stanice Sezimovo Ústí



# Jedenáctý ročník Exportní ceny DHL zná své vítěze

Více než stovka významných českých vývozců se v letošním roce ucházela o vítězství v prestižní soutěži pro malé a střední exportéry – Exportní ceně DHL. Firmy se tradičně utkaly ve čtyřech soutěžních kategoriích – středně velká společnost, malá společnost, exportér teritoria a exportér regionu. Samostatnou kategorií tvořilo ocenění nejúspěšnějších klientů vládní agentury CzechTrade. Slavnostní vyhlášení vítězů 11. ročníku soutěže se uskutečnilo v listopadu v Praze.

Exportní cena DHL je prestižní ocenění udělované společností DHL Express v ČR a agenturou CzechTrade malým a středně velkým exportním firmám v České republice s cílem poukázat na jejich význam pro českou ekonomiku.

„Jsme rádi, že můžeme prostřednictvím Exportní ceny DHL vyjádřit obdiv všem českým vývozním firmám, které musejí o své postavení na trzích Evropské unie i mimo ni tvrdě bojovat se zahraniční konkurencí. Oceňují zejména ty české exportéry, kteří se v letošním roce dokázali vypořádat s nepříznivými a neočekávanými překážkami komplikujícími vývoz, jakou byla například silná česká koruna,“ řekl generální ředitel DHL Express v ČR Jiří Stojar.

Generální ředitel vládní agentury CzechTrade Ivan Jukl doplnil: „Letos jsme se rozhodli přijít do soutěže s další novinkou. Vyhlásili jsme premiérově zvláštní ocenění agentury CzechTrade za aplikaci průmyslového designu. Souvisí to s naším novým balíčkem služeb Design pro export, který si klade za cíl zvýšit povědomí českých firem o využití průmyslového designu a pomoci jim tak obstát v silné zahraniční konkurenci.“

Hodnotící kritérium při výběru exportérů v rámci soutěže Exportní cena DHL tvoří index, který se vypočítá jako násobek meziročního růstu exportu a podílu exportu na obrátu. Na základě získaných výsledků je určeno pořadí a společnosti jsou rozděleny do kategorií.

## Soutěžní výsledky v roce 2008:

- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii „Středně velká společnost“ (pro společnosti s ročním obrátem do 1,5 miliardy Kč a do 250 zaměstnanců) se stala firma BAUER TECHNICS s.r.o. Zabývá se dodávkami kompletních technologických celků vč. staveb pro zemědělství a zpracovatelský průmysl. Hlavními exportními trhy jsou Rusko, Ukrajina, Bulharsko, Slovensko. Objem exportu dosáhl v loňském roce 85% celkového obrátu firmy, který dosáhl víc než půl miliardy korun. Hlavní sídlo firmy se nachází v Táboře, výroba a logistika je dislokována do Stádlce u Opařan.
- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii „Malá společnost“ (pro společnosti s ročním obrátem do 300 milionů Kč a do 50 zaměstnanců) se stala společnost Arrow line, a. s. z Ostravy-Vitkovic. Arrow line, a. s. je inženýrská, konstrukční a dodavatelská firma, která se zabývá vývojem a dodávkou kolejových tahačů a lanových posunovacích zařízení pro železniční vlečky průmyslových podniků. V posledních letech pracuje také na vývoji pyrolyzního zařízení pro energetické využití biomasy a tříděných odpadů.
- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii „Exportér teritoria – oblast jihovýchodní Evropy“ (Albánie, Bosna a Hercegovina, Bulharsko, Černá Hora, Chorvatsko, Makedonie, Rumunsko, Řecko, Srbsko, Turecko) se stala společnost Pragoimex a.s z Prahy. Vznikla v roce 1991 a je obchodně – inženýrským subjektem, který působí v rámci Aliance TW



Generální ředitel CzechTrade Ivan Jukl (zleva), Karel Merany, předseda představenstva a ředitel společnosti Arrow line, a.s. (vítěz kategorie „Malá společnost“), generální ředitel DHL Express ČR Jiří Stojar

Team. Společnost dodává nové tramvaje pro městskou hromadnou dopravu. Zajišťuje také náhradní díly a trakční motory pro kolejová vozidla a trolejbusy.

- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii „Jihomoravský kraj“ se stala společnost GF Machinery s.r.o. z Brna. Firma se věnuje výzkumu, vývoji a stavbě textilních strojů zejména pro zpracování skleněného vlákna. Společnost vznikla v roce 2003 a zákazníkům nabízí komplexní řešení ve stavbě strojů od jeho vývoje, výroby až po montáž na místě.
- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii „Nejúspěšnější klient CzechTrade“ se stala společnost INCO engineering s.r.o. z Prahy. Společnost vy-

rábí těžní stroje a zařízení pro vertikální dopravu v hlubinných dolech. Uvedené těžní stroje jsou určené pro těžbu uhlí, měděné rudy, uranové rudy, apatitu, zlata a diamantů. Na 80% výrobního programu společnosti směřuje do Ruska a země SNS.

- Zvláštní ocenění agentury CzechTrade za aplikaci průmyslového designu získala společnost UJP PRAHA a.s. Firma se zabývá výrobou a vývojem zdravotnických prostředků pro radioterapii.

více informací o soutěži naleznete na [www.exportnicena.cz](http://www.exportnicena.cz) nebo na internetových stránkách CzechTrade [www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz) (tz ct)

## Prezentujte se v zahraničí prostřednictvím oficiálního Adresáře českých exportérů a získáte náskok před konkurencí!

Výhodou Adresáře českých exportérů oproti ostatním on-line katalogům je jeho uživatelská přívětivost a přehlednost, široká nabídka světových jazyků, zajištění odborných překladů a zejména moderní technologie optimalizace Adresáře pro internetové vyhledávače. Díky

tomu se zvyšuje úspěšnost zobrazení prezentace vaší firmy nebo produktu na předních a zároveň bezplatných pozicích výsledků vyhledávání. Navíc bude Adresář českých exportérů propagován v zahraničí prostřednictvím více než třiceti zahraničních kanceláří agentury CzechTrade, na inter-

netových stránkách všech zastupitelských úřadů ČR po celém světě a při společných setkáních se zahraniční podnikatelskou sférou.

S využitím zápisu „BUSINESS – rozšířený zápis firmy“ a zápisu „BUSINESS PLUS – prezentace produktu a služby“ mohou exportéři vytvořit

komplexní prezentaci nejen své firmy, ale i celých produktových řad, jednotlivých produktů a slu-

žeb. Tímto způsobem lze vhodně doplnit, nebo nahradit jazykovou mutaci firemních webových stránek s minimálními náklady. K dispozici je firmám prezentace v povinné angličtině a dalších pěti jazycích z celkové nabídky třinácti světových jazyků. Samozřejmostí u obou výše zmíněných zápisů je i zajištění profesionálních překladů na základě dodaných podkladů.

více podrobností o oficiálním Adresáři českých exportérů a návod k vytvoření prezentace firmy nebo produktu naleznete na adrese <http://exporters.czechtrade.cz> (tz ct)

### Kontakt: CzechTrade

Česká agentura na podporu obchodu

Dittrichova 21, 128 01 Praha 28

Tel.: 224 907 500, Fax: 224 907 503

E-mail: [info@czechtrade.cz](mailto:info@czechtrade.cz)

[www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz)



ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

[www.euroservis.cz](http://www.euroservis.cz)

AKCE CZECHTRADE V ZAHRANIČÍ – leden až březen 2009			
Využijte asistenční služby zahraničních kanceláří CzechTrade na těchto akcích v zahraničí:			
datum akce	název akce	místo konání	obor
9.-13. 1.	Atlanta International Gift & Home Furnishings Market 2009	Atlanta, USA	ostatní - dárkové předměty, design
20.- 23. 1.	BUDMA 2009	Poznaň, Polsko	stavebnictví a stavebnické materiály
1.-3. 2.	MINEX 2009	Izmir, Turecko	dobývací a důlní technika
1.-4. 2.	ISPO Winter 2009	Mnichov, Německo	sportovní potřeby
4.-7. 2.	MADE Expo 2009	Itálie, Miláno	stavebnictví a stavebnické materiály
8.-10. 2.	MIDDLE EAST ELECTRICITY 2009	Dubaj, SAE	energetika
11.-15. 2.	AERO INDIA 2009 (alliance CCG)	Bangalore, Indie	ALIANCE
únor 2009	Matchmaking na veletrhu Batibouw 2009	Brusel, Belgie	stavebnictví a stavebnické materiály
3.-7. 3.	Construct Expo Antreprenor 2009	Bukurešť, Rumunsko	stavebnictví a stavebnické materiály
4.-8. 3.	GAST 2009	Split, Chorvatsko	nábytek, interiéry, potravinářský průmysl
10.-14. 3.	Bulgaria Building Week 2009	Sofia, Bulharsko	stavebnictví a stavebnické materiály
11.- 15. 3.	HOUSE 2009	Riga, Lotyšsko	stavebnictví a stavebnické materiály
16. 3.	Prezentace aliance CPU	Záhřeb, Chorvatsko	ALIANCE
17.-19. 3.	SEMICON CHINA 2009	Šanghaj, Čína	ostatní - polovodiče
18.-19. 3.	easyFairs@ Butiksleverantör 2009	Stockholm, Švédsko	služby (zařizování prodeje a obchodních domů)
27.- 29. 3.	Water Supply & Drainage And Water Treatment Exhibition 2009	Chengdu, Čína	voda, odpady a životní prostředí, strojírenství
27.-29. 3.	Medical Fair India 2009	New Delhi, Indie	zdravotnická technika
31. 3.-2. 4.	Urallesdrevmaš 2009	Jekatěrinburg, Rusko	dřevařský a dřevozpracující průmysl
31. 3.-3. 4.	Cersanex-MosBuild 2009	Moskva, Rusko	stavebnictví a stavebnické materiály
31. 3.-2. 4.	SCANBUILD 2009	Kodaň, Dánsko	stavebnictví a stavebnické materiály
březen 2009	Seminář zaměřený na dodávky pro letiště	HCMC/Danang/Hanoj	subdodávky - letecký průmysl
březen 2009	Mezinárodní všeobecný veletrh v Káhiře 2009	Káhira, Egypt	všeobecný veletrh
březen 2009	Derevoobrabotka 2009	Archangelsk, Rusko	dřevařský a dřevozpracující průmysl

### Servis CzechTrade

### Další poptávky na [www.premium.prosperita.info](http://www.premium.prosperita.info)

HLEDEJ

Referenční číslo:	Země určení:	Datum zveřejnění:	Platnost do:	E-mail:	Popis poptávky
POCZ200854304	Francie	17. 11. 2008	16. 02. 2009	<a href="mailto:info@bilmans.com">info@bilmans.com</a>	Francouzský distributor výtvarných potřeb hledá v ČR dodavatele hliníkových závěsů na obrazy →
POCZ200854306	Švédsko	17. 11. 2008	16. 02. 2009	<a href="mailto:oejbro@oejbro.se">oejbro@oejbro.se</a>	Firma s módními doplňky má zájem o společenské kabelky, zdobené štrasovými kameny a křišťálovým sklem. →
POCZ200854312	Rusko	18. 11. 2008	18. 12. 2008	<a href="mailto:ivana.kunteova@czechtrade.cz">ivana.kunteova@czechtrade.cz</a>	Ruská firma z Moskvy, která se zabývá dovozem strojního zařízení, poptává automatické linky a systémy (montážní, kovací, vrtací, řezací), robotizované systémy, pásové výrobní linky apod. →
POCZ200854313	Polsko	18. 11. 2008	17. 02. 2009	<a href="mailto:kajag@wp.pl">kajag@wp.pl</a>	Malá soukromá firma, která se zabývá výrobou dřevěných výrobků (dveře, schody, nábytek). Kromě toho firma prodává řezivo (smrk a borovice) a disponuje pilou. →



# Egap zlevňuje a nabízí nová pojištění

**Potřeby českých exportérů, investorů a jejich financujících bank i celkové tendence v mezinárodním obchodě jsou pro EGAP základním vodítkem při úpravách již zaběhnutých a osvědčených pojistných produktů a přípravě nových. Nyní EGAP uvádí do praxe celou řadu změn ve prospěch klientů.**

Především výrazně klesly pojistné sazby u pojištění tzv. výrobního rizika. Jedná se o velmi často uzavírané pojištění, kdy se vývozce pojišťuje proti riziku ztrát v důsledku zrušení či přerušení smlouvy o vývozu ze strany dovozce nebo v důsledku politické, finanční, případně i makroekonomické situace země dovozce. Při samostatném pojištění proti těmto rizikům je nově pojistná sazba o 30% nižší, a pokud je ke stejnému exportnímu případu uzavřeno rovněž pojištění vývozního odběratelského úvěru, neboli úvěru poskytnutého bankou českého vývozce buď přímo zahraničnímu kupujícímu, nebo jeho bance, tak dokonce až o 50%. EGAP zde zohlednil skutečnost, že rizika krytá těmito pojistkami se do určité míry překrývají.

Podstatně ušetřit mohou také čeští investoři, kteří si pro realizaci svého investičního záměru v zahraničí vyjednají bankovní úvěr s pojištěním EGAP. Na rozdíl od dřívější praxe, kdy si investor musel svůj vlastní vklad do investice v hostitelském státu pojišťovat proti teritoriálním rizikům, jako je např. vyvlastnění bez náhrady nebo nemožnost transferu výnosů, kryje nyní pojištění bankovního úvěru na financování investice i rizika spojená s vlastním vkladem investora po celou dobu čerpání a splácení úvěru.

Pojištění úvěru na financování zahraniční investice patří sice mezi nedávno zavedené produkty, přesto však i v jeho případě přistoupil EGAP na základě získaných zkušeností k modifikaci tak, aby vyhovoval i potřebám developerů obchodních a bytových projektů v zahraničí. Podmínky pojištění bankovních úvěrů pro developerové projekty jsou „změkčeny“ s ohledem na skutečnost, že cash-flow i návratnost úvěrů jsou v těchto případech obvykle rychlejší. Proto například mohou až polovinu vlastních zdrojů, ve výši minimálně 20% investičních nákladů, tvořit nepeněžní vklady a současně

není vyžadováno 100% ručení za komerční riziko nesplacení investičního úvěru. Toto ručení může být nahrazeno kombinací ručení sníženého až na 30% z úvěru a dalšího zajištění. Developer by však měl mít při zahájení výstavby finančně dostatečně vybaveného kupce alespoň na polovinu objektu.

Další modifikací prošlo také již výše zmíněné pojištění vývozního odběratelského úvěru, a to pro účely projektového financování, tedy financování výstavby nové, ekonomicky i právně samostatné jednotky, zpravidla dceřiné společnosti nazývané Special Purpose Vehicle, jejíž příjmy následně slouží jako jediný zdroj splácení úvěrových prostředků. Základem projektového financování je cash flow projektu, které musí zaručovat dostatek zdrojů na úhradu provozních nákladů a splátek úvěru po celou dobu trvání úvěrového vztahu. Projektové financování je vhodné zejména pro realizaci velkých investičních záměrů v energetice, těžbě a zpracování surovin, metalurgii, výrobě stavebních hmot, telekomunikacích, infrastruktuře apod., u kterých je možné předem sjednat kontrakt na odběr produkce. Na základě specifických mezinárodních pravidel pro tento typ úvěrů lze u projektového financování prodloužit maximální lhůtu splatnosti úvěru až na 14 let a umožnit nerovnoměrné splácení s tím,



Ing. Pavol Parížek

že termíny pravidelných splátek úvěru mohou být delší než obvyklých 6 měsíců. Přitom rozsah pojištění krytí a výše spoluúčasti mohou být definovány zvlášť pro dobu výstavby projektu a zvlášť pro dobu splácení úvěru.

Zcela nový obsah dostalo pojištění prospekce zahraničních trhů mající za cíl zahájení, případně zvýšení vývozu zboží a služeb do jedné či více zemí. Dříve byla pojištěním banka poskytující úvěr na prospekci a zájem ze strany exportérů byl minimální, protože případný neúspěch prospekce mohl ohrozit jejich pozici při jednání o úvěrech na jiné účely.

Nyní se bude pojišťovat přímo vývozce, a to proti finanční ztrátě v důsledku úplného nebo částečného neúspěchu prospekce, kam kromě reklamy, inzerce a propagace patří také účast na obchodních akcích v zahraničí, exportní a marketingové poradenství včetně analýz a rovněž právní služby, skladování zboží a certifikace výrobků a služeb v zahraničí. Pojištění je určeno vývozcům se zavedenou výrobou, kteří vyrábějí zboží či poskytují služby, pro něž budou prospekci provádět, po dobu nejméně dvou let.

Ve finální fázi přípravy je úprava pojištění úvěru na předexportní financování tak, aby mohlo krýt i rizika bank spojená s úvěrovým financováním komerčního využití produktů výzkumu a vývoje pro následný vývoz. Produkty výzkumu se rozumí patentované objevy nebo vynálezy, užité a průmyslové vzory, ochranné známky, know-how, ale může se jednat také o technická uspořádání, metody, způsoby, pracovní postupy nebo i dílčí výstupy řešených projektů, ke kterým má vývozce vlastnická práva. Zavedením tohoto pojištění chce EGAP podstatně zvýšit pravděpodobnost úspěšného dokončení komerčních aplikací výsledků vědy a výzkumu a přispět k zahájení výroby a následnému vývozu celé řady produktů s nejvyšší mírou přidané hodnoty.

Rychle se měnící formy a podmínky mezinárodního obchodu spolu se stále rozmanitějšími způsoby, jakými čeští vývozci vstupují do multilaterálních projektů, staví před EGAP neustále nová zadání. Všechny výše popsané změny v nabídce pojištění se státní podporou jsou výsledkem podrobné analýzy potřeb českých exportérů a investorů a slouží k posílení jejich konkurenceschopnosti ve světě.

**Ing. Pavol Parížek, předseda představenstva a generální ředitel EGAP** ⇨

pokračování ze str. 18			
ODBOBNÉ SEMINÁŘE - 1. ČTVRTLETÍ 2009			
Agentura CzechTrade nabízí velké množství vzdělávacích akcí zaměřených na praktické aspekty exportu, odborné znalosti i měkké dovednosti.			
Datum	Místo konání	Název semináře	Cena bez DPH
14.1.2009	Praha	Novinky CzechTrade pro exportéry	ZDARMA
15.1.2009	Praha	Změny v zahraničním obchodě v roce 2009	2 200 Kč
21.1.2009	Praha	Obchodní vyjednávání I.	2 800 Kč
4.2.2009	Praha	Obchodní vyjednávání II.	2 800 Kč
11.2.2009	Praha	Daňové příležitosti a rizika investic do zahraničí	2 200 Kč
20. a 21. 2. 2009	Český Krumlov	Interkulturální management - region Čína	6 700 Kč*
25.2.2009	Praha	Social marketing - nejučinnější forma Internet marketingu	2 200 Kč
4.3.2009	Praha	Business etiketa a networking	2 800 Kč
* součástí dvoudenního semináře je ubytování a plná penze			
TERITORIÁLNÍ SEMINÁŘE - 1. POLOLETÍ 2009			
Ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR pořádáme teritoriální semináře spojené s konzultacemi, jež povedou vedoucí obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů ČR v zahraničí a ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade.			
Datum	Místo	Název semináře	
19.2.2008	Praha	Vietnam - nové možnosti rozšíření hospodářské spolupráce	
12.3.2008	Praha	Možnosti rozšíření hospodářské spolupráce se Srbskem, Kosovem a Černou Horou	
26.3.2008	Praha	Nové exportní příležitosti v Tunisku	
23.4.2008	Praha	Chile - nové příležitosti pro české exportéry	
14.5.2008	Praha	Příležitosti pro české firmy v Bulharsku a Rumunsku	
Více informací a aktuální přehled seminářů s přihláškou naleznete na <a href="http://www.czechtrade.cz/seminare">www.czechtrade.cz/seminare</a>			
EXPORTNÍ AKADEMIE - KURZ MINIMUM EXPORTÉRA 1. POLOLETÍ 2009			
Kurz Minimum exportéra pořádaný v regionech je zaměřen na zvýšení povědomí o příležitostech a rizicích spojených s exportem. Jednotlivé moduly zahrnují např. business etiketu, vyjednávací dovednosti s obchodními partnery, úspěšnou prezentaci (nejen) na zahraničním veletrhu či marketingovou komunikaci.			
Pro 1. pololetí 2009 připravujeme kurzy v těchto regionech: PLZEŇ, ZLÍN, BRNO			
Více informací naleznete v průběhu prosince na <a href="http://www.exportniakademie.cz">www.exportniakademie.cz</a>			
EXPORTNÍ AKADEMIE - EXPORTNÍ KONFERENCE 2009			
1. Dvě velké exportní konference zaměřené na teritoria Rusko a Rumunsko, Bulharsko			
2. Série šesti menších regionálních konferencí, komoditně a oborově zaměřených			
Více informací naleznete v průběhu prosince na <a href="http://www.exportniakademie.cz">www.exportniakademie.cz</a>			
E-learningový kurz "How to make a bid for the World Bank Project"			
CzechTrade Vám nabízí zdarma e-learningový kurz v anglickém jazyce.			
V sedmi lekcích Vás průvodce kurzu "Johnny Smart" naučí jak se účastnit výběrových řízení Světové banky a jak si vybrat správný tendr, který Vás dovede k podání konkurenceschopné nabídky.			
Těšíme se na Vaši návštěvu na stránkách <a href="http://www.exportniakademie.cz">www.exportniakademie.cz</a>			
Další akce Exportního vzdělávání CzechTrade			
Odborné semináře na míru v oblasti mezinárodního obchodu			
Cross-Culture Training Firemní školení zaměřené na interkulturální specifika jednotlivých zemí se zástupci zahraničních kanceláří CzechTrade.			
Kurz International Trade Specialist Distanční e-learningový studijní program, realizovaný irskou školou eBSI (elektronik Business School of Ireland) ve spolupráci s CzechTrade a IMODS, o.p.s. Po jeho absolvování obdržíte certifikát.			
Odborné a teritoriální semináře v regionech			
Více informací a aktuální přehled seminářů s přihláškou naleznete na <a href="http://www.czechtrade.cz/seminare">www.czechtrade.cz/seminare</a>			

## S předstihem požadavky recyklovatelnosti

Ministerstvo dopravy ČR vydalo certifikát o schválení typu z hlediska recyklovatelnosti pro vozy Fabia, Roomster, Octavia i Superb. Škoda Auto tak s předstihem splnila požadavky legislativy na recyklovatelnost vyráběných aut. Povinnost prokázat splnění těchto požadavků přitom začne platit 15. července roku 2010.

Vozy značky Škoda jsou konstruovány z recyklovatelných a k životnímu prostředí šetrných materiálů. Všechny aktuálně vyráběné modely jsou již dnes certifikovány dle směrnice Evropské unie 2005/64/ES. Tato směrnice požaduje dosažení recyklační kvóty 85% hmotnosti vozu. To znamená, že většina použitých materiálů musí být recyklovatelná.

Společnost Škoda Auto věnuje maximální pozornost ochraně životního prostředí ve všech fázích životního cyklu produktu, tedy v oblastech vývoje, výroby, fáze užití produktu a následně ekologické likvidace. (tz)



# FOR 3P

MEZINÁRODNÍ VELETRH POTRAVINÁŘSKÝCH, OBALOVÝCH A TISKAŘSKÝCH TECHNOLOGIÍ

Souběžné veletrhy:  
FOR INDUSTRY / FOR SURFACE / FOR WASTE

PRAŽSKÝ VELETRŽNÍ AREÁL LETŇANY

15.-17.4.2009

ABF, a.s., Václavské nám. 29, 111 21 Praha 1  
tel.: 222 891 137, fax: 225 291 199,  
e-mail: for3p@abf.cz, www.for3p.cz

ODBOBNÝ PARTNER





# Získala ekologickou certifikaci ISO 14001

**Odpovědné chování vůči sociálnímu a životnímu prostředí je pro většinu českých firem velmi aktuálním tématem. Jedná se totiž o důležitý ukazatel nefinanční výkonnosti firem. Vedení společnosti KPMG Česká republika zaměřilo svou pozornost na problematiku environmentální odpovědnosti a na podzim tohoto roku uvedena společnost obdržela certifikaci ISO 14001.**

Mezinárodně platná norma ISO 14001 specifikuje požadavky na systém environmentálního managementu (EMS). Hlavním záměrem této normy je podpora ochrany životního prostředí a prevence znečištění. Norma sama o sobě nestanovuje žádné absolutní požadavky na environmentální chování organizace, klade však důraz na dodržování legislativních požadavků týkajících se jednotlivých složek životního prostředí. Organizace si tak sama může určit, čím životní prostředí nejvíce zatěžuje a v které oblasti své činnosti bude hledat vhodné metody k postupnému snižování negativních dopadů na životní prostředí.

Společnost KPMG Česká republika získala certifikaci ISO 14001 a tím se oficiálně zařadila mezi organizace, které si uvědomují význam životního prostředí a chtějí svůj vztah k němu aktivně zlepšovat. „Jako jednu

z našich priorit jsme si stanovili i ochranu životního prostředí a vytváření bezpečných podmínek pro naše zaměstnance. Chtěli jsme ekologické chování ve firmě podpořit, a proto jsme se rozhodli o certifikaci usilovat,“ uvedl Roger Gascoigne, partner pro CSR odpovědný za Systém environmentálního managementu.

## Tříděný odpad i ekologická vozidla

Jedním z cílů, které si společnost KPMG Česká republika v rámci naplnění normy ISO 14001 stanovila, je nákup technických zařízení a dopravní prostředků s nižší energetickou náročností, které zároveň vyhovují přísnějším emisním limitům. „Naším manažerům jsme letos poprvé nabídli hybridní automobily a už čtyři z manažerů nabídku jezdit v ekologickém vozidle přijali. Myslíme, že svou roli průkopníků ekologické

dopravy u nás ve společnosti akceptovali,“ dodal R. Gascoigne. Zaváděním ekologických vozidel a technických zařízení s nižší energetickou náročností ale cesta KPMG Česká republika k ekologickému životu společnosti nekončí. Na chodbách i v kancelářích všech poboček společnosti jsou zavedeny speciální boxy na tříděný odpad a na pražské pobočce je instalovaný box na drobný elektroodpad.

## Zvyšování ekologického povědomí zaměstnanců

Zaměstnancům vedení společnosti nabízí pravidelné programy sloužící ke zvyšování ekologického povědomí. Pozitivní přístup k životnímu prostředí podporuje i náplň charitativních akcí či dobrovolnických dnů pořádaných v rámci aktivit zaměřených na společenskou odpovědnost firmy (CSR). „Dobrovolnické dny jsou jedním z našich pravidelných a dlouhodobých projektů, kterým se snažíme o aktivní spolupráci a podporu místní komunity. Naši zaměstnanci mohou v každém fiskálním roce využít jeden den na

dobrovolnické aktivity. Právě v rámci našich dobrovolnických dnů bychom se chtěli na ekologii zaměřit. Ať už půjde o sázení nové lesní školky, nebo čištění lesních studánek. Naši zaměstnanci si budou moci zvolit svoji cestu,“ poznamenal R. Gascoigne.

Společnost KPMG Česká republika navíc stále rozšiřuje spolupráci s podporovaným občanským sdružením Tereza. To se v rámci své činnosti zaměřuje na ekologické vzdělávání dětí a mládeže a snaží se tak napomáhat vytváření zdravého prostředí pro život. Z této spolupráce vznikl například dětský EKO koutek na firemním pikniku, kde sdružení Tereza připravilo tematický program zaměřený na třídění odpadu, ekologické zemědělství a výrobu oděvů.

Veškeré informace o ekologické normě ISO 14001, plánovaných i probíhajících ekologických projektech a dalších zajímavostech z oblasti ekologie budou uveřejňovány na intranetových webových stránkách KSpace i na připravovaných webových CSR stránkách společnosti KPMG Česká republika.

(tz)

## Hodnota společností vlastněných private equity investory i přes současnou kreditní krizi roste

**Již třetím rokem roste hodnota podniků vlastněných private equity investory podstatně rychlejším tempem než hodnota veřejně obchodovaných společností. V roce 2007 představovala roční míra růstu hodnoty podniku u stovky největších exitů firem soukromého kapitálu 24%, tedy dvakrát více než v případě veřejných společností. Tento fakt vyplývá z globálního průzkumu Ernst & Young „Jak tvoří hodnotu investoři soukromého kapitálu? I přes úvěrovou krizi“.**

Průzkum, do něhož bylo zařazeno 100 největších společností, z nichž v průběhu roku 2007 odešel private equity investor, se zaměřil především na ekonomické výsledky a podnikatelskou strategii těchto společností. Exity firem vlastněných private equity investory předčily srovnatelné veřejné společnosti ve všech hlavních sektorech a na téměř všech světových trzích. Plánované výstupy soukromého kapitálu v roce 2007 měly o 33 % vyšší produktivitu než u srovnatelných veřejných společností. Největší nárůst hodnoty podniku zaznamenal sektor technologií a telekomunikační odvětví.

Peter Wells, partner transakčního poradenství Ernst & Young v ČR komentoval výsledky průzkumu takto: „Naše studie je důraznou odpovědí na všechny teorie, které tvrdí, že levné úvěry a snižování nákladů jsou hlavními hnacími motory úspěchu firem vlastněných private equity investory. Společnosti vlastněné private equity

investorem mají rostoucí hodnotu a tento fakt je patrný také na trzích ve střední Evropě včetně České republiky.“

### Udržitelný model

Více než polovina nárůstů hodnot u nejvýznamnějších exitů byla v roce 2007 výsledkem implementace úspěšné strategie v době vlastnictví private equity investorů. V případě globálních výstupů v roce 2007 bylo vlastnictví portfolia společností charakterizováno důsledným vedením v oblasti strategie, řízení i provozu. Nejdůležitější byl důraz na růst a dále také geografická expanze, zlepšení prodeje a zavedení nových výrobků. Private equity investoři dosahovali růstu také prostřednictvím akvizic a restrukturalizací.

Simon Perry, Global Head of Private Equity v Ernst & Young k tomu řekl: „Obchodní model soukromého kapitálu má jasný cíl: vybudovat hodnotnější podnik. Neustálý důraz na zavedení jasných plánů růstu a zvýšení výkonnosti v kombinaci se zřetelnými pravidly při očekávání exitu v předem stanoveném časovém horizontu, to vše značnou mírou přispívá k tvorbě a zvýšení hodnoty podniku.“

„Jsme svědky intenzivnějšího důrazu na činnost, jako je řízení výkonnosti v případě podniků, jež mají soukromí investoři ve svém portfoliu,“ dodal Simon Perry.

Private equity investoři stále více expandují

v globálním měřítku. I když Evropa a Spojené státy si i nadále drží vedoucí pozici (v roce 2007 bylo nejuspěšnější zemí Německo), mnoho společností se v současné době stále více zaměřuje na rozvojové trhy. Velikost transakcí se bude i nadále zvyšovat s tím, jak se budou tyto trhy vyvíjet. Asijsko-pacifická oblast vykazuje rostoucí potenciál s třemi asijskými transakcemi, které se zařadily do stovky nejvýznamnějších globálních exitů v roce 2007. Nicméně tento trh je pro soukromý kapitál relativně málo vyspělý.

Střední a východní Evropa si pro soukromé investory udržuje svoji atraktivitu, současný trend je takový, že se na tuto oblast zaměřují především větší fondy. Avšak situace v České republice má z pohledu private equity investorů daleko k tomu, aby byla považována za optimální. Evropská asociace pro soukromý a rizikový kapitál (European Private Equity and Venture Capital Association) dokonce zařadila Českou republiku mezi tři nejhorší země v Evropě z hlediska podpory a rozvoje private equity investorů v oblasti daňového a právního prostředí.

### Kreditní krize

I přes problémy, kterými trhy procházejí v posledních měsících, je zřejmé, že společnosti vlastněné private equity investory předčí svým výkonem veřejně obchodované společnosti ve všech klíčových parametrech. Je patrné, že private equity investoři si ve většině případů lépe poradí

s ekonomickým zpomalením a využijí situace, až se trh vrátí k normálu. Nejlepší private equity investoři prokázali, že jsou schopni dosáhnout skvělých zisků, hodnoty a návratnosti investic. Než se situace na trhu zlepší, firmy vlastněné private equity investory si s velkou pravděpodobností podrží své investice déle a zaznamenají pomalejší násobky růstu.

Kreditní krize ovlivnila i mechanismus zadlužené akviziční struktury (LBO), kde došlo k 20% propadu u dokončených akvizic v prvním pololetí roku 2008 v porovnání s rokem 2007. Někteří private equity investoři se zaměřují na investice do společností v nesnážích a do ztrátových úvěrů, zatímco jiní jdou cestou zpětného odkupu dluhů ze svých portfolií.

„Je třeba, aby firmy vlastněné private equity investory v současné době zefektivnily řízení portfolia – hlavně v případě komplikovaných nebo ohrožených investic, na které je pak upřena větší pozornost médií, unii i vlád. Prodeje budou komplikovanější, bude na ně třeba více času a očekávání se budou muset přizpůsobit aktuální situaci na trhu,“ uzavřel Peter Wells.

Předpokládané snížení počtu exitů s sebou pravděpodobně přinese omezení získávání zdrojů do fondů a pokles návratnosti fondů. Ale private equity model stojí na pevných základech a až se trh vzchopí, většina private equity investorů na to bude připravena a využije této příležitosti k dalším ziskům a posílení své hodnoty.“ (tz)

## Škody způsobené padělaným zbožím dosahují 35 miliard euro

**Šířením padělaného zboží vznikají evropským výrobcům spotřebního zboží škody za více jak 35 miliard euro ročně, což odpovídá přibližně 2 % z celkové výše společného ročního obrátu všech těchto výrobců. „Zatímco spotřebitelé považují nákup padělaných produktů za společensky tolerovaný prohřešek, mnoho podniků tento jev hodnotí jako vážnou hrozbu. Riziko padělání zboží vzrůstá úměrně s hodnotou dané značky,“ upozornil Jan Fanta, senior partner české pobočky Ernst & Young pro služby podnikového poradenství a řízení rizik.**

S falzifikáty se pravidelně potýkají dvě třetiny dotazovaných subjektů. Nejčastější jsou padělky oblečení a módních doplňků, cigaret, audiovizuálních nosičů a farmaceutik. Stále více se ale objevují i falzifikáty v potravinářském průmyslu. Celní úředníci států Evropské unie zajistili v roce 2007

přes 79 milionů kopií a padělaného zboží. Výrobci v rámci všech sledovaných skupin výrobků přitom počítají s dalším nárůstem této hrozby.

### Spotřebitelé z nákupu padělků ani jeho následků strach nemají

Každý čtvrtý dotazovaný spotřebitel již plagiáty určitého zboží někdy zakoupil. Nahrává jim k tomu i fakt, že velká část padělků už je laicky nerozpoznatelná od originálu. Především však koupě padělaných značkových výrobků většině společností nevádí – devět z deseti lidí je přesvědčeno, že nákupem padělku by jejich pověst v očích přátel či známých žádným způsobem neutrpěla. „Naše studie dokazuje, že stále více zákazníků plagiáty cíleně nakupuje, přestože si jsou vědomi možných rizik,“ komentoval tuto situaci J. Fanta: „Zatímco většina padělků luxusního zboží má původ v Číně, padělky potravin se rekrutují převážně ze zemí východní Evropy.

Právě u nich navíc jejich konzumentům hrozí i zdravotní rizika.“

Průzkum navíc ukázal, že spotřebitelé jsou si rizik, spojených s nákupem a používáním padělků, dobře vědomi. Na 67 % účastníků výzkumu bere v potaz riziko nehody, k níž by mohlo dojít v důsledku zpracování materiálů podřadné kvality. Možnou újmu na zdraví v souvislosti s plagiáty zcela nevylučuje 61 % respondentů, přičemž 48 % z nich počítá s riziky finančního charakteru. Dalším 74 % spotřebitelů je zřejmé, že na výrobě a distribuci padělaných produktů se podílejí zločinecké skupiny a 79 % nepochybuje o návazném zanedbávání pracovních podmínek a nulových ohledech na životní prostředí při jejich výrobě.

### Ochranu značky je třeba řešit systematicky a preventivně

Výrobci spotřebního zboží stále vidí primární odpovědnost za potírání pirátství a výroby

padělků na straně států. Chtějí-li se však před napodobováním výrobků bránit, je nutné, aby k ochraně své značky přistupovali systematictěji. Většina evropských producentů značkových výrobků sice přijala rozsáhlá opatření týkající se boje proti plagiátorství, jedná se však převážně o dílčí kroky omezené na jednotlivá oddělení, které postrádají jakoukoliv systémovou oporu. „Úspěšná ochrana značky vyžaduje sloučení sporadických opatření do uceleného procesu a průběžné sledování účinnosti zaváděných mechanismů. Takový proces by měl tvořit pevnou součást managementu rizik,“ dodal Petr Knap, partner oddělení Podnikového poradenství a řízení rizik Ernst & Young. „Je také potřeba zdůraznit, že správně nastavené řízení rizik vstupuje do hry mnohem dříve, před samotným vznikem škody. Plně účinné může být pouze tehdy, chápeme-li management rizik jako věc prevence.“ (tz)



# Stávající ekonomický vývoj

## z pohledu úvěrové pojišťovny

**Letošní osmičkový rok byl a je zvláštní zejména pro ekonomiku zemí a jednotlivých podniků. Dlouhodobé ignorování signálů o tom, že se děje něco špatného, přivedlo hospodářství hlavních světových ekonomik do problémů, které začaly finanční krizí, která postupně přerůstá do krize hospodářské, ale hlavně se jedná o krizi důvěry. Zasáhla nejdříve finanční instituce v USA a přelila se do Evropy. Odrazila se ve stavebnictví a automobilovém průmyslu.**

Tempo růstu spotřeby domácností, která je hlavním tahounem růstu hospodářství většiny ekonomik, při rostoucí nejistotě a stoupající nezaměstnanosti zpomaluje již od roku 2006. V roce 2009 má tempo růstu dosáhnout polovičních hodnot ve srovnání s rokem 2004 a třetinových ve srovnání s rokem 2000, kdy bylo nejvyšší.



Pochopitelně že Česká republika, jako velmi otevřená a exportně orientovaná ekonomika, nemůže zůstat nezasazena, a to i přes stále zdravý finanční systém. Tudiž prohlášení o izolovaných ostrůvcích je zavádějící a ukazuje na nepřipravenost přijmout fakta. Tato fakta jsou z pohledu úvěrového pojistitele jasná. Za prvních deset měsíců letošního roku dosáhl počet ohlášených pohledávek v prodlení ze strany pojištěných společností nárůst 16% ve srovnání se stejným obdobím loňského roku, avšak jejich hodnota se zvýšila o 120%.

Přímé příčiny můžeme, z pohledu úvěrové pojišťovny, rozdělit do tří skupin:

1) Zhoršená situace na trhu a následný pokles objemu objednávek má za následek zvýšené napětí v cash flow jednotlivých podniků, včetně již

tradičního problému druhotné platební neschopnosti.

2) Zpřísnění podmínek pro financování ze strany finančních institucí, zejména bank, a uplatňování náročnějších kritérií pro poskytování úvěrů.

3) Možnost aplikovat insolvenční zákon neobvyklým způsobem za účelem vyřizování obchodních sporů vedoucí k problémům postižených firem.

Úvěrová pojišťovna Euler Hermes Čescob, jako člen největší světové skupiny úvěrových pojistitelů Euler Hermes, musí na danou situaci reagovat konkrétními kroky v podobě přehodnocování rizik odběratelů svých klientů, která s probíhající krizí narůstají. Děje se tomu tak koordinovaně, v rámci celé skupiny po celém světě. Opatření se liší podle teritorií a podle hospodářských sektorů. Cílem tohoto procesu je především ochrana zájmů našich klientů. Těmito kroky jim dáváme signál k tomu, zda a jak si mají přestavit platební podmínky, aby se vyhnuli problémům v obdržení platby. Převážná část klientů chápe naše preventivní opatření a snaží se přizpůsobit nastalé situaci.

Současně s tím významně roste zájem o služby pojištění pohledávek, které lze označit jako jeden z velmi účinných nástrojů omezení rizika nezaplacení pohledávek z obchodního styku nejenom v období ekonomického poklesu.

Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s. je předním pojistitelem pohledávek na českém trhu a členem světové jedničky v úvěrovém pojištění – skupiny Euler Hermes – která je rovněž jedním z lídrů v oblasti pojištění záruk a kaucí. Společnost se zejména specializuje na pojištění komerčních rizik krátkodobých dodavatelských úvěrů proti nezaplacení ze strany odběratele. Nabízí také vymáhání pohledávek a nově i pojištění záruk a kaucí. Euler Hermes vyvinul informační síť, která umožňuje analyzovat finanční stabilitu 40 milionů firem na celém světě. Skupina chrání obchodní transakce ve výši 800 miliard euro. Pokrývá 36% světového trhu úvěrového pojištění.

**Ing. Július Kudla, předseda představenstva a generální ředitel Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s.**

## Bankou roku 2008 se v České republice stala Raiffeisenbank

Vítězství Raiffeisenbank v hlavní kategorii sedmého ročníku prestižního ocenění MasterCard Banka roku prolomilo dosavadní nadvládu Komerční banky a České spořitelny, které se na prvním místě střídaly od vzniku soutěže v roce 2002.

„Odborná porota ocenila u Raiffeisenbank zejména stabilní posilování pozice na trhu v posledních letech, úspěšnou integraci eBanky, konzistentní produktovou a obchodní politiku či zřetelné vymezení marketingu banky,“ uvedl Petr Stuchlík, předseda organizačního výboru ocenění.

Bankéřem roku 2008 se stal Jiří Kunert, předseda představenstva a generální ředitel UniCredit Bank Czech Republic. Nejdynamičtější bankou roku 2008 se stala mBank, která vstoupila na český trh přesně před rokem, v listopadu 2007. V kategorii Nejdůvěryhodnější banka roku 2008 se podařilo navázat České spořitelně na vítězství z předchozích ročníků a získat v kombinaci přímého hlasování spotřebitelů a výzkumu realizovaném agenturou STEM/MARK nejvíce hlasů.

„V současné době, kdy finanční trhy prochází celosvětovou turbulencí, je pro finanční institu-

ce i jejich klienty velmi důležitá důvěryhodnost bank. Kategorie Nejdůvěryhodnější banka roku nabývá pro letošní rok na váze a je významným signálem jak pro banky, tak pro jejich stávající i potenciální klienty. Veřejnost, která v kategorii Nejdůvěryhodnější banka roku hlasovala, potvrdila pořadí bank z loňského ročníku ocenění a ukázala, že Česká spořitelna, Komerční banka a ČSOB si dokázaly udržet i v letošním bouřlivém roce pevné postavení na českém finančním trhu,“ uvedl Pavel Javorský, ředitel kanceláře MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko.

Patronem kategorie Nejdynamičtější banka roku je již šesté společnost Ernst & Young. „Titul Nejdynamičtější banka roku by měla získat banka, která díky neustálým inovacím produktů zlepšuje služby svým klientům. To jí přináší nové zákazníky, a co je neméně důležité, pomáhá jí to udržet i stávající klienty. V Ernst & Young jsme rádi, že i prostřednictvím partnerství projektu MasterCard Banka roku můžeme přispět k zkvalitňování služeb finančních institucí v České republice,“ řekla Magdalena Souček, vedoucí partnerka Ernst & Young v České republice.

Svého vítěze našly také dvě kategorie, které byly do ocenění MasterCard Banka roku zařazeny vůbec poprvé v historii. V kategorii Úvěr roku 2008, jejímž patronem se stal partner ocenění CCB – Czech Credit Bureau, zvítězila Chytrá karta od České spořitelny. „Za vznikem nové kategorie Úvěr roku nestojí jen snaha o porovnávání či hodnocení finančních produktů. Hlavním motivem pro vznik této kategorie je snaha o zintenzivnění diskuze o odpovědném přístupu lidí i finančních institucí k zadlužování. Jde o oblast, která je s rostoucí zadlužeností domácností stále více aktuální, a proto ji dlouhodobě podporujeme,“ řekl Petr Kučera, výkonný ředitel a místopředseda představenstva společnosti CCB – Czech Credit Bureau, která v Česku organizuje Bankovní a Nebankovní registr.

**Nejdynamičtější pojišťovnou roku 2008 se stala DIRECT Pojišťovna.**

V kategorii Nejdůvěryhodnější banka roku obhájila prvenství Česká spořitelna. „Vyspělý systém pro řízení vztahů se zákazníky, který získal několik renomovaných ocenění, pomáhá České spořitelně jednat s každým klientem na

individuální bázi. Klienti ocení, když přijdou do pobočky své banky a bankéř ví, o jaké produkty měli v minulosti zájem, jaké nakonec využili či jaké informace zjišťovali na bezplatné informační lince. Právě díky schopnosti individuálně přistupovat k široké masě klientů získává Česká spořitelna významnou konkurenční výhodu oproti některým konkurentům,“ uvedl Patrik Horný, generální ředitel Capgemini pro ČR.

Organizátorem ocenění MasterCard Banka roku 2008 byla společnost Fincentrum Media. Generálním partnerem ocenění se stala společnost MasterCard Europe, vedoucí platební systém stojící za značkami platebních karet MasterCard, MasterCard Electronic a Maestro. Partnerem ocenění se stala společnost Ernst & Young. Tradičním odborným partnerem ocenění bývá vedoucí světová poradenská společnost v oblasti technologií a outsourcingu, společnost Capgemini. Dalšími partnery ocenění se staly CCB – Czech Credit Bureau, Lesy České republiky, STEM/MARK – partner průzkumu veřejnosti a odborný partner Asociace finančních zprostředkovatelů a finančních poradců – AFIZ.

(tz)



### POMÁHÁME VÁM PODNIKAT

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest usnadňuje podnikání v České republice stovkám společností.

Můžete se na nás spolehnout při:

- expanzí
- rozvoji výzkumu
- hledání nemovitostí pro podnikání
- získávání dodavatelů v regionu
- podpoře zaměstnanců
- rozvoji spolupráce se školami
- čerpání investičních pobídek
- čerpání evropských dotací z Operačního programu Podnikání a inovace
- vyjednávání se samosprávou



# Nové členské státy EU prosazují integrovanou politiku jako cestu k ochraně životního prostředí

Šest zemí ze střední a východní Evropy se 4. listopadu 2008 v Bruselu dohodlo na společném postupu při vytváření koordinované politiky v oblasti automobilového průmyslu. Považují to za nejlepší způsob, jak zlepšovat životní prostředí a bezpečnost silničního provozu a zároveň zajistit konkurenceschopnost tohoto oboru v EU. Představitelé vlád Polska, České republiky, Maďarska, Slovenska, Slovinska a Rumunska diskutovali o situaci v automobilovém průmyslu s eurokomisaři Güntherem Verheugenem (průmysl a podnikání), Leonardem Orbanem (jazykové záležitosti) a odborníky z autoprůmyslu na semináři, jehož hostitelem bylo stále zastoupení Rumunska při EU (za Českou republiku se semináře zúčastnil Mgr. Aleš Kuták, náměstek ministra životního prostředí ČR, ředitel sekce ochrany klimatu a ovzduší – pozn. Sdružení AP).

„Automobilový průmysl je hlavním motorem inovací a růstu, a proto je pro naše ekonomiky strategickou prioritou. Evropská unie musí vytvářet vhodné prostředí pro jedno ze svých klíčových odvětví,“ řekl Mihnea Ioan Motoc, rumunský velvyslanec při EU. „Současná ekonomická krize jen zdůraznila nutnost přijmout opatření chránící automobilovou výrobu v EU, ale zároveň i životní prostředí a bezpečnost,“ dodal Ivan Hodáč, tajemník evropské asociace automobilového průmyslu ACEA.

Podíl nových členských států na automobilové výrobě EU činí 17% a tento podíl stále roste. Automobilový průmysl má růstový potenciál, který vychází z globálních trendů směřujících k vysoce inovativním a složi-

tým výrobkům i z rostoucích tržních příležitostí na východoevropských trzích. Avšak zhoršená ekonomická situace v kombinaci s dlouhodobě působícím legislativním tlakem na automobilový průmysl vytváří obavy o budoucí vyhlídky tohoto odvětví v nových členských státech EU. „Vidíme průmyslové odvětví, které je odhodláno vyrábět ekologická, bezpečná a dostupná vozidla a chce zajistit další pokrok i udržet v Evropě výrobu,“ řekl velvyslanec M. I. Motoc. „EU musí zajistit, aby zejména připravovaná legislativa týkající se CO<sub>2</sub> byla realistická a uskutečnitelná.“

Podpůrný rámec by se měl skládat ze čtyř důležitých pilířů: tzv. „lepší regulace“, reciprocita v obchodních vztazích, balík půjček

v hodnotě 40 miliard EUR s nízkým úročením a tržní pobídky, jako je systém odstraňování starších vozidel z provozu. „EU může pomoci při zachování výzkumu a vývoje, programů pro vytváření inovativních výrobků a také připravit aktivity, které zvýší důvěru spotřebitelů, budou stimulovat trh a obnovu vozového parku v EU,“ sdělil I. Hodáč.

Uvedených šest zemí plně podporuje integrovaný přístup v oblasti životního prostředí a bezpečnosti, na němž by se podíleli nejen výrobci vozidel, ale i výrobci pohonných hmot, politici a řidiči. „Například Rumunsko podporuje vývoj infrastruktury pro lokální výrobu a dostupnost biopaliv,“ vysvětlil velvyslanec M. I. Motoc. „Na základě získaných zkušeností také zlepšíme náš daňový systém, přičemž rozhodujícím parametrem budou emise CO<sub>2</sub>. A naše vláda bude pokračovat v Rumunském programu obnovy vozového parku. V roce 2008, který je čtvrtým rokem platnosti uvedeného programu, na něj přidělíme 34 milionů EUR



ze státního rozpočtu, což umožní odstranit z našich silnic 40 000 starších vozidel. Přispějeme tak ke zlepšení bezpečnosti silničního provozu i životního prostředí.“

Evropský automobilový průmysl je klíčový pro ekono-

mickou sílu a konkurenceschopnost Evropy. Členy asociace ACEA jsou automobilky BMW Group, DAF Trucks, Daimler, FIAT, Ford of Europe, General Motors Europe, Jaguar Land Rover, MAN Nutzfahrzeuge, Porsche, PSA Peugeot Citroën, Renault, Scania, Toyota Motor Europe, Volkswagen a Volvo (automobilová sdružení jednotlivých zemí včetně Sdružení automobilového průmyslu ČR jsou v ACEA přidruženými členy – pozn. Sdružení AP). Evropský autoprůmysl přímo zaměstnává více než 2,3 milionu osob a nepřímých dalších 10 milionů v navazujících odvětvích. Členové ACEA každoročně investují 20 miliard EUR do výzkumu a vývoje, což činí 4% jejich tržeb.

Ing. Antonín Šípek  
ředitel sekretariátu Sdružení AP

## Evropa poskytuje pobídky k obnově vozového parku, Česká republika zatím o tomto kroku neuvažuje

Země Evropské unie stále častěji motivují občany, aby ekologicky likvidovali staré osobní automobily a nahrazovali je vozy novými. Je pro to několik důvodů. Především je to snaha vyřadit z provozu automobily, které v mnohem vyšší míře než novější vozy poškozují životní prostředí (emise, CO<sub>2</sub>). Nové automobily jsou také mnohem bezpečnější. Aktuálně tyto logické argumenty zesiluje současná ekonomická situace.

Jak takové pobídky vypadají? Na zasedání Evropské asociace automobilových výrobců ACEA dne 14. listopadu 2008 v Bruselu prezentovalo své systémy pobídek již 13 zemí EU. Jedná se vždy o intenzivní, časově ohraničenou

kampaň. Nejúspěšnější byla italská kampaň v letech 1997 až 1998, během níž bylo z provozu odstraněno 2 miliony automobilů starších 10 let. Pobídka činila 1000 eur na nákup nového vozu při současném „sešrotování“ starého auta. Francie takto v letech 1995 až 1996 omladila svůj vozový park o 1,1 milionu vozů. Pobídka se pohybovala mezi 762 až 1067 eur, minimální stáří vozu bylo stanoveno na pouhých 8 let. Vůbec nejvíce starých automobilů bylo odstraněno během desetiletí (1997 až 2007) kampaň ve Španělsku – 3,3 mil. vozů ve stáří nad 10 let. V současné době probíhají kampaň např. v Portugalsku (pobídka 1000 eur při náhradě vozu nad 10 let), od příštího roku se bude opa-

kovat pobídková kampaň v Rumunsku (minimální stáří vozu 12 let, pobídka 790 eur).

Obdobně bychom mohli uvést příklady z dalších evropských zemí. Česká republika však mezi nimi bohužel stále chybí. Sdružení AP přitom již mnohokrát upozorňovalo na znepokojující skutečnost, že náš vozový park (nejen) osobních automobilů je přestárlý, jeho průměrný věk se v posledních letech de facto zhoršuje a k 30. červnu 2008 se přiblížil 14 roků. K obměně tedy reálně nedochází. Proto se domníváme, že by se i česká vláda měla zamyslet nad systémem pobídek, který by přispěl ke zlepšení uvedené situace. Konkrétních příkladů z Evropy máme dostatek. O zavedení zmíněných pobídek

přitom uvažují i státy, které je dosud odmítaly, nebo státy, které je již uskutečnily v minulosti.

Prezident Sdružení AP Ing. Martin Jahn k tomu uvedl: „Finanční recese a následné ochlazení ekonomického růstu vyžaduje účinné kroky k obnově poptávky na trzích jednotlivých zemí a tím k oživení růstu jednoho z klíčových odvětví evropské ekonomiky – automobilového průmyslu. Trvalé vyřazování starých neekologických vozidel z provozu by současně přispělo i ke snížení škodlivých emisí a CO<sub>2</sub>, jakož i k bezpečnosti silničního provozu, mnohem účinněji než direktivní zásahy Evropské komise či národních legislativ.“

(tz sap)

## K ekonomické recesi přidává vláda ČR firmám další problém k řešení

K problémům, které musí firmy automobilového průmyslu nyní řešit v souvislosti s probíhající ekonomickou recesí, přidává vláda České republiky další: celoroční páteční zákaz jízdy vozidel nad 7,5t celkové hmotnosti. Namísto toho, aby se snažila alespoň nějak usnadnit průmyslovým firmám současnou nelehkou situaci, hodlá předložit Parlamentu ČR další regulační opatření s jednoznačně negativními dopady.

Kromě hledání východisek daných poklesem poptávky, ztížením a zřejmě i dražším přístupem k úvěrům, otázkami spojenými se zaměstnaností, problematikou vývoje kurzu Kč a neexistencí termínu pro vstup ČR do eurozóny, bude tak řada výrobních firem nucena (v případě schválení vládního návrhu Parlamentem ČR) přepracovat logistiku příjmu zboží a expedice výrobků, investovat do výstavby skladovacích prostor, nákupu dopravních prostředků, úprav řídicího softwaru či pozměnit režim výroby a dodávek domácím i zahraničním odběratelům. Šetřením mezi firmami Sdružení AP byly jen finanční dopady vyčísleny na 2,8 miliardy Kč za rok. Navíc nutno dodat, že řadu těchto opatření nelze prakticky realizovat v průběhu několika málo měsíců, bylo by tedy nutné vytvořit dostatečný časový prostor, a nikoli rozhodnout „ihned a úřednický“ bez ohledu na časové a reálné možnosti podnikatelské sféry.

Je naprosto paradoxní, že vláda ČR schválila návrh zákona zakazujícího celoročně v do-

bě od 15 do 18 hodin páteční jízdy vozidel nad 7,5t celkové hmotnosti téměř současně s představením loga pro předsednictví ČR v EU spolu s motem „Evropa bez bariér“. Je evidentní, že pátečním zákazem dojde k vytvoření bariéry dopravy a pohybu zboží v centru Evropy, neboť v žádném sousedním státě obdobný zákaz není realizován. Návrh zřejmě nebyl projednán s příslušnými orgány EU, přestože může mít i přeshraniční dopady. Dle našich informací byl totiž z Bruselu vznesen oficiální dotaz požadující vysvětlení záměrů a dopadů tohoto zákona.

Podnikatelská sféra byla v podstatě (a zřejmě z politických důvodů) vyloučena z přípravy návrhu tohoto zákona, o čemž svědčí následující skutečnosti. Přestože vládní návrh byl odůvodněn plněním Programového prohlášení vlády, nebylo toto vládní prohlášení, jak je níže uvedeno, v daném znění naplněno.

### Z Programového prohlášení vlády:

Vláda předloží návrh novely zákona o provozu na pozemních komunikacích, který omezí jízdy vozidel nad 7,5 tuny celoročně v pátek odpoledne, v sobotu dopoledne, v neděli odpoledne a během státních svátků. Přesná doba trvání omezení během jednotlivých dnů bude určena na základě výsledků činnosti pracovní skupiny složené ze zástupců koaličních stran, Ministerstva dopravy ČR, Policie ČR, Asociace krajů, Svazu měst a obcí, dopravců a odborné veřejnosti, která formuluje svá do-

poručení. Zároveň bude přehodnocen systém vydávání výjimek ze zákazu jízdy podle § 43 odst. 5 tak, aby byl zachován efekt omezení jízdy požadovaný zákonem.

Pracovní skupina však žádné doporučení nezformulovala, dopravcům a odborné veřejnosti tedy byla upřena možnost podílet se na přípravě zákona ve smyslu vládního prohlášení.

Rovněž tak neproběhlo obvyklé připomínkové řízení, možnost podnikatelské sféry uplatnit své připomínky prostřednictvím Hospodářské komory ČR či Svazu průmyslu a dopravy ČR (jako účastníků připomínkového řízení) tedy ani zde nebyla umožněna. Návrh zákona nebyl projednán ani pracovními komisemi Legislativní rady vlády, bylo vypracováno pouze stanovisko předsedy Legislativní rady vlády.

Odpověď na otázku, proč byla podnikatelská sféra z participace na návrhu zákona vyloučena, je jednoduchá. Ze strany předkladatelů návrhu by zřejmě bylo příliš těžké až nemožné vypořádat došlé připomínky, neboť neexistuje racionální zdůvodnění tohoto návrhu. Kromě obecných hesel, jako je „bezpečnost silničního provozu“, „životní prostředí“, „volnočasové aktivity českých občanů“, „stres z nákladních aut“ apod., postrádáme uvedení konkrétních pozitivních dopadů do jednotlivých oblastí a na ekonomiku České republiky. Je však otázkou, zda nějaké pozitivní dopady plynoucí z pátečního zákazu jízdy kamionů vůbec existují. To dokládá i Důvodová zpráva k předmětnému návrhu, kde se jako jediný věcný důvod uvádí,

že „dopravní nehodovost je nejvyšší v pátek odpoledne, v neděli a ostatních dnech pracovního klidu po celý den“ (bez rozlišení viníků nehod, přičemž v neděli a ostatních dnech pracovního klidu je již v současné době provoz kamionů celoročně omezen). Nehodovost v uvedených dnech je přitom dána především vysokým provozem osobních automobilů, ve smyslu „logiky“ uvedeného zdůvodnění by bylo pro snížení nehodovosti zřejmě potřebné omezit především jízdy vozidel této kategorie (což by již nebylo tak populární).

Schvalování legislativních norem, které v době probíhající ekonomické recese dále zvýší náklady firem a zhorší jejich ekonomickou situaci a konkurenční schopnost, považujeme za kroky ohrožující další vývoj hospodářství ČR. Celoroční páteční zákaz jízdy kamionů je právě jednou z nich. Pokud vláda nadřazuje vlastní politické zájmy zájmům podnikatelské sféry, nezbyvá nic jiného než tento postup prohlásit za krajně nerozvážený. Proto opakovaně vyzýváme vládu ČR, Poslaneckou sněmovnu a Senát Parlamentu ČR ke skutečně uvážlivému a vůči podnikatelské sféře i dalšímu vývoji hospodářství České republiky zodpovědnému rozhodování v předmětné záležitosti.

Ing. Antonín Šípek, v.r.  
ředitel sekretariátu Sdružení AP

Ing. Jiří Černý, v.r.  
viceprezident Sdružení AP



# Petrolejářský průmysl přispěl k ochraně ovzduší inovovanými výrobky

**Přiblížil se konec roku a je jako obvykle doba pro zhodnocení uplynulého období a odhad vývoje českého petrolejářského průmyslu v roce 2009. V roce 2008 bylo hlavním úkolem petrolejářských firem zrealizovat dvě významné změny v jakosti motorových paliv.**

Tou první byla příprava na plošné zavedení bezsírých automobilových benzinů a motorové nafty a druhou zavedení do sortimentu motorových paliv nízko koncentrované směsi biopaliv a fosilních paliv. Obě změny souvisí se závaznou legislativou Evropské unie. Dnes můžeme konstatovat, že na trhu budou ihned od začátku roku 2009 plošně pouze bezsírý automobilový benzin a bezsírý motorový nafta v celém druhovém sortimentu. Tato paliva obsahují maximálně 10 ppm síry. Petrolejářský průmysl tak přispěl k dalšímu zlepšení ochrany ovzduší, a to za cenu významných investičních nákladů vložených do modernizace rafinerijských technologií.

Druhou významnou změnou je zavedení biopaliv (bioethanolu a FAME – methyl esterů mastných kyselin) do pohonných hmot. Po dlouhé technické a legislativní diskuzi zahájily petrolejářské firmy (rafinerie, dovozci a velkodistributoři) mísení FAME/MEŘO – metylesterů řepkových olejů) do motorové nafty od září minulého roku a od počátku letošního roku pak mísení bioethanolu do automobilových benzinů běžného sortimentu.

Obsah biosložek jak v benzínu, tak motorové naftě je dán evropskými normami EN 228, respektive EN 590 a může se pohybovat od 0 do 5% objemových. Tato paliva nejsou na stojanech čerpacích stanic zvlášť označena. Jsou označena pouze technickou normou a názvem motorového paliva, tedy tak, jak tomu bylo i v minulosti, kdy se prodávala pouze čistá fosilní paliva. Pokud mají řidiči zájem se dozvědět, kolik je biosložek v tankovaném palivu, sdělí mu tento údaj obsluha čerpací stanice. Jakostní znaky těchto motorových paliv pravidelně kontrolují výrobci na výstupu z výroby v rafineriích a distributoři vlastními kontrolními systémy a nezávislá organizace Ústav paliv a maziv, a.s. Praha. Ve smyslu platné legislativy (zákon o pohonných hmotách a prováděcí předpis k tomuto zákonu) jakost motorových paliv u čerpacích stanic dále pravidelně kontroluje Česká obchodní inspekce.

Motorová paliva s nízkým obsahem biosložek lze běžně používat pro vozidla se zážehovým, resp. vznětovým motorem, stejně jako dosud čisté

fosilní pohonné hmoty bez jakýchkoliv zvláštních omezení. Některá speciální motorová paliva biosložky neobsahují. Jsou to zejména prémiové vysokootanové benziny se speciální víceúčelovou aditivací (uváděné na trh pod různými obchodními názvy distribučních společností) a arktická motorová nafta. V současné době se pohybuje obsah biosložek v automobilovém benzínu kolem 2,3% objemových a v motorové naftě kolem 2,2%.

## Paliva z potravin nejsou perspektivní

Petrolejářský průmysl nepovažuje tyto nízko koncentrované směsi, kde je biosložka vyrobená z potravinářských surovin, za perspektivní, protože mohou vést k nedostatku strategických potravinářských plodin (obilí, řepy a brambor), z kterých jsou vyráběny a mohou působit tak na nárůst cen potravin.

Přidávání biosložek do motorových fosilních paliv v objemu do 5% objemových znamená změnu v chemickém složení paliva a ta se promítá i do určitých změn fyzikálně-chemických vlastností motorového paliva. Malé přídávky biosložek přítomné nemusí způsobovat v provozu současně vyráběných ani starších vozidel žádné problémy. Není však vyloučené, že při nedodržování doporučených postupů nakládání s těmito palivy mohou problémy vzniknout. Aby nevznikly, je třeba se zaměřit především na kontrolu kvality, která musí být prováděna s větší frekvencí se zaměřením na rizikové faktory, které jsou známé. Více informací najdete na [www.cappo.cz](http://www.cappo.cz).

Významný vliv na tuzemský trh neměl ani růst a výkyvy světové ceny ropy, přičemž za hlavní příčinu tohoto jevu považujeme finanční spekulace, a ne často uváděné obavy ze změn poptávky. Odhadujeme, že na trh bude v letošním roce dodáno cca 2000 tis. tun benzínu a 4050 tis. tun motorové nafty. Potvrzuje se tak trend minulých let představovaný stagnací spotřeby benzinů a růstem spotřeby motorové nafty meziročně o necelá 3%.

## Co čeká petrolejářský průmysl v roce 2009

Předpokládáme, že se pravděpodobně finanční krize nepřesune do prodeje motorových paliv

a spotřeba u nás poroste, i když ne tak rychle jako v minulosti.

Dosavadní zkušenosti s užíváním nízkokoncentrovaných směsí biopaliv s fosilními hmotami nepřinesly žádné významné negativní zkušenosti. Předpokládáme, že tak tomu bude i příští rok. Nadále bude bez biopaliv vysoko oktanový benzin SUPER PLUS a arktická motorová nafta.

Ve vazbě na legislativu (zákon o ochraně ovzduší) je pro příští rok předepsáno zvýšení povinnosti mísit biosložky do motorových paliv. Pro benziny je uloženo minimálně nahradit 3,5% objemových z celkového množství uváděného na trh biosložkou a pro motorovou naftu pak 4,5% objemových, čímž dojde k významnému zvýšení podílu biopaliv v pohonných hmotách oproti současnosti. Zejména u motorové nafty to bude znamenat těsné přiblížení k maximální přípustné hodnotě obsahu FAME, který je dle ČSN EN 590 5% objemových. To bude klást extrémní požadavky na přesnost a operativnost mísení nafty. Překročení maximální hranice dle ČSN EN 590 by znamenalo nekvalitní výrobu s možností postihů distributorů Českou obchodní inspekci a zbytečné zvýšení nákladů na nadbytečně spotřebované množství FAME. V opačném případě, tj. nesplnění povinností, pak citelnou sankci pro povinné osoby. Jsme toho názoru, že uvedená a zbytečná rizika lze odstranit jednoduchou novelou zákona o ochraně ovzduší v § 3a. Novela je představována vložením do zákona možnosti převodu splnění povinnosti smlouvou na třetí, také povinnou osobu, převod přeplněné povinnosti na další následující kalendářní období a o podstatně snížení nesmyslné sankce, která je dnes 75 Kč za každý nesplněný litr, což asi třikrát převyšuje rozdíl ceny fosilní složky a ceny biosložky v palivu. Česká asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (ČAPPO) proto v tomto smyslu podala příslušným státním orgánům návrh novely zákona o ochraně ovzduší a bude návrh dál trpělivě a důrazně prosazovat.

## Konec benzinu SPECIÁL

V sortimentu automobilových benzinů a motorové nafty lze předpokládat, že z prodeje zmizí postupně benzin SPECIÁL, který již dnes má podíl

na celkovém trhu benzinů jen 1%. Automobilisté, kteří dosud tento benzin používají z důvodu, že jejich vozidla nejsou vybavena motory s tvrdými sedly ventilů, však nemusí mít strach. K dispozici bude benzin NORMAL 91 a benzin SUPER 95. Budou však muset začít při tankování individuálně přidávat do nádrže aditivní přísadu proti zadírání ventilů. Ta bude dále k dispozici tak jako dosud, u čerpacích stanic. U značkových distribučních firem, společně s úrovní služeb poskytovaných jejich čerpacími stanicemi, poroste i nabídka dodatečně aditovaných pohonných hmot, které jsou speciálně vyvinuty pro složení českého autoparku vozidel, jež je ve srovnání s EU zastaralý. Tato motorová paliva mají lepší užitné vlastnosti, které je však třeba efektivně využívat s ohledem na provozované vozidlo.

Kvalita prodáváných pohonných hmot u čerpacích stanic si zachová nadále svoji vysokou úroveň, a to zejména u značkových distribučních firem, kde chybovat je dlouhodobě pod 1% z odebraných kontrolních vzorků.

Na trhu se asi pravděpodobně začne více objevovat směsná motorová nafta jako důsledek snížení její spotřební daně na 6866 Kč za 1000 litrů. Předpokládáme, že se na trhu objeví i nabídka prodeje bionafty (čisté FAME) a sporadicky i paliva E85. Podmínkou však je, aby nabyla co nejdříve účinnosti novela zákona o spotřebních daních, která předpokládá zavést daňovou podporu těmto typům paliva. Druhou podmínkou je nutná obnova vozového parku vozidly typu FFV. Je třeba i poznamenat, že bez širšího využití těchto paliv se nepodaří ČR splnit povinnost nahradit 10% fosilních paliv v dopravě biokapalinami.

## Podpora biopalivům 2. generace

Myslíme si, že je také na čase, aby za státní podpory byla věnována pozornost pilotnímu programu výroby syntetických motorových paliv vyrobených z biopaliv druhé generace (biomasa a biologický odpad). Je však třeba konstatovat, že bez státní finanční podpory se program biopaliv druhé generace u nás nehne z místa.

Očekáváme také, že ze strany EK bude dosaženo shody ve věci stanovení jasných kritérií udržitelnosti biopaliv.

**pokračování na str. 24 ►**

## Chceme udat nový trend

**Málokterý řidič dnes pohrdne odpočinkem, lehkým občerstvením, kelímkem dobré kávy. Na čerpacích stanicích, a nejen kolem hlavních tahů, je dostatek příležitostí k načerpání nových sil, k odražení se od soustředěného pohledu na to, co se děje na silnici. Benzina je jednou ze značek, která se proměňuje motoristům rovnou před očima. Letos navíc slaví 50. narozeniny. V souvislosti s tím jsem položila několik otázek jednateři společnosti Benzina Martinu Durčákovi:**

**Benzina v posledních měsících viditelně mění image – přestavba sítě čerpacích stanic na moderní, praktické a příjemné prostředí, kde si má motorista z čeho vybrat, se zdařilo. Přesto vaše kroky k lepšímu postavení na českém trhu nekončí. Do čeho se pustíte v roce 2009 nejdříve?**

Inovace na Benzině budou pokračovat i nadále. Na příští rok plánujeme rozšířit kolekci prémiových paliv a dále rozvíjet velmi úspěšný gastro koncept.

Připravujeme také nové soutěže a promoční aktivity, které začnou příští rok. Chceme zase udat nový trend, protože v našem marketingu bychom se nechtěli nést na úspěšné vlně z minulosti, ale měli bychom pořád vymýšlet a otvírat prostory pro nové akce.

**Hodláte rovněž zavést prémiové palivo – oč půjde, v čem bude jiné ve srovnání s dnešním sortimentem?**

Od ledna 2009 bude v celém sortimentu pohonných hmot zahájen prodej superčistých bezsírých paliv. V současné době je již na trhu v této kvalitě bezsírých paliv k dostání prémiový benzin VERVA 100, který je na trhu od roku 2006 a nyní se prodává na více než 90 čerpacích stanicích. Ve stejném roce začala Benzina plus nabízet také VERVU Diesel. Prodeje těchto produktů jsou nad očekávání dobré. V podstatě máme zcela srovnatelné výsledky s konkurencí, a navíc jejich podíl na prodejích mnohonásobně převyšil podíl dříve zavedeného prémiového paliva Blue Octan 99.

**Spoléháte rovněž na gastro koncept. Co je jeho základem dnes a jak byste stravování rádi obohatili?**

Širší nabídka a kvalita občerstvení je u prémiových pump Benzin Plus podmínkou. Některý z modelů gastronomie dnes funguje zhruba na 90 prémiových čerpacích stanicích Benzin. Ať už se jedná o typ Restaurace, Bistra, Snacku nebo Café minute, provoz nových bister prokazují, že zájem zákazníků o tyto doprovodné služby výrazně roste. Prohloubili jsme spolupráci

s restaurací McDonald's a o další spolupráci jednáme i s italskou sítí Autogrill.

**Platební karty a vůbec systém placení – i tady máte jasnou představu. Přesto – dala by se připravit určitá věrnostní karta s pobídkou, která by se stala velkou konkurencí pro ostatní věrnostní systémy? Možná by se k tomu dala formou soutěže či nějakého marketingového prvku využít i rozmanitá přání zákazníků...**

Co se týká karet, tak v dalších letech plánujeme posílit spolupráci s provozovateli platebních karet, kteří jsou napojeni na mezinárodní systémy a již tedy zvláště profesionálním řidičům nabídnou komfort v podobě plateb stejnými fleetovými kartami, s nimiž platí i v zahraničí. Rozvoj spolupráce je plánován především se společnostmi AS24 a IDS.

V současné době pracujeme na implementaci nového pokladního systému. Zákazníci se mohou těšit na rychlejší odbavení, přehlednější účtenky a v případě Benzinu karet také fakturaci. Systém bude plně uveden do provozu v průběhu roku 2009.

**Zloději, lupiči, přepadávací – postrach všech čerpacích stanic. Přemýšlíte, jak proti nim?**

Spolupracujeme s bezpečnostními agenturami



Martin Durčák, jednatel společnosti Benzina

a při řešení jednotlivých případů také s městskou policií nebo s Policií ČR. Na čerpacích stanicích používáme moderní kamerové systémy a další zabezpečovací a ochranné elektronické prvky. Nebudu ale bezpečnostní systém konkrétně popisovat, protože nechceme zlodějům nahrávat, a navíc uvedené systémy jsou důležitým důkazním nástrojem pro policii.

**otázky připravila Eva Brix**



# Brýle již nejsou nutností

## Moderní medicína umí nejčastější oční vady odstranit

**Podnikáte? Jste nepostradatelným šéfem a reprezentantem velké společnosti, kterou nedokážete ani na pár dnů opustit? Nepřipouštíte si chřipky, únavu, neradi odjíždíte na dovolenou? Plánujete si čas na minuty a neumíte si představit, že by se bez vás firma na pár dnů neobešla? Je to krátkozraké stejně jako možná vaše oči. Miněno v nadsázce, i když... Brýle patří k vašemu každodennímu doplňku a bez nich byste už nepřčetli ani pohledníci k svátku. Přemýšlíte o operaci, trvá krátce a zotavení je více než rychlé. Přesto máte pochybnosti, prostě bojíte se... O zdraví i svůj čas, museli byste přece jen na pár dní „vypnout“...**

Oční chirurgie však v poslední době zaznamenala nebývalý technický pokrok, který jí umožňuje řešit různé problémy se zrakem. Dnes tak již nejsme odkázáni na nošení brýlí, ale ve spolupráci s odborníky můžeme dalekozrakost, krátkozrakost či astigmatismus řešit jinak – operativně. O odstraňování těchto poruch a o problémech se zrakem obecně jsme hovořili s odborníkem z nejpovolanějších, profesorem MUDr. Pavlem Kuchynkou, CSc., předsedou České společnosti refrakční a kataraktové chirurgie, zástupcem České republiky ve výboru Evropské společnosti kataraktové a refrakční chirurgie a zakladatelem Očního centra Praha.

**Mezi podnikateli a manažery je mnoho těch, jejichž věk se kloní k 45–50 letům. V tomto období mají nejen zkušenosti, ale sem tam i nějaké zdravotní problémy. Často se tyto zdravotní potíže týkají očí. Co vlastně trápí tuto populaci nejvíce?**

V průběhu stárnutí organismu dochází k poklesu akomodační šíře. Snižuje se akceschopnost ciliárního svalu a snižuje se elasticita čočky. Tento fyziologický stav se nazývá presbyopie – vetchozrakost. Čtení a psaní probíhá ve vzdálenosti cca 30 cm. K tomu, abychom viděli na tuto vzdálenost ostře, potřebujeme cca 3,5–4 dioptrie. K této hranici se přiblížíme

cca v 45 letech, kdy spotřebujeme veškerou akomodaci bez nutné rezervy. Toto se projevuje tzv. astenopickými potížemi – únavou, bolestí očí a hlavy. Obvyklé řešení těchto obtíží jsou brýle. V 45 letech cca +1 dioptrie.

**Prevence tak nepostradatelného orgánu jako jsou naše oči se často zanedbává. Co by měli mít na paměti ti, kteří tráví u počítače denně pár hodin, dosti čtou a se životospřávou to moc nepřehánějí?**

Pokud hodně čteme, jsme dlouho pravidelně u počítače a je nám 45–60 let, potřebujeme kvalitní brýle s přesnou korekcí na čtení a u starších pacientů druhé brýle na počítač. Dostatečné světlo při čtení je podmínkou.

**Co Oční centrum Praha, kde působíte, může takové skupině klientů nabídnout?**

Nejjednodušší pomocí u presbyopie jsou brýle. Oční centrum Praha však nabízí další moderní možnosti. U krátkozrakosti, dalekozrakosti nebo astigmatismu je řešením zákrok excimerovým laserem. Nejnověji je možno pomocí tohoto laseru řešit i vetchozrakost. Pomocí laserového paprsku se změní zakřivení rohovky, a tím její dioptrická mohutnost. Oční centrum nabízí i další možnosti, jako jsou implantace multifokálních a akomodačních nitroočních čoček.



**Co vlastně znamená refrakční a kataraktová chirurgie?**

Tato slova označují druh očních vad. Refrakční vadami jsou krátkozrakost, dalekozrakost nebo astigmatismus. Výrazem katarakta, který pochází z řeckého slova kataraktes (vodopád), je označován šedý zákal. K odstraňování refrakčních vad se používá laserové technologie, kataraktové vady se řeší nahrazením zkalené oční čočky, která omezuje průnik světla dopadajícího na sítnici, a tak zhoršuje vidění, umělou nitrooční čočkou.

**Lidé, kteří potřebují vystupovat ve společnosti, dosáhnout obchodního úspěchu apod. musí umět dobře komunikovat, významná je i řeč těla, tedy například také první dojem. V této souvislosti se často řeší otázka – s brýlemi, nebo bez? S běžnou krátkozrakostí či dalekozrakostí si již moderní medicína dokáže hravě poradit. Co byste doporučil těm, kteří se nedokáží rozhodnout?**

Pokud nechce pacient nosit brýle, které jsou nejjednodušší korekcí krátkozrakosti, dalekozrakosti či astigmatismu, nebo mu brýle vadí v povolání, je možné vadu odstranit pomocí laseru během několika vteřin. Rozhodování

je v podstatě jednoduché: u malých a středních vad jsou výsledky přesné a na celý život. Operace je vysoce bezpečná a provádí se ve světě již 20 let.

**A jak byste uklidnil zájemce o některý z operačních zákroků, který se bojí? Někteří jedinci se stále ještě obávají, že se „to“ nepovede, že ztratí pár dnů, že poté budou oči bolet, pálit?**

Tady mohu pouze zopakovat, že zákrok je velmi bezpečný a jsou s ním dlouhodobé zkušenosti. Průběh pooperačního hojení závisí na metodě, která je použita – např. po metodě LASIK, která je využívána při všech stupních krátkozrakosti, nižšího a středního stupně dalekozrakosti a při astigmatismu, je hojení prakticky bezbolestné. U dalších metod trvají pooperační bolesti 24 hodin, maximálně pak několik dnů. Všechny tyto zákroky jsou dnes, i přes jejich složitost, běžnou záležitostí. Operace jednoho oka i s předoperační přípravou trvá zhruba 30 minut. Okamžitě po zákroku pacient opouští kliniku. Tzv. použitelného vidění pacienti dosáhnou u některých metod již druhý den po zákroku, maximálně pak 2 až 3 dny po operaci.

*za odpovědi předního odborníka poděkovala Eva Brixí*

**Oční centrum Praha, a.s.**  
Janovského 48  
170 00 Praha 7  
tel. 220 807 757  
www.ocp.cz  
zelená linka 800 100 210

## Češi jsou mistři v rychlosti nakupování

**Češi jsou přeborníci v rychlosti a efektivitě nakupování. Do obchodu za běžnými nákupy chodí v průměru desetkrát do měsíce, zatímco Rusové, Rumuni a Poláci skoro dvakrát častěji. V obchodech strávíme v průměru o třetinu méně času než další střeďo a východoevropské národy, ale na útratách se to nijak neodráží. Vyplývá to z průzkumu GE Money Multiservis, který se letos v říjnu uskutečnil v České republice, Rusku, Lotyšsku, Polsku, Maďarsku a Rumunsku.**

Běžným nákupům Češi věnují šest hodin měsíčně, všechny ostatní sledované národy pak výrazně více. „Z velké části je to dáno oblíbeností a dostupností hypermarketů a supermarketů v Česku. Zatímco lidé v ostatních zemích mnohem častěji navštěvují rozličné malé obchody v okolí svého bydliště, kde tráví i hodně času, Češi preferují větší pro-

dejny, kde nakupují běžné zboží na několik dní dopředu,“ uvedl Charlie Coode, předseda představenstva a generální ředitel společnosti GE Money Multiservis.

V supermarketech a hypermarketech pravidelně nakupuje sedm z deseti Čechů, malé obchůdky s domácí atmosférou pak mají nejraději Poláci. I když Češi nákupy nijak neprotahují, přesto stráví běžným nakupováním celkem půl roku svého života.

Svou oblíbenou prodejnu vybírají Češi v první řadě podle cen. Mezi další důležité faktory patří dostupnost z práce nebo domova, otevírací doba a také dřívější zkušenost s prodejnou nebo s konkrétní značkou obchodního řetězce.

**V hotovosti nebo na úvěr**

Za běžné nákupy utratí Češi ročně v průměru

56 736 korun. Nejčastěji platíme hotovostí, stále častěji ale používáme i platební karty. Kartami již platí v obchodech více než polovina Čechů. „V jejich používání jsme neaktivnější ze všech sledovaných zemí,“ řekl Charlie Coode. „Češi v posledních letech objevují zejména výhody kreditních karet, a rychle tak dohánějí západní Evropu,“ doplnil Charlie Coode. K té se blížíme i ve výdajích za zboží dlouhodobé spotřeby. Elektroniku nebo nábytek pořizují lidé v Česku ve srovnání s jinými středoevropskými národy nejčastěji.

**Ženy se nakupováním baví, muži stresují**

Výsledky průzkumu GE Money Multiservis také ukazují, že jsou to ženy, kdo většinou spravuje rodinný rozpočet a rozhoduje o tom, co se v rámci běžných nákupů pořídí. Společné rozhodování obou partnerů přichází na řadu až u vět-

ších položek, například u vybavení domácnosti. Ženy a muži se také liší pohledem na samotné nakupování. Pro čtyři z deseti mužů je to stresující činnost a ztráta času, ženy ho častěji považují za relaxaci, nebo dokonce svůj koníček.

Exkluzivní průzkum GE Money Multiservis proběhl letos v říjnu mezi respondenty v České republice, Maďarsku, Polsku, Rumunsku, Lotyšsku a Rusku, na reprezentativním vzorku dospělé populace jednotlivých zemí. Průzkum pro GE Money provedla společnost TNS AISA. (tz)

► pokračování ze str. 23

Pro petrolejáře to má význam v tom, že pouze biopaliva splňující kritéria udržitelnosti si budou moci započítat do splnění povinnosti užívat biopaliva. EK dále diskutuje i zavedení benzínu s obsahem biosložky (bioethanolu) do 10 % a motorové nafty s obsahem FAME do 7 %. Rozhodnutí o složení těchto produktů je třeba urychlit, aby se petrolejářský průmysl dokázal včas připravit. Je však nutné vzít na zřetel i stanovisko automobilového průmyslu, který uvádí, že automobily umožňující použití těchto paliv budou k dispozici v roce 2010, a skladovací možnosti distributorů u čerpacích stanic.

Petrolejářský průmysl věnoval přípravě uvedených změn velkou pozornost a finanční zdroje. Věříme proto, že změny proběhnou pro veřejnost i průmysl bez problémů. Zároveň však předpokládáme, že kompetentní státní orgány a zákonodárné sbory urychleně dokončí vydání legislativních předpisů k zavádění biopaliv, které budou spravedlivé, jednoduché a v souladu s unijním právem.

**Ing. Miloš Podrazil, generální sekretář  
Česká asociace petrolejářského průmyslu  
a obchodu** ⇨

Pravidelné nákupy domácností	Česká republika	Maďarsko	Lotyšsko	Polsko	Rumunsko	Rusko
Nakupujeme nejméně jednou denně	12 %	33 %	35 %	39 %	32 %	39 %
Kolikrát v průměru nakupujeme za měsíc	10 x	17 x	17 x	17 x	17 x	18 x
Průměrná částka utracená měsíčně za nákupy	197 EUR	184 EUR	191 EUR	220 EUR	139 EUR	236 EUR
Hrubý odhad kolik času měsíčně strávíme cestou do obchodu, který navštěvují nejčastěji	3 hodiny 10 minut	4 hodiny 29 minut	3 hodiny 52 minut	3 hodiny 36 minut	4 hodiny 44 minut	4 hodiny 12 minut
Hrubý odhad kolik času strávíme měsíčně pravidelnými nákupy	6 hodin 6 minut	10 hodin 14 minut	7 hodin 27 minut	8 hodin 7 minut	10 hodin 23 minut	9 hodin 49 minut
Nejčastěji navštěvovaný obchod	Supermarket (43%)	Malý krámeček na rohu ulice (34%)	Supermarket (52%)	Malý krámeček na rohu ulice (58%)	Malý krámeček na rohu ulice (52%)	Supermarket (44%)
Využití jakékoliv karty (debetní nebo kreditní) v uplynulých 12 měsících	52 %	28 %	49 %	27 %	11 %	11 %
Využití jakékoliv úvěru v uplynulých 12 měsících	17 %	8 %	21 %	5 %	5 %	6 %
Kdo rozhoduje o čase, místě a o tom, co se v rámci pravidelných nákupů koupí	Žena (49%)	Žena (40%)	Žena (38%)	Žena (47%)	Žena (40%)	Žena (46%)
	Společně (29%)	Společně (36%)	Společně (38%)	Společně (28%)	Společně (35%)	Společně (30%)



# Chválí a vrací se, protože jsou s AB spokojeni

**Kosmetika léta patří k dárkům, které rádi nacházíme pod vánočním stromečkem. Pro ženy je očekávanou samozřejmostí, pro muže příjemnou pozorností, již uvyklí. Firma AB Cosmetics je roky na českém trhu dobře etablovaná. Stálí zákazníci s ní počítají, rychlým tempem však přicházejí noví, a to dokonce všech věkových kategorií – ženy, muži i mladí. Není divu. Inovace, obměna sortimentu, nabídka toho, co kupující hledá. V lákavých obalech a za velice solidní cenu. Nedivila jsem se proto, že přímět Pavla Krále, ředitele českého zastoupení značky i k tomuto krátkému rozhovoru byl takřka zázrak. Inu – před svátky měl starosti, samozřejmě těch milých, nad hlavu.**

Atraktivních výrobků vám přibývá. Co je tou poslední novinkou a jak reagují zákazníci – zákaznice?

Většina našich zákazníků a zákaznic byla v letošním roce příjemně překvapena naší novou nabídkou – a jejich reakce jsou velmi pozitivní. Nejvíce zaujala naše nová řada pleťové kosmetiky AB Myolift, dále potom také řada intimní hygieny AB Intim Care a v neposlední řadě i nové výrobky patřící do kategorie péče o ruce.

**Jsou novinky tahou-nem vašeho odbytu nebo základ, na který spoléháte, spočívá v tom, co spotřebitelé znají a stále potřebují, tedy na osvědčených přípravcích?**

Naše společnost má několik tradičních výrobků, na kterých byl náš obchod postaven v minulých letech, ale tento stav se snažíme postupně změnit. Právě

veškeré novinky nám sortiment postupně rozšiřují a stávají se tak postupně velmi důležitými pro náš obyt.

**Jak se připravilo české zastoupení na Vánoce?**

V letošním máme pro vánoční trh připravenou



velni zdařilou kolekci dárkových kazet. Naši příznivci je najdou v podstatě na pultech všech našich odběratelů.

**Kosmetika AB má velmi příznivé ceny – budete v této strategii pokračovat?**

Naše hlavní strategie je nabízet kvalitní kosmetiku pro co nejširší okruh zákazníků a tomuto faktu je přizpůsobena i naše cenová politika.

Dnes si může v podstatě každý bez rozdílu vybrat z našich výrobků ten, který mu nejlépe vyhovuje. A prostor k této volbě, tedy skutečnost, že si může tento výrobek koupit za velmi přijatelných cenových podmínek, je jistě pro kupujícího důležitým benefitem.

**Design obalů – když je přitažlivý, člověk koupí, a někdy snad i kvůli tomu obalu. Ty vaše jsou velice pěkné, šikovné, milé. Jaký na ně máte ohlas?**

V naší společnosti jsme si dobře vědomi kvality našich výrobků a této vysoké kvality se snažíme přizpůsobovat i naše obaly. Změny, které v posledních několika letech proběhly, jsou velmi markantní. Mohu jen potvrdit, že naše výrobková viditelnost je koncovým spotřebitelem vnímána velice dobře.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

## Víno bude regulováno podle „rozsypaného čaje“

Organizace evropského trhu s vínem se bude řídit podle nových regulačních pravidel. Poslanec Evropského parlamentu Vladimír Železný kritizoval, že jednotlivá ustanovení nejsou zařazena do speciálního předpisu pro vinaře, ale že je Evropská komise rozptýlila metodou „rozsypaného čaje“ do jednotné regulační normy.

„Komise velmi nešťastně rozspala ustanovení pro obchod s vínem do všech kapitol. Proti tomuto rozhodnutí protestovaly vinařské svazy včetně těch největších – francouzských, italských a španělských,“ vysvětlil 24. listopadu 2008 na snídani s novináři, již zorganizovala Potravinářská komora ČR, V. Železný. Jak dodal, zklamání mu přineslo i to, že rozptýlenou formu regulace podpořili europoslanci ODS.

V. Železný se vyjádřil také k tzv. labelingu, který komplikuje potravinářům život. „Evropský parlament miluje labeling a vydává jedno nařízení za druhým. Týká se údajů, které musí být povinně uvedeny na každém potravinářském výrobku evropského původu a jimiž je nadměrně zahlcován konzument,“ poznamenal V. Železný. „Jde například o to, kolik jednotlivých složek naplní doporučenou denní dávku,“ dodal.

Zahlcování etiket na potravinách nepodstatnými informacemi jde však proti původní snaze dosáhnout toho, aby se spotřebitel lépe orientoval v nabídce potravinářského zboží. Zvyšuje také náklady výrobcům a oslabuje je v konkurenčním boji s mimoevropským zbožím.

(kčr)

## Kvalita je prioritou Potravinářské komory ČR

Politika vysoké kvality patří k jasným prioritám Potravinářské komory ČR (PK). Uvedl to 24. listopadu na setkání s novináři v Praze prezident PK Miroslav Toman. V této souvislosti se zmínil o způsobech, jak Evropská unie bojuje proti napodobeninám originálních výrobků.

EU v polovině října prezentovala „Zelenou knihu“, která obsahuje potraviny s chráněným označením. „Česká republika patří v této oblasti k neaktivnějším státům. Naposledy získala označení České pivo,“ prohlásil M. Toman. Dodal, že v současnosti ČR podala spolu se Slo-

venskou republikou žádost o udělení chráněného označení na některé masné výrobky.

Podle prezidenta PK M. Tomana jsou však kritéria pro udělování ochranných známek nesrozumitelná. „Zavádění dalších kritérií by žadatele odradilo, naopak je potřeba evropský systém zjednodušit a doladit,“ prohlásil.

Potravinářská komora rovněž sleduje, jak tzv. zákon o obchodních řetězcích, který má narovnat dodavatelsko-odběratelské vztahy, prochází legislativním procesem. Ve sněmovně bylo jeho projednávání odloženo na přelom ledna a února 2009. (kčr)

## Veletrh JobDays 2009 se uskuteční v dubnu na Výstavišti v Holešovicích

Největší tuzemský veletrh pracovních příležitostí JobDays 2009 se uskuteční ve dnech 8.–10. dubna 2009 na holešovickém Výstavišti. Organizátor veletrhu, společnost Jobsinprague.cz, očekává 15 000 návštěvníků a plánuje přes 200 vystavovatelů.

Navzdory následkům požáru Průmyslového paláce se akce stěhuje z veletržního areálu v Letňanech, kde se konal první ročník. „Požár Průmyslového paláce nás šokoval, nicméně konání veletrhu v původním rozsahu neohrozil. Jen se přesuneme z plánovaného levého křídla do pravého,“ řekl ředitel projektu Markus Klos.

Na JobDays 2009 budou nabízena volná místa českých i zahraničních firem v České republice, ale i pracovní příležitosti v zahraničí. Své zastoupení budou mít personální agentury, internetové portály nabízející práci a další spe-

cialisté na trhu práce. Zájemci mohou získat informace o možnostech proškolení či rekvalifikace.

Markus Klos zdůraznil mezinárodní charakter veletrhu: „Spolupřátelstvem a garantem je EURES, celoevropská síť služeb zaměstnanosti. Díky tomu můžeme zájemcům nabízet konkrétní pozice i v zahraničí.“

Již první ročník veletrhu JobDays na sebe upoutal velkou pozornost a stal se největší akcí v oboru. Během tří dnů zavítalo do výstavního areálu v Letňanech přes 10 tisíc návštěvníků, na ploše 4500 m<sup>2</sup> se prezentovalo přes 70 vystavovatelů.

Kromě pořadatelství veletrhu se agentura Jobsinprague.cz zabývá zprostředkováním zaměstnání v celé České republice. Ve své kanceláři v Martinšské ulici v Praze 1, která je nazvaná The Job Shop, poskytuje i poradenské služby. (tz)

## OSOBNÍ PŮJČKA CETELEM



Vánoce jako vystřižené!

844 727 727

www.cetelem.cz

Tato nabídka platí do 31. 12. 2008. Uvedená úroková sazba platí za podmínky schválení žádosti společností CETELEM ČR, a.s. a pro výši úvěru od 200 000 Kč (RPSN od 8,83%).

Cetelem  
ZELENÁ PRO VAŠE PLÁNY



# Pro tři čtvrtiny obyvatel není cena zemního plynu důvodem k přechodu na využívání jiných energií

Česká republika vypustila podle Integrovaného registru znečišťování životního prostředí v roce 2006 do ovzduší cca 82,5 milionu tun oxidu uhličitého. To je o 2% více než v roce 2005. Vůbec nejvíce se na produkci CO<sub>2</sub> podílí výroba elektřiny. Vytápění elektřinou je navíc dnes o 43% dražší než topení zemním plynem. Studie Ipsos Tambor uvádí, že pro 72% obyvatel ČR není cena ekologického zemního plynu důvodem k přechodu na jiné energie.

Používá-li se k vytápění zemní plyn nebo dálkové teplo vyrobené v teplárně, roční výdaje jsou někde uprostřed cen paliv a energií. Topit zemním plynem je při současných cenách jen o 13% dražší než při využití centrálního zásobování teplem, zatímco topit elektřinou je již dnes o 43% dražší než zemním plynem; a ceny elektřiny pro domácnosti by se měly v příštím roce ještě cca o 10% zvýšit. Nevýčísitelné jsou ale vedlejší účinky (externality) nekvalitního vytápění nebo výroby energií.

Dýchat dnes české ovzduší přináší mnoha lidem značná zdravotní rizika. Vzduch s vysokými koncentracemi rakovinotvorných látek

musí dýchat přibližně polovina obyvatel ČR a v oblastech, kde koncentrace prachových částic PM10 v roce 2006 překročily emisní limity, žije více než 66% naší populace. Vystavení našeho městského obyvatelstva těmto prachovým částicím je jedno z nejhorších v Evropské unii. „Můžeme hovořit o časovane bombě, kdy neřešení současných problémů bude znamenat v příštím období významné náklady na nemocnost a hospodářské ztráty z ní plynoucí,“ řekl Radim Šrám, vedoucí oddělení genetické ekotoxikologie Ústavu experimentální medicíny AV ČR a čerstvý držitel ocenění 7. ročníku Česká hlava. V ČR

roste tzv. genotoxicita prostředí. „Četnost poškození lidského genomu vlivem špatného ovzduší se u nás po roce 2000 opět zvyšuje a už se dostala na úroveň před rokem 1990,“ dodal.

Ipsos Tambor v listopadu 2008 zpracoval (na reprezentativním souboru 500 respondentů) průzkum na téma „Postoj obyvatel k využití zemního plynu v energetice“. Z něj vyplynulo následující:

- ▶ 63% obyvatel České republiky si myslí, že používáním zemního plynu místo uhlí při výrobě elektrické energie dojde ke zlepšení životního prostředí,
- ▶ 67% obyvatel České republiky si myslí, že používání efektivních technologií na bázi zemního plynu může být vhodným řešením pro krytí potřeby elektrické energie,
- ▶ pro 72% obyvatel České republiky (využívajících v domácnosti zemní plyn) není cena

zemního plynu důvodem k přechodu na využívání jiných energetických zdrojů,

- ▶ stejně jako v roce 2006 také v roce 2008 tvoří uživatelé zemního plynu, kteří o žádné změně kvůli ceně zemního plynu neuvažují, zhruba třičtvrtinovou většinu.

„Tam, kde lidem není lhostejné jejich zdraví a existuje možnost připojení na zemní plyn, vyhrává plynové vytápění. Pro tento způsob hovoří nejen vysoká dostupnost i přijatelné pořizovací náklady, ale především snadná a přesná regulace, stejně jako čistý a jednoduchý provoz. Spalováním vzniká minimální množství emisí znečišťujících látek a prakticky žádné prachové částice, SO<sub>2</sub> apod. Navíc účinnost plynových spotřebičů ve srovnání se spotřebiči na pevná a kapalná paliva je mnohem vyšší,“ zdůraznil Josef Kastl, generální sekretář České plynárenské unie.

(tz čpu)

## Pátý ročník Gas Business Breakfast 2008

Již 5. ročník Gas Business Breakfast 2008 se uskutečnil koncem listopadu po roce opět v Praze, tentokrát v hotelu Hilton. Za účasti významných představitelů státní správy i soukromého sektoru se konala konference Gas Business Breakfast 2008 poprvé s mezinárodní účastí, a to pod názvem Zemní plyn

– klíčové problémy, klíčové perspektivy. Organizace konference byla opět zajištěna vydavatelstvím EURONEWS, a. s. ve spolupráci s Českou plynárenskou unií.

Témata setkání byla zaměřena na současný stav trhu se zemním plynem v České republice a Evropské unii, očekávání do

budoucná a perspektivní způsoby využití zemního plynu. Během setkání odborníků vystoupily přední osobnosti českého plynárenství a energetiky, a to jak soukromého, tak i státního sektoru České republiky a Evropské unie.

(tz čpu)

## DHL Express rozšiřuje přepravní časy na 27 000 trasách

Rychlost a spolehlivost jsou klíčem k úspěchu v moderní logistice a přepravních službách. DHL proto neustále monitoruje a hledá oblasti možného zlepšení. V posledních dvou letech DHL Express organizovala celou řadu seminářů. Poznatky z nich získané vedly k výraznému zefektivnění přepravních služeb.

DHL Express Competitive Transit Time Program (CTTP) – Program konkurenčních přepravních časů DHL Express – přinesl vytvoření dalších více než 27 000 konkurenčních přepravních časů na trasách „z města do města“ mezi Evropou, východní Evropou, Středním východem a Afrikou (EEMEA). Nové trasy linkové přepravy, spojení přes nový středoevropský uzel v německém Lipsku a kvalitní pozemní infrastruktura umožnila

vylepšení nabídek přepravních časů na více než jedné třetině všech tras (téměř 20% celkových ročních objemů) mezi Evropou a EEMEA.

Bylo zřízeno zhruba 1300 nových obchodních tras s časem doručení dokumentů do 24 hodin, což znamená navýšení objemu dodávek do 24 hodin o 27% ze 4735 na 6033. Jedním z klíčových rozhodnutí je také zřízení služby dodávek do 24 hodin ze všech velkých evropských měst a obchodních center do Moskvy a Petrohradu (Rusko je druhou největší destinací pro Express dokumenty v Evropě).

Lyndon Morgan, vedoucí realizace operací DHL Express EEMEA, řekl: „Stávající nabídka služeb DHL EXPRESS WORLDWIDE je doposud naší nejrychlejší službou a i naše spolehlivost je na historicky nejvyšší úrovni. Chceme se

neustále zlepšovat a zůstat nadále první volbou pro zákazníky.“

Provozní ředitel DHL Express v České republice Radek Odstrčil doplnil: „Kromě zkrácení přepravních časů došlo po implementaci změn v infrastruktuře také k významnému zlepšení kvality a spolehlivosti doručení zásilek. V České republice jsme rovněž mohli rozšířit servis v mnoha regionech, kdy jsme schopni výrazně dříve doručovat nebo později vyzvedávat přepravované zásilky.“

Druhá fáze programu CTTP byla spuštěna v roce 2008 za účelem zefektivnění a zrychlení přepravy zboží. Všechny regiony, ve kterých DHL působí, jsou do programu zapojeny a pracují na jeho rozvoji.

(tz)

## Obchodní centrum Central Most zvítězilo v soutěži „Best of Realty – Nejlepší z realit 2008“

Obchodní centrum Central Most bylo v listopadu na jubilejním desátém ročníku prestižní soutěže „Best of Realty – Nejlepší z realit 2008“ vyhlášeno nejlepším nákupním centrem. Central Most je nové obchodní

centrum, které developerská skupina Crestyl otevřela v květnu tohoto roku na 1. náměstí v centru Mostu.

Central Most je prvním velkým obchodním centrem v Mosteckém kraji. „Nejen krajská města si zaslouží multifunkční komplexy, proto jsme se rozhodli realizovat projekty v regionálních městech, která jiní investoři opomíjejí,“ řekl Omar Koleilat, generální ředitel skupiny Crestyl, která je developerem obchodního centra Central Most. „Kromě dosažení komerčního efektu se snažíme navracet život do center měst a dotvářet je moderní, hodnotnou

architekturou. Získané ocenění potvrzuje, že jsme se vydali správnou cestou,“ dodal.

Všechny projekty, přihlášené do soutěže, jsou posuzovány z hlediska výběru lokality, urbanistického a architektonického řešení, kvality realizace a zejména úspěšnosti na trhu nemovitostí. Ocenění se tak může dočkat jen projekt, který oproti ostatním přináší výraznou přidanou hodnotu. O vítězích rozhoduje osmičlenná odborná porota, v jejímž čele stojí předseda dozorčí rady Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí Ing. Kamil Kosman a jejímiž členy jsou respektovaní odborníci z řad developerů, agentur pro výzkum trhu, architektů i realitních agentů.

Central Most nabízí obyvatelům Mostecka a okolí celkovou prodejní plochu 18 tisíc m<sup>2</sup> ve dvou nadzemních patrech a 350 parkovacích míst v podzemí. Mezi nájemce centra patří prodejny HyperAlbert, Datart, C&A, Inter-sport, New Yorker, Baťa a mnoho dalších.

více informací o soutěži „Best of Realty – Nejlepší z realit 2008“ naleznete na internetové stránce [www.bestofrealty.cz](http://www.bestofrealty.cz) (tz)

## MARKETÉR ROKU 2008 opět vyhlášen

Prezidium České marketingové společnosti vyhlásilo na základě úspěšného vyhodnocení minulých ročníků soutěže Marketér roku další kolo ocenění význačných pracovníků v marketingu pro rok 2008.

Cílem soutěže Marketér roku 2008 je opět výběr osobností, které se podílejí na úspěšném rozvoji vlastní firmy či instituce, i na rozvoji marketingu všeobecně. Přihlásit se mohou všichni zájemci, kteří jsou činní v oblasti marketingu



v jakékoliv hospodářské či jiné organizaci, podnikatelské i veřejné. Oblastí činnosti se rozumí přímé působení v marketingovém managementu a marketingových funkcích ve výrobních, obchodních, dopravních a dalších oborech hospodářství, v poradenských a výzkumných marketingových organizacích, ve školství a jiných formách vzdělávací činnosti i v oblasti vědecké práce.

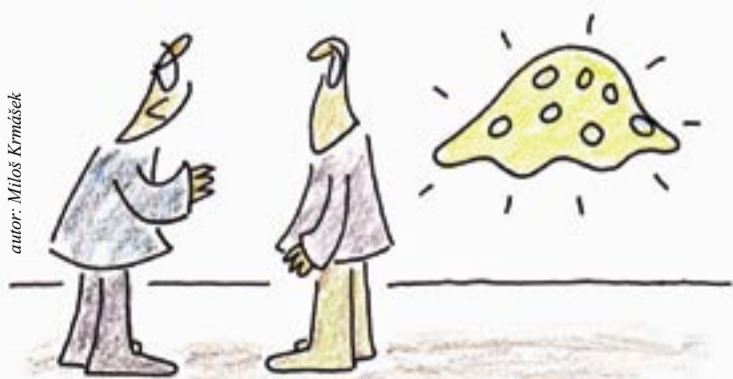
**U navrhovaných se hodnotí zejména přínosy pokud jde o:**

- podíl na zvýšení konkurenční schopnosti organizace,
- používání a prosazování nových metod a technik práce v marketingu,
- vytváření marketingového inovačního prostředí v rámci vlastní působnosti,
- budování známosti značky, produktu,
- manažerské aktivity a schopnosti v řízení a motivaci spolupracovníků,
- pedagogickou a publikační činnost v oblasti marketingu,
- teoretické přínosy pro marketing a podíl na praktických aplikacích teorie,
- mimopracovní činnost ve prospěch propagace marketingu.

Hodnocením bude pověřena hodnotitelská komise jmenovaná předsednictvem České marketingové společnosti. Podle zkušeností z minulých ročníků bude vedle hlavního čestného titulu Marketér roku udělen titul, podle zvážení hodnotitelské komise, i zasloužilým osobnostem v marketingu specificky zaměřených oblastí, jako je poradenská činnost, věda a výzkum, výstavnictví, neziskové organizace apod. Výsledky budou zveřejněny v květnu 2009.

(tz čms)

autor: Miloš Krmáček



KOLEM NÁRODNÍ KNIHOVNY NA LETNÉ UŽ BYLO TOLIK HUMBUKU, ŽE KDYBY JI NEPOSTAVILI, BUDE TO JAKO BY JI ZBOURALI.



# Alkohol a zdraví vnímejme podle současných vědeckých výzkumů

**Nejnovější výzkumy potvrzují závěry vědeckých zkoumání, že rozumná konzumace alkoholu pozitivně ovlivňuje fyzickou a duševní kondici zdravého člověka. Ve srovnání s abstinenty jsou ti, kteří dodržují relativně bezpečnou dávku konzumace alkoholu (pro zdravou dospělé populaci v rozmezí 20–40g alkoholu za den, např. 0,5–1l piva denně u mužů, u žen 0,3–0,6l), méně náchylní např. na kardiovaskulární onemocnění, která jsou nejčastější příčinou úmrtí současné populace.**

Pokud se spotřeba alkoholu pohybuje v uvedeném rozmezí, u zdravých jedinců dochází ke zvýšení sérové koncentrace HDL cholesterolu, což vede k poklesu krevního tlaku v důsledku rozšíření cév, změn vodního a minerálního hospodářství a snížení srážlivosti krve. Po požití piva se snižuje hladina krevního cukru a dochází např. ke zvýšení citlivosti na inzulín, ke snížení frekvence infekcí apod. Na druhé straně má však nadměrná konzumace alkoholu negativní účinky na lidské zdraví. Projevují se rizikovým chováním pod vlivem alkoholu, např. při řízení motorových vozidel. Je zajímavé, že se při zkoumání výše spotřební daně a konzumace alkoholu na vzorku 27 evropských zemí ukázalo, že neexistuje žádná korelace mezi zdaněním alkoholu a jeho spotřebou.

Realizované výzkumy umožnily vyvrátit náznaky o tom, že dostupnost alkoholu má vliv na výši jeho spotřeby. To potvrzují i data z České republiky, kde spotřeba čistého alkoholu na jednoho obyvatele v letech 1996–2006 vykazuje z dlouhodobého hlediska stagnaci. Zatímco počet osob, které se léčí kvůli závislosti na alkoholu, u nás zůstává stejný, roste naopak počet léčených drogově závislých mužů a žen. Stejný trend, tedy z dlouhodobého hlediska stagnaci, vykazuje i množství hospitalizací kvůli alkoholu, zatímco u drog počet hospitalizovaných trvale roste. Výzkumy potvrdily, že ačkoliv u nás existuje

programů zaměřených na poučování veřejnosti o poškozeních spojených se zneužíváním alkoholu, zákony a předpisy, které by odrazovaly od řízení po konzumaci alkoholu, vhodně financované léčebné služby, vymáhání právní odpovědnosti maloobchodníků za prodej alkoholických nápojů v souladu se zákony a předpisy, podpora výzkumu a výměny informací mezi zeměmi, stanovení priorit pro jednání v oblasti veřejného zdravotnictví o regulaci mezinárodního obchodování s alkoholem, mezinárodní spolupráce v boji proti nezákonné výrobě a obchodování s alkoholem. B. Fišer se naopak domnívá, že filozofie a politika vedoucí k regulaci dostupnosti alkoholu prostřednictvím povolování, vyššího zdanění alkoholických nápojů nebo regulace reklamy a propagace alkoholu a sponzorství od společností vyrábějících alkohol je cesta nesprávným směrem.

„Musíme se co nejvíce ohradit proti tomu, abychom se nestali rukojmím politiky některých úředníků nebo politiků. Ti nejdříve bojovali proti kouření a nyní hledají nové téma, kterým by se zviditelili, a spatřují je v boji proti alkoholu,“ uvedl prof. MUDr. Bohumil Fišer, bývalý ministr zdravotnictví a bývalý přednosta Fyziologického ústavu Masarykovy univerzity v Brně. „Vědecké výzkumy prokazují, že střídá konzumace alkoholu, především vína a piva, přináší pozitivní účinky na lidské zdraví, a to především v oblasti snižování výskytu srdečně-cévních chorob. Ty jsou nepřítel číslo jedna a podílí se na všech úmrtích naší populace 54%,“ doplnil Bohumil Fišer.

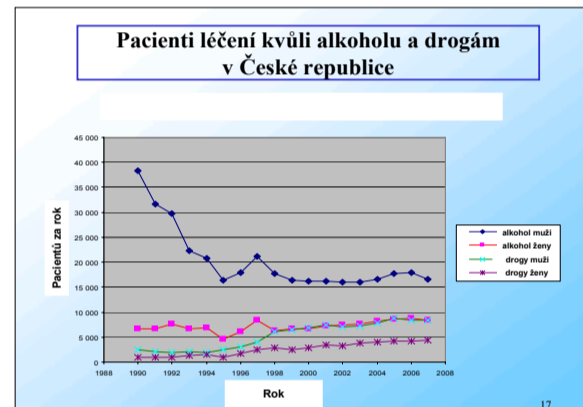
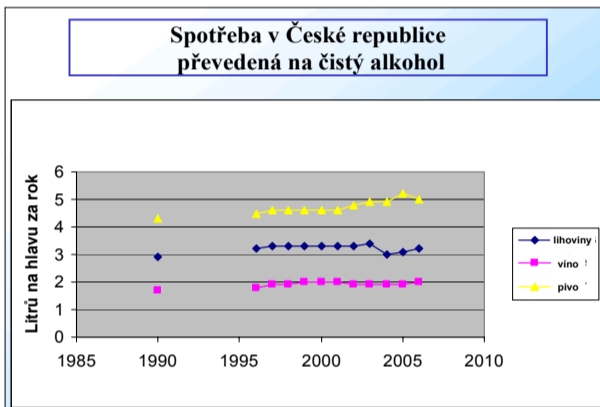
„Vědecké práce, které zkoumají problematiku vztahu alkoholu a lidského zdraví, nám pomáhají objektivně objasnit podstatu tohoto jevu a jsou pro výrobce nápojů, ať s nižším, nebo vyšším obsahem alkoholu, potvrzením toho, co se už delší dobu tvrdí. Rozumná, umírněná konzumace alkoholu, pokud není výslovně zakázána ze zdravotních důvodů, člověku pomáhá a přispívá k jeho vyváženému rozvoji,“ uvedl Ing. Jan Veselý, výkonný ředitel Českého svazu pivovarů a sladoven. „My, kteří se na výrobě alkoholických nápojů podílíme, jsme nejen občané, ale také otcové a dědové a máme zájem na tom, aby se život kolem nás rozvíjel co možná nejharmoničtěji. Proto věnujeme tolik pozornosti etice v podnikání a podporujeme odpovědný přístup ke konzumaci alkoholu. V rámci komunikačních aktivit bojujeme proti alkoholismu, který představuje pro populaci jednoznačně škodlivý a antispoolečenský fenomén,“ dodal Jan Veselý.

Podle profesora B. Fišera je třeba rozvíjet některá z následujících opatření z nedávno zveřejněné studie British Medical Association: vznik

programů zaměřených na poučování veřejnosti o poškozeních spojených se zneužíváním alkoholu, zákony a předpisy, které by odrazovaly od řízení po konzumaci alkoholu, vhodně financované léčebné služby, vymáhání právní odpovědnosti maloobchodníků za prodej alkoholických nápojů v souladu se zákony a předpisy, podpora výzkumu a výměny informací mezi zeměmi, stanovení priorit pro jednání v oblasti veřejného zdravotnictví o regulaci mezinárodního obchodování s alkoholem, mezinárodní spolupráce v boji proti nezákonné výrobě a obchodování s alkoholem. B. Fišer se naopak domnívá, že filozofie a politika vedoucí k regulaci dostupnosti alkoholu prostřednictvím povolování, vyššího zdanění alkoholických nápojů nebo regulace reklamy a propagace alkoholu a sponzorství od společností vyrábějících alkohol je cesta nesprávným směrem.

**další informace naleznete na internetových stránkách Českého svazu pivovarů a sladoven [www.cspas.cz](http://www.cspas.cz)**

(tz csps)



# COOP Centrum družstvo

děkuje českým a moravským spotřebním družstvům  
a všem obchodním partnerům

## za spolupráci v roce 2008.

Do roku 2009 přeje hodně úspěchů, štěstí, zdraví a osobní pohody.

Těší se na další příjemnou komunikaci.

[www.coop.cz](http://www.coop.cz)

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



# Výzkum mezi top managementem:

## Bezpečnostní hrozbou pro 78 % českých firem jsou zaměstnanci

Společnost GiTy a.s., specializující se na správu IT a komunikačního prostředí, včetně zabezpečení IT systémů, provedla vlastní výzkum prostřednictvím agentury Ogilvy Public Relations s.r.o. V rámci výzkumu byl osloven management více než 150 významných společností působících v České republice s otázkami bezpečnosti v oblasti informačních technologií. Z výsledků výzkumu mimo jiné vyplývá, že největší hrozbou z pohledu firemní bezpečnosti IS/IT jsou v 78 % vlastní zaměstnanci.

Získané výsledky korespondují v mnoha ohledech s podobnými průzkumy ze zahraničí a ukazují, že firmy berou riziko ohrožení jejich IS/IT stále vážněji. Více než polovina (57,5 %) z nich považuje 100% bezpečnost IS/IT za maximálně důležitou s ohledem na jejich primární byznys. Přesto 20 % dotázaných potvrdilo, že se této oblasti u nich ve firmě nevěnuje dostatečná pozornost. Prostor pro zlepšení zabezpečení vlastní IS/IT vidí 80 % dotázaných.

Marek Chlup, IT Expert GiTy, a.s.: „Z vlastní zkušenosti víme, že naši technici řeší zhruba 10krát do měsíce výjezd do terénu za účelem záchrany dat z pracovních stanic a serverů. Hodnota dat je pro každou společnost velmi důležitá, bohužel si to většinou každá uvědomí až v případě nastalých problémů. Základem pro kvalitní zabezpečení IS/IT je zavedení uceleného systému informační bezpečnosti, který je pravidelně aktualizován.“

### Někteří stále neaktualizují bezpečnostní politiku pravidelně

Základem kvalitního zabezpečení IS/IT je kvalitní interní bezpečnostní politika. Vzhledem k vývoji počítačové kriminality je nutné ji také pravidelně aktualizovat. Zde si české firmy vedou velmi dobře a průměrně 2,5krát do roka ji aktualizuje na 73 % dotázaných. Pouze 3 % aktualizují až na základě reakce na novou nebo očekávanou hrozbu. Primárně je bezpečnost firem zaměřena na bezpečnost síťovou, a to téměř v polovině případů (48 %), komplexní bezpečnostní politiku zastává jen 20 % dotázaných.

Marek Chlup, IT Expert GiTy, a.s.: „Pravidelná kontrola a aktualizace bezpečnostní

politiky a systémů obnovy je pro firmu zcela zásadní a měla by být provedena v průměru 2krát do roka. Reagovat až na vyvalené problémy je vyloženě hazard ze strany vedení daných společností. Přitom finanční náročnost pravidelné obnovy může být o řád menší než následné krizové řešení.“

### Trendem je outsourcing IT služeb

Na služby externích specializovaných firem se v oblasti bezpečnosti IT spoléhá každá čtvrtá společnost v Česku. Přičemž každá třetí firma není zcela spokojena se zabezpečením vlastní IS/IT. Hlavní riziko bezpečnosti IS/IT vidí firmy v 78 % ve vlastních zaměstnancích. Pouze 8 % se obává neexistence či nevhodného nastavení bezpečnostní politiky. Je zarážející, že 12,5 % firem nijak neposiluje povědomí o bezpečnosti IS/IT uvnitř firmy. Převažujícími kanály, jak informovat zaměstnance o bezpečnostních rizicích, jsou v 40 % směrnice a ve více než 30 % oběžníky a emaily.

Marek Chlup, IT Expert GiTy, a.s.: „Stejně jako v zahraničí, i v Česku jsou uživatelé/zaměstnanci vnímáni jako bezpečnostní hrozba číslo 1. Riziko úniku dat ze strany zaměstnanců je podceňováno. Je však třeba si uvědomit, že zaměstnanci sledují i svoje individuální zájmy, případně tímto způsobem mohou řešit interpersonální problémy ve firmě.“

### Každá pátá firma již byla nějakým způsobem ohrožena

Z výsledků průzkumů vyplývá, že u 23 % firem byla v poslední době ohrožena bezpeč-

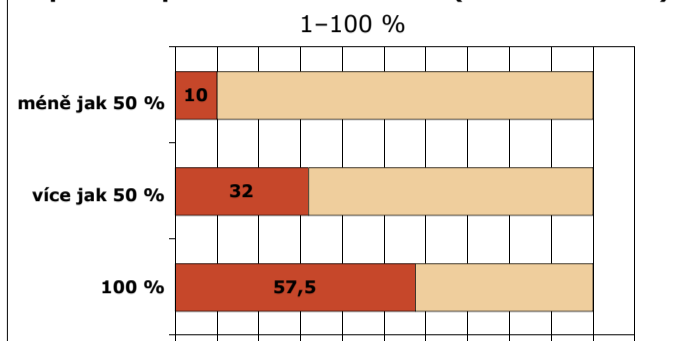
nost jejich IS/IT. Jako hlavní důvod jsou uváděny počítačové viry. Na 18 % dotázaných se do problémů dostalo kvůli selhání výpočetní techniky. Finanční ztráty se v těchto případech pohybují v desítkách tisíc za rok.

Marek Chlup, IT Expert GiTy, a.s.: „Uvedené výsledky jsou značně ovlivněny tím, že nedokonalé zabezpečení cenných dat, a z toho plynoucí škody, jsou citlivým tématem a spousta firem tyto informace není ochotna zveřejnit. Ve skutečnosti však můžeme počítat s daleko vyšším výčíslením škod i počtem napadených. Z naší zkušenosti vyplývá, že s bezpečnostními incidenty se potýká průměrně každá druhá firma.“

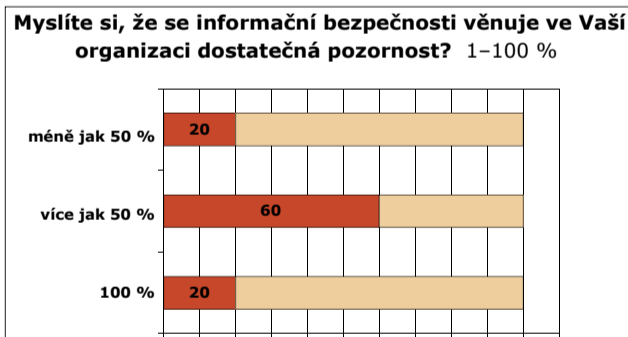
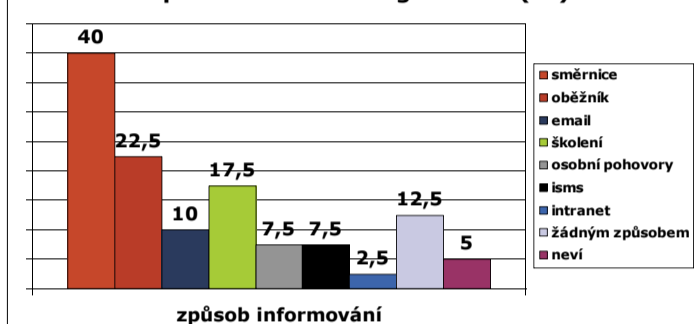
Výzkum, který pro společnost GiTy, a.s. provedla agentura Ogilvy PR, proběhl mezi nejvýznamnějšími firmami, které působí na českém trhu (například: United Bakeries, Penam, Telefónica O2, Siemens, FINEP, Česká Spořitelna, ČSOB, Komerční Banka, CZECHINVEST, České Radio-komunikace, Shell, DB Schenker a další). Osloveno bylo více než 150 firem, a to primárně na úrovni managementu. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak firmy pohlíží na možná bezpečnostní rizika spojená s jejich infrastrukturou IT.

Akciová společnost GiTy poskytuje služby

### Jak velký význam přikládáte informační bezpečnosti z pohledu primárního businessu (core businessu)?



### Jakými způsoby posilujete povědomí o informační bezpečnosti ve Vaší organizaci? (%)



## Makro spustilo nové tarify Mphone – nabízí levnější volání svým zákazníkům

Ve spolupráci se společností Telefónica O2 Czech Republic spustilo Makro od 31. října unikátní projekt v oblasti mobilní komunikace. Na základě smlouvy o partnerství byl vytvořen koncept tří tarifů pro mobilní komunikaci, doplněný o loajaltní prvek navázaný na nákupní chování zákazníka ve velkoobchodních střediscích Makro. Tyto speciální tarify jsou určeny výhradně pro registrované zákazníky Makro a jsou komunikovány pod názvem Mphone. Nabídka se soustřeďuje na bezkonkurenční ceny za volání a SMS, což jsou produkty, které využívají všichni zákazníci Makro.

Obsahem celého projektu je nabídka tří výhodných tarifů pojmenovaných Mphone Mini, Mphone Midi, Mphone Maxi, které jsou odstupňovány podle měsíčního paušálu a počtu volných minut, které má zákazník k dispozici. Vzhledem k velikosti typického zákazníka Makro byla nabídka doplněna o službu 3 partnerů, která umožňuje zákazníkovi označit 3 čísla, na která volá s dodatečnou slevou 25 %. Po vyvolání volných minut se uplatňuje jednotná sazba do volání do všech sítí, kromě volání mezi tarify Mphone, které je opět zvýhodněno. Tyto základní rysy produktu byly vytvořeny na základě analýzy

profilu typického zákazníka Makro, kterými jsou v převážné většině živnostníci nebo malí podnikatelé.

Hlavní specifikum produktu představuje propojení tarifů na nákupní chování zákazníka v Makro, kdy zákazník má každý měsíc možnost získat dodatečně volné jednotky (minuty a SMS) za nákupní chování v Makro.

„Naší snahou je pomoci našim zákazníkům snížit náklady na provoz jejich firem a zvyšovat tak jejich konkurenceschopnost na českém trhu. Snížení ceny za volání a SMS bude tím výraznější, čím více budou u nás nakupovat. Za nákupy budou zákazníci dostávat další volné minuty a SMS,“ uvedl Aleš Drábek, customer director společnosti Makro a doplnil: „Pevně věříme, že tento benefit ocení především naši loajální zákazníci, pro které tento program znamená významné úspory v nákladech na komunikaci, a dále podpoří vnímání Makro jako Partnera profesionálů, což je poslání naší společnosti.“

„Jsme potěšeni, že díky spolupráci se spo-

lečnosti Makro máme další možnost oslovit zákazníky z řad živnostníků a podnikatelů prostřednictvím nabídky Mphone tarifů. Jako přední poskytovatel telekomunikačních služeb v České republice se snažíme přicházet na trh s produkty šitými na míru jednotlivým skupinám uživatelů. Pevně věříme, že Mphone tarify se stanou oblíbenou službou pro všechny Makro zákazníky,“ sdělil Jan Karas, ředitel marketingu pro residentní segment společnosti Telefónica O2 Czech Republic.

Hlavní cílovou skupinou jsou především drobní podnikatelé v oblasti gastronomie, nezávislého maloobchodu a malé a středně velké kanceláře, jenž představují cílovou zákaznickou skupinu společnosti Makro.

Prodej tarifů bude probíhat formou přímého prodeje ve velkoobchodech Makro, kde je vyčleněn samostatný prodejní prostor, který je označen výrazně logem Mphone. Poprodejní servis je zajištěn prostřednictvím klientského centra společnosti Telefónica O2.

Tarif	Měsíční paušál	Volné minuty	Vnitrostátní volání *1	Vnitrostátní volání mezi Mphone tarify	SMS	MMS	Video volání *2	Hlasová schránka
Mphone MINI	226,10 (190,00)	50	4,76 (4,00)	2,26 (1,90)	1,19 (1,00)	5,90 (4,96)	7,00 (5,88)	2,38 (2,00)
Mphone MIDI	702,10 (590,00)	200	3,69 (3,10)	2,26 (1,90)	1,19 (1,00)	5,90 (4,96)	7,00 (5,88)	2,38 (2,00)
Mphone MAXI	1178,10 (990,00)	400	3,33 (2,80)	2,26 (1,90)	1,19 (1,00)	5,90 (4,96)	7,00 (5,88)	2,38 (2,00)

(tz)

(tz)



# Kdo pozitivně ovlivňuje životní prostředí

**Business Leaders Forum vyhlásilo již 18. ročník prestižní soutěže Cena zdraví a bezpečného životního prostředí pro soutěžní projekty dokončené v roce 2008. K účasti vybízí všechny, kdo pozitivně ovlivňují životní prostředí ve svém okolí: podniky, místní komunity, zastupitelstva, školy, nevládní a další organizace.**

Vítězem soutěže se stane subjekt, který dosáhl nejlepšího měřitelného výsledku ve zlepšení životního prostředí, bezpečnosti práce, zdraví zaměstnanců nebo obyvatel. Získá uznání a publicitu jako organizace, pro niž je ochrana životního prostředí a trvale udržitelný rozvoj důležitou prioritou.

Za osmnáct let existence soutěže počet přihlášených projektů každoročně stoupá, dohromady už jich bylo více než pět set. V minulosti se kladl důraz především na konkrétní ekologické přínosy: snižování odpadů, recyklaci, náhrady škodlivých materiálů šetrnějšími

## Směrem k ekologii

**Raiffeisen stavební spořitelna (RSTS) bude nadále podporovat financování alternativních zdrojů energie v rámci prodloužení úspěšné ekologické kampaně do konce roku.**

RSTS v rámci své kampaně spuštěné 1. září navázala spoluprací s firmami, které dováží, vyrábí a instalují zařízení na výrobu alternativní energie, a nabídla svým klientům možnost využít výhodných slev na jejich pořízení. Klienti tak mají možnost velmi výhodně investovat do opatření na snížení výdajů své domácnosti za energie.

Partnery, u kterých mají klienti RSTS v rámci kampaně možnost získat slevy ve výši 5000–50 000 Kč, jsou Stiebel Eltron, jehož produkty patří ke špičce v oblasti vytápění a ohřevu vody, Soveko Plast, poskytovatel technologií, které obnovují a udržují přirozený koloběh vody v přírodě, a služeb v oblasti projektování, výroby, montáže a servisu čistění odpadních vod, septiků, zemních filtrů či atypických plastových nádrží, DOMOV EnergoInvest, nabízející komplexní portfolio služeb v oblasti realizace projektů z oblasti alternativních zdrojů, MasterTherm CZ, přední výrobce a exportér nejmodernějších tepelných čerpadel a ATEG TEPELNÁ TECHNIKA, s.r.o. poskytující komplexní řešení vytápění, chlazení a větrání. Kampaň probíhá ve spolupráci se serverem Nazeleno.cz, kde naleznete mimo jiné podrobné informace o kampani na podporu alternativních řešení v otázkách úspor energií a její výroby.

Mezi alternativní zdroje energie, do kterých lze investovat, patří například solární kolektory pro přímý nebo nepřímý ohřev kapaliny či vzduchu, které vám mohou pomoci uspořit až 60% energie, či fotovoltaické panely na přeměnu světla na elektrickou energii s až patnáctiprocentním ročním ziskem.

(tz)

atd. V posledních letech, kdy se intenzivně rozvíjí myšlenka společenské odpovědnosti firem, se v soutěži kladně hodnotí i zvýšení bezpečnosti práce, péče o zdraví zaměstnanců a obyvatelstva a hlavně změny myšlení a přístupů lidí, kteří každý den ovlivňují okolní realitu.

Přihlášení do soutěže je možné do 31. prosince 2008 a je zcela jednoduché: zájemce

o soutěž charakterizuje na 1–2 stranách textu projekt, který znamenal přínos ke zdraví nebo ke zlepšení životního prostředí:

jednu konkrétní akci, investici či jinou aktivitu, ukončenou v roce 2008. Zároveň uvede její náklady a měřitelné přínosy. Jedním z významných hodnotících kritérií je dobrovolnost – proto se soutěže nemohou účastnit projekty, realizované pod hrozbou restrikce, penále nebo nařízené legislativou.

Cena bude vítězi slavnostně předána na jaře 2009

BUSINESS LEADERS FORUM

za účasti předních představitelů průmyslu a obchodu, veřejné správy a nevládních organizací.

BLF využilo možnost českou Cenu zdraví a bezpečného životního prostředí propojit s Evropskou cenou THE EUROPEAN BUSINESS AWARDS FOR THE ENVIRONMENT. Výše do ní nejlepší firemní projekty, které budou v mezinárodním měřítku soutěžit ve čtyřech samostatných kategoriích: environmentální management, produkt, proces a mezinárodní spolupráce.

(tz)



*„V pětadvaceti jsem měla těžký úraz páteře. Přišla jsem o práci a novou jsem si dlouho nemohla najít. Díky webovému portálu [www.praceprozp.cz](http://www.praceprozp.cz) jsem našla konečně zaměstnání, kde mě můj handicap nijak neomezuje.“*

Možná také znáte způsob, jak zdravotně postiženým pomoci uplatnit se na trhu práce. **Interaktivní webový portál [www.praceprozp.cz](http://www.praceprozp.cz)** tak bude ve správných rukou, které vědí, jak pomoc dále rozvíjet.

Balíček produktů pro integraci zdravotně postižených, osob bez přístřeší, bývalých vězňů či jiných znevýhodněných skupin naleznete na [www.equalcr.cz](http://www.equalcr.cz) v záložce KAMPAŇ.



Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR  
Odbor řízení pomoci z ESF  
Na Poříčním právu 1, 128 01 Praha 2  
e-mail: [esf@mpsv.cz](mailto:esf@mpsv.cz)

Program Iniciativy Společenství EQUAL je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a ze státního rozpočtu ČR



# Čísla, která potvrdila názory vývozců

## Výsledky 17. vlny Exportního výzkumu DHL 2008

Již po sedmnácté proběhl Exportní výzkum DHL, který dlouhodobě mapuje názory nejvýznamnějších českých vývozců na aktuální události v České republice i zahraničí. Průzkum zajistila společnost GfK Praha, která se v říjnu telefonicky dotazovala ředitelů a členů top managementu zodpovědných za export v 500 významných českých firmách.

Dvě pětiny (40%) exportních podniků očekává v důsledku zpomalení světové ekonomiky krachy mezi svými zákazníky a dodavateli. 54% respondentů je opačného názoru. Na 6% respondentů neví. Více než polovina exportérů (51%) se domnívá, že české představenství v EU může mít pozitivní vliv na český export. Dalších 20% exportérů si myslí, že vliv bude částečně pozitivní. Opačný názor má 23% respondentů.

„Dalo se očekávat, že události posledních týdnů a měsíců ve světové ekonomice budou mít dopad i na očekávání českých exportérů, nicméně tak hluboký propad exportního sebevědomí jsme přeci jen nečekali. Tak prudký propad exportního sebevědomí nesignalizuje pro českou ekonomiku nic dobrého. Je sice otázkou, nakolik byly odpovědi respondentů ovlivněny celkově negativní náladou v ekonomice a nakolik jsou již spojené s aktuálními potížemi jejich firem, nicméně zpomalení českého exportu se všemi jeho důsledky je třeba očekávat, a to velmi brzy. Mnoho českých podnikatelů již mluví o poklesu aktuálních objednávek i budoucí poptávky ze zahraničí, což se muselo odrazit i ve výsledcích průzkumu,“ řekl obchodní ředitel DHL Express v ČR Luděk Drnec.

Nejvyšší dopad ze zavedení eura na Slovensku pro svůj export uvádí 4% respondentů; 9% respondentů se domnívá, že tento krok bude mít na jejich export vysoký dopad. Dopad, ale ne příliš vysoký, přiznává 31% respondentů. Žádný dopad si připošou polovina (50%) respondentů. Velká většina respondentů (74%) se domnívá, že by současná vláda České republiky měla co nejdříve oznámit termín přijetí eura. Opačný názor zastává 21% respondentů.

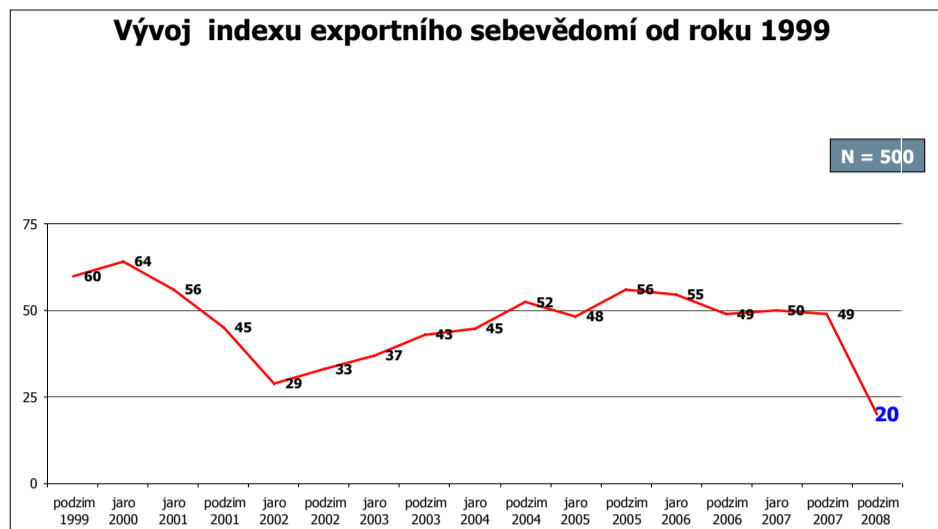
Luděk Drnec dodal: „Dopady posílení koruny vůči euru mají naši exportéři dobře kvantifikovány a můžeme hovořit o kumulovaných ztrátách v řádu miliard korun. Navíc potenciál tyto ztráty dále korigovat zvyšováním produktivity práce je již velmi malý a české zboží se tak stává neprodejné. Je tedy logické, že exportéři volají po oznámení termínu přijetí eura a jasném plánu migrace do Eurozóny, aby s tímto termínem mohli pracovat ve svých firemních i exportních strategiích.“

Dvě třetiny respondentů uvedly, že v zahraničí dávají vědět o své firmě účastí na veletrzích a výstavách (67%) a také prostřednictvím internetu (63%). Třetina respondentů (30%) uvedla, že v zahraničí dávají vědět o své firmě reklamou. Pětina (20%) pomocí direct marketingu a 13% prostřednictvím public relations.

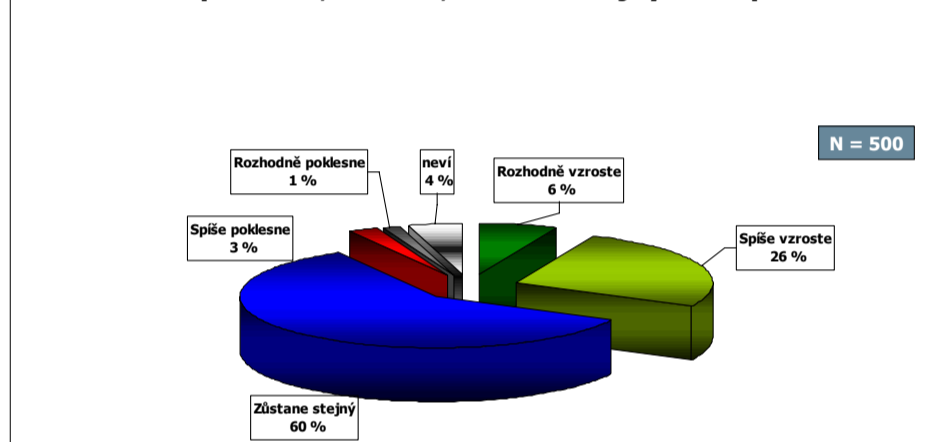
### Očekává se i nárůst

V dlouhodobějším horizontu 12 měsíců ve srovnání s minulými 12 měsíci očekává nárůst objemu exportu cca třetina (37%) exportních firem. V minulém roce na podzim to byla většina (52%) exportních firem. Třetina (35%) se domnívá, že objem exportu jejich firmy zůstane stejný (což je stejný podíl jako na podzim 2007) a 17% exportních podniků se domnívá, že poklesne (v minulém roce to byla pouhá 3%).

Exportní sebevědomí podniků zůstává v kladném pásmu, nicméně došlo k jeho výraznému poklesu. Index dlouhodobého exportního sebevědomí (rozdíl procenta kladných a záporných odpovědí) pro období příštích 12 měsíců je +20 (podzim 2007 +49). Což je nejnižší hodnota za celou dobu existence Ex-



### Ot. 4 / V příštích 12 měsících, počet zemí, do kterých bude Vaše firma exportovat, vzroste, zůstane stejný nebo poklesne



portního průzkumu DHL, který se provádí od podzimu roku 1999.

„Pokles exportního sebevědomí (v indexu o rekordních 29 bodů) je skutečně významný. Naznačuje vážnost situace a očekávání přelítí současné finanční krize do krize hospodářské,“ řekl generální ředitel GfK Praha Ondřej Tomas a dodal: „Tento vliv je řádově 2–3x významnější než loňský dominantní vliv příliš silné koruny. Na podzim loňského roku očekávalo pouze 3% exportérů pokles exportu, v realu ale pokles již teď hlásí téměř třetina exportérů. Tato skutečnost dále přispívá k ochlazení exportního sebevědomí a tedy k poklesu indexu.“

Exportní sebevědomí podniků zůstává v kladném pásmu, nicméně došlo k jeho výraznému poklesu. Index dlouhodobého exportního sebevědomí (rozdíl procenta kladných a záporných odpovědí) pro období příštích 12 měsíců je +20 (podzim 2007 +49). Což je nejnižší hodnota za celou dobu existence Exportního průzkumu DHL, který se provádí od podzimu roku 1999. U 35% exportních firem objem exportu za posledních 12 měsíců vzrostl; u 35% zůstal stejný a u 28% poklesl. Ekonomická situace exportních firem je podle 35% (podzim 2007 11%)

respondentů horší než před rokem; podle 35% (podzim 2007 36%) respondentů je stejná. Podle 28% (podzim 2007 51%) respondentů je lepší.

### Kam se dnes vyváží

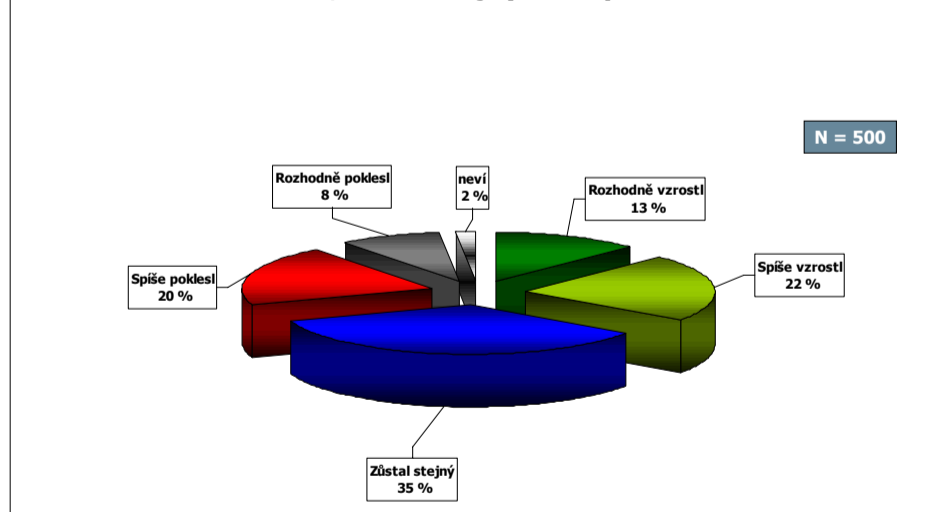
V posledních 12 měsících exportovalo 94% exportérů do zemí Evropské unie; do Ruska a zemí bývalého Sovětského svazu exportovalo 43% respondentů. Do Číny + jihovýchodní Asie 21% exportérů; na Blízký a Střední východ 18% exportérů a do Severní Ameriky 17% exportérů. Do jiných oblastí a zemí 17% exportérů.

Polovina exportérů (48%), kteří předpokládají získání nových odbytišť v příštích 12 měsících, očekává tato odbytiště především na trhu Evropské unie. Více než třetina (36%) také v Rusku a v zemích bývalého Sovětského svazu (především firmy do 250 zaměstnanců). Blízký a Střední východ uvedla pětina těchto respondentů (19%); Čínu a jihovýchodní Asii uvedlo 12% respondentů; Severní Ameriku 11% respondentů.

Největší exportní příležitost do budoucna představuje Rusko (27%; na podzim 2007 21%), následuje Německo (18%; na podzim 2007 30%) a další země EU (17%; na podzim 2007 14%).

(tz)

### Ot. 1 / Objem exportu Vaší firmy za posledních 12 měsíců celkově vzrostl, zůstal stejný nebo poklesl?

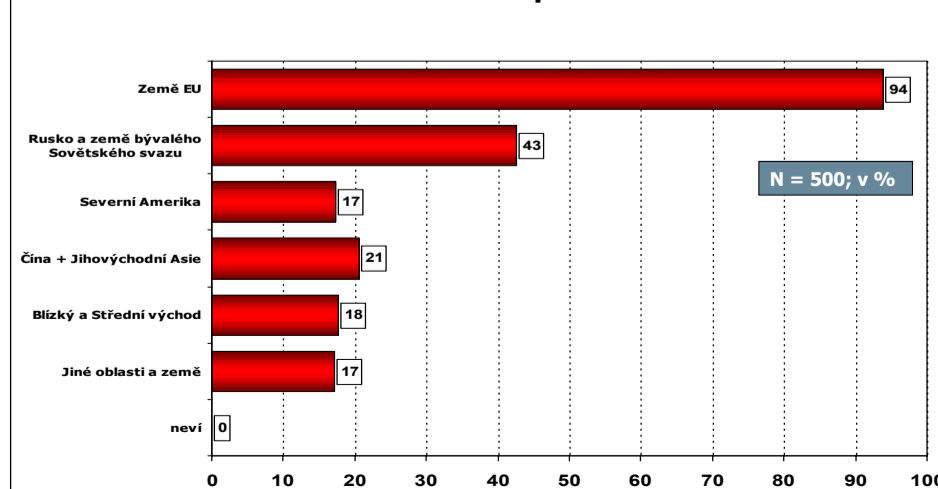


### Ot. 3 / Objem exportu Vaší firmy v příštích 12 měsících, ve srovnání s posledními 12 měsíci, vzroste, zůstane stejný nebo poklesne?



### Ot. 2 / Oblast či země exportu Vaší firmy v průběhu předcházejících 12 měsíců

Možno více odpovědí





# Čistá energie

## – téma firem GE a Google

**Rozvíjet geotermální energii a elektrické sítě v USA chtějí společnosti General Electric a Google. Větrná, sluneční nebo geotermální obnovitelná energie se totiž v širším měřítku neprosadí do té doby, než elektrická síť začne přenášet víc energie a dopravovat ji inteligentněji.**

Robustnější, tzv. inteligentní, síť (smart grid) umožní přenášet elektřinu v obou směrech – z elektráren k odběratelům i obráceně. Díky ní lze i lépe monitorovat spotřebu, podporovat sofistikovanější cenové modely a využívat vyspělé senzory pro dohledávání výpadků.

„Inteligentní síť je o provázání energetických a informačních technologií,“ řekl Bob Gilligan, viceprezident pro přenos a distribuci GE Energy na konferenci Smart Grid letos v září ve Washingtonu. Podle něj se bez robustnější a inteligentnější sítě tzv. revoluce čistých technologií zadrhne. „S obnovitelnými zdroji energie jsou spojeny dvě výzvy,“ vysvětlil Gilligan. „První je fakt, že vítr nejvíce fouká a slunce nejvíce svítí

na pouštích a v horách, kam se lidé příliš nehnují. Pro přenos elektřiny z rurálních oblastí do měst je tedy třeba víc přenosových vedení.“ Druhou výzvou je podle Gilligana najít způsob, jak by spotřebitelé a firmy generující vlastní obnovitelnou elektřinu mohli prodávat přebytek zpátky do sítě. S obousměrnou sítí by rozvodné společnosti mohly nakupovat elektřinu od drobných majitelů solárních panelů nebo farmářů, kteří ji vyrábějí z biomasy.

Zatímco GE prodává elektrárenským společnostem převodní stanice a elektroměry, vyvíjí technologii pro konverzi odpadního tepla z plynových turbín na elektřinu a působí na trhu větrných turbín, Google investoval desítky milionů dolarů do řady začínajících firem, které vyvíjejí solární, větrné, vlnové a vyspělé geotermální technologie. Navíc datová centra Google spotřebovávají obrovské množství elektřiny, snahou společnosti přitom je využívat čistší alternativy. Středem zájmu partnerství GE-Google v oblasti čisté energie tak bude Washington. Společnosti

tu chtějí prosazovat federální politiku zaměřenou na modernizaci elektrické sítě a vybudování nových přenosových linek.

„Pokud máme přenášet velké množství elektřiny ze Severní a Jižní Dakoty do Chicaga nebo z pouště Mojave do Los Angeles, musíme postavit víc přenosových linek,“ řekl Dan Reicher, ředitel iniciativ pro změnu klimatu a energii společnosti Google. „Ve Washingtonu musíme mimo jiné dosáhnout toho, aby se za budování přenosové soustavy postavily federální úřady.“ S tím souhlasí Bob Gilligan z GE a dodává, že získat všechna povolení k vybudování nového přenosového vedení může trvat deset i více let.

Dalším tématem partnerství společností GE a Google je ekonomické využívání geotermální energie v širším měřítku. To však vyžaduje ještě hodně výzkumné práce. Do vyspělé geotermální technologie Google v srpnu investoval 10 milionů dolarů prostřednictvím své filantropické dcery Google.org. Jde o technologii s velkým potenciálem, geotermální energie je totiž spousta a je dostupná ve Spojených státech i v celém světě. Získávat ji až deset kilometrů pod zemí však dá práci. Proto Google investoval do firmy AltaRock Energy, která se snaží snížit náklady a zvýšit účinnost geotermálních projektů, a Potter Drilling, která se zabývá vývojem technologie hloubkového vrtání v tvrdých skalách. (tz)

### NAŠE KAVÁRNA

#### Ing. Tauber výkonným ředitelem bankovní asociace

Novým výkonným ředitelem České bankovní asociace na tříleté funkční období s účinností od 1. ledna 2009 byl prezidentem jmenován Ing. Josef Tauber (61). Výkonným ředitelem Ing. Petr Špaček, CSc., který řídí činnost asociace od roku 2000, požádal o uvolnění z funkce a přejde na pozici poradce prezidenta ČBA.

#### Rošáda v holdingu Inekon

Novým místopředsedou představenstva INEKON GROUP byl zvolen Ing. Jan Hušek, Ph.D., který dosud ve společnosti působil jako člen dozorčí rady. Zrcadlově si vyměnili pozici s Ing. Miroslavem Kuzmou, který odstoupil z představenstva společnosti a byl jmenován na místo Jana Huška do dozorčí rady INEKON GROUP, a.s.

#### Nová prezidentka EADP

Kimberli Lewis, CEO společnosti Mediatel CZ a Mediatel SK, byla v průběhu výročního kongresu v Aténách zvolena do funkce prezidentky European Association of Directory and Data Base Publishers (EADP). Asociace, která byla založena v roce 1966, sdružuje 186 členů ze 40 zemí a je hlavní asociací podporující a zastupující práva vydavatelů a dodavatelů databází v Evropě. EADP hraje významnou roli ve formování Evropské legislativy ovlivňující obchod s adresáři a databázemi. Sídlo asociace je v Bruselu. (tz)

### NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



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



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



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

#### Fotomodeling

*Billy Pegram*

Zkušený fotograf vám v této knize podrobně ukáže základní pózy používané při fotografování, seznámí vás s jejich praktickým použitím a účinkem. Na konkrétních ukázkách uvidíte, jak působí různá poloha hlavy, rukou, ramen, nohou a celého těla.

#### Sicílie

*Tim Jepson*

Italský ostrov, který přiláká každoročně tisíce návštěvníků z České republiky, je zajímavý i pro podnikatele nejen v cestovním ruchu. National Geographic připravilo jedinečného turistického průvodce po Sicílii. Vyniká kvalitou, praktičností, vkusným designem a stovkami unikátních fotografií.

#### Jak vést a motivovat lidi

*František Bělohlávek*

Jednoduchou a srozumitelnou formou absolevujete všechny kroky, které vám pomohou vylepšit vaše řídicí dovednosti. Poučíte se, jaké existují styly řízení, a prostřednictvím testů poznáte, který styl by mohl být pro vaši situaci a vaši povahu ten nejspokojnější. Zopakujete si a prohloubíte znalosti o tom, jak definovat úkol, jak jej předat, kontrolovat i korigovat i jak je důležitá motivace i ohodnocení.

#### Hýčkejte si svou paměť

*Ingrid Kiefer, Udo Zifko*

Chcete podávat v práci bezkonkurenční duševní výkony, ale cítíte, že na to občas nemáte? Stává se vám, že začínáte zapomínat? Nebo chcete preventivně udržovat svůj mozek ve vynikající formě? Vše naleznete v této knize.

#### Fotografujeme glamour

*Rolando Gomez*

Profesionální fotograf časopisů Playboy a Penthouse se s vámi podělil o své zkušenosti, jak fotografovat krásu žen a sexuální přitažlivost ženského těla. Naučíte se, jak pracovat s profesionální modelkou, jak ji upravit a nasvítit, ale i to, jak skrýt některé nedokonalosti ženského těla. Díky této knize budou vaše snímky klientky, přítelkyně i profesionální modelky vypadat vždy dokonale a sexy. ■

#### Funky Business navždy

*Kjell A Nordström, Jonas Ridderstrale*

Funky Business navždy reflektuje novou ekonomickou realitu. Obsahuje bezpočet nových příkladů, které Kjell a Jonas shromáždili při svém celosvětovém pátrání po skutečném významu funku. Původní myšlenky byly znova přezkoumány, důkladně prověřeny a zhodnoceny.

#### Komunikace, argumentace, rétorika

*Milan Klapetek*

V čtivé knížce se seznámíte s možnostmi zdokonalení své komunikační soustavy, poznáte dvanáct příčin odlišnosti lidských názorů a stanovisek a dozvíte se, jak lze, či nelze tyto odlišnosti překonat.

#### Psychologie a sociologie ekonomického chování

*PhDr. Mgr. Zuzana Hubinková, Ph.D. a kol.*

Publikace představuje odlišný úhel pohledu na relativně známá témata ekonomie, za nimiž stojí řada podnětných psychologických, sociologických i filozofických otázek. Měla by být určitým vodítkem k zhodnocení společensko-ekonomické situace v širších souvislostech, ale i literaturou, která pomůže při uchopení interdisciplinárních témat.

#### Tréning paměti a koncentrace

*Roland R. Geisselhart, Christiane Burkart*

Pokud chcete získat perfektní paměť, lépe se koncentrovat a zvýšit svou duševní výkonnost, v této praktické a čtivé knížce najdete rady, příklady, cvičení, tipy a triky, jak na to. Dozvíte se, jak krok za krokem dovést svou paměť k nejvyššímu výkonu.

#### Marketing obchodní firmy

*Marcela Zamazalová*

Manažeři a majitelé obchodních firem a vysokoškolské studenti se v této na trhu ojedinělé publikaci dozví, jaké specifické marketingové nástroje a přístupy jsou vhodné pro sektor obchodu a jak úspěšně volit a aplikovat specifický marketingový mix. Po přiblížení situace v sektoru obchodu v ČR se dozvíte o rozdílech v situaci a v používání vhodných přístupů u moderních retailingových firem s převahou zahraničního kapitálu a u malých a středních obchodních firem s převážně českou kapitálovou účastí. ■

#### Management znalostních pracovníků

*Ludmila Mládková*

Máte skvělé, vzdělané a zkušené pracovníky, a přesto jejich výkony nebo styl práce jsou naprosto odlišné. Proč tomu tak je a co s tím – tomu se věnuje tato publikace. Kniha je rozdělena do sedmi kapitol. Záleží však na konkrétní organizaci, konkrétních znalostních pracovnících a preferencích, které z nástrojů či kterou kombinaci nástrojů použijete. Každý manažer je jiný, má jinou zkušenost a preferuje jiný styl řízení. ■

### LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

#### SOS zřídilo internetové Informační centrum insolvence

Sdružení obrany spotřebitelů, o.s. soustilo začátkem prosince na svých internetových stránkách Informační centrum insolvence, a to na adrese: www.spotrebitele.info/insolvence. Jeho smyslem je poskytnout spotřebitelům základní informace o tom, co je to insolvence a jak je možno využít insolvenční zákon, který začal platit od počátku roku 2008. Snaží se spotřebitele upozornit na možná úskalí, neboť možnosti, které tento zákon dává, nejsou vhodné pro každého.

Vzhledem k tomu, že insolvence je věcí vždy nepřijemnou, snaží se i toto informační centrum spotřebitele především nabádat k tomu, aby problémům s insolvenčí spíše předcházeli, než ji pak složitě řešili.

Základní myšlenkou je poskytnout spotřebitelům dostatek informací. Ovšem je třeba mít na paměti, že každý případ je jedinečný a je třeba se vždy poradit s odborníkem, zda je pro konkrétního spotřebitele řešení v rámci insolvenčního zákona vůbec možné a také vhodné. Neuváženým insolvenčním návrhem si totiž spotřebitel může způsobit problémy ještě větší, než jsou ty, které aktuálně má. Proto by mělo toto centrum sloužit k tomu, aby spotřebitel získal základní informace a dokázal si sám předběžně posoudit, zda má cenu podnikat další kroky směrem k insolvenčnímu řízení.

SOS věří, že toto Informační centrum insolvence bude přínosným zdrojem informací pro spotřebitele a že napomůže předcházení a řešení problémů, které mnohdy vedou k tíživým sociálním situacím. (tz)

### SPONZORING, CHARITA, POMOC

#### Česká spořitelna patří mezi nejvýznamnější donátory

Česká spořitelna opět bodovala v žebříčku TOP Firemní Filantropie a získala i v letošním ročníku ocenění v kategorii Absolutní objem poukázaných prostředků. S více než 60 miliony Kč věnovanými v roce 2007 na podporu obecně prospěšných projektů se v žebříčku umístila již podruhé na druhém místě, hned za vítězem ankety – Skupinou ČEZ. Kromě ocenění za druhou příčku v uvedené kategorii převzal generální ředitel České spořitelny Gernot Mittendorfer také cenu za zapojování zaměstnanců do dobrovolnictví. (tz)

### Termínovaný vklad s výnosem

UniCredit Bank začala klientům nabízet zcela nový depozitní produkt – Garantovaný vklad MAXIM na 6 měsíců. Garantovaný vklad je termínovaný vklad s garancí úrokové sazby po dobu 6 měsíců.

„Garantovaný vklad MAXIM je v současné době jeden z nejnižších, a zároveň nejméně rizikových investičních instrumentů na trhu. Tímto produktem chceme v současné době dát klientům jistotu zajímavého garantovaného výnosu a ponechat okamžitý přístup k penězům. Nedávno prezentované výsledky za první tři čtvrtletí rovněž prokazují, že UniCredit Bank Czech Republic je stabilní a zdravou bankou,“ uvedl Jakub Dusílek, ředitel Divize řízení produktů a segmentů retailového bankovníctví.

Garantovaný vklad je určen pro fyzické osoby nepodnikající a rovněž pro klienty ze segmentu svobodných povolání. V případě Garantovaného vkladu MAXIM upustila banka pro umožnění okamžité likvidity od sankčních poplatků za předčasný výběr vkladu. Pro zřízení Garantovaného vkladu MAXIM není nutná změna banky ani otevření běžného účtu. Minimální objem vkladu činí 30 tisíc Kč. Navíc pro vklady nad 500 tisíc Kč činí úroková sazba 4,0% p.a. Nabídka platí do odvolání. (tz)





**makro**  
Partner profesionálů

Velkoobchod Makro  
přináší širokou nabídku  
vánočních balíčků.



[www.makro.cz](http://www.makro.cz)