



**Petr Kužel prezident
Hospodářské komory ČR**



**Petr Kolář velvyslanec
ČR v USA**

ČASOPIS HOSPODÁŘSKÉ KOMORY HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY

Z P R A V O D A J

www.hkp.cz

1/2009

Časopis, který sluší i vašemu domovu

Andrea
Kalivodová

**Přední česká
mezzosopranistka:
„V zahraničí mají
Česko rádi!“**

- **FINANČNÍ KRIZE OČIMA ODBORNÍKŮ**
- **FONDY EU**
- **ZDRAVÉ SPANÍ**



www.carpenter.cz

...TĚCH PÁR KM NAVÍC SE VÁM VYPLATÍ

PRODEJ A SERVIS VOZŮ

SUBARU

ZA SKVĚLÉ CENY



LL-CARPENTER, Ocelářská 1, Praha 9 (u SAZKA ARÉNY)

tel.: 607 555 777



FOTO: ARCHIV

Řemeslo má zlaté dno...

Zásadním a nikdy nekončícím posláním Hospodářské komory hl. m. Prahy je dělat vše pro to, aby se v Praze dobře podnikalo. S nelibostí proto sledujeme dlouholetý alarmující vývoj v oblasti učňovského školství, který neblaze zasahuje do chodu celé řady podniků. Pražské firmy se předhánějí v lukrativních nabídkách pro kandidáty řemeslných profesí, ale zájem o studium v těchto oborech meziročně klesá. Učňovské školství v našem městě a ostatně i na území celé republiky prochází krizí, na kterou přirozené tržní mechanismy prostě nestačí.

Stejně jako my, si je této skutečnosti vědom i Magistrát hl. m. Prahy. Společně s jeho pracovníky proto startujeme projekt s ambicí tento katastrofální stav řešit. Projektem, který dostal do vínku název „Řemeslo žije“, chceme v první řadě nastavit vzájemné informační vazby na ose rodiče a jejich dospívající ratolesti – učňovská zařízení – budoucí zaměstnavatel. Věříme, že naše snažení povede k tomu, že si rodiče s dětmi v posledních ročnících ZŠ uvědomí, že rčení o zlatém dnu řemesel není jenom fráze a že je lepší vynikat na „učňáku“, než propadat na střední škole s obecným zaměřením. Firmy, včetně těch menších, se naučí, že mohou poznat a motivovat svého pracovníka mnohem dříve, než dnem nástupu do zaměstnání a školy zaměřené na řemeslné obory budou díky tomu spolupracovat s daleko větším počtem podniků, než doposud.

Bylo by bláhové domnívat se, že je možné současný stav zvrátit ze dne na den. Naše společné snažení je prvním důležitým krokem, a obrovským úspěchem pro nás bude i to, že cestu přípravy na řemeslo zváží více rodičů a jejich dětí, než jak tomu bylo doposud.

*Ing. Michal Kotlín
Místopředseda HKP*

OBSAH

1	Editorial
2	HKP
3-5	Partnerství HKP – BohemianCarnevale
6-7	Česká kvalita
8-10	Fondy EU
11-12	Exkluzivně s Petrem Kuželem, prezidentem HK ČR
13-14	Životní styl
15-17	Rozhovor s osobností... Andrea Kalivodová
18	Seznamte se...
19-21	Jak se podniká a žije v USA
22-23	Očima ekonoma... finanční krize
24	Aktuálně s Ivanem Pilipem
25	Aktuálně s Tomášem Buškem
26-27	Volný čas
29	Z MHMP
30-31	Protekcionalismus
32	Kultura

ZPRAVODAJ HOSPODÁŘSKÉ KOMORY HL. M. PRAHY 1/2009

Informační dvouměsíčník pro členy HKP. Vychází 6x ročně, náklad 5000 ks. Reg. Zn. MK ČR E17859. ISSN 1803-6244

Novinová zásilka pov. ČP, a.s., OZ Praha 1, č.j. 6390/98 ze dne 14. 4. 1998

Vydává: Servis HKP, nám. Fr. Kafky 7, Praha 1, tel.: 224 818 197, fax: 222 329 348, e-mail: hkp@hkp.cz, internet: www.hkp.cz

Šéfredaktor: Sára Bicek **Zástupkyně:** Mgr. Andrea Bezděková; **Grafická úprava:** Studio Metropolis s.r.o.

Tiskové zajištění: Rodomax, s.r.o.; **Fotografie v čísle:** archiv redakce, MHMP, Andrea Kalivodová

Představenstvo HKP – předseda: Petr Kužel; **místopředsedové:** Ing. Bohumil Mach, Ing. Jitka Albrechtová, Otakar Čapek, Ing. Michal Kotlín;

Členové: Ing. Petr Kuchár, Ing. Vladimír Šrp, Ing. Petr Knapp, Ing. Vlastimil Navrátil, Ing. Martin Dvořák, Ing. Václav Okleštěk, Ing. Jan Maj, Ing. František Dombek, Ing. Jindřich Hess, Ing. Richard Motyčka;

Dozorčí rada: Ing. Zdenka Vostrovská, CSc., Ing. Ivan Lipovský, Ing. Radek Lanč, Gabriel Lukáč; **Úřad HKP – ředitel:** Zdeněk Kovář; **Vedoucí vnitřních vztahů:** Jana Vlčková; **Tisková mluvčí:** Mgr. Andrea Bezděková; **manažer projektů rating MSP a INMP:** Jiří Svoboda; **Odd. zahraničních vztahů a EU:** Ing. Petr Petřík (vedoucí), Petr Kolbe; **Vedoucí oddělení vzdělávání:** Ing. David Janata,

Manažer projektů Elektronické mýtné a kontaktní místa: Roman Pommer; **Recepce:** Liduše Schoberová

Za Czech POINTY nezabloudíte

Pokud půjdete v nejbližších dnech na některý z místních úřadů pro výpis z Czech POINTU, nemělo by se vám stát, že budete bloudit po budově. Jednoduchý orientační systém, jehož základním motivem je známé logo, mezi lidmi familiárně zvané „modrá činka“, vás navede od vchodu až k samotnému výdejnímu místu a ušetří tak možné tápání po budovách. O instalaci značení se postaral Servis Hospodářské komory Prahy, s.r.o., který zvítězil ve výběrovém řízení malého rozsahu, vypsaném ministerstvem vnitra pod názvem „Označení kontaktních pracovišť Czech POINT“.

Ze všech přijatých nabídek na zakázku totiž jediný Servis Hospodářské komory Prahy dokázal nabídnout takové podmínky, aby byly místní úřady spravující kontaktní místa co nejméně zatěžovány a aby se výměna stávajícího značení po celé republice udála v co nejkratším termínu. To se také podařilo, a tak první instalace značení proběhly v lednu v Praze a posledních pár instalací dobíhá v těchto dnech ve zlínském kraji. Po celé republice bylo značeno a fotograficky zdokumentováno více než 2400 místních úřadů.



„Doslova v pár lidech jsme dokázali, že umíme v rekordně krátké době zvládnout poměrně logisticky náročnou akci a hlavně v ní obstát,“ říká o zakázce ředitel Servisu Hospodářské komory Prahy **Zdeněk Kovář** a vypočítává: „Nejprve bylo nutné shromáždit ze všech úřadů informace o tom, v kolika budovách a v kolika kancelářích vydávají výpisy a zjistit přístupové cesty ke kancelářím. Podle získaných údajů se propočítávala pravděpodobná spotřeba cedulí a polepek na jednotlivé kraje. Poté se v každém kraji stanovily optimální trasy a termíny instalací, se zástupci úřadů byly dohodnuty časy příjezdů a poté už se po republice rozjely týmy lidí, které samotnou instalaci prováděly. V těchto dnech se kompletují veškeré písemné záznamy o provedení instalace a fotodokumentace všech označených míst. Je potěšitelné, že se to celé odebralo s velkou profesionalitou a bez větších zádrhelů.“

Význam pracovišť Czech POINT do budoucna poroste a zvláště podnikatelům podstatně usnadní život. Nové značení pak zaručí, že lidé se v úředních budovách velice rychle zorientují. Ministerstvo vnitra se tak opět o krok přiblížilo svému cíli, kdy občan přijde na úřad a neztratí zbytečně ani minutu svého času. Cílem samým pak je okamžik, kdy člověk na jediném místě vyřídí úplně všechno, od výpisu až po podání úředních písemností.

PŘIŠLO NA: ZPRAVODAJ@HKP.CZ

Dobrý den,
podnikám a rád bych žádal o finanční pomoc z EU, ale nejsem si zcela jistý, který program by byl pro mé podnikání nejlepší. Mohu se na vás obrátit o radu, i když nejsem vaším členem?

Podnikatel z Prahy 13

Odpověď redakce:

Na Hospodářskou komoru hlavního města Prahy se může se svým požadavkem obrátit každý podnikatel, bez ohledu na to, zda je nebo není naším členem. Rádi vám pomůžeme. Kontaktovat nás můžete na čísle 224 818 197 nebo na adrese hkp@hkp.cz.

Dobrý den,
jsem živnostník, chtěl bych se stát členem Hospodářské komory Prahy. Co pro to mohu udělat, kolik mě bude stát členství a mohu si ho uplatnit ve svém účetnictví a mohu ho zohlednit ve svém daňovém přiznání?

Josefík, Roztoky u Prahy

Odpověď redakce:

Na stránkách www.hkp.cz v sekci O HKP – Členství si můžete vytisknout přihlášku a čestné prohlášení, řádně je vyplnit, podepsat a zaslat na naši adresu (Hospodářská komora hl. m. Prahy, nám. Franze Kafky 7, 110 00

Praha 1). Roční členský příspěvek pro fyzickou osobu činí 500,- Kč a není daňově uznatelným nákladem.

Vážení,

dočetl jsem se, že s vaší pomocí se dá navštívit pražské podzemí. Můžete mi sdělit bližší informace o této možnosti?

Váš čtenář z Brandýska

Odpověď redakce:

Ano, Hospodářská komora hl. m. Prahy a společnost Kolektory a.s. skutečně nabízejí prohlídku pražského podzemí, a to celkem ve 4 trasách podzemních tunelů, tzv. kolektorů. Na stránkách www.hkp.cz v sekci Zážiteková turistika v Praze najdete všechny potřebné informace, včetně popisů jednotlivých tras.

Vážená redakce časopisu Zpravodaj, musíme vám napsat, že prosincové číslo Zpravodaje bylo opravdu povedené a s chutí jsme jej doma přečetli od začátku do konce. Od oborových časopisů člověk většinou neočekává víc než profesní informace, ale tentokrát bylo doopravdy co číst. Moc nás potěšil rozhovor s paní Stašovou, která je nejen znamenitá herečka, ale také moudrá a krásná žena. Skvělý nápad je také

představovat členy pražské Komory, zajímavý byl rozhovor o pražském karnevalu, zkrátka, tentokrát jsme nevynechali jediný článek. Už teď se těšíme na vaše příští číslo.

manželé Kejvalovi, Dolní Břežany

Odpověď redakce:

Vážení Kejvalovi, váš e-mail nám udělal opravdu velikou radost, děkujeme. Věřte, že zajímavý obsah je naším cílem, vždyť i z tohoto důvodu máme podtitul „Časopis, který sluší i vašemu domovu“. Věříme, že i tentokrát si vyberete: mezzosopranistka Andrea Kalivodová je bezpochyby pozoruhodnou osobností, pomocí fotoreportáže vám zprostředkujeme letošní ročník BohemianCarnevale, kterému jsme byli partnerem, přinášíme povídání s naším velvyslancem v USA Petrem Kolářem, zajímavý rozhovor s prezidentem HK ČR Petrem Kuželem a mnoho dalších témat a článků. Přejeme vám příjemné počení.

Pozn.:

Jakékoli vaše dotazy zasílejte i nadále na adresu zpravodaj@hkp.cz. E-maily, které zveřejňujeme na stránkách Zpravodaje, procházejí redakční jazykovou – nikoli obsahovou – úpravou. Na hanlivé a vulgární e-maily nebude redakce reagovat.

ÚNOR V PRAZE OŽIVIL BOHEMIAN CARNEVALE

Ač únorové počasí v Praze nepřálo slunci ani pěkným dnům, přímě v srdci metropole to ožilo veselím a tancem, dobrým jídlem a pitím. Už potřetí se tu totiž konal BohemianCarnevale, jehož organizátoři si vzali za úkol oživit kdysi slavnou pražskou tradici. Partnerem letošního ročníku se poprvé stala i Hospodářská

komora hlavního města Prahy. Abychom vám atmosféru únorového BohemianCarnevale přiblížili, přinášíme fotografie tří vybraných událostí z mnoha nabízených carnevalových programů.

Zahájení

Carnevalový Salon otevírá své brány (pátek 13. 2.)



8x FOTO: ARCHIV HKP



Amoretto

I děti mají svůj Carnevale (neděle 15. 2.)



6x FOTO: ARCHIV HKP



6x FOTO: ARCHIV HKP

Triumf

Carnevale pronikl do ulic (sobota 21. 2.)

Vytváříme silnou značku,

říká Leo Kolečkář, zakladatel společnosti Český výrobek.



FOTO: ARCHIV HKP

Projekt Český výrobek podporuje tuzemské podnikatele a výrobce produktů nejrozličnějších oborů. Leo Kolečkář je přesvědčený, že uživatelé ochranné známky Český výrobek také snadněji najdou zákazníky. Opírá se přitom třeba i o průzkum MML TGI (výzkum spotřebního chování 2006 - 2008, je realizován společností Median, ročně je dotazováno přibližně 15 000 respondentů). V České republice převažují lidé, kteří preferují domácí zboží před zahraničním. Vyjádřeno v číslech, domácí výrobky preferuje 3 925 000 osob (téměř 45 procent populace). Podíl osob, které dávají přednost českým výrobkům, je poměrně stabilní a pohybuje se mezi 42 až 45 procenty. „V devadesátých letech tady byl hlad po všem ze zahraničí. Vlivem rozvoje hypermarketů se tlačilo na ceny a některé dovážené výrobky ztrácely na kvalitě. Řada lidí se zklamala a začala se proto vracet k osvědčeným, dobrým, a hlavně českým výrobkům,“ tvrdí Kolečkář. Cestu k českým výrobkům chce zákazníkům usnadnit pomocí jasného a specifického loga.

PROČ JSTE ZALOŽIL PRÁVĚ ZNAČKU ČESKÝ VÝROBEK?

Hlavním záměrem bylo a je poskytnout zákazníkovi jednoduchou a správnou informaci, aby se mohl lépe rozhodnout při nákupu výrobků. Zároveň jsme se snažili, aby toto označení mohly nést výrobky ze všech odvětví, které splní daná kritéria. Situace na trhu je totiž někdy pro zákazníky nepřehledná, a i když se snaží najít informaci o výrobcu, ne vždy jsou úspěšní. Jsou totiž produkty, na kterých je uvedeno v lepším případě „Vyrobeno pro...“, nebo „Made in EU“. V horším případě tam nenajdou nic.

Na druhé straně na oblečení, nábytku, či salámech, tam všude je možné najít hrdé nápisy „český výrobek“, státní znak, popřípadě vlající české vlajky. Autory těchto zvolání jsou ale většinou sami výrobci a není vůbec zřejmé, jak k tomuto tvrzení dospěli. Navíc mohou být v rozporu s našim právem. Proto chceme dát zákazníkům záruku, že výrobky označené našim logem jsou české a že se na to mohou spolehnout.

ROZPOZNAT DNES ČESKÝ VÝROBEK JE ALE MNOHDY DOST OBTÍŽNÉ. JAKÝ POUŽÍVÁTE POSTUP?

Máme zpracován právní rozbor na to, jaké výrobky mohou být označovány jako Český výrobek. Vypracoval ho profesor Masarykovy univerzity Petr Hajn, tím se řídíme.

JAKÉ TEDY JSOU PODMÍNKY UDĚLENÍ ZNAČKY ČESKÝ VÝROBEK?

Ochrannou známku Český výrobek mohou dostat pouze ty výrobky, které se vyrábí v České republice, na produkci se podílejí čeští zaměstnanci, výrobky obsahují minimálně 50 procent tuzemských surovin, pokud tyto jsou dostupné. Firma také doloží, že její výrobky jsou jakostní, bezpečné a nezávadné. Před udělením loga se o výrobě osobně přesvědčujeme přímo na místě. Při udělování loga je velmi důležité, aby označení bylo prospěšné pro výrobek i pro ochrannou známku Český výrobek. Tuto ochrannou známku tak například nebudeme poskytovat výrobkům zahraničních fast foodů. Několikrát se stalo, že jsme logo pro nesplnění podmínek neposkytli. A to je to, čemu říkáme ryzost projektu. Chceme tak chránit to dobré, co naše vlast má a umí.

KDYŽ SE VÝROBCE ROZHODNE PRO SPOLUPRÁCI S ČESKÝM VÝROBKEM, JAKÉ VÝHODY DOSTANE? V ČEM MU TO POMŮŽE?

Především se odliší od konkurence a získá větší oblibu u zákazníků. Podle už jednou zmíněných výsledků průzkumu preferuje

české výrobky trvale 3 925 000 osob, to je téměř 45% populace. To potvrdily i naše vlastní průzkumy, kdy výrobky označené logem Český výrobek nakupovali zákazníci v průměru o 75 procent více než neoznačené. Označování výrobků tak vede k vyšší atraktivitě pro zákazníka a k vyšším prodejům. Navíc tuto řádně registrovanou ochrannou známku mohou užívat podle práva jen výrobci, kteří podepíší licenční smlouvu a zaplatí roční poplatek. To znamená, že jsou ochráněni velmi silně před možným zneužitím. Také se snažíme doporučit našim klientům, aby bylo naše logo na výrobcích dostatečně velké a dobře vidět, neboť přibývá starší populace – a to je významná skupina zákazníků, která toto označení dokáže ocenit.

Je to taková týmová práce, kdy výrobce prezentuje logo na svých obalech či letáčích a my pak prezentujeme jeho společnost a výrobky mediálně. Tak dělá každý svou práci, kterou umí dobře, a výsledkem je skvělá myšlenka, která nese to, co potřebujeme všichni – hrdost na svou práci, spokojené zákazníci, fungující firmu i hospodářství, jistoty a práci.

MÁ PRODUCENT UŽÍVÁJÍCÍ VAŠI ZNÁMKU I NĚJAKÉ POVINNOSTI?

Povinností je dodržovat podmínky pro udělení značky po celou dobu jejího užívání. Dále pak umožnit nám prohlídku výrobních prostor a dokladů k prokázání nároku na poskytnutí loga. Dále je třeba, jak jsem uvedl, podepsat licenční smlouvu a zaplatit roční poplatek. Jeho výše závisí na šíři sortimentu a pohybuje se u menších firem od 20 do 30 tisíc korun ročně. Získání licence je otázka několika dnů nebo týdnů.

VÝROBKÝ Z KTERÉHO REZORTU JSOU DOSUD V PROJEKTU NEJVÍCE ZASTOUPENÉ?

Díky tomu, že máme naši ochrannou známku registrovanou pro téměř všechny druhy výrobků, máme zastoupené výrobce z celé řady oborů – z potravinářského, strojírenského, sklářského, výrobky chemického a lehkého průmyslu. Zatím nejvíce jsou zastoupeni výrobci plastových oken, kteří vyrábí okna z českých okenních profilů od firmy Pramos. Mezi naše velké zákazníky patří společnost Barvy a Laky Hostivař a firma Modus – výrobce svítidel. Co se týká potravinářských firem, spolupracujeme s výrobcem masných výrobků a uzenin Astur

Straškov nebo s výrobcem čajů, společností Veltatea Karlovy Vary. Naším logem se může pyšnit vynikající oceněná svíčková omáčka Jaroslava Beránka z Hotelu Orea Monty Mariánské Lázně.

Velmi nás těší, že ochranná známka Český výrobek získává mezi výrobci dobré renomé díky svým pravidlům. Naše koncepce vede k vytvoření silné značky přes všechny výrobní obory, která bude naše zákazníky informovat jasným a jednoduchým způsobem o výjimečnosti označených produktů. Kvalitní české výrobky jsou skutečně čím dál víc výjimečné, pokud vezmeme v úvahu skutečnost, že 70 – 80 procent zboží se k nám dováží. Snažíme se svým dílem přispět k větší kultivovanosti trhu a dát výrobcům možnost využít potřeby zákazníků ve svůj prospěch.

MÁ VAŠE LOGO NĚJAKÝ „HLUBŠÍ“ VÝZNAM?

Hledání a výběru loga jsme věnovali velkou pozornost. Aby zákazníci kupovali zboží, musí uspokojovat jejich potřeby, musí se jim líbit. V našem logu najdete list lípy srdčité, našeho národního stromu. Velké „C“, které s listem tvoří kruh, má nejen význam jako „český“, ale symbolizuje ucelenost, provázanost a ochranu. Logo je doplněno nápisem ČESKÝ VÝROBEK, který zákazníkovi přímo říká, co kupuje, a není tak třeba dělat další nákladnou vysvětlovací kampaň.

MYSLÍTE SI, ŽE MÁ DESIGN LOGA TAKOVOU DŮLEŽITOST?

Jednoznačně. A že ho zákazníci vítají, nám ukázal nejen průzkum, který byl na tuto otázku zaměřen. Logo je jednoduché, barevně i tvarově přitažlivé, a již prvním pohledem víte, co vám říká. To je to nejdůležitější. Lidé přece mají takové věci rádi. Nemají dnes tolik času ani chutí hledat či zjišťovat, co mi chce výrobce říct: „To má být kvalita? A jaká? Kdo ji hlídá? A tohle má být český výrobek, a proč to má i výrobek z jiného státu EU, nebo z Asie?“

Také platí, že se lidé nejen v období různých hospodářských krizí či nejistot uchylují k věcem známým a osvědčeným – potřebují mít pocit jistoty. A to zákazníkům umí Český výrobek nabídnout, je tu pro ně. 

Proč jsme si vybrali právě značku Český výrobek pro naše produkty? Na to odpovídají přímo představitelé několika spolupracujících firem:

Ing. Zdeněk Kašparec, marketingový manažer společnosti PRAMOS, a.s. vyrábějící od roku 1995 plastová okna: „Ochranná známka ČESKÝ VÝROBEK je jedinou ochrannou známkou svého druhu v České republice, která jasně definuje pravidla pro její udělení. V době, kdy se spousta výrobců zaštiťuje sloganem o českém výrobku bez jakýchkoliv podložených faktů i u zboží, které prokazatelně nemá český původ, jsme ji zvolili jako další ekvivalent kvality našich výrobků.“

Dariusz Jakubowicz, generální ředitel a předseda

představenstva Barvy a laky Hostivař: „Chceme, aby se naše výrobky odlišily od konkurence a zákazníci je vnímali jako kvalitní české produkty.“

Lubomír Kalina, jednatel Modus Třebíč, výrobce svítidel: „Používání loga Český výrobek jednoduchým a výrazným způsobem umožní našim zákazníkům rychlou základní orientaci v rozhodování, jestli nakupují od českého nebo zahraničního výrobce.“

Jiří Krepl, jednatel Nekrservis, výrobce částí stavebních strojů: „Chceme tak poukázat na fakt, že není potřeba podobné výrobky dovážet k nám ze zahraničí. Že jsme stejně kvalitní, ne-li lepší.“



EKONOMICKÉ HODNOCENÍ ŽADATELŮ V RÁMCI OPERAČNÍHO PROGRAMU PODNIKÁNÍ A INOVACE (OPPI)

Podpora z evropských fondů v rámci programu: „Operační program Podnikání a inovace“ (OPPI), může být považována za velkou šanci na znovuoživení českého podnikání.

Operační program Podnikání a inovace

Operační program Podnikání a inovace v gesci Ministerstva průmyslu a obchodu ČR je určený krajům České republiky kromě hlavního města Prahy. Zaměřuje se na podporu růstu hospodářství založeného na znalostech a zavádění nových technologií a inovací, včetně nových informačních a komunikačních technologií. Nezapomíná ani na pomoc začínajícím podnikatelům.

Globálním cílem Operačního programu Podnikání a inovace je zvýšit do konce programovacího období konkurenceschopnost české ekonomiky a přiblížit inovační výkonnost sektoru průmyslu a služeb úrovni předních průmyslových zemí Evropy.

Finanční alokace z Evropského fondu regionálního rozvoje pro Operační program Podnikání a inovace činí **3 041 312 546 EUR**. Při započítání povinného 15% národního spolufinancování, představuje alokace OPPI na období 2007 – 2013 celkem 3 578 mil. EUR.

OPPI se dělí na šest věcných priorit, které budou realizovány v rámci 15 programů podpory.

Důležitou podmínkou pro získání podpory z OPPI je mimo jiné dosažení alespoň předepsané minimální úrovně ekonomického hodnocení žadatele o finanční pomoc, tedy příznivý rating, který je součástí standardního procesu hodnocení a schvalování žádosti o finanční pomoc z OPPI (předpokládaných projektů). Nástrojem pro posouzení ekonomického zdraví žadatelů z OPPI je iRating, vyvinutý a realizovaný Hospodářskou komorou hlavního města Prahy ve spolupráci s jejím technickým garantem, společností CCB – Czech Credit Bureau, a.s..

Programy OPPI pro období 2007 - 2013

U většiny programů se jedná o nevratné dotace. U programů START, PROGRES a ZÁRUKA lze získat zvýhodněné úvěry nebo záruky za úvěry. Uvažované nové FINANČNÍ NÁSTROJE mají umožnit větší podporu firem formou

rizikového kapitálu (pro tento nástroj však v ČR není ještě v současné době dotvořeno patřičné legislativní prostředí).

iRating – nástroj ekonomického hodnocení žadatelů OPPI

Účelem ratingu je získat komplexní představu o aktuální ekonomické situaci žadatele o podporu z OPPI, ale také o jeho stabilitě a perspektivě do budoucna, v kontextu vazeb na celkové podnikatelské prostředí a obor, v němž se hodnocený žadatel pohybuje. Proto je třeba brát v úvahu jak faktory finanční, tak nefinanční.

Vstupní informace

Proces ratingu probíhá ve dvou základních fázích – finanční analýza a nefinanční analýza, a to na základě údajů poskytnutých žadatelem v rámci žádosti o finanční pomoc v rámci OPPI, které jsou poté doplněny o další údaje z interní databáze Hospodářské komory hl. m. Prahy, jejího technického garanta, případně dalších externích informačních zdrojů. Pro finanční analýzu jsou podkladem zejména účetní výkazy za aktuální období. Nefinanční analýza využívá celé řady dalších dostupných informací o hodnoceném žadateli, jakými jsou například počty pracovníků, odvětví podnikání apod.

Princip stanovení Ratingu

Rating je stanovován na základě vypočtené finanční a nefinanční bonity hodnoceného žadatele.

Finanční bonita (výstup finanční analýzy) je charakterizována jedním z pěti stupňů rizika a vychází především z hodnocení velikostí finančních ukazatelů, a to jak staticky, tak v meziročním vývoji. Ukazatele charakterizují krátkodobou likviditu, dlouhodobou solventnost a rentabilitu hodnoceného žadatele. Každý ukazatel má svou váhu.

Nefinanční bonita (výstup nefinanční analýzy) je charakterizována jedním ze tří stupňů rizika a opírá se o posouzení skupiny kritérií, týkajících se nefinančních charakteristik hodnoceného žadatele a příslušného regionu. Každé kritérium má svou váhu.

Programy OPPI pro období 2007 - 2013

Prioritní osa	Specifický cíl prioritní osy	Oblast podpory	Program podpory
1. Vznik firem	Zvyšovat motivaci k zahájení podnikání, zintenzivnit aktivitu malých a středních podniků a vytvářet podmínky pro využití nových finančních nástrojů pro zahájení podnikání	1.1 Podpora začínajícím podnikatelům	Start
		1.2 Využití nových finančních nástrojů	Jeremie (zvažuje se)
2. Rozvoj firem	Zvýšit konkurenceschopnost podniků zaváděním nových výrobních technologií, zintenzivnit rozvoj informačních a komunikačních technologií a služeb pro podnikání	2.1 Bankovní nástroje podpory MSP	Progres
			Záruka
		2.2 Podpora nových výrobních technologií, ICT a vybraných strategických služeb	Rozvoj
			ICT a strategické služby
			ICT v podnicích
3. Efektivní energie	Zvýšit účinnost užití energií v průmyslu a využití obnovitelných, případně i druhotných zdrojů energie (vyjma podpory spaloven)	3.1 Úspory energie a obnovitelné zdroje energie	Eko-energie
4. Inovace	Posílit inovační aktivity podniků (zavádění inovací technologií, výrobků a služeb)	4.1 Zvyšování inovační výkonnosti podniků	Inovace
		4.2 Kapacity pro průmyslový výzkum a vývoj	Potenciál
5. Prostředí pro podnikání a inovace	Povzbudit spolupráci sektoru průmyslu se subjekty z oblasti výzkumu a vývoje, zkvalitnit infrastrukturu pro průmyslový výzkum, technologický vývoj a inovace, zefektivnit využití lidského potenciálu v průmyslu a zkvalitnit podnikatelskou infrastrukturu	5.1 Platformy spolupráce	Spolupráce
			Prosperita
		5.2 Infrastruktura pro rozvoj lidských zdrojů	Školící střediska
		5.3 Infrastruktura pro podnikání	Nemovitosti
6. Služby pro rozvoj podnikání	Zintenzivnit rozvoj poradenských a informačních služeb pro podnikání	6.1 Podpora poradenských služeb	Poradenství
		6.2 Podpora marketingových služeb	Marketing

Oblasti, ve kterých žadatelé / příjemci nejčastěji chybují

Na základě zkušeností ze zkráceného programovacího období 2004 – 2006 vypracovalo Ministerstvo průmyslu a obchodu jako řídicí orgán OPPI seznam nejčastějších chyb, kterých se žadatelé, popřípadě příjemci dotace dopouštějí.

Náklady vzniklé před datem uznatelnosti nejsou uznatelné

Náklady jsou uznatelné od data oficiálního přijetí žádosti. O přijetí žádosti je žadatel vždy písemně informován.

Dodržování pravidla pro výběr dodavatelů

Výběr dodavatelů zakázek musí probíhat v souladu s Pravidly pro výběr dodavatelů (popř. zák. č. 137/2006 Sb.).

Vedení analytického účetnictví souvisejícího s projektem

Podmínky poskytnutí dotace dávají příjemci volbu mezi 3 variantami řešení: 1) stejný analytický znak u dotčených operací, 2) účtování dotčených operací na hospodářské středisko, 3) účtování dotčených operací na zakázku.

Plnění požadavků na publicitu projektu

Do uznatelných nákladů projektu mohou být zahrnuty pouze propagační materiály a další použité nástroje publicity, které obsahují veškeré předepsané náležitosti.

Archivace

Příjemce podpory je povinen archivovat veškeré dokumenty k projektu po dobu 10 let od vyplacení poslední části dotace.

Povinnost dodržování lhůt v harmonogramu a rozpočtu

Udržitelnost projektu

Důležité je splnění podmínky udržitelnosti projektu po dobu 3, popř. 5 let od data ukončení jeho realizace. Nesplnění povinnosti udržitelnosti může vést v krajním případě k vrácení dotace nebo její části.

Naplnění stanovených závazných ukazatelů

Změny rozhodnutí

Pokud se příjemce domnívá, že splnění některé z povinností nebo termínů by mohlo být ohroženo, doporučuje se, aby z předběžné opatrnosti raději požádal o změnu Rozhodnutí v tomto směru, a to ještě před uplynutím tohoto termínu.

Odečítání příjmů u projektů generujících zisk

Při stanovení výše příjmů generovaných projektem se doporučuje příjemcům důsledně postupovat dle poslední platné verze Metodiky uznatelných nákladů.

Další informace na www.mpo-oppi.cz

CO NABÍZÍ FONDY EU PRAŽSKÝM PODNIKATELŮM V ROCE 2009?

Hlavní město Praha má pro období 2007 – 2013 k dispozici dva operační programy: Praha – Konkurenceschopnost, zaměřený na oblast investic, a Praha – Adaptabilita, určený na vzdělávání a rozvoj lidských zdrojů. Celkově by mělo být z těchto programů rozděleno cca 11,7 mld. Kč za celé programovací období.

Operační program Praha – Konkurenceschopnost

Praha – Konkurenceschopnost (dále jen OPPK) je jedním z programů financovaných z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Jedná se o investiční neboli infrastrukturní program, zaměřený na dostupnost dopravních služeb a informačních a komunikačních technologií, zvýšení kvality ochrany životního prostředí a podporu inovací a hospodářství založeného na znalostech.

OPPK je rozdělený do čtyř samostatných věcných oblastí, tzv. prioritních os, které se pak dále člení na oblasti podpory.

Hlavní město Praha vyhlásilo 13. ledna 2009 v pořadí již 2. výzvu k předkládání projektů v rámci OPPK. Žadatelé mohou předkládat projekty v těchto oblastech podpory:

- 1.1 - Podpora ekologicky příznivé povrchové veřejné dopravy
- 1.2 - Rozvoj a dostupnost ICT služeb
- 2.1 - Revitalizace a ochrana území
- 2.2 - Úsporné a udržitelné využívání energií a přírodních zdrojů
- 3.1 - Rozvoj inovačního prostředí a partnerství mezi základnou výzkumu a vývoje a praxí
- 3.2 - Podpora příznivého podnikatelského prostředí
- 3.3 - Rozvoj malých a středních podniků

Pro podnikatele jsou určeny oblasti podpory 3.1, kde žadatelé mohou být (kromě jiných) podnikatelské subjekty – zejména malé a střední podniky a profesní a zájmová sdružení (podnikatelská sdružení, hospodářské komory apod.). Dále oblast podpory 3.2, určená také pro profesní a zájmová sdružení a nakonec oblast 3.3, která je zaměřena výhradně na podnikatelské subjekty (malé a střední podniky).

Pokud jde o termíny podání žádostí, podnikatelé mohou své projekty předkládat u oblasti podpory 3.1 od 14.1.2009 do 27.3.2009, u oblasti 3.2 od 1.6.2009 do 10.7.2009 a u oblasti podpory 3.3 od 14.1.2009 do 5.3.2009 (vždy do 14:00 hod.).

Žádost o finanční podporu musí být vyplněna v předepsaném elektronickém formuláři v programu Benefit7+ na webové stránce www.eu-zadost.cz a doložena originály nebo ověřenými

kopíemi všech povinných příloh uvedených v Projektové příručce. Veškeré další informace včetně částek alokovaných pro 2. výzvu OPPK jsou k dispozici na webové stránce: http://www.prahafondy.eu/cz/oppk/aktuality/292_2.-vyzva-oppk.html.

Operační program Praha – Adaptabilita

Operační program Praha – Adaptabilita (dále jen OPPIA) využívá v období let 2007 – 2013 prostředky z Evropského sociálního fondu. Cílem programu je zvýšení konkurenceschopnosti Prahy posílením adaptability a výkonnosti lidských zdrojů a zlepšením přístupu k zaměstnání pro všechny. OPPIA má celkem čtyři prioritní osy, přičemž platí, že projekt může být podpořen pouze v rámci jedné prioritní osy:

Prioritní osa 1: Podpora rozvoje znalostní ekonomiky

Zaměřuje se na cílovou skupinu zaměstnaných osob. Je určena mimo jiné pro podnikatelské subjekty a profesní zájmové sdružení.

Prioritní osa 2: Podpora vstupu na trh práce

Zaměřuje se na osoby znevýhodněné při vstupu na trh práce a také představuje možnost pro rozvoj organizací, které znevýhodněným lidem pomáhají. Žadatelé mohou být také podnikatelské subjekty.

Prioritní osa 3: Modernizace počátečního vzdělávání

Zaměřuje se na studenty středních, vyšších odborných a vysokých škol, ale také na pedagogické a akademické pracovníky. Prioritní osa není určena podnikatelským subjektům.

Prioritní osa 4: Technická pomoc

Je určena na zajištění administrace programu.

Hlavní město Praha plánuje vyhlásit za celou dobu platnosti programu celkem 4 výzvy. Vzhledem k tomu, že 1. výzva k předkládání projektů byla otevřena od 9.1 do 31.3.2008, očekává se vyhlášení ještě 3 výzev. ☺

Harmonogram vyhlášení výzev OPPIA

Pořadí výzvy	Plánované zahájení příjmu projektových žádostí	Plánované ukončení příjmu projektových žádostí	Předpokládané schválení podpory pro vybrané projekty
1. výzva	leden 2008*	březen 2008*	září a říjen 2008
2. výzva	duben 2009	červen 2009	listopad 2009
3. výzva	srpen 2010	říjen 2010	březen 2011
4. výzva	leden 2012	březen 2012	září 2012

*Zdroj: http://www.prahafondy.eu/cz/oppi/vyzvy/256_harmonogram-vyzev-oppi.html



FOTO: ARCHIV HKP

Petr Kužel

prezident Hospodářské komory České republiky



V SOUČASNÉ DOBĚ ČESKÁ REPUBLIKA PŘEDSEDÁ EVROPSKÉ UNII. MYSLÍTE SI, ŽE ZVLÁDÁME VELET EVROPĚ?

Česká republika se chopila svého předsednictví velmi vehementním způsobem a problémy zvládá. Byla velmi rychle nucena ukázat své vyjednávací umění při konfliktu v Gaze či při plynové krizi. Nyní procházíme finanční krizí a já myslím, že je důležité, aby ze slovníku politiků zmizelo slovo protekcionismus. Myslím si, že když budou jednotlivé státy prosazovat svůj nacionální zájem, aby se jejich ekonomika narovнала bez ohledu na státy ostatní v rámci Evropy nebude to stačit, aby krize byla zažehnána, protože Evropa je dnes velmi propojena a zejména o české ekonomice to platí dvojnásob.

V LEDNU TOHOTO ROKU JSTE SE SETKAL S NOVĚ ZVOLENÝMI HEJTMANY. O ČEM JSTE JEDNALI?

Jedním ze strategických cílů Hospodářské komory je spoluvytvářet kvalitní podnikatelské prostředí v naší zemi a důležitou součástí je i spolupráce s kraji. Je podstatné spolupracovat s orgány samosprávy, abychom touto spoluprací mohli dosáhnout na konkrétní projekty pro podnikatele. Je naším zájmem, aby okresní a krajské komory byly příslušným samosprávám a hejtmanstvím co nejlepšimi partnery a aby tato spolupráce byla co možná nej kvalitnější.

V době současné světové hospodářské krize a postupující ekonomické recese máme všichni stejné starosti, proto se můžeme společně sejt nad diskuzí o řešení stávajících problémů podniků a podnikatelů. Důležité je, aby se nám dařilo společně pomáhat konkrétně, v místech, kde lidé opravdu žijí a podnikají. Podnikatelé i samospráva chtějí rozvíjet svůj region – proto je důležité, aby v krajích byl dostatek dostupné pracovní síly. Usilujeme společně o větší podporu inovací, učňovskému školství, ale také životnímu prostředí a cestovnímu ruchu.

JAK POMÁHÁ HOSPODÁŘSKÁ KOMORA EXPORTÉRŮM?

Komora se Svazem průmyslu a Ministerstvem průmyslu a obchodu vytvořila novou exportní mapu. Jde o stávající teritoria, kam mohou naši exportéři více vyvážet nebo jsou to zcela nové destinace. Tato mapa se tvořila v době, kdy Evropa zasažená recesí přestala



FOTO: ARCHIV HKP

odebírat naše zboží a čeští exportéři hledají nová teritoria a nové příležitosti prodat své výrobky

Jedním ze standardních nástrojů je pořádání kongresů, seminářů a kulatých stolů, na kterých se podnikatelé dozvědí něco nového. Například bylo pořádáno česko-asijské fórum, které přineslo exportérům nové informace o asijském trhu, které jim mimo jiné přednesli velvyslanci či obchodní radové asijských zemí.

Komora se v zahraniční politice velmi angažuje, realizuje řadu svých projektů na podporu českých podnikatelů při jejich pronikání a působení na asijský trh. Také využíváme programy z evropské komise na podporu exportu a to zejména v Asii.

PODPORUJE KOMORA PŘIJETÍ EURA?

Naše komora se velice zasazuje o to, aby bylo v co nejkratší době přijato Euro. Je to velice důležité nejen pro exportéry, ale i pro cestovní ruch. Minulé léto byl kurs koruny velice nepříznivý pro export, ale skvěle se dařilo cestovnímu ruchu. V těchto dnech je to přesně naopak. Koruna je často pod tlakem a zažívá výkyvy. Proto je nutné vejít do eurozóny a to i v době, kdy Česko plní Maastrichtská kritéria.

K PODNIKÁNÍ JSOU NUTNÉ PENÍZE. MAJÍ V TÉTO DOBĚ K NIM PODNIKATELÉ PŘÍSTUP?

Zůstaneme tedy ještě u exportu. Uvítali jsme zhmotnění i našich návrhů vládou, která kapitálově posílila Českou exportní banku (ČEB) a EGAP. Obě tyto instituce pomáhají exportérům.

Podnikatelé si stěžují na problém s financováním svých podniků, kdy v těchto měsících banky přestaly firmám půjčovat peníze a to je pro mnohé smrtící. Proto Komora uspořádala velký kulatý stůl o financování podniků u kterého se sešly všechny banky i zástupci ČNB. Informace však byla pro byznys tristní. Banky plošně jednotlivým oborům zastavily i provozní úvěrování. Bylo nutné pokračovat dále. Na dalším setkání s menším okruhem zástupců bank v pracovně ministra průmyslu a obchodu bylo dohodnuto, že stát posílí roli Českomoravské záruční a rozvojové banky (ČMZRB) a banky se začnou minimálně zaobírat jednotlivými případy podnikatelských žádostí o financování. ČMZRB dnes u vybraných odvětví zajistí až do výše 80% podnikatelův úvěr u komerčních bank a některé banky svůj slib plní. Podle našeho průzkumu u podnikatelů se vstřícně chovají v České spořitelně, GE, ČSOB, Poštovní spořitelně a Komerční bance.

PODNIKÁ SE JINAK V KRAJÍCH NEŽ V PRAZE A TO PŘEDEVŠÍM V DOBĚ RECESE?

Uvedl bych to na pravou míru. Podniká se všude stejně. Podnikatelé dodržují stejné zákony a nařízení, ale pravdou je, že podmínky se region o regionu liší. Proto je nutné znát potenciál každého kraje a já mám jako prezident komory výhodu, že mám v krajích dobré spolupracovníky. V těchto dnech se často scházíme a probíráme co je potřeba udělat. Zřídili jsme ve všech 14 krajích pro naše podnikatele krizové telefonní linky, kterých využívají pro své dotazy a někdy i bolesti. Jsem pyšný, že mohu využít své vysoce kvalifikované odborníky v jednotlivých profesích z řad našich živnostenských společenstev.

CO ŘÍKÁTE PŘÍJEZDU AMERICKÉHO PREZIDENTA OBAMY?

Jsem velmi potěšen zprávou, že prezident Spojených států přijede za českého předsednictví do Prahy. Schůzka bude podle diplomatů seznamovací, ale dnešní svět je rychlý. Jeho prohlášení či výrok může být nejen pro Evropu startovacím impulzem hospodářského oživení. Uvědomme si, že základním trablem současné recese nebyl v zásadě nikdo jiný, než slovní negativní výroky analytiků. Slovo má tedy velkou ekonomickou moc. ☞

ZDRAVÉ SPANÍ

Moderní a hektický životní styl přináší sice obohacení kvality života, ale vybírá si i svou daň. Jednou je podle statistik konstatování, že každý třetí člověk trpí nějakou formou nespavosti. Mají s ní čím dál tím víc problém podnikatelé či manažeři. A není divu. Nesou velkou odpovědnost a ve snaze uspět musí být neustále ve střehu. Nejčastější příčinou poruchy spánku u lidí v produktivním věku jsou starosti, stres a přílišné pracovní vytížení.

lidé varování před neočekávanými událostmi. Proto mu byl již od nepaměti přikládán nesmýslný význam," říká **Doc. MUDr. Pavel Strnad, Csc., neurolog z pražské kliniky GHC.**

Vědci mnoha klinik na světě dopodrobna studují význam spánku pro člověka. Z posledních studií

Aktivní lidé často považují čas strávený odpočinkem a spánkem za promrhaný. Neuvědomují si však, že mozek může správně fungovat jedině, když se mu dostane vydatného spánku. Každý desátý člověk trpí podle lékařů závažnou nespavostí. Mnozí z nich sáhnou po lécích, ale tyto z dlouhodobého hlediska problém nevyřeší. Chronická nespavost pak vede k depresím, úzkostem, poruchám pozornosti, úrazům či poklesu pracovních výkonů.

Co můžeme považovat za poruchu spánku?

Jako nespavost se hodnotí ztížené usínání a časté nebo brzké buzení. Normální doba usínání je dvacet minut. Za chorobu se ale nespavost považuje z lékařského hlediska až tehdy, když doba usínání přesahuje pravidelně půl hodiny nebo když se člověk v průběhu noci probudí na delší dobu více než čtyřikrát. Pokud tyto potíže trvají déle než měsíc, stává se nespavost chronickou a nastupuje léčba.

Velké pracovní nasazení a stres nutí lidi večer před usnutím myslet na problémy dne, a tak se sami časem dostanou do bludného kruhu, který končí diagnostikovanou poruchou spánku.

„Spánkem strávíme při průměrné délce života 70 let asi 176.400 hodin/7.350 dní/25 let života. Spánek je tedy pro nás nesmírně důležitý, protože díky němu regenerujeme naše duševní a fyzické síly. Ve spánku mozek zpracovává celodenní podněty a zapíná v cyklech asi 2 hodin metabolické procesy ve vnitřních orgánech. Dochází i k uvolnění páteře, především svalů, kloubů, vazů a krevního oběhu. Zdravý a kvalitní spánek je snad největším darem, kterým bylo lidstvo obdařeno. Z bible i historických zpráv víme, že právě ve spánku Hospodin promlouval se svými vyvolenými, resp. ve spánku byli

vyplývá, že lidé, kteří spí méně než sedm hodin za noc, jsou vystaveni třikrát většímu riziku nachlazení oproti těm, kteří si dopřejí řádný spánek. Rovněž až 30 procent dopravních nehod je každoročně zaviněno nevyspalými řidiči.

Existuje velká skupina tělesných chorob, která vyvolává poruchy nočního spánku. Toto člověk ovlivňuje těžko. Patří sem kupříkladu různé bolesti. Dále poruchy kardiovaskulárního systému nebo ischemické choroby, různé alergie, plicní nebo endokrinní onemocnění. Poruchu spánku může vyvolat i podávání některých léků.

Co je tedy ke zdravému spánku potřebné?

„V našem století je to především duševní hygiena. Každý z nás by se měl zabývat tím, jak si chránit a upevňovat duševní zdraví a jak zvyšovat svoji odolnost vůči nejrůznějším škodlivým vlivům. Psychohygiena učí člověka jak předcházet obtížím a jak je co nejlépe zvládat. Je důležitým faktorem v prevenci somatických i psychických nemocí, odráží se na kvalitní pracovní výkonnosti - vyrovnaný člověk se dokáže dobře koncentrovat na práci i odpočinek, ve fungujících sociálních vztazích - člověk, který je duševně zdravý, kladně působí na své okolí a v neposlední řadě v subjektivní spokojenosti - vyrovnaný člověk neprožívá citová vypětí. V neposlední řadě zdravý spánek ovlivňuje i prostředí naší ložnice,“ uvádí dále MUDr. Strnad „protože v posteli totiž náš každý den začíná a končí. Z lékařského hlediska je nutné, aby byla páteř při ležení správně uložena a podepřena ve svém přirozeném tvaru. Je nutné, aby relaxoval svalový korzet, protože tím dochází k uvolňování svalových spasmů vzniklých během dne.“

Ložnice by měla být místem k dokonalé relaxaci. V posteli strávíme totiž více jak třetinu života a to není ➡



FOTO: ARCHIV HKP

zanedbatelný čas. Správně zvolená postel, rošty a matrace můžou ovlivnit samotnou kvalitu spánku. Nabídka kvalitních matrací je našemu trhu dostačující. Ale i zde platí při nákupu té správné matrace a roštu jistá pravidla. Stojí za to investovat do dražších a kvalitních produktů. Je dobré si zjistit reference o výrobci. Nakupovat je nutné vždy v kamenných obchodech, a zejména v těch specializovaných. Zde si můžete jednotlivé matrace vyzkoušet, popřípadě vám odborníci poradí, co je pro vás nejlepším řešením. Někteří výrobci jako kupř. Hilding Anders ČR nabízí počítačové vyhodnocení na přístroji ErgoCheck, který pomůže vybrat tu nejvhodnější matraci. Rovněž existuje spousta vhodných pratečných kvalitních potahů, které jsou vhodné nejen pro alergiky nebo lidi trvale upoutané na lůžko, ale i zvlášť přizpůsobené pro muže nebo ženy. A nejedná se o módní výstřelky. Kvalitní matrace dnes ulehčí život lidem s různými zdravotními problémy, insomnií nevyjímaje. Matrace samotná však problémy neléčí a nekupuje se na celý život. Kvalitu spánku však může ovlivnit ve velké míře.

„Platí zásada, nutnost zachovat při ležení na matraci páteř v rovině. Tedy ležet a usínat na zádech. Samozřejmě, že naše tělo nevydrží ležet celou noc v jediné poloze, ale pro zdravé usínání je tato poloha doporučována. Pokud se týká matrace, na kterých ležíme platí zkušenost, že mladší lidé lépe spí na tvrdších, a naopak starší lidé zase na měkkých matracích. Musíme vzít v úvahu, že každý člověk je individualita a tudíž bude mít své individuální požadavky. I s tím si už výrobci poradili, vhodnou volbou jsou například tzv. partnerské matrace, přizpůsobené specifikům mužského a ženského těla. Mezi základní požadavky na tzv. zdravou postel patří minimální tlak na páteř, anatomicky správná opora našeho ležícího těla, kvalitní větrání matracového systému jako prevence pocení a růstu roztočů a bakterií a samozřejmě snadná údržba,“ doporučuje MUDr. Pavel Strnad.

Matrace se dnes dají koupit doslova na míru.

K tomu nejlepšímu, co se dá na trhu najít patří kupř. partnerské matrace od firmy Tropic Plus složené ze dvou lehacích ploch vhodných pro muže či ženy. Rozdílné jsou i potahy. Ty pro ženy díky směsi rostlinných extraktů (m.j. z červených papriček) zvyšují cirkulaci krve a poskytují pocit tepla. Ty určené mužům zase obsahují rostlinné extrakty m.j. z břízy a naopak teplo absorbují a tělo ochlazují. High tech nabízí Slumberland v podobě produktů Geltech. Základ matrace tvoří studená pěna, pěna s otevřenou buněčnou strukturou. Buňky jsou schopny odvádět přebytečné teplo, tudíž se tyto matrace hodí i pro uživatele, kteří mají problém s nadměrným pocením. Gelové segmenty



Doc. MUDr. Pavel Strnad, CSc.
neurolog z pražské kliniky
GHC.

vložené do ložné plochy matrace vytvářejí akupresurní body, které pomáhají uvolnit svalstvo. Relaxaci napomáhá i bodově rozdílná tuhost matrace a stálost Geltechu. Tropic Bio je zase ideálním řešením pro milovníky eco stylu a pro alergiky. Matrace je kombinací bio pěny dvou různých tuhostí a tepelně modifikované pěny. Středová vrstva má příčné perforace, které poskytují změkčení v oblasti ramen pro větší komfort zejména při spaní na boku. Podélné a příčné obdélníkové perforace způsobují neustálou masáž svalů a pokožky, čímž je výrazně snížena možnost vzniku dekubitů (otlaků). Pokud milujete luxus zvolte francouzskou značku André Renault. Všechny produkty tohoto výrobce zohledňují vysoká měřítka komfortu,

funkčnosti, spolehlivosti a ochrany zdraví. 7-zónové matrace jsou vyráběny dle nejnovějších technologií. Mají odstupňovanou tuhost a díky buněčné „mnohovrstvé“ struktuře nabízejí postupnou podporu těla. Věnujte dostatečný čas tomu správnému výběru.

Zkuste se zamyslet, co by mohlo zlepšit kvalitu vašeho spánku. Možná stojí za to investovat do matrací, možná bude stačit upravit denní rytmus. Aby měl spánek ty správné osvěžující účinky, měl by být spojen s nějakým rituálem – třeba s čtením knížky nebo s poslechem oblíbené desky. Nejdůležitější zásadou však zůstává, že práce rozhodně do postele nepatří. Pokud už se vám nechce spát, můžete se v ní věnovat jiným příjemným činnostem. ☞

Jaká pravidla dodržovat, abychom spali zdravě?

Podle publikace *Poruchy spánku a bdění* (Soňa Nevšímalová, Karel Šonka) právě tyto:

1. Asi pět hodin před usnutím nepijte kávu, čaj, kolu nebo energetické nápoje. Působí povzbudivě a ruší spánek.
2. Nepijte večer alkohol, zhoršuje kvalitu spánku.
3. Nekuřte, zvláště ne před usnutím. Nikotin organismus povzbuzuje.
4. Vynechte večer těžká jídla, jezte naposledy tři až čtyři hodiny před ulehnutím.
5. Lehká procházka po večeři může spánek zlepšit. Naopak cvičení tři až čtyři hodiny před ulehnutím může spánek narušit.
6. Po večeři již neřešte důležitá témata, která vás mohou rozrušit.
7. Postel i ložnici užívejte pouze ke spánku a milování (v posteli nejedzte, nečtěte si, nedívejte se na televizi a přes den ani neodpočívajte).
8. V místnosti na spaní minimalizujte hluk a světlo a zajistěte vhodnou teplotu (nejlépe 18 až 20 stupňů Celsia).
9. Ulehněte a vstávejte každý den přibližně ve stejnou dobu, i o víkendu.
10. Omezte pobyt v posteli na nezbytně nutnou dobu. V posteli se zbytečně nepřevalujte, postel neslouží k přemýšlení.





**„JSEM STÁLE
STEJNÁ, OPRAVDOVÁ
KALIVODOVÁ!“**

FOTO: ARCHIV A. KALIVODOVÉ





Přední česká mezzosopranistka Andrea Kalivodová vystudovala konzervatoř v Brně a hudební fakultu Akademie múzických umění v Praze. Ve Vídni absolvovala stáž na Universität für Musik und Darstellende Kunst a zúčastnila se tam také mezinárodních mistrovských kurzů. Na základě 1. ceny nadace Emy Destinové v Londýně koncertovala v Covent Garden. Vystupovala se sólistou Metropolitní opery Leo Nuccim na galakonzertu ke vstupu České republiky do EU ve vídeňském Konzerthausu a dalších významných akcích. Hostuje v Národním divadle moravskoslezském, v opeře v Ústí nad Labem, ve Státním divadle v Košicích (role Carmen). Od roku 2002 spolupracuje se Státní operou Praha a od roku 2003 zde působí jako sólistka.

1) Určila jste si kariéru pěvkyně sama anebo Vás k tomu někdo přivedl? Jaké byly začátky?

Od malička, tak od čtyř pěti let, jsem věděla, že chci zpívat. Nevěděla jsem tehdy sice o opeře, ale láska k hudbě byla vždy silná. V dětství mě ovlivňovala a lákala především hudba, která se linula z rádia, teprve později se začal rozvíjet můj vztah k hudbě vážné. Každý začátek je těžký. Ani já jsem

se tedy krušným chvílím na počátku své dráhy nevyhnula, některé okamžiky ale byly i humorné. Není to vždy snadné, ale myslím si, že pomůže poctivá práce a snaha na sobě stále pracovat.

2) Jaké jsou Vaše další ambice?

Mým velkým snem byla Carmen. Ve Státní opeře se mi tento sen dokonce zhmotnil a následné hostování

v cizině pak vše ještě umocnilo. Za stěžejní úspěch, za svůj debut, považuji koncert v londýnské Covent Garden. Mnoho přání se mi tedy splnilo. Pokud jde o budoucnost, o mé další profesní sny, tak mohu jmenovat tři postavy, které mě lákají a zajímají - Massenetova Dulcinea z Dona Quijota a Charlotta z Werthera, Saint-Saëns mě pak láká Dalilou z opery Samson a Dalila.



4X FOTO: ARCHIVA KALIVODOVÉ

3) Používáte někdy postoje, návyky či výrazy svých postav v životě?

Snažím se respektovat soukromí a odlišovat divadelní role od života. Někdy se samozřejmě něco z role - opravdovost, životní pravda - přenesu do soukromého života a naopak se něco z běžného života dá využít i na jevišti, ale v zásadě to podstatné, co dělá život životem a divadlo divadlem, zůstává zcela jasně odlišeno.

4) Klamete tělem či hlasem?

Neklamu ničím a nijak. Jsem stále stejná, opravdová Kalivodová, v soukromém životě i v koncertních síních nebo na divadelních scénách.

5) Co Vás v životě drží nad vodou a po čem se Vám stýská?

Myslím, že v mém životě má nezastupitelnou roli pozitivní přístup ke všemu. Stejně pomáhá humor, dobrá nálada i praví přátelé. A věřím také, že nade mnou bdí můj anděl... Stýská se mi po rodičích, kteří žijí v Brně.

6) Jak byste zhodnotila českou ženu a českou Státní operu?

Česká žena a česká Státní opera se nedají srovnávat, nelze srovnávat nesrovnatelné. Líbí se mi, že každá česká žena je jiná, každá má své kořeny, je individualitou, liší se v názorech, v přístupu k životu, což je dobře. Česká Státní opera je prestižní scénou, vybudovala si dobré renomé, má bohatou historii, na jevišti Státní opery zpívala i Jelena Obrazcovová či Enrico Caruso. Pro mě je velikou ctí, že právě toto divadlo se stalo mou domovskou scénou.

7) Co Vás v současné době nejvíc zaměstnává?

Věnuji nyní hodně času studiu nového repertoáru. Ve Státní opeře pod režijním vedením Petra Kracika připravujeme večer „Vivat opereta!“. Diváci se mohou těšit na nejslavnější melodie z díla Franze Lehára, Emmericha Kálmána a Johanna Strausse ml. Dále pracuji na přípravě písní Almy Mahler pro Mezinárodní hudební festival Janáčkův máj. A samozřejmě se také připravuji vždy na každé své představení ve Státní opeře.

8) Setkala jste se v zahraničí s kritikou České republiky například v souvislosti s předsednictvím EU?

Vždy, když vystupuji v cizině, setkávám se s různými osobnostmi z kulturního i politického života. Jsou to většinou lidé, kteří mají vztah k hudbě i k českým umělcům. Mám pocit, že mají rádi Čechy. O politice vám toho ale mnoho neřeknu, protože je to téma, které příliš nevyhledávám.

9) Jak si oslazujete život?

Život si oslazuji dobrou náladou, smíchem a kvalitní čokoládou. Dále pak mám jednu sladkou vášeň, a to kvalitní kabelky. Moje jedna z nejoblíbenějších značek Max Mara vyrábí překrásné modely. Když si chci opravdu osladit život, jednu si pořídím.

10) Kde a v čem Vás mohou diváci vidět v měsíci březnu?

Na scéně Státní opery Praha vystoupím 19. 3. jako Carmen, 29.3. jako Ježibaba v Rusalce a 15.3. jako Maddalena v Rigolettovi. ☘

„Rozvoj partnerství mezi českou a italskou společností“

Hospodářská komora hl. m. Prahy a Senát Parlamentu ČR, si Vás dovoluji srdečně pozvat na diskusní setkání konané pod záštitou místopředsedy Senátu Parlamentu ČR Jiřího Šnebergera a senátora Jana Nádvorníka.

kdy: 17.3.2009 od 12 h do 15 h

kde: Senát Parlamentu ČR, Hlavní sál Valdštejnského paláce, Valdštejnské náměstí 17/4, Praha - Malá Strana
Příchod je pro účastníky zajištěn přes recepci C1 od 11 hod.

Účastníci setkání:

- † **Jiří Šneberger** - místopředseda Senátu Parlamentu ČR
- † **Jan Nádvorník** - senátor
- † **Petr Hejma** - starosta Prahy 1
- † **Petr Kužel** - prezident Hospodářské komory České republiky
- † **Marco Mariani** - starosta Monzy
- † **Martina Sassoli** - radní pro politiku mládeže a rovnoprávnosti žen Monza
- † **Laura Cesana** - Svaz průmyslu Monza a Brianza
- † **Mina Pirovano** - Obchodní komora Monza a Brianza
- † **Hana Da Ros, Ellen Šťastná** - Italsko - česká obchodní komora Milano

- ☞ Vítaná příležitost k navázání nových italsko-českých obchodních vztahů
- ☞ projednání konkrétních grantových projektů spolufinancovaných z fondů EU.
- ☞ diskuze o nových investicích a inovačních technologiích zacílená k pořádání světové výstavy EXPO 2015 v Miláně.

- ☞ Nezapomeňte si průkaz identity, který je nezbytný pro vstup do prostor Senátu Parlamentu ČR.
- ☞ Účast je ZDARMA.

Kontaktní osoba:

Ing. Petr Petřík
Hospodářská komora hl. m. Prahy
nám. Franze Kafky 7
110 00 Praha 1
tel.: +420 224 818 197
fax: +420 222 329 348
e-mail: petrik@hkp.cz

PŘEDSTAVUJEME ČLENY HOSPODÁŘSKÉ KOMORY HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY



Marcel Hladík,
majitel firmy Marcel Hladík – HVP MODELL

V jakém oboru podnikáte a od kterého roku?

Firma HVP MODELL byla založena v roce 1991 a patří tak k nejstarším českým firmám působícím na českém modelářském trhu. Hlavní činností firmy je dovoz a zpracování balsového dřeva, výroba velkých, rádiem řízených modelů letadel (polomaket skutečných letadel), výroba elektromotorů pro modelářské použití a spolupráce s filmem (statické i funkční modely). Dále firma provádí vakuové lisování včetně výroby lisovacích forem, 2D a 3D CNC frézování a zabývá se také obchodní činností (export – import).

Co v podnikání považujete za svůj dosud největší úspěch?

Poslední léta jsme pod velkým tlakem konkurence, hlavně z asijských zemí, které jsou schopny vyrábět levněji a ve velkých sériích. My se proto nadále orientujeme spíše na speciální zakázky a modely pro ty, kteří je ocení, a to nejen v České republice. To, že jsme v této době a při nástupu asijských výrobců pořád konkurenceschopní, považuji momentálně za náš největší úspěch.

Váš recept na efektivní řízení firmy?

Má firma procházela různými obdobími, ale vždy se osvědčilo nevzdávat se, pracovat naplno a hlavně věřit ve výsledek.

Přichází jaro – co vás ve spojitosti s tímto obdobím první napadne?

Doba, kdy je venku sníh a zima, je pro nás kromě běžné obchodní činnosti dobou výroby nových modelů letadel a jejich přípravy do výroby. V únoru jsme naše novinky představili na největším mezinárodním veletrhu modelů a hraček v Norimberku. Teď už se nemůžeme dočkat lepšího počasí, abychom mohli tato nová letadla začít zkoušet a současně je v letu i staticky představovat modelářské veřejnosti jak v České republice, tak i např. ve Francii a Německu, kam letos byla firma pozvána na modelářské akce.



Ing. Petr Mála,
ředitel, Společnosti Online s.r.o.

V jakém oboru podnikáte a od kterého roku?

Společnosti Online podnikají v oboru zakládání a prodeje firem. V podstatě první přišly na český trh s nápadem prodávat zcela nové firmy a umožnit tak podnikatelům začít podnikat prakticky přes noc. Na českém trhu jsme od r. 2001 a po celou dobu se nám daří uhlížit pozici jedničky na trhu. Během této doby jsme si také dokázali vybudovat velmi dobré jméno v advokátní obci a řada kanceláří nás používá pro outsourcing svých služeb.

Co v podnikání považujete za svůj dosud největší úspěch?

Těžko říct, který byl největší. Když se ohlédnu za poslední dva roky, největším úspěchem bylo zvýšení povědomí o našem oboru. Investovali jsme do zvýšení kvality služeb a zároveň do marketingu a vypadá to, že obojí byla dobrá investice. Poptávka po těchto společnostech se meziročně zvýšila 2x a prodeje např. s.r.o.-ček o 90%. To ukazuje na zásadní změnu chování lidí plánujících založení společnosti. Už nechtějí trávit svůj čas „domácí výrobou“ a raději osloví odbornou firmu.

Váš recept na efektivní řízení firmy?

Být v neustálém kontaktu s lidmi a to jak klienty, tak i zaměstnanci. Získávání zpětné vazby od obou skupin je pro chod každé společnosti zásadní. Díky tomu je pak manažer schopen získávat řadu podnětů pro zlepšení procesů, produktů i služeb, které pak následně pomáhají klientovi být rychlejší, úspornější, dokonalejší. To jsou důvody, proč se klienti vrací a doporučují Vás ostatním a dělají vlastně marketing za Vás.

Přichází jaro – co vás ve spojitosti s tímto obdobím první napadne?

Že už budu moci vzít svoji malou dceru ven na kolo a naučit ji jezdit bez koleček. Malý úkol pro mne, pro ni zatím nemyslitelná představa.

...USA

s velvyslancem České republiky Petrem Kolářem



FOTO: ARCHIV HKP

**1) V USA JSTE JIŽ VÍCE NEŽ TŘI ROKY, NEDÁVNO
PREZIDENT OBAMA VZKÁZAL SVĚTU, ŽE SE USA
ZA SVŮJ ŽIVOTNÍ STYL NEBUDE OMLOUVAT.**

JAKÝ JE VLASTNĚ AMERICKÝ ŽIVOTNÍ STYL?

A VY JSTE SE PŘIZPŮSOBIL, NEBO JE NĚCO

ČEMU SE PŘIZPŮSOBIT NEDOKÁŽETE?

Obecně platí, že nejsem asi ideálně přizpůsobivý typ, ale snažím se být empatický. Ve Spojených státech pro mne není tak těžké cítit se celkem přirozeně. Je to prostředí, které mi vyhovuje a kterému rozumím. Americký životní styl je hodně postavený na jasné definici toho, co je dobré a co je zlé, na ochotě angažovat se ve věcech veřejných a na celkem přirozené spoluodpovědnosti za vývoj vlastního života a osud své země. V Americe se lidé nestydí za úspěch, jsou převážně velmi disciplinovaní a pracovití. A dokážou také ocenit úspěch druhých a být přející. Někdy se mi zdá, že tady mnohem více než kdekoli jinde platí ono „přej a bude Ti přáno“. Američané také věří, že dobro vítězí nad zlem, že zločin má být potrestán a mají rádi „happy end“. Jsou trochu většími idealisty a menšími cyniky než někteří Evropané, umí se opravdu nadchnout a věří ve své schopnosti, ale to se mi na nich právě líbí. Takže vlastně ani nevím, jestli jsem se musel něčemu přizpůsobovat. Dokonce ani v jídle. V Americe dnes najdete skoro všechny světové kuchyně na velmi dobré úrovni, stačí si vybrat. Naučili se už dělat i dobrou kávu, rozmáhá se i kvalitní pivo a šíří se vinná kultura. Na druhou stranu je potřeba si uvědomit, že Amerika je obrovská země s úplně jiným vnímáním vzdáleností, než máme my Evropané. Američané mají také podstatně menší smysl pro nějakou osobní identifikaci s jedním místem. Nečiní jim takový problém přeusouvat se za prací a za svůj život se několikrát přestěhovat.

**2) ZAČÁTKEM PROSINCE ROKU 2008 JSTE OZNAČIL
ZVOLENÍ OBAMY ZAČÁTKEM HISTORICKÉHO PŘEDĚLU.**

JAK VNÍMÁTE SITUACI PO TŘECH MĚSÍCÍCH?

Jedná se skutečně o historický předěl ve formování americké společnosti. Ještě před několika desítkami let v některých státech unie platily segregační zákony a vůbec nebylo představitelné, že by v čele Spojených států amerických mohl stát černoch. Toto je dnes minulostí a myslím, že Američané jsou právem pyšní na to, že vybírali svého prezidenta podle charisma, jeho osobnosti a jeho vizí a nikoliv podle barvy pleti. Amerika pro mne vždy byla příkladem demokracie a svobody a tímto krokem opět dokázala světu, že rovnost příležitostí v americkém pojetí není prázdný pojem. To je právě na Americe ➡



FOTO: ARCHIV HKP

úžasné, že příležitost má každý a ten, kdo se snaží, má co nabídnout a dokáže se prosadit, je za to oceněn. A poražený gratuluje vítězi!

3) PŘINESE ZVOLENÍ NOVÉHO PREZIDENTA NĚJAKOU ZÁSADNÍ ZMĚNU V ZAHRANIČNÍ POLITICE USA?

V pojmání zahraničně-politických otázek je zde i po volbách mnohem více kontinuity než diskontinuity. A to je dobře. Zásadní změna není ani tak v tématech a problémech, které musí Amerika řešit, ale spíše v přístupu. Prezident Obama, stejně jako jeho předchůdce, chce, aby USA byly vůdčí mocností, ale zdůrazňuje, že Amerika musí vést vlastním příkladem a nikoliv silou a že musí to, co chce po jiných, také sama plnit. Např. v oblasti podpory demokracie, lidských práv a právního státu učinil prezident Obama jako jeden ze svých prvních kroků oznámení o uzavření Guantánama.

4) JAK VNÍMÁTE PROHLÁŠENÍ PREZIDENTA OBAMY PŘED KONGRESEM Z 25. 2. 2009, MIMO JINÉ JEHO ODHODLÁNÍ ZMĚNIT NEODPOVĚDNOST NA WALL STREET A VE WASHINGTONU, KTERÁ STÁLA U PÁDU AMERICKÝCH FINANČNÍCH FIREM?

V demokratické společnosti s tržní ekonomikou by měla být vazba mezi politikou a ekonomikou založena na jasném vymezení rolí. Politici by si měli uvědomovat omezené možnosti svého vlivu na svobodný trh. Rolí státu je nastavení a hlídání pravidel férové soutěže, nikoli její deformace. Z téhle krize bychom měli být schopni se poučit a znovu si připomenout, že stále platí ono staré známé „má dáti – dal“. Zadlužovat se by měl jen ten, kdo je zodpovědně schopný své dluhy splácet, a půjčovat by se mělo jedině podle kritéria solventnosti, ne pod tlakem nějakých libivých politických hesel, že každý má právo na svůj dům a že všichni jsme si rovni a podobně. Kvalita bank by také neměla být posuzována podle toho, kolik získaly klientů a kolika lidem či firmám půjčily, ale jak kvalitní klientelu mají a jak jsou likvidní. Podobné to je i s výrobcí různého zboží – musí vyrábět to, co zákazník chce a nespolehat na to, že jim stát a daňový poplatník pomůže přežít, i když nejsou konkurenceschopní. To je cesta do pekel.

5) BEROU AMERIČANÉ KROKY SVÉHO PREZIDENTA JAKO ODRAZ ODE DNA FINANČNÍ KRIZE?

Zdá se, že prezident Obama zatím lidem minimálně vrátil naději. Jestli opatření, která americké ekonomice ordinuje, budou znamenat opětovné nastartování ekonomického růstu, se teprve uvidí. Každopádně americká ekonomika jednou opět poroste, je to obrovský trh založený na konkurenci, invenci a kreativitě, ale kdy se růst obnoví, si netroufám odhadnout. Někteří optimisté předvídají, že by k pozitivnímu obratu mohlo dojít již koncem tohoto roku.

6) JAK JE HODNOCENO ČESKÉ PŘEDSEDNICTVÍ EU V USA?

V politických a na zahraničí orientovaných profesních kruzích, tj. mezi informovanými lidmi, je naše předsednictví v Radě Evropské unie vnímáno převážně pozitivně a také jako příležitost pro rozjezd nové kapitoly v transatlantických vztazích.



FOTO: ARCHIV HKP



FOTO: ARCHIV HKP

Myslím, že i proto přijal prezident Obama pozvání k návštěvě České republiky a myslím, že právě proto chce svůj hlavní zahraničně-politický projev přednést právě v Praze.

7) JSOU ČEŠI ŽIJÍCÍ V USA HRDÍ NA SVÉ KOŘENY, ANEBY NAOPAK?

V převážné většině jsou na své kořeny pyšní a dělají vše možné pro to, aby své staré vlasti zde prospěli. Samozřejmě se najdou i výjimky, lidé, kteří neumí ještě pořádně anglicky, ale už zapomněli česky a spíš svůj původ schovávají. Takových lidí je mi opravdu líto. Jsou to chudáci ztracení sami v sobě i ve světě. Naštěstí jich není mnoho.

8) VELVYSLANECTVÍ ČR VE WASHINGTONU JE TAKÉ POVĚŘENÝ MÍSTEM INFORMAČNÍHO SYSTÉMU CZECHPOINT. OSVĚDČILA SE TATO SLUŽBA?

Velvyslanectví ČR ve Washingtonu bylo jedním z prvních zastupitelských úřadů ČR, kde byla v průběhu ledna roku 2008 tato služba zavedena. Je to užitečný a vítaný dodatek ke službám poskytovaným zastupitelskými úřady veřejnosti, i když v tak velké zemi, jako jsou USA, je samozřejmě trochu obtížnější tuto službu využívat, neboť je nutná osobní přítomnost žadatele při vstupu do databází. Ale službu CZECH POINT máme i na našich generálních konzulátech v New Yorku, Chicagu a Los Angeles. Zatím to celkem funguje.

9) NAVŠTĚVUJETE NĚJAKÉ ČESKÉ PODNIKY V USA?

Samozřejmě, patří to k mé práci. Rád prezentuji českou kvalitu a snažím se vše dobré, co od nás pochází, zde náležitě propagovat. Jsem pyšný na to, když se zde daří České Zbrojovce, Meoptě, když se zde prodávají česká lehká sportovní letadla, když je zde stále více přítomné české pivo (ať už pod jakýmkoliv jménem) a podobně. Kromě velvyslanectví ve Washingtonu zde máme tři generální konzuláty, jak jsem uvedl výše, které také podporují české podniky, je zde i zastoupení CzechInvestu, Czech Tradu, CzechTourismu a po dlouhých letech rekonstrukce máme v New Yorku k dispozici něco, co nám může každý

Petr Kolář

Vzdělání

* filozofická fakulta Univerzity Karlovy

Obory:

* vědecké informace a knihovnictví
* národopis (etnografie a folkloristika)
* rok absolutoria 1986

Dlouhodobé stáže a školení:

* 1991 Woodrow Wilson International Center, Washington, D.C., USA
* 1992 University of London, Institute of Historical Research, Velká Británie

Zaměstnání

1986 - 1987 Ústav pro etnografii a folkloristiku ČSAV, Praha, odborný pracovník
1987 - 1988 krátkodobé úvazky převážně v dělnických profesích
1989 - 1990 Výzkumné středisko pro otázky míru a odzbrojení ČSAV
1990 - 1992 Ústav pro soudobé dějiny ČSAV, Praha, vědecký pracovník
1992 - 1993 Institut pro strategická studia Ministerstva obrany, vedoucí vědecký pracovník
1993 (leden - červenec) Norwegian Nobel Institute, Oslo, vědecký pracovník
1993 (červenec - prosinec) Ústav mezinárodních vztahů, Praha, vědecký pracovník
1993 (prosinec) Ministerstvo zahraničních věcí ČR
1996 - 1998 mimořádný a zplnomocněný velvyslanec ČR ve Švédském království
1998 - 1999 Kancelář prezidenta republiky ČR, poradce pro evropskou integraci a Balkán
1999 - 2003 mimořádný a zplnomocněný velvyslanec ČR v Irské republice
1.9.2003 - 12.10.2005 náměstek ministra zahraničních věcí ČR pro dvoustranné vztahy,
29.11.2005 jmenován velvyslancem ČR ve Spojených státech amerických.

Zájmy

* Mezinárodní politika, sport, literatura, historie, výtvarné umění

závidět, a sice nádhernou Českou národní budovu, v níž mj. sídlí České centrum, které rozjelo naše kulturní a prezentační aktivity v New Yorku opravdu velkolepě. Američané umí ocenit kvalitu a serióznost a já jsem rád, že přibývá českých firem, které z toho stále více těží.

10) PŮSOBIL JSTE JAKO ZAHRANIČNĚ-POLITICKÝ REDAKTOR, KOMENTÁTOR A ZAHRANIČNÍ KORESPONDENT V NĚKOLIKA ČESKÝCH DENÍCÍCH A ČASOPISECH. NEPLÁNUJETE DO BUDOUČNA NAPŘÍKLAD KNIHU ZE ŽIVOTA VELVYSLANCE?

Takové plány nemám, ale kdo ví, třeba až jednou na stará kolena úplně zblbnu, tak nabudu dojmu, že můj život by mohl někoho zajímat a pak třeba nějakou biografii spáchám. Ale doufám, že mi rozum zůstane až do smrti zachován, a že se tedy takého skutku nedopustím.

–bic–

FINANČNÍ KRIZE

DŮVOD, PROČ ZNÁT SVŮJ RATING

Diskuse o reakci hospodářské politiky nabírají na obrátkách. Ekonomická situace se rychle zhoršuje, emoce stoupají, politický boj se vyostřuje.

Pro příští měsíce se očekává zpomalení výrobní činnosti a pokles zaměstnanosti. Česká ekonomika nejspíš směřuje k recesi, která vystřídá nevídaný ekonomický růst posledních let. Naše situace bude závislá na stavu celé Evropské unie, s jejímž osudem je nyní Česko pevně svázáno. Podnikatelský sektor s vysokou pravděpodobností čekají v důsledku současné finanční krize nemalé problémy. Hospodářská recese ovlivní podnikání všech, nicméně mnohem snesitelnější bude pro ty, kteří se zpomalující ekonomice přizpůsobí.

Krása tržní ekonomiky spočívá v tom, že trh dává v podmínkách hospodářské recese největší šanci **ekonomicky přežít schopným firmám a jednotlivcům**. Ti méně zdatní ztratí svůj tržní podíl a ti nejslabší nepřežijí vůbec. Jakkoli se to může někomu jevit tragicky, jde veskrze o **ozdravný proces**, jehož pomocí trh a s ním celá společnost předchází mnohem horším variantám vývoje. Mediální zprávy nemusí být zrovna optimistické, ale situace každého jednotlivého podnikatele či živnostníka je jiná, a v mnoha ohledech lepší. Je proto zcela nezbytné se zajímat o dění v ekonomice a celé společnosti.

Vláda kvůli krizi chystá opatření, která bude v letošním roce podporovat a investovat do nich. Jsou jimi především výzkum a vývoj, vzdělávání, ekologie, rozvoj infrastruktury a regionální dopravní obslužnosti, aby měli lidé snazší dopravu za prací. Výdaje z rozpočtu by mohly jít také do projektů, jako jsou například programy Státního fondu rozvoje bydlení. Vláda chce také

usnadnit zaměstnávání mladých lidí, kteří poprvé nastupují do práce. Lepší situaci by jim mělo zajistit zavedení odečitatelných položek ze základů sociálního pojištění. **Zároveň hodlá usnadnit přístup firem k penězům.**

Pro řadu podnikatelů je určitě situace, kdy finanční společnosti nepůjčují, extrémně svízelná a bude je nutit hledat externí zdroje, kdekoli to bude možné. Na druhé straně tato situace nemůže trvat věčně – i finanční instituce budou potřebovat umisťovat své prostředky. V současné době se však úvěry a půjčky zdražují a pravidla pro jejich poskytování se stále zpříšňují. Hospodářská komora vyvíjí velké úsilí k zajištění dostupnosti finančních zdrojů pro podnikatele, a proto vítá jeden z výše uvedených cílů vlády: usnadnit přístup firem k penězům.

Hospodářská komora hl. m. Prahy již před několika lety uvedla na trh svůj produkt RATING MSP, který může posloužit v době recese jako jeden z nástrojů nastávajícího ozdravného

procesu. Postupně HKP rozšířila Projekt Rating MSP o nabídku možnosti hodnocení živnostníků (vedoucích daňovou evidenci), krajů, měst a obcí, neziskových organizací, společenství vlastníků bytů a bytových družstev, zdravotnických zařízení a je připravena hodnocení dále rozvíjet.

Co je to vlastně Rating, který HKP nabízí?

Rating MSP je nestranný profesionální pohled na hospodaření, harmonizovaný s pohledem bankovního sektoru. Harmonizovaným pohledem je míněna skutečnost, že způsob zpracování ratingu je založen na postupech, obvyklých v bankách. Rating sestává z ratingového stupně a komentáře kladných a záporných skutečností.

Součástí ratingu je hodnocení finanční situace za poslední dva roky a aktuální čtvrtletí. Při jejím stanovení jsou posuzovány zejména tři skupiny finančních ukazatelů – rentabilita, krátkodobá likvidita a dlouhodobá



FOTO: ARCHIV HKP

solventnost subjektu MSP. Druhou základní složkou ratingu je **nefinanční analýza**, která se opírá o posouzení chování společnosti, demografické charakteristiky, odvětvová příslušnost, pozice managementu a vlastníků z pohledu vlastnických vazeb a další aspekty, ovlivňující podnikání MSP. Posouzení těchto kritérií zajišťuje rozsáhlá databáze, umožňující porovnávání podniků např. v rámci odvětví či regionu.

Nastavení ratingového nástroje souvisí se segmentem a s velikostí hodnoceného subjektu. Jinak je prováděno hodnocení MSP, jinak města, stavebního družstva, neziskové organizace či zdravotnického zařízení atd.

Proč uvažovat o ratingu od Hospodářské komory hl. m. Prahy?

Ekonomické hodnocení (rating), který nabízí HKP, je zjednodušením přístupu k penězům, „zdravým a schopným“ firmám, živnostníkům, „neziskovkám“, apod.

Banky, leasingové společnosti, pojišťovny a další finanční instituce

V dnešní situaci, vyvolané světovou finanční krizí, je prvotním a stěžejním problémem otázka provozního financování. Finanční instituce mají vysoce propracovaný systém hodnocení žadatelů o úvěry, ale zmiňovaný rating by mohl být jedním z využívaných nástrojů v oblasti provozního financování zejména malých a středních firem, kdy by většinou nemuselo být nutné ze strany banky „nasazovat“ komplexní interní hodnotící proces.

Kraje, města, obce, městské části

Nejen kraje, ale i ostatní subjekty samosprávy mají zájem na udržení zdravého podnikatelského prostředí a „přežití“ maximálního počtu dosud aktivních a pro spravovanou oblast potřebných podnikatelů a živnostníků. Právě rating MSP může ukázat, kam by měly být směřovány a umístěny nástroje finanční podpory a s jakou pravděpodobností bude mít smysl ta či ona uvažovaná forma úlevy či podpory pro konkrétního podnikatele či živnostníka.

Stejně tak je možné jinak naladěným ratingovým nástrojem získat informace nejen o „ekonomickém zdraví“ konkrétních obcí, neziskových organizací, zdravotnických zařízení a dalších. Tento nástroj je možné využít i jako podklad k rozhodování o optimalizaci sítě spolupracujících firem s krajem, obcí, neziskovou či nemocnicí ve vlastnictví kraje nebo města.

Velké firmy a korporace

Tyto velké firmy se dnes nevyhnou redukcím svých dodavatelských sítí. Detailnější znalost dodavatelů díky zpracovaným ratingům může znamenat ukončení spolupráce s těmi, kteří mají minimální předpoklady dopady finanční krize přestát a zachovat si kvalitní dodavatele, kteří budou schopni přestát tuto těžkou dobu, svým způsobem „podržet“ svého odběratele a bez problémů obnovit v případě potřeby dodávky v požadovaném množství a kvalitě.

Státní správa

„Česká republika prošla tou první vlnou krize ještě víceméně bez větší újmy. To ovšem neznamená, že by nás ekonomický

pokles letos nebo v dlouhodobějším horizontu minul,“ řekl premiér Topolánek. Vláda uvažuje o mnoha opatřeních, která by měla zmírnit dopad finanční krize. Rating, nabízený HKP, by jistě mohl najít svoje uplatnění v oblasti financování projektů ze strukturálních fondů EU nebo jako součást systému pro podporu zaměstnanosti. V obou případech může rating poskytnout nejobektivnější vystižení aktuální situace podniku – žadatele o financování ze strukturálních fondů resp. zaměstnavatele. Tato výchozí situace může být pro dosažení zamýšlených cílů klíčová. Stejně tak může být nápomocna maximalizaci efektů státem vydávaných peněz.

Samotní podnikatelé, živnostníci a další subjekty

Řada podnikatelů, živnostníků i dalších subjektů nemá detailní pohled a hlavně srovnání s ostatními. Rating jim takové srovnání a pohled na sílu a zdraví jejich podnikání může dát. Rating lze tedy využít například:

- pro zjištění, zda podnikatel (jiný subjekt) disponuje dostatečnou (zejména ekonomickou) stabilitou pro možnost ucházet se o finance ze strukturálních fondů
- jako případný (byť v současnosti nezávazný) argument pro banku či jinou finanční instituci
- jako podklad pro změny činnosti nebo struktury firmy, případně jiný vstup do svého podnikání
- jako podpůrný (byť nezávazný) argument pro jednání s orgány samosprávy (kraj, město, obec ...)

Ing. Vladimír Srp,
předseda představenstva

Ivan Pilip

je bývalý místopředseda, ministr školství, mládeže a tělovýchovy v letech 1994-1997 a ministr financí v letech 1997-1998. Od roku 2004 do července 2007 byl viceprezidentem Evropské investiční banky.

1) O ČERVNA ROKU 2004 JSTE BYL VÍCEPREZIDENTEM EIB. CO TATO FUNKCE OBNÁŠÍ?

Víceprezident EIB je členem devítičlenného představenstva, které řídí každodenní chod banky. Představenstvo zasedá jedenkrát za týden a schvaluje jednotlivé navržené úvěry (zhruba 20 - 30 za týden) a další materiály týkající se fungování banky, zejména otázky získávání zdrojů banky (EIB v podstatě dále půjčuje peníze, které získává na trzích vydáváním svých dluhopisů), vnitřního chodu (struktura řízení, platová politika) atd.

2) MŮŽE BĚŽNÝ PODNIKATEL ZÍSKAT NĚJAKÝ PŘÍSPĚVEK OD EIB V DOBĚ FINANČNÍ KRIZE?

EIB je banka zaměřená zejména na financování velkých projektů. Standardní úvěr poskytovaný EIB v evropských zemích je jen výjimečně nižší než 15 mil. EUR a nejde tedy o úvěry menším a středním podnikům. Přesto se banka snaží tyto podniky podporovat zprostředkováním, a to poskytováním výhodných úvěrů komerčním bankám v jednotlivých zemích, které by pak tyto prostředky měly dále využívat na financování menších a středních podniků. V ČR takovýmto partnerem byla např. Česká spořitelna. V době, kdy jsem v EIB působil, byly dopady tohoto nástroje omezené, protože na trhu byl dostatek peněz a banky měly relativně malý zájem o využívání takovýchto zdrojů. Dnes může být situace odlišná a tento druh úvěrů, tzv. globální půjčky, mohou rozšířit objem prostředků, které mají komerční banky k dispozici pro malé a střední podniky.

Je ale nutné si uvědomit, že EIB funguje jako standardní banka a peníze od ní, ať už získané přímo nebo prostřednictvím globálních úvěrů z některé komerční banky, jsou běžným úvěrem s nutností splácení a nikoli dotací. Pokud k některému úvěru byla nějaká dotace poskytnuta, byla EIB pouze distributorem dotačních



FOTO: WWW.EIB.ORG

titulů z Evropské komise. Takovéto programy existovaly a existují, ale jejich rozsah je velmi omezený.

3) V SOUČASNÉ DOBĚ SÁM PODNIKÁTE V RŮZNÝCH OBORECH. JAK VNÍMÁTE KRIZI?

Krizi vnímám jako nečekaný a mimořádně vážný jev, se kterým se bude většina firem a celá ekonomika vyrovnávat ještě dlouhá léta. Nechci tím říct, že sama krize bude dlouhá léta trvat - propad je tak prudký, že ke konci roku by mělo nastat určité zlepšení už jen proto, že srovnávací základna se zhruba od listopadu prudce snižuje. Následky ale budou ve změně chování lidí a firem - zavládne mnohem větší opatrnost, sníží se sklon k riziku, sklon k utrácení, investoři budou mnohem váhavější s poskytováním zdrojů do projektů.

4) JAK HODNOTÍTE PROTIKRIZOVÝ BALÍČEK VLÁDY?

Pro vládní politiku je důležité, aby našla rovnováhu mezi dvěma extrémními strategiemi - na jedné straně ideologicky fundamentalistickým heslem „nic nedělat, vše vyřeší trh“ a na straně druhé tlaky na co největší uvolnění státních výdajů a jednorázové poskytnutí výhod různým oborům a nátlakovým skupinám. Myslím, že vládě se zatím daří tuto rovnováhu najít - dává najevo, že krizi vnímá a chce řešit (tady bych byl kritický jen k tomu, že to mohlo být o něco dříve) a zároveň navrhuje jen kroky, jejichž dopad na veřejné rozpočty je zvládnutelný a nepovede k nekontrolovanému nárůstu dluhů a ztrátě schopnosti tyto dluhy financovat.

5) JAKÝ JE VÁŠ ODHAD KRIZE NA DALŠÍCH NĚKOLIK MĚSÍCŮ?

Tento rok bude rozhodně velmi složitý a je jen minimum oborů a profesí, kterých se nedotkne. Nejhorší přitom je a bude naprostá neodhadnutelnost vývoje - většina manažerů a podnikatelů si umí poradit se situací, kdy poklesne poptávka, ale dá se odhadnout o kolik a na jak dlouhou dobu. Charakteristickým rysem současné situace je ale to, že odhadnout se nedá vůbec nic. Všichni experti, kteří před rokem tvrdili, že vše je a bude v pořádku nyní tvrdí, že vše bude velmi špatné. Všechny prognózy předpovídající robusní růst dnes na základě stejných modelů předpokládají hluboký pokles. A protože psychologie hraje na trhu velmi významnou roli, lze bohužel očekávat, že ztráta důvěry v trhy a odhady povede k poklesu poptávek, celkové spotřeby a zřejmě i celého HDP. Věřím, že zlepšení přinese konec roku, ale ve vlastních strategiích na to nespolehám. Jen doufám, že se přece jen objeví nějaká příjemná překvapení, které nikdo neodhadl stejně tak, jako ta špatná.

—bic—

„KRIZE NEMUSÍ BÝT RIZIKO, ALE PŘÍLEŽITOST!“

V průběhu posledních čtyř měsíců z řady firem stále slyším, že se **snížil** na „cosi“ **budget** nebo byl udělán škrť v rozvoji „něčeho“. Když se manažerů, kteří mi toto říkají, ptám, proč byla vybrána právě ta která položka, málokdy znají odpověď. Prostě někdo rozhodl. Často vydala příkaz zahraniční matka. Bohužel téměř všechny škrty a budgetová omezení má ve firmách na svědomí jediné odůvodnění: je hospodářská krize. **Je ale krize opravdu pro všechny podniky? A je škrťování to hlavní, co je potřeba udělat?**



Tomáš Bušek, jednatel
a konzultant společnosti
Towers Consulting.

FOTO: ARCHIV HKP

Chování firem v různých fázích hospodářského cyklu se dá částečně demonstrovat na jachtingu. Pokud fouká na moři vítr, stačí průměrná posádka na to, aby se jachta posouvala kupředu. V okamžiku, kdy přestane foukat, je zapotřebí dobré posádky s úplně jinými dovednostmi než jaké potřebujete při větru. Tedy musíte přenastavit své chování. A jak se zachová většina posádek - firem? Zachovávají se tak, že vytáhnou soudky s rumem a začnou nadávat na to, že vítr nefouká a jsou schopné dělat jen aktivity, na které jsou zvyklé. Svůj neúspěch se snaží svádět alibisticky na třetí osobu. Velké lodě zavolají státu, aby poslal vlečný člun, který je v bezvětrí potáhne. Je to sice „nefér“ vůči ostatním lodím a posádkám, ale je to také řešení.

Ale některé posádky, které na té své jachtě jsou schopné pochopit, že nemohou jet stejným způsobem, přizpůsobí své chování a udělají kroky pro to, aby loď plula. Naše firma pomáhá nastavit firmám kroky v bezvětrí.

Obchod můžeme rozdělit dvěma způsoby: aktivní obchod, kdy já formuluji poptávku a neaktivní obchod, kdy mi poptávka přichází a já se ji snažím nějakým způsobem získat. Drtivá většina firem, i když si to není ochotná přiznat, v poslední době fungovala pouze tak, že formulovala poptávku, ale pouze prostřednictvím svého marketingu, a čekala na reakci - na poptávku. To není stimulace konkrétních zákazníků.

Představme si konkrétní příklad.

Společnost zabývající se prodejem stavebního materiálu; do minulého roku měla neustále rostoucí obrát. Kdysi se jí podařilo navázat dobré vazby s developery a 90% jejího odbytu tvořily nové developerské projekty. Vazby a vztahy s developery udržoval management a obchodníci byli spíše technici zodpovědní za stavbu nabídky. Developerské projekty dokázaly pokrýt většinu kapacity společnosti, takže aktivní akvizice nových zákazníků skoro neexistovala. Teď má daná společnost problém a orientace na developery se jí nevyplácí. Meziroční propad obrátu je cca 70%.

Co se bude dít dál? Jsou dvě varianty.

Do popředí ve firmě **vystoupí finanční ředitel a začne dělat příslušná opatření**. Propustí se nadbyteční lidé z výroby,

ostatním se sníží benefity, škrtnou se náklady na marketing, HR a vzdělávání, a bude se uvažovat o propuštění některých „obchodníků“. Tím se ale sníží schopnost firmy získat dostatečný obrát. A ten na trhu je. Pouze je mimo stávající zákaznické spektrum a mimo stávající obchodní dovednost společnosti.

Jaká je tedy druhá varianta? Že se kromě škrťů **udělá i investice do obchodu**. Do popředí nevystoupí pouze finanční ředitel, ale i obchodní ředitel a aktivním obchodním přístupem diverzifikuje obchodní riziko se zaměřením na rezidenční trh, státní infrastrukturu a další možné zákaznické segmenty. Znamená to **investici do změny obchodních procesů a možná i dovedností**. Ale pokud společnost tuto investici neudělá, jakékoli škrty budou nedostatečné.

Naopak, pokud tuto investici úspěšně realizuje, má možnost ze stávající krize těžit. V krizi se mění tržní podíly výrazněji než v období růstu, kdy se daří všem (i těm méně šikovným).

Pro střední a menší firmy krize není riziko, ale příležitost! Tržní podíly se výrazně nemění v období růstu, ale právě v období útlumu, kdy některé firmy nejsou schopné reagovat na situaci. U menších firem je schopnost reagovat na situaci podstatně lepší než schopnost reakce nadnárodních koncernů nebo jejich nástrojů.

Jaké je tedy mé doporučení pro malé a střední firmy pro období hospodářské krize? **Využijte krize pro růst tržního podílu!!!** Nezaměřujte se na škrty, ale zaměřujte se na **změnu obchodního přístupu**.

1. **Diverzifikujte obchodní riziko** na úrovni zaměření na jednu zákaznickou skupinu (jeden produkt, nebo jednoho obchodníka).
2. **Hledejte nové zákaznické profily** než je váš stávající.
3. **Připravte obchodníky na vyjednávání** o stávajících smlouvách. Zákazníci je budou chtít revidovat a snížit ceny.
4. **Změňte obchodní procesy** tak, aby obchodníci byli nuceni proaktivně generovat poptávku zákazníka.
5. Možné volné kapacity (v jiných odděleních) **investujte do podpory prodeje**.
6. **Motivujte celou posádku** pro získávání obchodu.
7. Pokud je třeba, **dodejte obchodníkům nové dovednosti**.

-bic-



FOTO: ARCHIV HKP

Moderní bydlení a architektura

Mluvit o nových projektech a nazývat je moderním bydlením, je zpátečnické. Takovým termínem se v minulých desetiletích zaštiťovaly mnohé stavby panelových domů a modernita z nich vyčpěla rychleji, než by si kdo ve své době dokázal představit.

Mnohem důležitější než modernita, často zaměňovaná s módností, je kvalita. Vždyť kdo by si dnes mohl dovolit nabízet zastaralé bydlení, všichni staví moderně, ale málokdo dobře. Proto je mnohem vhodnější zaměřit se na kvalitu věcí, které často nejsou vidět, ale jsou pro uživatele naprostou nezbytností.

Samozřejmě se termín moderní bydlení používá pro vyjádření určitého architektonického výrazu, ale ani to není přesné. Co je dnes moderní? Co je módní? Sklo, kov a beton? Ale to přece bylo moderní už před padesáti lety. Tak v čem tkví modernost toho co dnes nabízejí prodejci „moderního bydlení“?

Jistě dokážeme navrhnout stavbu extravagantní, elegantní, nebo s klasickým křebem a římsou u stropu, ale takový popis vyjádří pouze estetické cítění architekta, popřípadě budoucího uživatele bytu. Není tak nezbytné zabývat se

stylem v jakém je dům navržen, kvalita je totiž jen jedna a ta se projeví jak v klasické tak modernistické tvorbě.

Klíčové vlastnosti pro kvalitní bydlení jsou umístění a koncept. Další důraz musí být kladen na prostor, details, materiály a technologii. Technologie se však na škodu mnoha projektů často stává těžkopádným ornamentem dneška, který opět odvádí pozornost od jasného konceptu. Často se tak můžeme setkat s přetížným elektronickým ovládáním celého bytu nebo s několika koupelnami, které jsou v přímém rozporu s velikostí obytné plochy. Opět zde vítězí kvantita nad kvalitou.

Hlavní těžiště architektonických návrhů je rovněž v jejich kvalitě. Po skvělém místě je to především přehledné dispoziční uspořádání a následuje pohoda hluková, klimatická, světelná, manipulační a nakonec i estetická.

I když doufáme, že estetická hodnota bude vysoká, umísťujeme ji až na místo poslední, protože k čemu je například perfektní dlažba, když je na ní tma, zaznívá k vám hluk z koupelny a v místnosti se nedá vyvětrat.

Komplexní pohoda. Zapojujeme všechny smysly, ne jen zrak, ale také sluch, čich a hmat. Následuje kvalita, kterou vnímáme při různých činnostech často celým tělem, tedy dýcháním, pocity kůže a vším, co ovlivňuje naši psychiku. Všechny tyto požadavky jsou tak jednoduché, přesto se pod zdánlivým tlakem fiktivních budoucích uživatelů propůjčují mnozí producenti bydlení k pitoreskní tvorbě luxusu jako divadelní kulisy. Zkusme tedy společně hledat skutečnou oázu jednoduchosti a střízlivé nadčasovosti.

*Tuto dvoustránku připravil
Přemysl Kokeš, architekt*

Nejdostupnější *umění*

Každý ji máme na dosah, mnozí si ji užíváme plnými doušky, ale jen málokdo si ji uvědomuje. Jedná se o architekturu, nejdražší a zároveň nejdostupnější „umělecké řemeslo“.

Obklopuje nás prakticky všude. Nedá se jí uniknout, vyjma nedotčené přírody, kde platí trochu jiná tektonika. Právě schopnost architektury proměňovat veřejný prostor je její největší hodnotou, a zároveň omezením. Stavebník nebo autor dokáže pomocí stavby vyjádřit svůj postoj ke světu lépe než mnohými jinými prostředky. Na druhou stranu tím může poškodit prostor, který má hodnotu pro všechny jeho uživatele. A tak nastávají omezení, která dnes uplatňují především úřady nebo sdružení, které se v zásadě snaží o nemožné: aby se autonomní výtvarné dílo zalíbilo všem. Asi všichni jsme již stáli na obou stranách barikády, ať už jako ti, kteří se pokoušeli o formování prostoru, tak jako ti, kteří nevěřicně krouť hlavou.

Architektonická tvorba s sebou nese především zodpovědnost. Architektura je příliš velká, příliš trvalá a příliš veřejná. Zatímco nepovedený obraz nebo sochu je možné hodit za skříně nebo uložit do sklepa, domy se schovat nedají a vysílají k nám výzvy, které jsou bohužel často až neuvěřitelně banální a módní. Vzhledem k vynaloženým prostředkům se však nedá předpokládat jejich brzká proměna, a tak trčí do veřejného prostoru jako nejdostupnější umění v galerii ulice.

Samozřejmě vznikají také díla krásná, myšlenkově, esteticky a proporčně vyvážená, nebo naopak avantgardní, expresivní a provokující. Je jich ale méně. Když se však vyskytnou, narážejí na odpor určitých skupin obyvatelstva, a to jen proto, že se liší od průměrnosti. Není až tak důležité, zda je stavba dominantní, naopak geniální díla ve městě musí uvozovat jednoduché a lapidární objekty, aby mohly dát vyniknout druhým. Jednoduché stavby jsou pak o to náročnější na vnitřní obsah, kvalitu konceptu, materiálu a detailu.

Svébytným prostorem, kde si architektury užívá každý z nás, je domov. Toto nejintimnější vymezení prostoru je zároveň nejstarším projevem lidské činnosti. Od pradávna si nejvíce ceníme soukromí. I dnes je vyvažujeme zlatem a obklopujeme se v něm světem, který je pro nás krásný. Hledáme ušlechtilé projevy hmotné kultury, abychom se jimi mohli kochat my s našimi nejbližšími. Zde zcela odpadá starost o konflikt s veřejným prostorem. I když si můžeme takový prostor užívat jen několik málo hodin denně, je pro nás nesmírně důležitý právě pro autonomii, která odráží našeho ducha. Zde se cítíme dobře.

Ne každý však dokáže sám vytvořit takový prostor, který by



FOTO: ARCHIV HKP

byl odrazem jeho vlastního vnímání světa. I zde je možné přizvat si odborníka – architekta, který se dostává do intimnější sféry nežli třeba lékař. Pokud však neumí architekt naslouchat a být empatický, může být výsledek velkým rozčarováním. Obecně je nalézání vlastního životního stylu dlouhodobým procesem, ve kterém je architekt dobrým pomocníkem. Taková tvorba se již vymyká výhradně estetickým kategoriím a přibližuje se rovněž filozofické a psychologické.

Ve výsledku pak není důležité, jaký styl preferujete: zda chladnou modernu nebo rustikální nepřesnost. Výsledek musí být výtvarnou reakcí na osobu uživatele s vysokou přidanou hodnotou. ∞

SPOLEHLIVÝ MAKLÉR PRO SVĚT POJIŠTĚNÍ

KVALITNÍ POJIŠTĚNÍ
ŠETŘÍ VAŠE PENÍZE...

SURVEY, s.r.o.
Tlumačovská 1237/32
155 00 Praha 5
tel.: +420 235 003 411
fax: +420 251 610 915
e-mail: survey-cz@survey-cz.cz

www.survey-cz.cz

Sjednáme pojištění:

- ✓ fyzických osob
- ✓ podnikatelů
- ✓ neživotní
- ✓ životní

Pojištění

- ✓ majetku
- ✓ nemovitostí
- ✓ strojů a zařízení
- ✓ odpovědnosti
- ✓ pro obor IT
- ✓ vada výrobku

- ✓ provozní činnost
- ✓ vedoucí pracovníci
- ✓ právní ochrany
- ✓ proti pokutám řidičů
- ✓ pořizovací ceny vozidla
- ✓ ztráty finanční způsobilosti
- ✓ a mnoho dalších druhů pojištění

Další finanční produkty

- ✓ stavební spoření
- ✓ hypotéky

PRAHA POMÁHÁ CESTOVNÍMU RUCHU

Cestovní ruch je považován za významný segment národního hospodářství, proto je mu ze strany všech zainteresovaných, a tedy i Komory, věnována náležitá pozornost. Sekce cestovního ruchu pražské Komory již několik let sdružuje podnikatele a zástupce státu, kteří v tomto oboru pracují a pomáhá jim s řešením jejich problémů, ale také návrhů pro možné zlepšení jejich práce a postavení.

V minulém roce na základě dohody předsedy představenstva pražské Komory Petra Kužela, předsedy sekce Pavla Dvořáka a radního pro cestovní ruch HMP Milana Richtera vznikl poradní organ HMP pro cestovní ruch. Komora a jednotlivé firmy mají tak možnost přímo s představiteli města Prahy konzultovat a nabízet nová podpůrná řešení ke zlepšení cestovního ruchu, a to nejen na území Prahy.

S příchodem hospodářské krize se situace v cestovním ruchu výrazně zhoršila, a proto vznikl na nejvyšší úrovni města Poradní sbor primátora. Toto uskupení se sešlo počátkem měsíce února, aby se věnovalo dopadu krize na cestovní ruch v hlavním městě.

Vybrali jsme pro naše čtenáře nejzajímavější závěry z tohoto jednání. V jeho samotném úvodu primátor hl. m. Prahy Pavel Bém řekl, že jeho Poradní sbor je připraven pomoci a uvědomuje si svoji odpovědnost nejen za Prahu, ale za celou ČR! Dále zhodnotil předložené návrhy:

- Důležité je vnímat aktivitu s činností vládní expertní komise, (NERVu).
- Připravit systémové změny, např. v oblasti DPH
- Město chce podporovat aktivity firem. Je však důležité, aby podnikatelé definovali pomoc tak, aby nebyla porušena rovnováha podpory jedné skupině podnikatelů, a také hospodářská soutěž.
- Město si dovede představit finanční podporu – příkladem může být alokace finančních prostředků z poplatků za ubytování (lůžko).
- Bude připravována společná

propagace agentur, operátorů a nepřímá propagace prostřednictvím infrastruktury, kterou město vytvoří na veletrzích.

- Město zváží vstup do mezinárodních mediálních kanálů – inzerce, reklama, upoutávky (důležité informace: kde, cílová populace, kdy, na jakém kanále – např. hudební kanály, Eurosport, CNN), aby co nejvíce propagovalo Prahu, Česko, ale hlavně cestovní ruch.
- Investovat do marketingu - reklama ve vhodných destinacích na vhodnou cílovou skupinu (např. Rusko, Korea – vytipovaná letiště, média, kanály)
- Nebude zanedbána role elektronických médií – budou vytvořeny nové informační kanály, nové portály (objednávání služeb v rámci cestovního ruchu viz. PIS).
- Je nevyhnutelné napravit špatnou image města - je nutné bořit mýty o HMP (např. taxi, špinavé ulice, drobná kriminalita). Praha je připravena udělat pro své image maximum, stejně jako nadále pracovat na zlepšení své infrastruktury.
- Podporovat ještě více Kongresovou turistiku.

Základním kamenem turistického ruchu je umění nabízet své pamětihodnosti, ale také nové služby dané destinace a především zážitky. Pestrost nabídky by měla zaručit, že se turisté budou do České republiky rádi vracet. Hospodářská komora hlavního města Prahy společně s partnery - podnikateli proto před několika lety vytvořila projekty EuroCestovní ruch a Praha Technická. Druhý zmiňovaný projekt turistům nejen z domova, ale i ze zahraničí, nabízí zejména možnost zažít něco nového – www.hkp.cz. Jedná se o možnost navštívit technické podzemí Prahy - kolektory. Svou prohlídku si turista objedná v hotelu nebo přímo z domova. Tento projekt je otevřený a mohou do něho se svou nabídkou vstupovat další podnikatelské subjekty. Zároveň

je možné použít tento projekt v dalších krajích a vzájemně jej propojit.

Je nanejvýš důležité si uvědomit, že Hlavní město Praha je základním nástupním „perónem“, turistů pro celé území České republiky, kteří následně využívají služeb firem po celé zemi.

„Pokud vstoupíte do země, která na vás udělá hned zpočátku dobrý dojem, rádi se tam opět vrátíte.“



Deník politika

Akciová společnost EuroUniversum představila ojedinělý internetový projekt nazvaný Deník politika. Na stránkách www.denikpolitika.cz přináší první kompletní internetovou databázi českých politiků, stran a obcí. Primárně zveřejněné informace o jednotlivých subjektech byly zatím čerpány z veřejně dostupných zdrojů. Cílem projektu je nejen motivovat občana k proaktivnímu vztahu ke svým nejbližším voleným zástupcům, ale rovněž chce být nástrojem pro studenty, média a samotné politiky, aby na jednom místě, velice jednoduše získali kontakty na lidi, kteří jsou v politice profesionálně činní. Tento interaktivní nástroj dává možnost občanům kontaktovat politiky a strany, ptát se jich, prezentovat jim nápady a podněty a hodnotit jejich aktivity. Na druhé straně zde mají politici a strany možnost reagovat popř. informovat o své práci, vyjadřovat se k různým tématům, psát svůj blog nebo získávat potencionální voliče. Databáze obsahující v současné době 63 373 politiků, 6 538 obcí a 142 stran a hnutí je ojedinělým produktem v rámci celé kontinentální Evropy. Zásadním krédem projektu Deník politika je jeho 100% neutralita. Jedná se tedy o web o politice, nikoliv politický web. Žádný z politiků, stran či hnutí nemá nijak zvýhodněné postavení – navíc portál nic takového ani neumožňuje. Prostředky na projekt Deník politika pocházejí primárně z akciové společnosti EuroUniversum, jež byla založena jen a pouze k tomuto účelu.

Prvotní pozitivní ohlasy potvrzují, že podobný kompletní zdroj informací na českém trhu doposud chyběl. Deník politika má v budoucnu ambici expandovat na obsáhlý web o politice díky svým dalším podprojektům (Politika TV, politická encyklopedie, zpravodajství apod.)

Protekcionismus jen prodlužuje krizi

Mezinárodní výměna zboží, důležitý motor světové konjunktury, se zasekává. Letos poprvé po 27 letech neustálého růstu se obchod propadne o více než dvě procenta. Příčinou jsou nejen dopady finanční a hospodářské krize, ale také silící ochranářské tendence států

Dobré zprávy z hospodářské fronty jsou dnes velmi vzácným zbožím. Tak proč se nepodělit alespoň o tu jednu z mála, které mohou zklidnit znepokojené mysli. Prezident Spojených států Barack Obama se vyslovil pro dodržení principů svobodného obchodu tím, že potlačil nebezpečný dodatek k finančnímu balíčku, kterým hodlá podpořit konjunkturu ve své zemi. Onen dodatek, jehož obsah media shrnula slovy Buy American, tedy nakupuj americky říká, že při realizaci podpůrného programu, na který hodlá vynaložit na 820 miliard dolarů, musí příjemci dotací využívat přednostně na nákup zboží vyrobeného v Americe. V původní předloze byla zmiňována stavební ocel, ale Kongresem Spojených států už kolovaly návrhy, podle kterých se měl dodatek vztahovat prakticky na všechny produkty, jež připadají v úvahu pro realizaci projektů na výstavbu a modernizaci dopravní infrastruktury, budování zařízení sloužících veřejnosti, jako nemocnic, škol a podobně. Na to počítá podpůrný balíček s přibližně 90 miliardami dolarů. Výdaje na konstrukční ocel měly samy o sobě činit až 64 miliardy dolarů. Když se tyto záměry dostaly prostřednictvím médií na veřejnost, proběhla světem vlna odporu, neboť v dodatku Buy American viděly ukázkový příklad protekcionismu a varovaly před důsledky: důsledkem bude tvrdá obchodní válka, poněvadž státy, které dopad opatření pocítí na svých vývozech do USA odpoví obdobnými opatřeními a navíc zahrnou Spojené státy žalobami u Světové obchodní organizace.

Dobrá. Barack Obama „změkčil“ dodatek Buy American prohlášením, že v žádném případě nesmí ono „Buy American“ porušit závazky, které Spojené státy přijaly svým členstvím ve Světové obchodní organizaci a dvoustrannými obchodními ujednáními, prohlásil Obama v rozhovoru pro televizní stanici ABC v úterý 3. února. Taková formulace sice nevylučuje, že se upřednostňování

domácích výrobců neprojeví v reálu nějakými subtilnějšími kroky, ale v této chvíli to odvrací hrozbu eventuelní obchodní války ve stylu oko za oko zub za zub.

Bumerangový efekt

Ostatně i americké analýzy dokazují, že ochranářská opatření, pokud by zůstala v původně zamýšlené míře, by Spojeným státům nepřinesla jen ztrátu prestiže a zpochybnula by upřímnost cílů nové americké administrativy, která slibuje výrazné zlepšení vztahů s partnery a spojenci, ale poškodila by i americké spotřebitele a v konečném důsledku by vedla o ke zhoršení situace na trhu práce. Ale nejen to.

Plně uplatnění dodatku Buy American by se nakonec obrátilo také proti americkým spotřebitelům. Jde o to, že převážná část spotřebního zboží prodávaného ve Spojených státech nepochází z domácí výroby, ale z dovozu ze zemí jakými jsou Mexiko, Čína, Japonsko, Indie a další. Právě to pomáhá udržet cenovou hladinu – a mimochodem také inflaci na uzdě. Srovnatelné zboží z domácí produkce by bylo i v případě, že by se našel místní výrobce podstatně dražší.

Třeba největší obchodní řetězec v globálním měřítku, americký Wahl Mart, je také největším dovozcem spotřebního zboží ve Spojených státech. Ať už jde o oblečení, osobní počítače, nábytek, sportovní obuv, mobilní telefony a mnohé další, lze jen nepatrný zlomek zařadit do kategorie Made in USA. Ještě jasnější řečí mluví statistiky ministerstva práce USA. Ve své aktuální statistice z poloviny ledna uvádí, že ze 155 milionů pracovních sil v americkém hospodářství, je ve zpracovatelském průmyslu zaměstnáno jen 21 milionů. A to jsou v tomto údaji zahrnuta i pracovní místa ve stavebnictví. Tedy v branži, která patří k nejpostiženějším finanční krizí a která si také nejvíce slibuje od náběhu vládního balíčku na podporu konjunktury. Zaměstnanců v sektoru služeb je

v každém případě nejméně pětikrát více.

A i kdyby se vlastecky smýšlející občané přece jenom rozhodli, že podpoří domácí průmysl nákupem amerického zboží, nebudou to mít lehké. Například, rozhodnou-li se pro nákup „amerického“ auta se může stát, že nepodpoří americké automobilky a jejich domácí subdodavatele, ale někoho v dalekém zahraničí. Třeba pokud se rozhodnou pro značku Chevrolet Aveo automobilky General Motors si musí uvědomit, že vůz je vyráběn v Mexiku a Mexičany. Američtí dodavatelé se na výrobě podílejí podle údajů National Highway Traffic Safety Administration, tedy instituce, která mimo jiného zjišťuje také výši „amerického“ podílu na konečném produktu automobilu jen necelými pěti procenty. Pokud se zájemce rozhodne pro těžký terénní automobil Toyota Tundra, který Japonci vyrábějí ve Spojených státech to už bude lepší. Onen „americký“ podíl na konečném produktu se blíží hranici osmdesáti procent.

Ostatně i v případě oceli mají Američané příklad toho, že Buy American je může přijít drahé. Když se v devadesátých letech minulého století rozhodlo o stavbě nového mostu přes San-Francisco Bay do Oaklandu, bylo rozhodnuto, že při výběru dodavatele ocelových konstrukcí musí dostat přednost americký dodavatel před zahraničním, pokud ovšem jeho cenová nabídka nebude o více než 25 procent nad nejnižší nabídkou ze zahraničí. To se povedlo splnit. Cena vybraného domácího dodavatele byla „jen“ o 23 procent vyšší než cena zahraničního konkurenta. Výsledek? Most stál o 400 milionů dolarů více, než kdyby se plánovači rozhodli pro nejvýhodnější nabídku.

Skrutý protekcionismus

Přijmeme za dané, že se tedy poařilo odvrátit hrozbu obchodní války mezi Spojenými státy a „zbytkem světa“, která by mohla vyvolat dominový efekt, protože – marná sláva

– Spojené státy jsou pro mnohé země skutečně oním posledním útočištěm, když jde o jejich export. Nicméně to neznamená, že tato opravdu dobrá zpráva z hospodářské fronty dokáže sama od sebe rozptýlit obavy z postupného prosazování různých způsobů omezování svobody obchodu, kterého jsme v této těžké době svědky.

Světová obchodní organizace upozornila v lednu na to, že nejdny podpůrné injekce na oživení konjunktury se při bližším pohledu projeví jako ochranná opatření, jejichž základním posláním je stavba obranných hrází kolem domácích výrobců. Právě to může vést k prohloubení a prodloužení krize. V tomto případě opravdu nejde o malováním čerta na zeď. Příklad Velké hospodářské krize ze třicátých let minulého století naznačuje, kam by zřetězení ochranných opatření mohlo vést: do pekla. Necelý rok po onom pověstném černém čtvrtku na newyorské burze v říjnu roku 1929, přijal Kongres Spojených států – dnes už to víme – smutně proslulý Smoot-Hawley Tarif Act (podle členů Kongresu Reeda Smoota a Willise Hawleyho), kterým byla zavedena ochranná cla na dovoz agrárních produktů, která měla ochránit americké farmáře před údajně nekalou konkurencí ze zamoří. Připomeňme si, že hodnota světové výměny zboží se ještě v lednu roku 1929 pohybovala těsně pod hranicí tří bilionů dolarů. V prosinci roku 1933 to už bylo jen 0,9 bilionu dolarů. Už to samo o sobě vedlo k výrazné desintegraci světového hospodářství, ze které se svět vzpamatovával ještě koncem padesátých let.

Nelze se proto divit, že šéf Světové obchodní organizace Pascal Lamy – a rozhodně není v tomto ohledu osamocený – označil onen zákon za „jedno z nejtragičtějších rozhodnutí v historii národohospodářství“. Ve svém důsledku vedlo zvýšení cel na agrární a další produkty k celosvětové obchodní válce, propadu objemu mezinárodního obchodu o celou polovinu, uzavírání trhů, což onu Velkou depresi nejen prohloubilo, ale také prodloužilo o mnoho let.

Seznam hříšníků

Světová obchodní organizace vývoj situace pozorně sleduje. A signály, které přijímá z terénu, nejsou právě povzbudivé. Tak například Rusko. Jeho ministerský předseda Vladimir Putin zahajoval letošní výroční jednání Světového ekonomického fóra v Davosu proslovem, ve kterém varoval před přílišnými zásahy státu do chodu hospodářství, včetně protekcionistických opatření, které mohou projevit svůj škodlivý potenciál naplno právě v době krize. Ale sotva se vrátil domů, inicioval zvýšení dovozních cel na automobily a některé druhy ocelářského zboží. Je ovšem pravda, že Ruská Federace dosud není členem Světové obchodní organizace, takže se nemusí obávat eventuálních sankcí.

Ovšem Na seznamu hříšníků jsou i Čína, která si podle USA přivlastňuje neoprávněné exportní výhody tím, že uměle udržuje kurz své měny vůči dolaru na nízké úrovni a podporuje svůj průmysl státními subwencemi, čímž deformuje pravidla volné soutěže. Indie zvýšila cla na ocelářské produkty

Indonésie (omezení počtu dovozních přístavů a letišť, omezení na dovoz zhruba 500 produktů). Smutné je, že jde o země patřící do takzvané skupiny dvaceti nejsilnějších rozvojových či prahových ekonomik G20, které se loni v listopadu na zvláštním summitu ve Washingtonu společně zavázaly, že v nadcházejícím roce nesáhnou k ochranným opatřením, ať už jde o dovozní cla nebo licence či jiné netarifní překážky obchodu.

„Ale ani Evropská unie nedostala dobrou známku a to jako celek už kvůli tomu, že chystá obnovení subvencí na mléčné výrobky, zejména maslo, sýry a sušené mléko,“ uvedl pro Ekonom náměstek ministra průmyslu a obchodu Martin Tlapa. Pod lupou jsou také takzvané podpůrné balíčky jednotlivých členských zemí, zejména šrotovací prémie zaváděné například v Německu či Francii. Určitá hrozba se skrývá také v částečném nebo úplném postátnění celých odvětví nejen ve finančním sektoru, ale i v reálném hospodářství. Postátněné firmy se těší zvláštní péči vlád, což může mít neblahý dopad na rovné podmínky hospodářské soutěže.

Podle všeho nezůstane jen u výše zmíněných ochranných opatření. Ví se, že například jihoamerické sdružení volného obchodu Mercosur zvažuje protekcionistická opatření. Zkušenosti dokazují, že jakmile k nim sáhne jedna země, vyvolá tím pohyb k obdobným opatřením i v okolních státech. „Zatím je brzo na odhad dopadů stávajících a možných ochranných opatření,“ připouští Martin Tlapa. Dost se očekává od další vrcholné schůzky G20, která se bude konat počátkem dubna v Londýně. Výsledky tohoto setkání mohou posunout zasednutí proces jednání o další liberalizaci světového obchodu pod střechou Světové obchodní organizace.

Liberalizace obchodu jako lék na krizi

Jak už bylo řečeno výše, světový obchod přispíval v posledních 25 letech výraznou měrou k dynamice světového hospodářského růstu. Charakteristické pro toto období bylo i to, že obchod rostl rychleji než světový hrubý domácí produkt. Tato skutečnost odkazovala na vysokou míru mezinárodní dělby práce, prostě na internacionalizaci hospodářství. Podíváme-li se na vývoj z tohoto úhlu, dospějme k závěru: obchod sice krizi nevyvolal, její kořeny leží úplně jinde, ale může se stát jednou z hlavních obětí krize. S nadozrými důsledky. O historickém příkladu v tomto smyslu už také byla řeč.

Skutečností je, že nehladě na takzvané národní pomocné balíčky na podporu konjunktury, se velká část politiků i ekonomů obrací k nutnosti zabránit postupnému pronikání protekcionismu ať už maskovanému jakkoli a k návratu k pokračování liberalizace.

„Nejlepším protikrizovým opatřením by bylo dokončení takzvaného katarského kola vyjednávání o další liberalizaci světového obchodu pod střechou Světové obchodní organizace. Rozhodně by to bylo účinnější než individuální prosazování národních podpůrných opatření,“ shrnul bývalý šéf

Institutu světového hospodářství v Kielu a nyníšší profesor univerzity Johna Hopkinse v Bologni Horst Siebert.

Rovněž německá kancléřka Angela Merkelová uvažuje v tomto směru. V tom, že se Barack Obama vyjádřil pro dodržení principů platných ve Světové obchodní organizaci, tedy i pro svobodný obchod bez umělých překážek, vidí určitou šanci, který by neměla být promarněná.

Jistě nebude snadné přesvědčit státy, aby se zasazovaly za další liberalizaci v době, kdy exporty klesají, kdy jsou ohrožena pracovní místa a kdy existuje solné pokušení bránit především vlastní zájmy, vlastní teritorium. „Už jen vyhlášení politické vůle k pokračování v odbourávání tarifních i netarifních překážek v obchodu, by pomohlo obnovit důvěru a dát úsilí o zmírnění dopadů krize směr. Taková orientace zatím schází. Jako bychom zapomněli, že žijeme v úzce propojeném světě, ve kterém se každý krok učiněný sněrem k obraně vlastních zájmů může neblaze dotknout mnoha dalších aktérů. Myslím si, že právě světový obchod je hřištěm, na kterém se protínají zájmy všech, takže přímo vybízí ke společnému postupu a tedy i k obnově důvěry,“ shrnul pro list Handelsblatt Gary Hufbauer, který se zabývá obchodními politikami na Petersenově institutu ve Washingtonu.

Životní zájem Česka

Česká republika, která patří k hospodářsky nejotevřenějším zemím světa, je osudově závislá na exportu. Jákýkoli další propad by znamenal velké ztráty. Náměstek ministra průmyslu a obchodu Martin Tlapa připomněl: „Součte toho, co každoročně vyvážíme a dovážíme dosahuje zhruba 150 procent hrubého domácího produktu v hodnotovém vyjádření.“

Nejde jen o přímý dopad úbytku zakázek nebo ztížení přístupu na trhy. Jde také o to, že mnohé české firmy uvažují právě v krizové době o větší diverzifikaci svého vývozního zaměření. To znamená, že systematicky hledají možnosti i na takzvaných netradičních trzích nebo na trzích, které byly v minulosti opuštěné. Pokud by se právě na nich rozhodly vlády pro ochranná opatření, tato šance by padla. České předsednictví proto bude podporovat každou snahu o oživení takzvaného katarského kola vyjednávání o další liberalizaci světového obchodu.

Určitým návodem v tomto směru mohou být odhady hospodářského růstu zveřejněné koncem ledna Organizací pro ekonomickou spolupráci a rozvoj. Ta predikuje, že nejtvrdí dopady krize pocítí nejvyspělejší země. Tedy také ty v západní Evropě. Ušetřeny nezůstane ani asijské ekonomiky nebo Latinská Amerika. Ale přesto jejich ekonomický propad nebude tak hluboký. OECD předpokládá, že si třeba země východní Asie udrží hospodářský růst u šestiprocentní hranice. „Ovšem i s těmito údaji a odhady je nutné pracovat s krajní opatrností,“ upozorňuje Martin Tlapa. Odhady se mění každý den a situace se liší také země od země.

Petr Němec

JAKO V MOTÝLÍM RÁJI

Od února vybalují v Botanické zahradě hlavního města Prahy speciální zásilky z anglického Stratfordu nad Avonou plné kukel tropických motýlů.

To proto, aby 7. dubna mohli první návštěvníci už popáté spatřit ve skleníku Fata Morgana úžasnou přehlídku barev, tvarů i velikostí živých exotických motýlů. Obdivovatelé bezmezné fantazie rozmarné přírody mají celý měsíc na to, aby spatřili nejen živé exempláře v celé své kráse, ale také jejich líhnutí, což se „v reálu“ podaří jen vzácně. Aby nezapomenutelný zážitek zrodu motýla pokryl celou výstavu, přicházejí kukly v několika zásilkách (zpravidla tisícovka týdně). Ihned po vybalení putují do líhniště umístěného na terase skleníku ve třech prosklených vitrínách, kde, přilepené na tyčkových konstrukcích simulujících větve, čekají na vylíhnutí. A kdyby snad motýlům ve skleníku nechutnal nektar právě rozkvetlých květin, bude pro ně na speciálních krmítkách připraveno nahnílé ovoce a medový roztok.

Letos se představí čtyři tisícovky motýlů téměř čtyřiceti druhů (martináči, otakárci



Attacus atlas – motýl obř

a babočky), které se v přírodě vyskytují především v Africe, na Kanárských ostrovech, Filipínách, Thajsku, Malajsii, ve Střední a Jižní Americe. Mezi vystavovanými krásavci ani letos nebude chybět noční motýl z jihovýchodní Asie **Attacus atlas** – martináč s největší plochou křídel, ale téměř jepičí délkou života (přežívá zhruba pět dní). A protože se během svého krátkého



Motýl „počítadlo“

života musí stihnout i rozmnožit, mnozí návštěvníci ho tak při troše štěstí mohou dokonce spatřit i při kladení vajíček.

Výstava exotických motýlů:

Botanická zahrada hl. m. Prahy, Nádvoří 134, Praha 7 – Troja, skleník Fata Morgana
v dubnu otevřen úterý – neděle 9 – 18 hodin,
vstupné: dospělí 120 Kč, děti 6 – 15 let 60 Kč,
rodinné vstupné 300 Kč

FOTO: BOTANICKÁ ZAHRADA PRAHA

INZERCE

ZMĚNY SI ŽÁDAJÍ VZDĚLÁNÍ!

REKVALIFIKAČNÍ A DLOUHODOBÉ KURZY

Mzdový/á účetní MŠMT ČR

TERMÍN: 24. 3. – 30. 5. 2009

■ Absolvent akreditovaného kurzu MŠMT ČR získá znalosti a dovednosti se kterými je schopen vykonávat práci mzdové účetní a navazujících činností (např. personalistika, pracovní právo atd.) na profesionální úrovni.

PŘEDNÁŠÍ: Irena Jindrová, Ing. Růžena Klímová, JUDr. Helena Pelikánová, JUDr. Marie Salačová,
JUDr. Věra Štichová, Ing. Marta Ženíšková

KÓD: 936500 CENA: 25 000 Kč

ZÍSKEJTE MEZINÁRODNÍ CERTIFIKÁT IES

Účetní specialista – nadstavbové studium

TERMÍN: 5. 5. – 30. 6. 2009

■ Posluchačům, kteří již mají základní znalosti z oblasti účetnictví. Cílem je podrobně rozebrat specifické problémy účtování. Absolvent kurzu získá vyšší znalosti a dovednosti v účetní profesi na pozici účetního specialisty.

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Miroslav Brabec, doc. Ing. Dana Dvořáková, Ph.D., Ing. Helena Machová,
doc. Ing. Ladislav Mejzlík, Ph.D., Ing. Rostislav Otřísal, CSc., doc. Ing. Jaroslava Roubíčková, CSc.,
Ing. Libor Vašek, Ph.D.

KÓD: 934703 CENA: 27 000 Kč

Obchodní právo pro neprávnické

TERMÍN: 6. 5., 13. 5., 20. 5., 27. 5., 3. 6. a 10. 6. 2009

■ Kurz si klade za cíl poradit účastníkům s řešením každodenních obchodně-právních situací ve firmách.

PŘEDNÁŠÍ: Mgr. Tomáš Pelikán

KÓD: 932102 CENA: 9 990 Kč

Principy a zásady IFRS – pro pokročilé (večerní výuka)

TERMÍN: 13. 5., 20. 5., 27. 5., 3. 6., 10. 6., 17. 6. a 24. 6. 2009

■ Obsahem kurzu je výklad pravidel Mezinárodních standardů účetního výkaznictví (IFRS), dříve označovaných jako Mezinárodní účetní standardy (IAS).

PŘEDNÁŠÍ: doc. Ing. Dana Dvořáková, Ph.D., Ing. Libor Vašek, Ph.D., Ing. Helena Vojáková, MBA, FCCA

KÓD: 932003 CENA: 17 990 Kč



POZNAČTE SI
DO DIÁŘE!

INSOLVENČNÍ ŘÍZENÍ v praxi – volný cyklus

TERMÍN: 31. 3. a 16. 4. 2009

PROGRAM:

31. 3. 2009 Insolvenční řízení v praxi – Právní problematika

16. 4. 2009 Insolvenční řízení v praxi – Daňové a účetní souvislosti

• JUDr. Jolana Maršíková
• Bc. Petr Taranda
a Ing. Jana Pilátová

KÓD: 955500 CENA: 4 490 Kč

Strategie vyjednávání

TERMÍN: 16. – 17. 4. 2009

LEKTOR: Mgr. Dušan Kalásek

KÓD: 972500 CENA: 7 890 Kč

Zaměstnanecké benefity KONFERENCE

TERMÍN: 23. 4. 2009

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Ilona Heligrová, Ing. Ivana Pilařová,
doc. PhDr. Ing. Jan Urban, CSc.

KÓD: 925900 CENA: 5 490 Kč



Vzdělávací programy jsou vedeny formou večerního studia.
Ceny jsou uvedeny včetně 19% DPH, akreditace a certifikátu IES.

www.vox.cz/klientske-centrum
Najdete vše, co potřebujete!

PRAŽSKÉ SLUŽBY

NEPŘEKONATELNÝ SERVIS

- komplexní řešení odpadového hospodářství
- zimní a letní údržba komunikací
- stavební údržba komunikací, dopravní značení
- výroba tepelné energie



PRAŽSKÉ SLUŽBY, a.s.

A Pod Šancemi 444/1
180 77 Praha 9

T +420 284 091 111

F +420 284 091 505

E info@psas.cz

W www.psas.cz





O₂ arena

O₂ arena

Českomoravská 2345/17

Praha 9

190 93

*Pro podrobnější informace
kontaktujte obchodní oddělení:*

Tel.: +420 266 121 917

Tel.: +420 266 121 918

Tel.: +420 266 121 945

e-mail: siedem@best.sazka.cz

e-mail: pachova@best.sazka.cz

e-mail: smalcl@best.sazka.cz

LUXUS, POHODLÍ, SOUKROMÍ A SKVĚLÝ VÝHLED

**– TO JSOU PRIVILEGIA
UŽIVATELŮ SKYBOXŮ.**

**PŘÍTOMNOST
NA TOMTO PRIVÁTNÍM PATŘE**

O₂ areny

**JE VIZITKOU PROSPERUJÍCÍCH FIREM,
JEJICHŽ MANAGEMENTU POSKYTUJE
SKYBOX MNOHOKRÁT VYZKOUŠENOU
KONKURENČNÍ VÝHODU.**