



TEMA

TECHNIKA EKONOMIKA MARKETING AKTUALITY



Čtvrtletník Okresní hospodářské komory Most, číslo 1, ročník 1/2006



HLAVNÍ TÉMA

Obchod a služby

.....z dalšího obsahu

- Průmyslové zóny
- Rodinná firma
- Dobrý obchod
- Kvalita = měřitelná hodnota
- Vizitkář

 Komora s.r.o.





Krajská hospodářská komora Ústeckého kraje v těchto dnech úspěšně dokončuje realizaci projektu "**ZNALOSTMI K PROSPERITĚ**", financovaného za pomoci Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu ČR.

Projekt byl určen na podporu malých a středních podnikatelů v rámci **Operačního programu Rozvoj lidských zdrojů** /opatření 4.1./ . Cílem bylo zvýšení adaptability zaměstnavatelů a zaměstnanců na změny ekonomických a technologických podmínek, podpora konkurenceschopnosti.

Projekt "**ZNALOSTMI K PROSPERITĚ**" byl regionální částí republikového systému vzdělávání a poradenství, který byl realizován i v jiných krajích a zaměřoval se na zvýšení znalostí pracovníků malých a středních podniků /MSP/ na území Ústeckého kraje.

Jednalo se o realizaci kurzů v oblastech :

- výpočetní techniky,
- cizích jazyků,
- komunikace,
- daně, účetnictví, práva,
- bezpečnosti práce, normy ISO,
- personalistiky,
- manažerských dovedností.

Vzdělávání MSP probíhalo formou odborných kurzů, seminářů a individuálních konzultací. Vše bylo zajištěno odbornými lektory a vzdělávacími organizacemi.

Ze strany podnikatelské veřejnosti byl o nabízené aktivity a pořádané vzdělávací kurzy v rámci projektu velký zájem, proto bude Krajská hospodářská komora Ústeckého kraje od listopadu 2006 v této činnosti pokračovat a to projektem "**ZNALOSTMI K PROSPERITĚ II**". Partnery projektu budou jednotlivé okresní hospodářské komory Ústeckého kraje. Také tento projekt bude financován s pomocí Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu ČR.

Kurzy budou obdobně zaměřeny, s výjimkou realizace jazykového vzdělávání.

Další a podrobnější INFORMACE můžete získat na : www.khk-usti.cz



Vážení čtenáři,

dostáváte do rukou první řádné číslo našeho časopisu. Bylo připravováno v horkých i studených prázdninových dnech a jeho příprava kladla na redakční tým značné nároky, nejen z důvodu nezvykle vysokých teplot, ale také vlivem dovolených, kdy všude někdo chybí a ten kdo nechybí, pracuje za něj. Nicméně, jak je vidět, potíže tohoto typu byly překonány a výsledek máte před sebou.

Toto číslo je věnováno tomu, co je evidentně vrcholem podnikatelského snažení, tj. obchodu a jeho neodmyslitelné součásti, čímž jsou služby. Vždyť i základní zákon o podnikání se jmenuje Obchodní zákoník. Všichni to víme, všichni v tom žijeme, všichni jsme účastníky psaných i nepsaných smluvně obchodních vztahů a tudíž inklinujeme k tomu, že tomu rozumíme a naše intuitivní rozhodnutí jsou správná. Případný neúspěch je pak zaviněn druhou stranou. Stále více se však přesvědčujeme o tom, že zdánlivě jednoduché výstupy, které ovlivňují naše obchodní chování, nejsou výplodem laických a intuitivních počinů, ale vysoké profesionality. Pomyslný řetěz "vyvolané zadání - řešení problému - profesionální zpracování řešení - profesionální užití - efekt", je to, co budeme muset stále více ve všech fázích akceptovat, chceme-li ovlivňovat a řídit.

Je pozitivním jevem, že do problematiky obchodu a služeb se nám podařilo zainteresovat i představitele našich partnerských měst - Mostu a Litvínova. Toto číslo vychází v době, kdy vrcholí zpracování Obchodního atlasu Statutárního města Mostu, je připravována konference o cestovním ruchu, uvádíme do života projekt UZEL a hlavně deklarujeme, že jsme ochotni spolupracovat a sobě naslouchat.

Nelze pominout fakt a fenomén tohoto období, spočívající v tom, že podnikatelské prostředí silně ovlivňuje politická "nervozita", nejen na celostátní úrovni, ale blížící se komunální volby do místních



foto: L. Šeiner

zastupitelstev začínají být hlavními tématy společenského dění. Lze si jen přát, aby si komora uchránila svoji nestrannost a zachovala si tak úroveň a pověst korektního partnera k řešení základních podmínek existence společnosti, nutnou spoluprací politického a podnikatelského prostředí.

Přeji vám příjemné podzimní dny.

Ing. Rudolf Jung
předseda Okresní hospodářské komory Most



V tomto čísle si přečtete. . . .

Editorial..... str. 3

Rady užitečné pro malé a velké firmy..... str. 5

Dobry obchod - cílová páska podnikání..... str. 6

Průmyslové zóny..... str. 7

Státní pamět v registrační pokladně..... str. 8

Rodinná firma..... str. 9

Kvalita = parametr hodnocení výkonnosti OHK Most..... str. 10

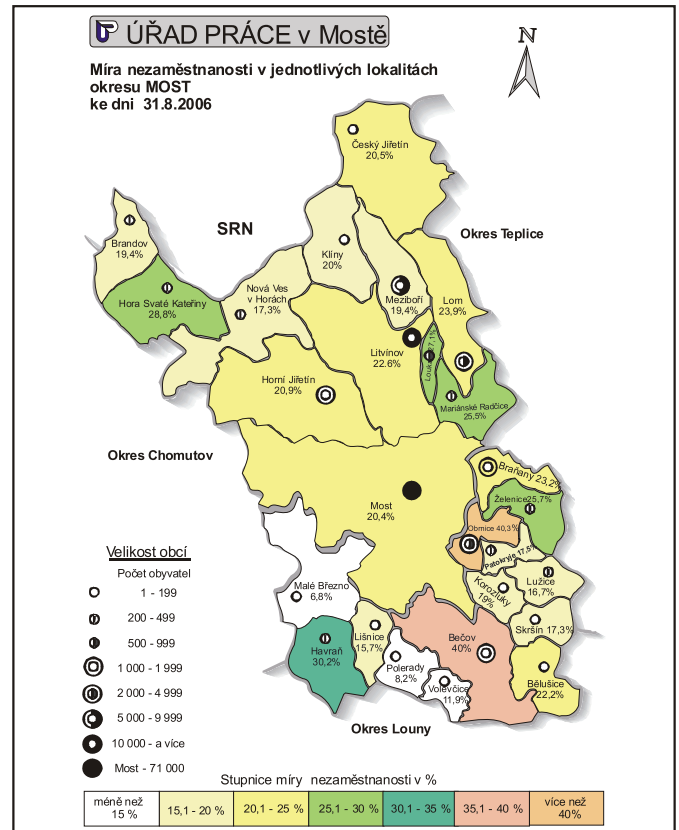
Kvalita = měřitelná hodnota..... str. 11

Úřad OHK Most..... str. 12

Vizitkár - odpověď na konkurenční boj..... str. 13

Život bez byznysu..... str. 14

Obchodní atlas..... str. 15



Rozvojová zóna Pod Lajšníkem v blízkosti sídliště.

foto: OHK

TEMA - Technika, Ekonomika, Marketing a Aktuality

Vydává: Okresní hospodářská komora Most, Višňová 666, Most 434 01, tel. 476206517, email: tema@ohk-most.cz, www.ohk-most.cz
 Šéfredaktorka: Jolana Siblíková (jol), Redakční rada: předseda Ing. Roman Viktora, členové: Ing. Martin Hauptvogel, Radek Kupica, Ing. Jiří Mann, Mgr. Iva Čerňanská, Pavlína Fupšová, Ladislav Šeiner, Ing. Jan Třešňák, Jolana Siblíková, Tisk: RA Print, s.r.o., Čtvrletník, Náklad: 2.500 výtisků, Povolení MK ČR E 16676, distribuci zajišťuje Mediaservis s.r.o., případné reklamace uplatňujte na telefonním čísle 724 553 119.



• OKRESNÍ SPRÁVA SOCIÁLNÍHO ZABEZPEČENÍ

1. KDO JE OSVČ? - Za OSVČ se považuje osoba, která vykonává samostatnou výdělečnou činnost, nebo spolupracuje při výkonu samostatné výdělečné činnosti.

2. ZAČÍNÁTE PODNIKAT, CO MUSÍTE UDĚLAT VE VZTAHU K ČSSZ? - Pokud začnete podnikat, případně po přerušení znovu zahájíte samostatnou výdělečnou činnost nebo spolupráci, musíte nejpozději do osmého dne kalendářního měsíce následujícího po měsíci, ve kterém byla činnost zahájena oznámit okresní správě sociálního zabezpečení (dále jen OSSZ) podle místa trvalého bydliště den zahájení (znovuzahájení) činnosti, a to na předepsaném tiskopisu "Oznámení o zahájení samostatné výdělečné činnosti".

• **FINANČNÍ ÚŘAD - vyměřovací oddělení, kontrolní oddělení, vymáhací oddělení**

1. **DAŇ Z PŘÍJMŮ FYZICKÝCH OSOB SRÁŽKOVÁ DAŇ** - Častým problémem je chybné určení zda se jedná o daň z příjmů vybíranou srážkou fyzickým nebo právnickým osobám. Pro rozlišení je důležité, zda je srážka prováděna fyzické nebo právnické osobě, nikoliv to, kdo srážku provádí

2. **POVINNÉ PŘÍLOHY K DAŇOVÝM PŘÍZNÁNÍM A K VYÚČTOVÁNÍ** - častým nedostatkem u daňových příznání a vyúčtování doručených poštou je nepodávání povinných příloh, což vede k prodloužení daňového

řízení, neboť správce daně zašle výzvu a zahájí vytýkáci řízení. Tiskopisy včetně příloh daňových příznání jsou k dispozici na FÚ v papírové formě, dále na internetu české daňové správy www.cds.mfcr.cz.

• **FINANČNÍ ÚŘAD - odd.registrační a EDA**

1. registrace: - povinnost registrace je stanovena zákonem č. 337/1992 Sb. o správě daní a poplatků ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o správě daní a poplatků) do 30 dnů po získání oprávnění, i když činnost není zahájena nebo je živnost ihned přerušena!

- formuláře jsou k nahlédnutí či případnému vytištění k dispozici na internetu České daňové správy www.mfcr.cds.cz lze se připravit doma, v papírové formě jsou k dispozici na finančním úřadě. Pozor na poučení, přečíst důkladně, v případě nejasností se nebat' zeptat

- dobrovolná reg. k DPH - pozor, nelze zpětně ! Registruje-li se DS k DPH, nelze zrušit dřív jak po roce, je potřeba s tím počítat

2. ohlášení změn: - zákon o správě daní a poplatků stanoví povinnost hlásit změny do 15 dnů, lze i e-mailem, ale dle zákona o správě daní a poplatků nutno opakovat do 3 dnů písemně s podpisem, jinak na podání správce hledí, jakoby nebylo podáno!

- pro některé změny máme vytvořeny vlastní tiskopisy (změny reg. DSL, srážkové a závislé daně, změna bydliště či jména, žádost o DIČ ve formátu EU) k

dispozici jsou na webových stránkách FÚ v Mostě www.mostecko.cz/fumost, není nutno je použít, změny lze napsat formou oznámení, přinést či poslat poštou. Přinést může kdokoli, pokud je na písemnosti správný podpis.

• **HASIČSKÝ ZÁCHRANNÝ SBOR ÚSTECKÉHO KRAJE ÚZEMNÍHO ODBORU MOST INFORMUJE PODNIKATELE O JEJICH POVINNOSTECH**

1. Obstarávat a zabezpečovat v potřebném množství a druhích požární techniku, věcné prostředky požární ochrany a požárně bezpečnostní zařízení se zřetelem na požární nebezpečí provozované činnosti a udržovat je v provozuschopném stavu. U vyhrazené požární techniky, věcných prostředků požární ochrany a požárně bezpečnostních zařízení, kromě výrobků stanovených podle zvláštních právních předpisů, lze instalovat a používat pouze schválené druhy.

2. Vytvářet podmínky pro hašení požárů a pro záchranné práce, zejména udržovat volné příjezdové komunikace a nástupní plochy pro požární techniku, únikové cesty a volný přístup k nouzovým východům, k rozvodným zařízením elektrické energie, k uzávěrům vody, plynu, topení a produktvodům, k věcným prostředkům požární ochrany a k ručnímu ovládání požárně bezpečnostních zařízení.

Úplné znění rad, které jsem pro Vás získali, naleznete na stránkách OHK Most www.ohk-most.cz.



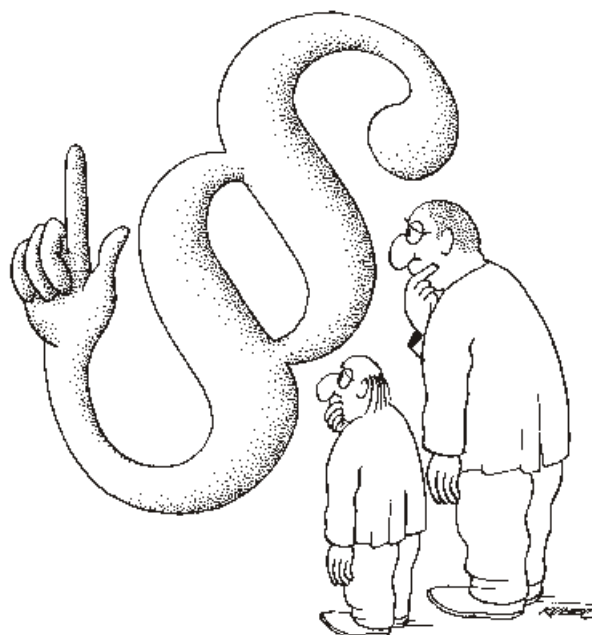
Stavíte - Rekonstruujete?
Zkuste to s námi!!!

WWW.SUJAN.CZ INFO@SUJAN.CZ

Česká ul. 843, Most, 434 01

tel.: 476127171 Fax : 476127070 Mob.: 777313030

Otevírací doba : PO - PÁ - 8h - 18h
SO - 9h - 12h





Dobry obchod - cílová páska podnikání

V článku, s tímto rozporuplným a k diskusi vybízejícím nadpisem, bych chtěl velmi volně pojednat nad vztahem slovního spojení "dobry obchod" a pojmem "podnikání" v jisté, blíže nespécifikované časové dimenzi, kterou značí "cílová páska".

Pokud přeskočíme základní ekonomické definice charakterizující obchod, bude zajímavé snažit se definovat slovní spojení dobry obchod. Množství definic dobrého obchodu, jako charakteristiky cíle podnikání, jisté bude tolik, kolik živnostníků, podnikatelů a firem se nachází na trhu.

Není pochyb o tom, že podnikatelským cílem je tvorba hodnoty, diskuse probíhají nad tím, jak tuto hodnotu měřit, zda jako zisk, rentabilitu nebo nově vytvořenou hodnotu (tyto efekty zde nahrazujeme hodnotovým výrazem "dobry"). Jako minimální cíl bývá často udáváno přežití. Podnik může existovat, pokud je platebně schopný, tedy může dostat svým závazkům.

Jisté se shodneme, že cílem každého z nás, kdo cokoli prodává či kupuje, je udělat dobry obchod a v každém obchodu využívá různých způsobů, které mají obchodní protistranu přimět provést obchod takový, který bude na pomyslné misce vah o něco výhodnější právě pro nás. Velká část těchto obchodních strategií je založena na psychologické bázi, ty mají druhou stranu přesvědčit, že pokud na konkrétní nabídku nepřistoupí, něco významného tím ztratí. V tomto modelu vychází, i když skrytě, jedna strana jako vítěz, který udělal "dobry obchod" a druhá strana jako poražený, který si ovšem svůj poráženecký status nemusí uvědomovat. Pokud prozře a ohodnotí svoji prohru jako vysoce ztrátovou, lze předpokládat, že jsme jej pro další obchodování definitivně ztratili. Nejen v české podnikatelské obci se objevují tendence vnášející do obchodování paralely sportovního klání, potom bychom tedy mohli očekávat od našeho "poraženého" odvetné obchodní utkání, se zamýšleným efektem msty "o to horší". Není-li možné obchodní porážku vrátit původnímu obchodnímu, již ne partnerovi, ale sokovi, nabízí se jiní, zatím obchodní partneři a lze použít praktiky, kterým sám "poražený" podlehl. Dále nastupuje řetězení podobných procesů, které vytváří podnikatelské prostředí.

Ovšem, za jistých, všeobecně

známých ekonomických podmínek, lze nabídnout parametry dobrého obchodu, v němž obě účastníci se strany něco významného získávají. Tento zisk je nejen ekonomické povahy, je navázán dlouhodobý vztah na bázi důvěry, je vytvářeno obchodní partnerství v duchu jednání a

vyjednávání win-win (obě strany musí mít z obchodu svůj plný užitek a musí být maximálně spokojeny). Tyto procesy přináší stabilnější ekonomické klima a jsou předpokladem pro stabilní růst makroekonomických hodnot.

Ani uvedený minimální cíl a ani snaha o maximalizaci zisku uvedená v prvním příkladě nezaručují podniku, či podnikateli dlouhodobou úspěšnost a jeho udržitelnost na trhu. Pouze druhý příklad by měl mít největší předpoklady pro tvorbu stabilního tempa růstu tržeb, jež je klíčovým měřítkem pro zajištění trvale udržitelného růstu podniku na trhu.

Na konec jsem se dostal k časovému



foto: L. Šeiner

omezení, které je zmíněno v nadpise. Pokud budeme akceptovat potřebu podnikatele podnikat dlouhodobě a jeho snahu o zajištění trvale udržitelného růstu podniku, je potřeba tento růst podpořit (vystavět) pouze na, rádoby nekonečné, řadě "dobrych obchodů". Cílová páska podnikání se nám takto přesouvá na pomyslný horizont možností podnikatelských dispozic. Z cílové pásy se stává vábnička a dobre obchody se stávají funkčním procesem směřujícím k dosažení nedosažitelného, zmíněného horizontu.

J.Tichý

FIRECLAY STAVEBNÍ SPOLEČNOST s r. o.

Stavební společnost FIRECLAY, spol. s r. o. Litvínov:

O nás - jsme společnost se zaměřením na poskytování služeb v oblasti stavební údržby, rekonstrukcí a oprav budov a technologického zařízení průmyslových budov

Provádíme

- stavební práce
- realizace zateplovacích systémů
- žáruvzdorné vyzdívky a izolace
- zemní práce
- výroba plastových oken

Informace

- jsme držiteli certifikátů dle norem ČSN EN ISO 9001:2001, 14001:2005 a dle specifikace OHSAS 18001:1999

Kontakt: tel. 476 162 811, fax: 476 163 373
email:sekretariat@fireclay.cz

Dobry zákazník chodí do téhož obchodu po tři roky. Dobry obchod má tytéž zákazníky po tři roky.
ČÍNSKÉ PŘÍSLOVÍ



Podnikání v Čechách - jen v průmyslové zóně?

Podnikání v České republice už není jen doménou českých a moravských firem. Domácí průmysl nestačí vytvářet pracovní místa pro všechny, kteří chtějí pracovat a navíc ve jménu globalizace je i náš trh volně přístupný zahraničním firmám. Z politického hlediska je vytváření pracovních míst stoprocentním ziskem ve volební kampani. Otázka jak přilákat zahraničního investora je řešena výstavbou tzv. průmyslových zón, které se doslova staly fenoménem moderní doby a to i díky nadstandardní nabídce výhod s nimi spojených.

Průmyslová zóna je nejlépe stavěna na zelené louce, protože zasítování je tím nejmenším problémem. Móda průmyslových zón jde někdy až do absurdna, kdy se vytváří (alespoň na papíře) tolik zón, že jejich zaplnění je v moci jen kouzelníka.

Město Most nabízí průmyslovou zónu Joseph, kde postavil závod výrobce hliníkových komponentů pro automobily. Další zóny jsou tzv. plochy pro rozvoj pro nerušíci výroby a služby. Jsou jimi i nová rozvojová zóna Pod Lajsníkem (v současné době zde probíhá výstavba velkoobchodu nápojů) a Benedikt východ. Mezi plochy pro rozvoj dle územního plánu patří i Velebudice, kde převážná většina ploch je v soukromém vlastnictví. Dále je město Most zainteresováno, tedy přesněji "vítá vznik průmyslové zóny Triangl". Slibuje si, že oživením této průmyslové zóny dojde k urychlení výstavby rychlostní komunikace R7 a tím pádem k zlepšení dosažitelnosti průmyslové zóny Joseph. Litvínov má svou průmyslovou zónu Litvínov - Louka.

Naplněnost zón či ploch pro rozvoj



Průmyslová zóna Joseph

foto: L. Šeiner

se hodnotí těžko, protože jsou velmi mladé. Jednání s dalšími investory stále probíhají, a to nejen s zahraničními, ale i českými. Pro Mostecko patří mezi okresy s nejvyšší mírou nezaměstnanosti se zdají být zóny a plochy pro rozvoj jednou ze šancí,

jak zde vytvořit nová pracovní místa. Ale nejen ta. Nový investor může na sebe navázat i místní firmy, které díky novému impulsu zaznamenají růst.

To je jedna strana mince. Druhá strana mince, o nic méně složitější, je o tom, zda podporovat jen investory nové či stávající místní firmy. Určitě by se nemělo zapomínat na potenciál místních firem a orientovat se jen na zahraniční investory. "Jednostranná orientace rozvoje na zahraniční investice nepřispěje ke zvýšení inovačního a tvůrčího potenciálu českých firem, u kterých je vyšší předpoklad, že se po vyčerpání pobídek a úlev neodstěhují," jak poznamenal předseda Okresní hospodářské komory Most Ing. Jung.

Vyjádřit finančně přínos lze také jen velmi obtížně. Investor se ve smlouvách uzavíraných městem zavazuje naplnit určitý počet příslibených pracovních míst lidmi s trvalým bydlištěm v mosteckém regionu (vyjádřeno procenty). Podmínky pro čerpání dotací závisí kromě mnoha dalších faktorů právě na počtu nově vytvořených pracovních míst a zejména na celkové výši investice. Jak dodává náměstkyně primátora JUDr. Jeníčková: "Tyto podmínky jsou shodné pro tuzemské i zahraniční investory."

Bohužel někdy dochází příchodem nového investora k zániku místních firem, které ze svých daní paradoxně podporují právě tyto zóny. Instituce,



Zaplněná průmyslová zóna Verne, květen 2005, Klášterec nad Ohří. foto: Ing. J. Sixta

kteřá by posuzovala celkový vliv zón v České republice neexistuje - například zda výstavba nových zón nezakonzervuje do ruiny jiné stávající objekty vhodné pro podnikání nebo zda konečná investice měla opravdu dopad na snížení nezaměstnanosti v daném regionu atd.

Nabízí se otázka zda by nebylo "lacinější" nabízet novým investorům existující objekty. Ty jsou často lépe dostupné a nemusí se například řešit jak dopravit zaměstnance do práce. Samozřejmě se zde bude jednat o průmysl, který je vhodný umístit v blízkosti města. Ve městě Most je mnoho zahraničních investic realizováno v původních zástavbách, a to často bez halasných prohlášení.

Nezapomínejme však, že vznikem průmyslové či rozvojové zóny práce nekončí. V návaznosti, či lépe souběžně se vznikem zón, by se ve městě a okolí měli rozvíjet služby a další "maličkosti", které dokáží přilákat nové investory. Ať už je to korektní jednání, uklizené město nebo dostupnost a množství kulturních či sportovních zařízení.

Hodnotit v současné době úspěšnost mosteckých zón je předčasné, ale již dnes můžeme porovnávat s ostatními existujícími zónami. A také, při zjištění, že jsou na tom někde lépe, poučit se z chyb.

J. Siblíková

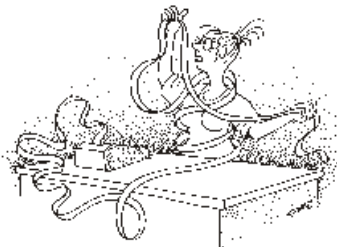


Státní paměť v registrační pokladně

Pořídit či nepořídit registrační pokladnu, to zatím podnikatelé dle slov pana Průši, ředitele firmy zabývající se prodejem a certifikací registračních pokladen, zatím neřeší. A to ač zákon o jejich povinném používání má vstoupit v platnost od 1.1.2007. Důvod je nasnadě, politická garnitura minulé i budoucí dává najevo, že je možné platnost Zákona o registračních pokladnách č. 215/2005 Sb. odložit nebo úplně zrušit. I přesto je téma registračních pokladen aktuální, protože jestli zákon vejde v platnost, je potřeba vědět, co vlastně registrační pokladna je a co od ní mohu očekávat.

Hned na začátku vezte, že není registrační pokladna jako registrační pokladna. Nemluvím o tom, že jedna umí více než druhá, ale že registrační pokladna musí obsahovat **f i s k á l n í p a m ě ť**. Pravděpodobnost, že Vaše pokladna není tou pravou, je např. její zakoupení před 1.9.2005. Ta pravá musí mít rozhodnutí o certifikaci typu pokladny Ministerstva financí, jejich seznam najdete na <http://cde.mcfr.cz>. Dle svých potřeb můžete pořídit pokladnu přenosnou nebo pevnou, připojitelnou k počítači, s dotykovou obrazovkou či čtečkou čárového kódu apod.

Ani po koupi pokladny ještě není vyhráno, neboť Vám certifikovaná firma musí zajistit její naprogramování a zaplombování. Pokoušet se o samostatné naprogramování je možné taky, ale certifikovaná firma Vám zaručí správnost a vše uvede do servisní knížky. Registrační pokladnu je následně nutno přihlásit na příslušný finanční úřad, kde Vám



pověřený úředník přidělí její daňový kód. Dejte si také čas na naučení ovládání pokladny dříve než ji necháte zaplombovat, později byste fi-nančnímu úřadu jen těžko vysvětlovali některé storno operace.

Budete-li zvažovat koupi pokladny dobře si uvědomte, co od ní očekáváte. Pokladna není určitě laciná záležitost, její cena začíná na 10 000,- Kč, ale i malé firmě se určitě vyplatí nešetřit. Jeden příklad za všechny, po nákupu registrační pokladny a příslušenství v jedné restauraci, byla návratnost investice, která se pohybovala řádově v deseti tisících, dva měsíce. Registrační pokladny totiž umožňují i velmi dobrou kontrolu skladových zásob a výdajů.

Vedle možností pokladny je třeba dát si také pozor na používání termopapíru s homologací, neboť jeho výdrž by měla být určitě delší než dva roky. Bylo by nepříjemným překvapením při kontrole finančního úřadu, kdyby kontrolní páska z registrační pokladny daná do účetnictví byla jen čistým pásem papíru.

Co mluví pro koupi registrační pokladny? Pokladna Vám umožní mít lepší přehled o svém podnikání a navíc bude pro zákazníka známkou Vaší serióznosti. Co mluví proti jejímu pořízení? Jedním slovem cena.

J. Siblíková

KRÁSA NAPŘÍČ ČASEM

Perspektivní firma No. 1 Family, kom. spol. byla založena v roce 1998. V jejím čele stojí tým pracovníků s rozsáhlými zkušenostmi. Přestože se prodejní a výrobní prostory nacházejí na nenápadném místě v severočeských Obrnicích u Mostu, jedná se o firmu s rozvinutými zahraničními kontakty.

No. 1 Family, kom. spol. je zaměřena na výrobu a prodej replik starožitného nábytku především z exotického dřeva. Veškeré nábytkové kusy jsou převážně zhotoveny z masivního mahagonového nebo teakového dřeva dle přírodních technologií. Maximální podíl ruční práce zajišťuje jedinečnost každého kusu, který se tak stává originálem.

No.1 Family

No.1 Family, kom. spol.
Mírová 66. 435 21 OBRNICE
Tel/fax: 476 707 054 / mobil: 777 584 628
e-mail: no1family@no1family.cz / web: www.no1family.cz

Věřitelé mají lepší paměť než dlužníci.
BENJAMIN FRANKLIN



Rodinná firma - specifická forma podnikání?

V dnešním čísle jsem oslovila RNDr. Jaroslava Jochmana, místopředsedu OHK Most, aby nám pomohl právě s tématem rodinná firma.

Co to je vůbec rodinná firma?

Každý z nás běžně používá termín rodinná firma, ale málo kdo ví, že se jedná o pojem zavedený v ekonomii pro firmy, které se vyznačují specifickým prolínáním vlastnických a zaměstnaneckých vztahů. Tyto vztahy mohou být základem i pro úspěšný růst firmy, ale také pro její velmi rychlý konec.

Podnikatelský týdeník PROFIT z 3.9.2006 například uvádí, že rodinné firmy ovládají až 80% podnikání ve světě. Jen v USA vzniká každoročně téměř milion nových rodinných firem.

Rodinnému podnikání je ve světě věnována mimořádná pozornost. Rodinné podnikání jako samostatná disciplína managementu se vyučuje i na univerzitách a Evropská asociace rodinných firem sdružuje 8 000 rodin.

Jaká jsou rizika podnikání?

Rizika rodinného podnikání se projevují zejména při převodu firem na další generaci. Podle amerického Centra pro rodinné podnikání přežije do druhé generace méně než 30 % firem a třetí generaci je předávána už jen každá desátá společnost. Rekordmanem ve světě je japonský rodinný klan Kongo, kde se stavitelské umění již předává po čtyřicet generací od stavby prvního chrámu v šestém století našeho letopočtu.

Jak vznikaly rodinné firmy v Čechách?

Firmu zakládal po roce 1990 nejčastěji malý počet společníků (1 až 3). V první generaci byli společníci firmy obvykle ve věku 40 až 50 let a úspěch firmy byl založen na jejich odborných znalostech, obchodních kontaktech a v neposlední řadě na přátelském vztahu ke společníkům. Finanční investice byly minimální, a proto se jednalo obvykle o společnosti s ručením omezeným. Vzájemné vztahy společníků upravovala pouze v obecné rovině společenská smlouva.

Motivací pro majitele firmy byla hlavně možnost realizovat nové nápady a vlastní představy o podnikání bez nadřazených a bez "zbytečných" režijních pracovníků. Zisk firmy byl okamžitě investován do dalšího rozvoje podnikání, odměna majitelům firmy byla minimální.

Rozvoj firem přinášel potřebu neustále zvyšovat počty zaměstnanců a je celkem logické, že do firem byli přijímáni v první řadě noví zaměstnanci z řad příbuzných a známých.

Původní majitelé velmi brzy pochopili,

že je třeba zavést ve firmě organizační řád, rozdělit práva, kompetence a povinnosti bez ohledu na příbuzenské vztahy. Pokud tak neučinili včas, dostala se obvykle firma do situace, která ji následně mohla přivést až ke krachu.

To byly začátky a jak vše pokračovalo dále? U rodinné firmy platí více jak u dalších firem, že její budoucnost je závislá na předání další generaci v rodině.

Po určité době si mohli začít vyplácet společníci firmy část zisku a vytvářet poměrně velký soukromý majetek. V úspěšných firmách však zůstával mnohem větší nerozdělený zisk jako pohledávky vůči zákazníkům, movitý a nemovitý majetek, skladové zásoby, podíly v dceřiných společnostech atd. Původní majitelé si začali uvědomovat, že tento majetek a nerozdělený zisk může být v budoucnu neřešitelným problémem např. při vypořádání podílu společníka a nebo při dědickém řízení. S ohledem na svůj věk a konkrétní situaci v rodině a ve firmě začínají v současnosti mnozí úspěšní podnikatelé uvažovat o budoucnosti firmy. V současné době uvažuje o prodeji podílu ve firmě jen málo podnikatelů. Většina má představu, že předá druhou generaci zavedenou rodinnou firmu, ale málo kdo ví, jak tuto představu úspěšně realizovat. Obecně platí několik základních pravidel ověřených stovkami praxí nejúspěšnějších firem.

Existují nějaká pravidla pro bytí rodinné firmy a pro její předání další generaci? Jak tedy vytvořit úspěšnou rodinu firmu?

Ukazuje se, že mnoho společností s ručením omezeným nemusí být ideálním základem pro vznik rodinné firmy, pokud není rozdělení podílů v následující generaci řešeno včas, nejlépe za života původních zakladatelů firmy. Některým situacím, které mohou nastat, lze předejít přeměnou na akciovou společnost a při této změně, lze umožnit vstup do firmy i klíčovými zaměstnancům firmy, případně novým společníkům, kteří mohou nahradit členy rodiny, kteří mají větší zájem o peníze než o podíl ve firmě. I po těchto změnách může držet rozhodující podíl ve firmě jedna nebo více rodin, které by měly dodržovat následující osvědčená pravidla:

1) Majitelé musí jasně stanovit pravidla rozhodování ve firmě, organizační řád a kompetence všech zaměstnanců. Společníci a akcionáři by měli uplatňovat své postavení ve firmě na valné hromadě. Pokud jsou jednateli společnosti, členy správní nebo dozorčí rady zodpovídají se ze



RNDr. Jaroslav Jochman

foto: L. Šeiner

svého počínání valné hromadě, která je může kdykoliv odvolat.

- 2) Zaměstnanci mají stejná práva a povinnosti bez ohledu na majetkový podíl ve firmě.
- 3) Cílem rodinného podnikání není okamžitý profit, ale dlouhodobý rozvoj podniku. Plánování je založeno dlouhodobě a strategicky a zohledňuje zájmy všech majitelů.
- 4) Rozhodující část zisku je investována zpět do firmy. Majitelé musí být připraveni financovat nouzové období firmy z vlastních zdrojů.
- 5) V rodinné firmě musí být přísně odděleny rodinné a firemní finance.
- 6) Členové rodiny mohou zastávat jen ty funkce, na které mají odborné a osobní předpoklady.
- 7) Příbuzní majitelů by měli před nástupem do firmy získat odbornou praxi u cizích firem.
- 8) Průběžně by měl být vytvářen etický kodex firmy, který bude závazkem pro majitele, management a garanci pro zaměstnance.
- 9) Členové rodiny působí ve správních a dozorčích radách firmy. Ve firmách, které patří velkým rodinám vzniká rodinná rada, která má jiné složení než správní a dozorčí rada.
- 10) Rodinné podnikání by mělo rodinu stmelovat a nikoliv rozdělovat. Je třeba vytvořit vyvážený model pro odměňování managementu a společnosti firmy, tak aby odměny managementu odpovídaly zhodnocování majetkových podílů a výplatě dividend.

Děkuji za rozhovor.

Podnik, který nepřináší nic jiného než peníze, je ubohý podnik.

HENRY FORD



Kvalita = parametr hodnocení výkonnosti OHK Most

Motto : "Informace má svou hodnotu pouze v místě a čase, v němž je potřebná".

V nultém čísle periodika TEMA jsme Vás seznámili se vznikem a posláním společnosti KOMORA s.r.o. V dalších číslech bychom Vám rádi na tomto místě přinášeli pravidelné aktuální informace, názory, ohlasy a podněty z oblasti řízení OHK Most a její dceřiné společnosti.

Snahou OHK Most je neustálé zkvalitňování poskytovaných služeb vč. informačního servisu poskytovaného členskými firmám. Předchozí období bylo zaměřeno zejména na vybudování stabilního a výkonného úřadu, který ve specifických odborných oblastech působí jako zprostředkovatel mezi potřebami členské základny a odborné části zajišťované externími informačními a dodavatelskými subjekty. A právě tato úplná a neovlivnitelná závislost na externích zdrojích často znevažuje dobře odvedenou práci zaměstnanců našeho úřadu a může vyvolat dojem nečinnosti, liknavosti a nezájmu o potřeby členů OHK Most. Avšak opak je pravdou. Díky nečinnosti a prodávám externích subjektů dochází k situacím, kdy se úřednice ocitají mezi dvěma ohni stupňovanou intenzitou opakovaných dotazů ze strany našich členů a díky svým neustálým urgencím i ze strany externích informačních a odborných zdrojů.

Pro částečnou eliminaci těchto nešvarů, pro zajištění poskytnutí informací v reálném čase a pro zkvalitnění práce úřadu OHK Most bylo, jako jeden z hlavních systémových cílů na rok 2006, uloženo sestavení poradního orgánu OHK Most - tzv. skupiny "Technických expertů". Tato skupina má za úkol sdružit odborně zdatné zástupce členských firem v jednotlivých níže specifikovaných oblastech, kteří se cítí dostatečně odborně fundovaní a ochotní pomoci radou při řešení odborných problémů v působnosti OHK Most a dceřiné společnosti KOMORA s.r.o. Pro vymezení

zájmových činností jsme použili zjednodušenou klasifikaci podle statistické nomenklatury hospodářských činností (NACE Rev. 1) 1994, zveřejněné Komisí Evropských společenství (Official Journal L083 1993):

- | NACE | Název |
|------|---|
| 1 | Zemědělství, myslivost, lesní hospodářství, rybářství |
| 2 | Dobývání nerostných surovin |
| 3 | Potravinářský a tabákový průmysl |
| 4 | Textilní a oděvní průmysl |
| 5 | Kožedělný průmysl |
| 6 | Dřevozpracující průmysl |
| 7 | Papírenský průmysl |
| 8 | Vydavatelské činnosti |
| 9 | Polygrafický průmysl a rozmnožování nahaných nosičů |
| 10 | Koksování a rafinérské zpracování ropy |
| 11 | Výroba jaderných paliv, radioaktivních prvků a sloučenin |
| 12 | Chemický průmysl |
| 13 | Farmaceutický průmysl |
| 14 | Gumárenský a plastikařský průmysl |
| 15 | Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků |
| 16 | Výroba cementu, vápna a sádry a výroba výrobků z betonu, sádry nebo cementu |
| 17 | Výroba kovů a kovodělných výrobků |
| 18 | Výroba strojů a zařízení |
| 19 | Výroba elektrických a optických přístrojů |
| 20 | Stavba lodí |
| 21 | Výroba letadel a kosmických lodí |
| 22 | Výroba ostatních dopravních prostředků |
| 23 | Ostatní zpracovatelský průmysl |
| 24 | Zpracování druhotných surovin |
| 25 | Výroba a rozvod elektřiny |
| 26 | Výroba plynu a distribuce plyných paliv |
| 27 | Úprava a rozvod vody, výroba a rozvod páry a teplé vody, výroba chladu |
| 28 | Stavebnictví |
| 29 | Velkoobchod a maloobchod, |



Ing. J. Mann

foto: L. Šeiner

- opravy motorových vozidel a spotřebního zboží
- 30 Pohostinství a ubytování
- 31 Doprava, skladování, pošty a telekomunikace
- 32 Peněžnictví a pojišťovnictví, činnosti v oblasti nemovitostí, pronájem
- 33 Informační technologie
- 34 Inženýrské služby
- 35 Ostatní služby
- 36 Veřejná správa
- 37 Školství
- 38 Zdravotnictví, veterinární a sociální činnosti
- 39 Ostatní veřejné, sociální a osobní služby

Mnozí z Vás již naši iniciativu prostřednictvím e-mailových zpráv zaznamenali a mnozí se do skupiny technických expertů přihlásili, těm samozřejmě patří naše poděkování. I přes tuto skutečnost se nám však dosud nepodařilo naplnit předpokládaný záměr v rozsahu, který je cílový k 31.12.2006, takže považujte naši výzvu za stále aktuální a své přihlášky zasílejte na info@komoracert.cz. Činnost shora uvedené skupiny nebude časově náročná a v případě spolupráce s KOMORA s.r.o. bude finančně ohodnocena.

J. Mann



Kvalita = měřitelná hodnota

Na tomto místě přinášíme aktuální informace, názory, ohlasy a podněty z oblasti kvality, standardizace a systémů řízení.

Motto : "Co zlepšit kvalitu na kterémkoli místě ve firmě, zlepšit současně kvalitu v celé organizaci".

Kvalita byla v minulosti řadou výrobců a poskytovatelů služeb využívána jako konkurenční výhoda v úsilí o získání zákazníků na svou stranu. V podmínkách současné ostré konkurence však rychle stoupají náklady spojené se získáním zákazníků nových. O to důležitější je loajalita stávajících zákazníků a orientace na neustálé zajišťování jejich spokojenosti. Co však bylo mimořádné před několika lety, stává se nyní naprosto běžné. V současnosti na kvalitu výrobků a služeb pohlíží zákazníci jako na samozřejmost. Naopak, kdo není schopen garantovat standardní úroveň kvality svých produktů, má minimální naději na úspěch.

Firmy, které se díky historicky včasnému zavedení dokumentovaného systému řízení ocitly ve velmi privilegovaném postavení a byly ukořeleny touto pozicí, jsou s postupem času vystaveny tržnímu tlaku, na nějž nejsou často schopny reagovat. Dříve společnosti přistupovaly ke kvalitě především s důrazem na technickou stránku, dnes sice toto zaměření neopouští, ale kvalitu vnímáme mnohem komplexněji, zejména jako základní strategii k zajištění konkurenceschopnosti, přičemž budujeme svou představu kvality tak, aby propojovala všechny důležité firemní procesy a aby zdůrazňovala nárůst hodnoty pro zákazníka. Společnosti, kterým jde o kvalitu už nemohou zaměřovat své programy kvality primárně na snižování zmetků nebo odstraňování opakovaných chyb. Pouhá snaha o snižování zmetkovitosti je v oblasti požadavků na kvalitu začátečnická úroveň, opakované chyby svědčí o chybě systému.

Ze statistických údajů vyplývá, že řada firem investuje až 30 % z celkového obrátu na nápravu chyb, řešení konfliktů, vyřizování stížností a neefektivní hospodaření. Proto je třeba hledat příčiny a řešit nedostatky tak, aby se jejich vliv minimalizoval, tzn. aby docházelo k co nejmenším ztrátám. Budoucnost a další perspektivy firem do značné míry závisí nejen na kvalitě poskytovaných služeb a výrobků, ale také na kvalitě lidského potenciálu, na jeho odborné i osobní způsobilosti plnit požadované úkoly a na schopnosti vedení a majitelů firem uvědomit si realitu současného trhu.

Kvalita výrobků a služeb se primárně promítá do celkové ekonomiky každé firmy. Na jedné straně přispívá ke zvýšení odbytu a tím i tržeb, na druhé straně nedostatečná kvalita vede k reklamacím, které mohou mít za následek snížení prodeje a v krajním případě i krach celého podnikání se všemi nepříjemnými důsledky vyplývajícími pro všechny zainteresované. Navíc veškeré nedostatky vyvolávají vícenásledky na přepracování, opravy, případně likvidaci vadných produktů a podobně. Nelze nezpomenout i tu skutečnost, že i stát dohlíží na dodržování kvality a v případě, že výrobek způsobí škodu (ať na majetku či zdraví) je výrobce sankcionován nebo trestně stíhán. Pro řadu produktů jsou stanoveny legislativní i normativní požadavky, které musí být plněny, má-li být vůbec výrobek či služba připuštěna na trh.

Je skutečností, že se v posledním období zvýšil význam jakosti - jiným slovem kvality, na první příčku požadavků podnikatelského prostředí. Pokud mají podniky v ostrém konkurenčním prostředí obstát, měly by problematice managementu jakosti věnovat zásadní pozornost. Řada podnikatelů si tuto skutečnost uvědomuje a stále častěji se zabývá otázkami zavádění, udržování a certifikace systému managementu jakosti - v posledních letech neustále vzrůstá počet certifikátů, které potvrzují plnění mezinárodních standardů zejména podle norem ISO řady 9000 a 14000, směrnice OHSAS řady 18000 a normy SA řady 8000. Vyjádřeno čísly, to představuje celkový meziroční nárůst větší než 60 %, přičemž v souladu s požadavky normy ISO řady 9001 bylo v Česku certifikováno více než 12 tisíc podnikatelských subjektů, při stabilním meziročním nárůstu přes 25 %. V odborné literatuře se uvádí, že prostředky, které organizace vynakládají na získání certifikátu představují cca 15 % z celkových nákladů na zajištění kvality, přičemž náklady vztahující se ke kvalitě činí často 30 až 40 % z celkových nákladů na realizaci výrobku nebo poskytování služby.

Jednu z komplikací v oblasti prokazování shody s požadavky mezinárodních standardů představuje pro firmy i jejich zákaznicky existence velkého množství různých certifikátů, v nichž se přestávají orientovat. Evropská komise chce proto v budoucnu sjednotit všechny certifikáty pod jedinou značku zvanou Key-mark. To je však hudba budoucnosti, na niž budeme ještě mnoho let netrpělivě

čekat.

I v Česku však lze nalézt mnoho alternativních českých značek, které potvrzují kvalitu, shodu, bezpečnost nebo ekologickou nezávadnost, a to často při současné certifikaci podle shora uvedených mezinárodních standardů. Podle Českého normalizačního institutu je v současné době v naší republice i téměř 28 tisíc platných norem, z nichž většina se navíc poměrně dynamicky vyvíjí.

Očekávání zákazníků a jejich požadavky se rychle mění a stále méně z nich je ochotno akceptovat něco jiného než prvotřídní výrobek a službu. Kupující chtějí, aby výrobek byl bezvadný, cenově přístupný a aby vyhovoval jejich potřebě, přičemž vycházejí z nezpochybnitelného faktu, že "Kvalitu určuje výhradně zákazník". Je zřejmé, že kupující vnímají kvalitu jako hodnotu a přistupují ke kvalitě jako k základní otázce nákupu, přičemž hodnotí nejen celek, ale i doplňkové vlastnosti vč. údržby a dostupnosti servisu. Tomuto přístupu říkáme "vnímaná kvalita". Průzkumy totiž naznačují, že spotřebitelé se většinou rozhodují na základě principu "value for money", tedy s otázkou, jakou za své peníze dostanu hodnotu, přičemž hodnota pro ně představuje jednak souhrn všech základních vlastností výrobku, ale také dalších charakteristik podle jejich preferencí. Pokud si má zákazník vybrat mezi konkurenčními výrobky, které nabízejí srovnatelné užitné vlastnosti, a některý z nich je třeba schopen doložit svou ekologickou nezávadnost, resp. prospěšnost, sáhne pravděpodobně po produktu s touto přidanou hodnotou.

Zákazník při nákupu a následném užívání produktů, a je lhostejno zda se jedná o klasický výrobek nebo službu, hodnotí kvalitu výhradně podle své definice a očekávání, a právě zde vzniká nebo zaniká loajalita k firmě nebo jejím produktům.

Způsob, jakým ta či ona firma rozhoduje o přístupu k zákazníkovi, jak zákazníka začlení do svých priorit, vychází samozřejmě z konkrétních podmínek na trhu, z tvorby cen, zralosti výrobku a služby. Dnešní úspěšné tržní pojetí kvality však vždy vyžaduje zaměřit strategii řízení kvality na spokojenost zákazníků a na cíle sledující průběžné zvyšování hodnoty kvality. Jedině takovýto způsob přístupu k řízení je možno považovat za racionální a vytvářející předpoklad dlouhodobé stability, adaptability, konkurenceschopnosti a prosperity v tržním prostředí.

J. Mann



Představujeme ...

Osvědčení o členství

Základním článkem hospodářských komor jsou její členové, tuto skutečnost si uvědomuje i OHK Most. Pro své členy vydává dokument "Osvědčení o členství". Získání tohoto dokumentu je podmíněno minimálně jednoročním členstvím v OHK Most. Dokument je označen ochrannými prvky, které znemožňují jeho padělání. Je již na každém podnikateli jak s daným dokumentem naloží. Zda se jim pochlubí jen svým obchodním partnerům nebo jej představí i široké veřejnosti.



Stalo se a stane se

- o 6.6. - kulatý stůl organizátor KOMORA, s. r. o., OHK Most, ÚP Most, zástupci vysokých a středních škol a podnikatelé
- o 8.6. - slavnostní předání Dobrého listu komory SOŠ, organizátor OHK Most
- o 13.6. - otevřený kulatý stůl jednatelů obchodních sekcí s ÚP Most a Asistenčním centrem
- o 15. 6. - jednání se zástupci OHK Most v komisích Rad města Mostu, Litvínova, Meziboří a Lomu a OS stavební
- o 28.6. - slavnostní předání Dobrého listu komory SOU, organizátor OHK Most
- o 6.9. - mezinárodní workshop "Dodavatelský průmysl zpracování kovů a umělých hmot", organizátoři OHK Most, SWS a RHK Poohří, ve spolupráci kontaktního centra RHK Sokolov a IHK SWS Annaberg a Plauen z SRN, v Mostě (hotel Cascade)
- o 13.9.-15.9. - mezinárodní konference "Hnědé uhlí a energetika", organizátoři VÚHU Most, a.s. ve spolupráci s OHK Most, v Mostě (kulturní dům REPRE a hotel Cascade)
- o 18.9. - mezinárodní workshop "Sasko české návštěvy", organizátoři SWS a OHK Most, ve spolupráci s OHK Most kontaktní setkání českých a německých firem v oboru cestovního ruchu, v Deutschnedorf (SRN)
- o 20.9. - tisková konference "Tisková konference na téma podpora místních výrobků a služeb UZEL" organizátor OHK Most ve spolupráci s Magistrátem města Most, městem Litvínov a Okresní agrární komorou Most a Teplice, v Mostě
- o 3.10. - diskusní setkání "Diskusní kulatý stůl s diváky" organizátor OHK Most ve spolupráci s Policií České republiky, okresní ředitelství Most, v Mostě
- o 11.10.-12.10. - konference "Mostecké dny cestovního ruchu" organizátor Centrum rozvoje turismu Mostecká ve spolupráci s OHK Most, v Mostě (kulturní dům REPRE)
- o 7.11. - mezinárodní workshop "Kontaktní

setkání českých a německých firem v oboru stavebnictví" organizátor OHK Most a SWS, v Teplicích

- o 14.11. - konference "Kontaktní setkání českých a německých firem v oboru chemie" organizátor OHK Most a IHK Halle (SRN), v Mostě
- o 19.10. - seminář "Povinnosti podnikatelů v oblasti požární ochrany" organizátor OHK Most ve spolupráci s Policií ČR (územní odbor Most), v Mostě

Zasedání sekcí září a říjen

- o 5. 9. 2006 - OS chemie 10:00 hodin na OHK Most
- o 6. 9. 2006 - OS polygrafická 9:30 na OHK Most
- o 6. 9. 2006 - OS strojírenství diskuze členů sekce při Workshopu Dodavatelský průmysl zpracování kovů a plastů v hotelu Cascade
- o 12. 9. 2006 - OS TNF 14:00 hod. na OHK Most
- o 13. 9. 2006 - OS ITC 11:00 hod. - Benedikt - restaurace
- o 19. 9. 2006 - OS elektro 13:00 hod. na OHK Most
- o 19. 9. 2006 - SP Litvínova 16:00 hod. v BCL
- o 20. 9. 2006 - porada jednatelů
- o 25. 9. 2006 - OS PSV a CO odborný seminář na OHK Most od 9:00 hodin (včetně rautu)
- o 4. 10. 2006 - OS cestovního ruchu 13:00 hodin na OHK Most
- o 5. 10. 2006 - OS chemie od 10:00 hodin na OHK v Mostě
- o 10. 10. 2006 - OS životního prostředí od 12:00 hodin
- o 11. 10. 2006 - OS VZ od 10:00 hodin na Ohk v Mostě
- o 12. 10. 2006 - OS dopravní přesný termín a místo konání prozatím nebylo potvrzeno
- o 18. 10. 2006 - OS FPSŘ (ISO) od 10:00 hodin, restaurace Benedikt
- o 18. 10. 2006 - porada jednatelů od 13:00 hodin na OHK v Mostě
- o 31. 10. 2006 - OS TNF od 13:00 hodin na učilišti v Hamru veřejné výroční jednání s exkurzí školy



ČESKÁ POJIŠŤOVNA

Pro Vaši firmu nabízíme :

Kompletní finanční poradenství v oblasti pojišťovnictví :

- ČP zaměstnanecký program (kladen důraz na úsporu na daních, sociálním a zdravotním pojištění)
- podnikatelské pojištění
- pojištění vozidel
- cestovní pojištění
- pojištění majetku
- podílové fondy
- penzijní připojištění

Finanční poradenství pro menší a střední firmy :

- zpracování podkladů pro státní dotace k získání ISO
- pomoc při získání úvěru na podnikání
- příprava podkladů pro žádosti na dotace od státu a EU pro začínající podnikatele

V případě potřeby volejte - kontaktní osoba:

p. Miroslav Trnka tel: 602 247 198, pí. Miroslava Benková tel: 776 225 520

*Čím vyšší úřad, tím vyšší odpovědnost za porušení práva.
LATINSKÉ PŘÍSLOVÍ*



Vizitkář - odpověď na konkurenční boj

Projekt s názvem Vizitkář, který běží od srpna, je dokladem, že mnohé firmy na Mostecku se nebojí přímé konkurence. Jednoduchý projekt se začal uskutečňovat v květnu tohoto roku, kdy byly přes Centrum rozvoje turismu Mostecka osločovány firmy nabízející služby spojené s oblastí cestovního ruchu, tj. hotely, restaurace, muzea,

sportovní kluby, taxislužby, bazény apod.

Výsledkem je tabule s cca 30 kapsičkami naplněnými vizitkami, která se nazývá Vizitkář. Vedle sebe tak najdete vizitky firem nebojících se konkurence a věřících, že kvalita služeb hovoří za ně. Dojde-li poslední vizitka, je v kapsičce umístěna jedna vizitka nastálo, aby v čase než se kapsička opětovně naplní vizitkami, bylo možné si potřebné informace alespoň opsat na přiložené papírky.

Samotné vizitky si platí daná firma. Vizitkář s kapsičkami je hrazen v rámci projektu, jehož hlavními partnery je město Most, Okresní hospodářská komora

Most, Společný regionální operační program (SROP) a Evropská unie. Vizitkář najdete u firem zapojených v projektu a v Centru rozvoje turismu Mostecka. I přes jeho krátkou existenci se kapsičky pilně vyprazdňují, a i když je na hodnocení přínosu příliš brzo, svou úlohu bezesporu již plní.

Projekt Vizitkář má své i druhé kolo, kdy v následujícím roce budou firmy zúčastněné v projektu automaticky zařazeny na propagační materiály a mapy Mostecka. Vždyť cílem Vizitkáře je napomoci turistům na Mostecku v lepší orientaci mezi službami a turistickými možnostmi.

J. Siblíková



OD KVALITNÍCH SUROVIN PO DOKONALÉ VÝROBKY

BENTONITY
KERAMICKÉ JÍLY
PLAVENÝ KAOLIN
ZNĚLEC
STELIVA



KERAMOST
akciová společnost

VYCHÁZÍME Z TRADICE - PRACUJEME PRO BUDOUCNOST

www.keramost.cz



Bolavé nohy a co s nimi

Bolesti, pocity tíhy a napětí, někdy i otoky na dolních končetinách, to jsou všechno obtíže spojené s bolavými nohami. A když se k tomu ještě přidají noční křeče je celkem jasné, že Vás tento problém začne pomalu, ale jistě "užírat".

Nejčastější příčinou bolestí nohou jsou křečové žíly. Naštěstí známe dnes rizikové faktory pro vznik a vývoj křečových žil. Jsou to zaprvé dědičné dispozice, když mají oba rodiče křečové žíly, je 90% jistota, že potomek na tom bude stejně. Za druhé je to věk, neboť s přibývajícím věkem se zvyšuje výskyt. Dále pohlaví - u žen je výskyt křečových žil daleko častěji, a to zvláště po porodu.

Nadváha a obezita jsou také významným rizikovým faktorem. A samozřejmě dlouhé stání, či sezení a nedostatek pohybu. Většinou všem těmto rizikovým faktorům pomáháte tím, jak se chováte při práci ke svým



dolním končetinám.

Co tedy můžete sami pro sebe udělat? Každý den se věnovat nějaké pohybové aktivitě, velmi prospěšná je i obyčejná chůze. Zkuste si provádět jednoduché cviky - například psát

nohama písmenka ve vzduchu. Vyvarujte se dlouhodobého sezení a klidně umístěte nohy do zvýšené polohy. Pokud Vám to samozřejmě dovoluje Vaše pracovní náplň. Nesedíte ale hlavně s překříženými nohami. Snižte výšku podpatku, vysoký podpatek omezuje činnost lýtkových svalů. Omezte příliš dlouhé teplé koupele a na závěr koupele se snažte sprchovat nohy studenou vodou. Udržujte si svoji optimální váhu a zdravě se stravujte. Dobrymi potravinovými doplňky jsou vitamin C a kyselina listová.

Jediné co nezměníte je genetická informace, kterou jste dostali. Svoje rodiče nevyměníte a tak jim jen můžete poděkovat a sami se snažit předejít vzniku křečových žil a možných komplikací.

MUDr. Milan Mašek
jednatel a ředitel Kliniky CLT

Laso do češtiny

Dneska si zahrajeme na slovní Mičuriny a zkusíme skloubit dvě slova do jednoho. ZAMĚSTNANEC a ZAMĚSTNAVATEL. Na první pohled jsou to slova dosti podobná, mají stejný kořen ZAMĚSTNA, a liší se jen ve svých koncovkách jednou -NEC a podruhé -VATEL. Jejich zkřížení nebude těžké, stačí Mičurinské, či spíše obrozenecké Jungmannovské -abraka dabraka a je tu ZAMĚSTNAVANEC.

Nový druh je zde! Tedy je to opravdu nový druh? Přiznejme si, že není. Vždyť už delší čas tento druh žije s námi a s velkou pravděpodobností jste jím i vy. Být zaměstnavatelem i zaměstnancem bývá častý jev. Snad nejvíce v malé firmě, která je tvořena jen jedním jediným člověkem.

Zaměstnavanec je pak sám sobě

šéfem i zaměstnancem. Ráno ho budí ŠÉF a říká: Zaměstnanče, je čas vstávat! Přijdeš pozdě do práce! Šéf tě vyhodí!

Takový "malý" podnikatel, který zaměstnává jen sám sebe, přijde do podniku a je z něho na chvíli šéf a za chvíli jen zaměstnanec. Rozdělí a přidělí si práci na celý den. A pracuje a pracuje pro šéfa. Někdy si musí během dne odběhnout na úřad, do banky nebo k jinému podnikateli, a to se z něho zase stává šéf.

Schizofrenie? Doufejme, že ne. Ale když musí šéf vyjádřit nespokojenost se svým zaměstnancem, může to proběhnout jen tak, že tiše tluče svou šéfovskou hlavou o zeď. Chudák zaměstnavanec.

J. Siblíková



Do dalšího čísla: Vzdělávání, rekvalifikace, Dobrý list komory

Pro spoustu lidí bývá nejtěžší vyjít se šéfem a s výplatou, kterou jim dává.
ZDEŇKA ORTOVÁ



Pomůcka podnikatelům a občanům

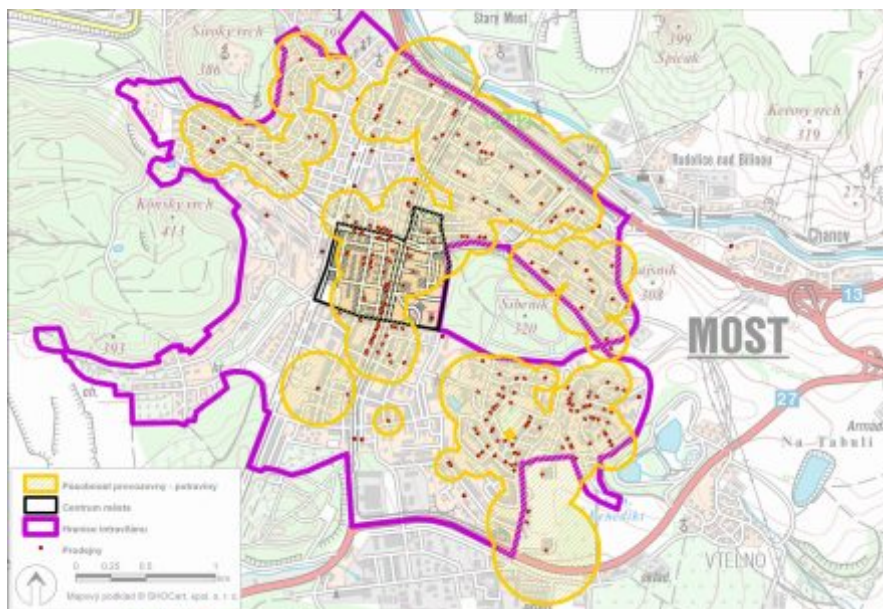
Obchodní atlas je pomůcka zaměřená ke zlepšení podnikatelského prostředí a služeb občanům. Pilotní projekt vznikl ze společné iniciativy města Mostu a Okresní hospodářské komory Most. Záměrem bylo získání dat a informací o obchodních službách, jejich dostupnosti, posouzení jejich dalšího rozvoje a možností využití příležitostí pro poskytovatele služeb. Pro zpracování obchodního atlasu byl získán vzor - Handelsatlas 2003 od Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau, která je dlouhodobým partnerem OHK Most. Z německého obchodního atlasu, který zpracovala firma GMA, byla odvozena zjednodušená metodika, přizpůsobená ke splnění úkolu v aktuálním prostředí a podmínkách Mostecka.

Cílovými skupinami, které by měly obchodního atlasu aktivně využívat, jsou především:

- Magistrát Statutárního města Most při rozhodovacích procesech a územním plánování,
- Okresní hospodářská komora Most při ochraně zájmů místních podnikatelů a nabízení podnikatelských příležitostí,
- Dále pak vlastníci obchodů a služeb, kteří v místním prostředí působí a musí se mu přizpůsobovat a potenciální investoři, kteří se rozhodují ve městě nebo v jeho okolí podnikat. Informací mohou využít projektanti, územní plánovači a další profese.

Obchodní atlas ukazuje, že při porovnání počtu provozoven s charakteristickým sortimentem (drogerie - kosmetika, elektro foto - počítače (mobily), květiny, lékárna - zdrav. potřeby - oční optik, potraviny, tabák trafiká a železářství - potřeby pro kutily) došlo mezi rokem 2001 a 2006 k alarmujícímu snižování počtu provozoven v souvislosti se vznikem supermarketů a hypermarketů. Během 5 let je to neuvěřitelných 136 zaniklých provozoven.

Ukázka listu atlasu pro prodejny s převažujícím sortimentem POTRAVINY. Z mapy vyplývá, že obchody s potravinami pokrývají území města svojí nabídkou nerovnoměrně (v závislosti na velikosti své prodejní plochy). Dokonce se najde řada "bílých míst", kde relativně dostupná nabídka prodeje potravin je velmi malá (rezervy jsou i na území centra města). Naopak je patrné, že někde mimo zastavěné území města je nabídka prodejny potravin nevyužitá.



Podnikatelé potřebujete mladé pracovníky středoškoláky?

Využijte prověřené absolventy škol, účastníky projektu Kariera

Název projektu	KARIÉRA – podpora rozvoje kariéry u osob do 25 let
Realizátor	Asista s.r.o. Most, Josefa Ressla 1793
Partneři	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Úřad práce v Chomutově a Mostě ▪ Okresní hospodářská komora v Mostě ▪ Okresní hospodářská komora v Chomutově
Zaměření projektu	▪ vytvoření individuálního kariérního plánu každého účastníka projektu, nalezení optimální podoby odborné praxe a následného zaměstnání
Cílové skupiny	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 96 osob ○ uchazeči o zaměstnání do 25 let se středoškolským vzděláním, nebo vyučením v oboru, nezaměstnaní déle než 6 měsíců
Výstupy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vytvoření poradensko diagnostických modulů obsahujících poradenství, odbornou praxi s následným zařazením na pracovní místo ▪ finanční podpoření 72 pracovních míst (dotace ke mzdě)
Místo realizace projektu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ okres Most ▪ okres Chomutov
Doba realizace projektu	▪ 1.9.2005 – 31.8.2007
Další informace a kontakt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ www.asista.cz/kariera.htm ▪ 736 630 978 , email: bretsnajdrova@wm.cz

Neplatit účty, je jediný způsob, jak se uchovat v paměti obchodních kruhů.

OSCAR WILDE

VŠE O KOMUNIKACI

Internet

připojení k internetu realizujeme od roku 1995. Vybuďovali jsme CIS (Centrální informační síť) - síť typu MAN. Z větší části je realizována po optických kabelech. Reálná přístupová rychlost k internetu je **více jak 30 Mbps**.

Telefon

mezi základní služby CISu patří klasická hlasová služba. V rámci CISu **hovory zdarma**.

IP Telefon

moderní nástupce klasické hlasové služby s možností přenášení obrazu i hlasu. Síla této služby je především v **úsporách** za hlasovou komunikaci.

Digitální TV

mezi nové služby sítě CIS patří příjem a distribuce digitálního vysílání TV. Digitální vysílání nabízí mnohem **více možností a služeb** např. video na vyžádání.

Kamerové systémy

v dnešní době můžete pomocí kamerových systémů **ochránit svůj majetek**, sledovat společné prostory, parkoviště....

Rekvalifikační kurzy

dnešní technika se vyvíjí dynamickým tempem, proto připravujeme neustále nová školení a rekvalifikační kurzy, kde se snažíme lidem přiblížit informační technologie.

Počítačový kurz - ZDARMA

je složen ze tří dvouhodinových kurzů. Cílem je seznámit klienty se základní obsluhou počítače a ukázat možnosti práce na internetu - **celý kurz je zdarma!**

<http://www.softex.cz/pckurzy>

Pro více informací volejte:

478 620 000

nebo navštivte:

www.softex.cz, www.cisnet.cz

Multifunkční komunikační systémy a řešení



OHK Most



Statutární město Most



Město Litvínov



OAK Most

V Ý Z V A

Vážení obyvatelé Mostecka a Litvínovska,

vysoká nezaměstnanost, která provází transformační procesy zejména v našem regionu je společensky velmi negativním jevem, který generuje řadu problémů v občanském, politickém i podnikatelském životě. Jednou z cest k dílčímu řešení tohoto problému je snaha a ochota přirozeným způsobem podporovanou místní spotřebou vytvářet a udržovat pracovní místa v oboru místních výrobků a služeb zejména v sektoru malého a středního podnikání.

OHK v Mostě a OAK v Mostě s účastí měst Mostu a Litvínova vyhláší projekt podpory vědomé spotřeby místních výrobků a služeb, který byl symbolicky nazván



„ U Z E L “,

neboli pevně svázaná vůle podnikatelského, politického a občanského prostředí k vzájemné pomoci a podpoře.

Tento projekt vychází z vizí a předpokladů, že občané a instituce, ale i podnikatelé navzájem budou spotřebovávat a využívat místní produkty a služby jako přirozený nástroj pro dílčí řešení problému zaměstnanosti a ekonomického rozvoje v našem regionu.

Spotřebitelé - sledujte a vnímejte původ výrobků a služeb, které spotřebováváte. Místní produkty hodnotte a vyžadujte je.

Podnikatelé a živnostníci – vytvářejte rozvojem svých firem a živností předpoklady pro úspěšnost vašich produktů a služeb na regionálním trhu.

Představitelé samosprávných orgánů – buďte hrdí na regionální potenciál výrobků a služeb. Spoluvytvářejte podmínky pro všestranný rozvoj místního podnikání a obchodu.

V Š I C H N I

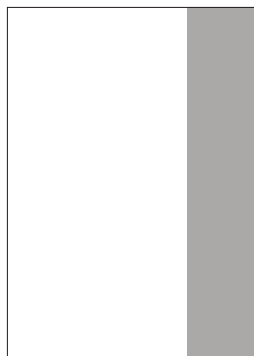
sledujte aktivity projektu „UZEL“, a buďte nápomocni dobré věci ku prospěchu všech, kteří v našem regionu žijí a pracují.

Ing. Rudolf Jung, v.r.
předseda OHK Most

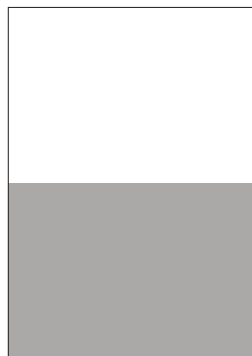
Ing. Vladimír Bártl, v.r.
primátor st. města Mostu

PaedDr. Karel Zdražil, v.r.
starosta města Litvínova

Ludmila Holadová, v.r.
předsedkyně OAK Most-Teplice



1/3 A4 70x297 mm
4.500,-



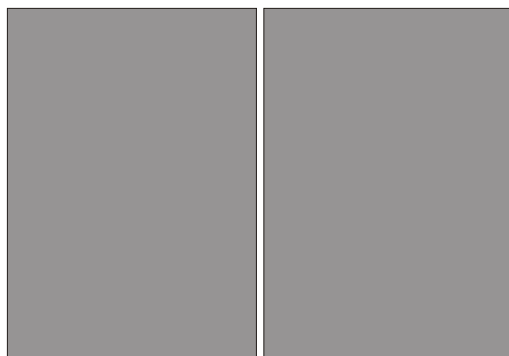
1/2 A4 210x148 mm
6.500,-



1/4 A4 105x148 mm
3.000,-



1/1 A4 210x297 mm
12.500,-



2/1 A4 420x297 mm
25.000,-



Vnitřní obálka 210x297 mm
20.000,-



Zadní obálka 210x297 mm
24.000,-

Vkládaná inzerce - max. dvoulist 2 Kč/A4 x náklad