

EKONOM



TÝDENÍK HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN

číslo 43

**UTOPIME SE
V BENZÍNU?**

**JAK PRIVATIZUJE
S. P. BENZINA**



editorial

Reforma a akcionáři



Cesta k trhu se ukazuje být složitější než se původně zdálo. V ČSFR i ostatních transformujících se ekonomikách klesá produkce a roste nezaměstnanost — reforma, komplikovaná vnějšími šoky, si vybírá svou daň. Ozývají se hlasy žádající zpomalení transformace, hlasy jež hlavní problém ekonomiky spatřují v odstranění »uměle vyvolaných« odbytových problémů, se kterým spojují iluze bezbolestného přechodu k trhu.

Hlavním problémem transformujících se ekonomik nejsou odbytové potíže, ale krize nabídkové

strany hospodářství. Je jí postižena značná část státního průmyslu, zmítající se mezi plánovanou ekonomikou bez plánu a tržní ekonomikou bez soukromého vlastnictví. Manažeři ani ostatní zaměstnanci státních podniků nemají velký zájem o zvyšování hodnoty »svých« podniků cestou rozumných investic, růstu produktivity či racionalizace zaměstnanosti. Dominuje naopak zájem opačný — získat z kapitálové podstaty podniků co nejvíce pro sebe sama. Nejistá budoucnost státních firem nepřeje dlouhodobým investicím ani krátkodobé adaptaci jejich pracovní síly.

Co tyto podniky potřebují především, jsou vlastníci se zájmem o jejich kapitálový rozvoj a dlouhodobou výnosnost. Bez rychlé transformace vlastnictví nelze dosáhnout zdravého oživení ekonomiky. Zpomalení reformy znamená kolísání mezi »spontánní« privatizací podniků na straně jedné a posilováním státní intervence na straně druhé.

Kupónová metoda, představující jedinou možnost masové privatizace hospodářství, by neměla být chápána jen jako příležitost k individuálnímu zbohatnutí. Tím méně pak jako příležitost ke zbohatnutí rychlému. Je jedinou cestou jak v krátké době radikálně omezit účast státu v ekonomice, zvýšit její efektivnost i snížit vliv nátlakových skupin při rozdělování společenských zdrojů. Již minulé měsíce ukázaly, že stát jako vlastník a zaměstnavatel nedokáže dlouho čelit mzdovým tlakům, zavírat ztrátové podniky či bojovat s přezaměstnaností. Řada budoucích rozhodnutí se stane v tomto směru ještě daleko obtížnějšími. Bude vyžadovat nejen skutečné, ale i osobně angažované vlastníky.

Úloha ekonomického tisku při privatizaci je nezastupitelná. EKONOM si je plně vědom poptávky po objektivních podnikových informacích ze strany potenciálních akcionářů a hodlá jim v nejbližších měsících věnovat rozsáhlý prostor; uvědomuje si i význam širokého spektra informací o řízení a kontrole podniků v tržní ekonomice. Usnadňováním orientace v čs. firemním světě, pravidelným seznamováním s profily významných i menších podniků a s jejich představiteli se bude snažit přispět k hladkému průběhu velké privatizace. Zveřejňováním příspěvků domácích i zahraničních odborníků z oblasti firemního managementu a financí, práva, účetnictví apod. se bude snažit urychlit rozšiřování podnikatelských znalostí do širokých vrstev našich budoucích akcionářů.

Jan Urban
JAN URBAN

každý
může
být
nejlepší ...TM

Apple Macintosh

v redakčních
a
reprografických systémech



VaMaC, spol. s r. o.
Rašínovo nábř. 24/65
128 00 Praha 2
Tel.: 20 28 27
Fax: 20 41 00

Zpracováno na systému Apple Macintosh, programem Quark XPress 3.0
Apple and Macintosh are registered trademarks of Apple Computers, Inc.

tiráž obsah

EKONOM

Týdeník Hospodářských novin

Ročník XXXV.

Vychází každý čtvrtek, cena 5 Kčs.

Ředitel redakcí HN: dr. Jiří Sekera

Šéfredaktor: dr. ing. Jan Urban, CSc.

Hlavní sekretář: dr. Miloslav Budka

Sekretariát: Jana Žaloudková, tel. 282 — 2209

Redakční oddělení:
Hospodářská politika:

ing. Eduard Oswald, tel. 232 34 51/888

Privatizace a soukromé podnikání:

ing. Libuše Bautzová, tel. 232 34 51/857

Sociální politika:

ing. Anna Cervenková, tel. 232 34 51/863, dr. Hana

Profousová, tel. 232 34 51/864

Ekonomika a právo:

dr. Jiří Nesnídal, tel. 232 34 51/883

Diskuse a polemika:

ing. Jan Matějů, tel. 232 34 51/894

Peníze a kapitál:

ing. Petr Zahradník, tel. 232 34 51/866

Podnikání:

ing. Mikuláš Buleca, tel. 232 34 51/866, Alena

Adámková, tel. 232 34 51/854, ing. Petr Ehrlich, tel.

232 34 51/885, ing. Eva Klánová, tel. 232 34 51/855

Management:

ing. Milada Šestáková, tel. 232 34 51/864

Obchod a služby:

dr. ing. Aram Šimonian, CSc., tel. 232 34 51/865

Světová ekonomika:

ing. Marta Švecová, CSc., tel. 232 34 51/859

Publicistika:

dr. Daniela Sedlářová, tel. 232 34 51/854

Grafická úprava:

Karel Divina, tel. 282 — 2209, Vladimír Dvořák,

tel. 282 — 2309, ing. Jiří Cajka, tel. 232 34

51/856, ing. Richard Stiebitz, tel. 232 34 51/856,

Jiří Štefl, tel. 282 — 2210

Bratislavská redakce:

ing. Ivan Klačanský, tel. 516 88

Adresa redakce: Na poříčí 30, 112 86 Praha 1,

tel. 236 74 87, 232 34 51, fax 232 72 36; Dunajská

1, 811 08 Bratislava, tel. 516 88, fax 529 02

Vydává: ECONOMIA, a. s., Na Florenci 3, 115

43 Praha 1, tel. 232 34 51, fax 235 68 68

Inzerce příjmů a graficky zpracovává inzertní
oddělení: ing. Sylvie Fojtíková (vedoucí), tel. 232

 34 51/869 • **příjem domácí inzerce** — Na poříčí

30, 112 86 Praha 1, tel. 232 34 51, linky 889, 886,

 fax 232 55 61 • **příjem zahraniční inzerce** — Na

Florenci 3, 115 43 Praha 1, tel. 232 34 51/899, fax

235 68 68

Odbyt: Drahomíra Slaninová, Na poříčí 30, 112

86 Praha 1, tel. 232 34 51/891, fax 232 55 61

Tiskne: Moraviapress, a. s., Břeclav

Rozšiřuje: Poštovní novinová služba a soukromí prodej-

ci, informace o předplatném podává a objednávky přijímá

každá administrace PNS, pošta i doručovatel. Objednávky

do zahraničí vyřizuje PNS — ústřední expedice a dovoz

tisku, závod 01, administrace vývozu tisku, 160 00 Praha

6, Heliodora Píky 26.

Redakci nevyžádané příspěvky se nevracejí.

ISSN 47 619

ECONOMIA, a. s., je součástí sítě EUREXPANSION,

která sdružuje listy: L'Echo, Europolitique (Belgie),

L'Agefi, L'Entreprise, L'Expansion, La Tribune de

l'Expansion, La Vie Française (Francie), Sunday Business

Post (Irsko), Milano Finanza Editori (Itálie), Figyelő

(Maďarsko), Gazeta bankowa (Polsko), Diário

Economico, Semanario Economico (Portugalsko), DM,

Handelsblatt, Wirtschaftswoche (SRN), Commerçant

(SSSR), Cinco Dias (Španělsko), Affärsvarlden,

Ledarskap (Švédsko), L'Agefi, Bilan (Švýcarsko).

EUREXPANSION

EDITORIAL

Reforma a akcionáři

5

HLASY & OHLASY

8 – 9

ANKETA

Ekonom

10 – 11

TRENDY & TRHY

14 – 15

HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA

Spotřební daň — k reformě daňového systému

16 – 19

Interpelace

17

Z vládních kabinetů

18

Komentář — Jaké daňové sazby?

19

MĚSTA & OBCE

Čakanie na dotácie nie je riešením — sonda do hospodárenia mesta Spišská Nová Ves

20 – 21

SOCIÁLNÍ POLITIKA

Jak vyléčit zdravotnictví? — zamyšlení nad novým systémem zdravotní péče

23 – 24

Trh práce v pohybu — Mládež a nezaměstnanost

24

COST 219 v Československu — telekomunikace a teleinformatika pro zdravotně postižené

25

Sociálně sondy do reformy — Ako vnímame životnú úroveň

26

ZAOSTŘENO NA EKONOMII

Předpoklady a cíle hospodářské politiky

28

REPORTÁŽ

Omyl jménem IKEA DBK

29 – 31

PODNIKÁNÍ

Žába na benzínu — privatizace s. p. Benzina

32 – 34

Představujeme — firma Cinepont

34

»Pokrok« přichází z východu — o jihokorejském automobilovém koncernu Hyundai Motor Company

35

Zmenšením k prosperitě — tip na kupóny

36 – 37

Podnikatel & paragrafy — Joint ventures

37

Konzultace s Ekonomem — Hledáte zaměstnání?

38

FIREMNÍ SPEKTRUM

39

PENÍZE & KAPITÁL

Kupónová privatizace s příkladem

40 – 43

Portrét finančního poradce — Jeremy Drew, Coopers & Lybrand

41

Finanční servis — ceny akcií ve finančním zpravodajství západního ekonomického tisku

42

Rada experta — Úvěrové zajištění

43

Trh nemovitostí — návštěva v První pražské realitní kanceláři

44

MANAGEMENT & MARKETING

Žena a firma

47 – 48

Kulatý čtverec Alberta Sloana — z galerie světového managementu

48

Poradenská asociace chce být zárukou solidnosti

49

Zvědavost

49

Působit i bez slov — umění reklamy

50 – 51

EKONOMIKA & PRÁVO

Restituce v zákutích §§ — otázky a odpovědi k zákonu o mimosoudních rehabilitacích

52 – 54

Anotace

54

SVĚT & MY

Byly na německý způsob — nájemní právo v SRN

55 – 56

Velkoprodejny mají budoucnost — tržnice drogistického zboží v SRN

56 – 57

Periskop

57

MAGAZÍN EKONOMA

Chudá zvířata aneb Rysy živí Agrobanka — rozhovor o ekonomické situaci pražské ZOO

60 – 61

LIDÉ & UDÁLOSTI

62



Pod titulkem Omyl jménem IKEA DBK přibližujeme na stranách 29 — 31 současnou situaci v prodejně nábytku společnosti IKEA — bývalém Domě bytové kultury v Praze



Na stranách 47 a 48 vás zveme na návštěvu k firmě Arthur Andersen & Co., jejíž pražské zastoupení vede mladá ředitelka ing. Magdalena Součková



Představením stavební společnosti IPS Praha, která mimo jiné stavěla novou budovu pro firmu IBM, otevíráme na stranách 36 a 37 naši pravidelnou rubriku Tip na kupóny



Plakát z roku 1910 (z knihy R.A. Sobieszka The Art of Persuasion).

Továrna KODAK od okamžiku, kdy uvedla na trh malý, pohotový fotoaparát pro každého, věnuje pozornost reklamě. Slogan Tiskněte spoušť, ostatní uděláme za Vás! se stal symbolem zprůmyslnění a tedy zlidovění fotografie. Jak KODAK dnes udržuje svou popularitu? Kromě placené reklamy věnuje značné prostředky na podporu fotografického dění. Pořádá semináře, výstavy, podporuje vydávání knih. Z knihy R. A. Sobieszka, která vyšla péčí Muzea moderního umění v Rochesteru, jsou i reklamní ukázky v tomto čísle a vztahuje se k nim článek Působit i beze slov na stranách 50 a 51.

hlasy & ohlasy

GIGANTOMÁNIA, HOSPODÁRNOST A SUBVENCIE V POĽNOHOSPODÁRSTVE

Po zjednotení Nemecka sa ukázalo, že poľnohospodárstvo v bývalej NDR nie je schopné konkurovať lacnejšej poľnohospodárskej výrobe v ostatnej SRN. V danej súvislosti vzniká otázka, ako by obstálo poľnohospodárstvo ČSFR, predstavujúce obdobnú výrobnú gigantomániu. Táto má viditeľne aj negatívne dopady.

V rastlinnej výrobe sme vytvorením nadmerne veľkých parciel zlikvidovali remízky, meandre potokov, často aj vetrolamy a celkovú krajinomaľbu. Vyvolali sme veternú a zrážkovú eróziu pôdy. V spojení s nadmernou chemizáciou sú problémy s pitnou vodou a navyše sa podstatne znížili stavy poľnej zvere.

Otravným príkladom sa stala gigantománia v živočíšnej výrobe. Jej zásluhou zmizol maštaľný hnoj od ošpaných i od značnej časti hovädzieho dobytku. Nebol nahradený kompostmi ani úpravou výkalov na kvalitné hnojivo v spojení s výrobou bioplynu, ktorý nahrádza vo vyspelom svete značnú časť nafty na moderných farmách.

V našich stredoeurópskych a osobitne v karpatských pomeroch znamená takáto koncentrácia zvierat aj nemalé ekologické i ekonomické problémy. Farma pre 565 kusov dojníc predstavuje dovoz značného množstva hmoty z nemalých vzdialeností a takisto odvoz. Ak odvoz viazne, ľutujeme okolitú prírodu. Čo napísať o krávine pre 1200 kráv?

V rámci pravdy treba povedať, že boli aj veľkovýkrmne s nižšou a priaznivou spotrebou jadrového krmiva na 1 kg prírastku. Paradoxom je, že tí, ktorí mali najväčšiu spotrebu jadrových zmesí, mali najnižšie priemerné denné prírastky. Vo výkrme hovädzieho dobytku bola obdobná situácia; percento vyradenia kráv z chovu radšej neuvaždam.

Volanie po subvenciách sa preto dostáva do svetla otázky či subvencovať aj podniky s vyslovene nehospodárnou výrobou. Ak áno, je namieste myšlienka,

že vedeniu i ostatným pracovníkom takýchto podnikov bývalá prax socializmu nesmierne vyhovovala.

Je pravda, že všetky vyspelé krajiny v Európe poľnohospodárstvo subvencujú. Pochybujem ale, že by umelo udržiavali pri živote farmára, ktorý na rozdiel od ostatných nevie hospodáriť.

Poslednou dobou sa často argumentuje nákladovými položkami. Konkrétne koľko stojí výroba 1 kg výkrmového dobytku, 1 kg výkrmovej ošpanej a 1 liter mlieka. S uvádzanými číslami súhlasím. Zaujímavá by ale bola štruktúra nákladov a chýba mi to, s čím argumentovali voľakedajší hospodári. Aká je spotreba krmiva na jednotku produkcie a aká je priemerná denná produkcia zvierat. Vysoké náklady na výrobu neovplyvňujú len drahé stroje, krmivá, hnojivá, ale aj ich zhospodárnenie v samotnom podniku.

Monopolizmus je všeobecne balvanom ležiacim v ceste ekonomike zlačňovania. U spracovateľského priemyslu gigantické centrá monopolu relatívne zbohatli, zatiaľ čo poľnohospodár ostal chudobný a občan znáša drahotu. V plnom svetle sa ukázalo, ako je potrebná demopolizácia. Dodávam spracovateľského priemyslu i prvovýroby.

Cestu demonopolizácie v prvovýrobe nevidím v rozpustení PD na drobných držiteľov pôdy. V krátkej dobe by sa muselo združovať, alebo pôdou predat. V zásobovaní obyvateľstva potravinami by nastal nesmierny chaos. Problém nemožno riešiť ani okamžitým odpísaním všetkých veľkovýrobných objektov. Vznikli by miliardové škody ako pri zakladaní JRD. Objekty je nevyhnutne výrobné optimalizovať do prijateľnej rentability a tvrdo nastúpiť cestu hospodárnosti až do doby, kedy budú nahradené novými, vyhovujúcimi miestnym podmienkam. Nehospodárne objekty treba využiť iným spôsobom.

Monopol spracovateľského priemyslu sa dá rozrušiť konkurenciou, najvhodnejšie síce menšími, ale novými družstevnými, kooperačnými i súkromnými spracovateľskými podnikmi.

Nazdávam sa, že budúcnosť

v poľnohospodárstve a potravinárstve v našich stredoeurópskych podmienkach spočíva u podnikov strednej veľkosti. Dostatočne veľkých pre uplatňovanie novej techniky a technológií, tj. aby mohli investovať a inovovať. Zároveň dostatočne malých, aby mohli byť pružné, rýchlejšie prispôsobivé a aby ich nezťažkopádnila rozbušená administratíva.

Ing. JÁN HRUBÝ,
Nitra

HOSPODÁŘSKÉ PRÁVO JAKO KONZerva

»Hospodářský zákoník v základních článcích vyslovoval princip, který předpokládal, že společenské organizace vyvíjejí hospodářskou činnost a zároveň stanovoval určité meze této činnosti. V článku IV bylo řečeno, že »hospodářskou činnost vyvíjejí též společenské organizace (z hlediska dnešní terminologie jde o občanská sdružení podle zákona č. 83/1990 Sb. a politické strany podle zákona č. 15/1990 Sb.), pokud je to třeba k plnění jejich úkolů«. Tyto zásady byly zrušeny, neboť byly poplatné administrativně direktivnímu systému řízení. Z toho však nelze dovodovat, že zrušení zmíněného článku IV znamená ve svých důsledcích zákaz hospodářské činnosti společenských organizací. Společenské organizace tedy mohou vyvíjet podnikatelskou činnost, a to ve všech známých formách, tj. vlastní činností, prostřednictvím svých podniků nebo účastí v obchodních společnostech a družstvech.«

Tak zní citát právního názoru odboru legislativy Státní arbitráže ČSFR, obsaženého ve sdělení civilněsprávního úseku MV ČR ze 7. 8. 1991, které došlo jako odpověď ve věci upozornění na podnikatelskou činnost TJ Slovan Varnsdorf.

Výklad Státní arbitráže nebere patřně na vědomí, že termín »společenské organizace« už náš právní řád eliminoval zavedením pojmu »občanská sdružení«, protože společenské organizace byly plně poplatné komunistické nomenklatuře.

Tím, že výklad Státní arbitráže je konstruován na pojmu společenské organizace, poskytuje jim jakýsi zvláštní statut mezi občanskými sdruženími. Pokud by totiž Státní arbitráž důsledně ctěla zákon č. 83/1990 Sb., nemohla by těmto »společenským organizacím« deklarovat prakticky neomezený prostor k podnikání.

Takový postup zjevně staví do konfrontace podnikatelské subjekty konstituované ve smyslu hospodářského zákoníku se subjekty, které jsou sice institucionálně podlé zákona č. 83/1990 Sb., jako občanská sdružení, ale Státní arbitráž je nadále tituluje jako společenské organizace. Jak patrně, přiznává jim všechna privilegia, která jako věrní sluhové a převodové páky KSČ získaly v éře její neomezené vlády. V současné době přitom dochází k další eskalaci podnikatelských aktivit některých z nich, kdy obrátne využívají právě svého náskoku z Husákových dob.

Mimo toto politikum má výklad Státní arbitráže i stránku výrazně hmotnou, týkající se rozdílu ve zdanění podnikatelské činnosti »společenských organizací« oproti ostatním podnikatelským subjektům, které se konstituovaly řádně a v souladu s hospodářským právem jako zájmová sdružení aj.

PAVEL VODIČKA,
Varnsdorf

MOUDŘEJŠÍ USTOUPÍ?

Moudřejší ustoupí - jistě známe všichni toto přísloví. Zdá se, že se jím řídili dost dlouho někteří čelní představitelé české politické scény. Nelze říci, že by s touto zásadou dosáhli velkého úspěchu. Mohli však mít zadostiučinění, že jednají moudře. A mohli očekávat, že podle zásady příklady táhnou dojde jejich jednání a počínání ohlasu i u druhé strany.

Jenže, jak se říká, s jídlem roste chuť. A tak místo s rostoucím porozuměním jsme se postupně setkávali spíše se stále větším apetitem. V takovém případě pak ustupování začíná ztrácet jakýkoliv smysl. Přestává být znakem moudrosti a stává se pasivitou, která znamená nechat se vmanévrovat do situace, již si původně nikdo nepřál.

Lze se jistě po určitý čas odvádět iluzím. Dokonce nás mohou po určitý čas podněcovat k ušlechtilým snahám, na které můžeme být hrdi ještě i dlouho poté, co jsme již vystřízlivěli. V politice však iluze bývají spíš zhoubné. Oddává-li se iluzím umělec - být pronikavého intelektu - lze to celkem pochopit. Jiná však je situace, propadne-li jim vědec, zvláště je-li jím ekonom, sociolog, historik nebo dokonce politolog. Pak nezbyvá, než aby veřejnost řekla své jasné slovo - ovšem nikoli na základě okamžitého postoje, ale s plnou znalostí důsledků své volby. Neboť za vše je nutné platit. A záleží jen na tom, zda to, co platíme, stojí za to, co získáme.

Protože o peníze jde vždycky až především, jak říká jedno lidové pořekadlo. Pro Slovensko, hýčkané dítě Husákovy režimu, jsou důsledky ekonomické transformace tíživější než pro většinu regionů Čech, Moravy a Slezska. Větší problémy a menší připravenost jim čelit vytvářejí pak podhoubí pro emoce, pro zkratová jednání, popřávají sluchu extrémům.

Situace je bezesporu plně zralá pro referendum a každá váhavost kolem něho povede jen k dalšímu zbytečnému vyostřování. Ustoupit v této věci by již neznamenovalo moudrost, nýbrž slabost. Znamenalo by to vyklidit pole bezohlednosti.

MILAN PLACHÝ,
Praha

MONOPOL ŠKODA - MLADÁ BOLESLAV

V THN jsem si se zájmem přečetla prohlášení Vladimíra Dlouhého, federálního ministra hospodářství, že je pro zvažování požadavku mladoboleslavské automobilky na snížení obrátové daně z automobilů i pro případná další opatření vůči dovozu ojetých automobilů.

Pominu otázku, kde a za co si mají průměrně vydělávající občané koupit auto, když Škoda je nepřiměřeně drahá, nejen ve srovnání s našimi výdělky, ale i s tím, co poskytuje. Na menší a levnější druh auta se dosud ne-

zmohli, ale tvrdě si hájí svůj monopolní trůn. Více by mne zajímalo, jak se všechny tyto názory o zachování monopolu Škody na našem trhu shodují se zákonem protimonopolním. Nevím přesně, jaký je jeho název. Ale mám dojem, že existuje už u nás také protimonopolní úřad. Jak je možné, že se dosud k této problematice nevyslovil?

Vůbec se za této situace nelze divit všeobecnému názoru, že vedení automobilky Škoda má pořád ještě spojovací nitky na ministerstva, tak jako za komunistů. Fakt je ten, že se v tomto případě moc nezměnilo, nebo snad ano?

Budu ráda, když mi na moje otázky dáte uspokojivou odpověď, která by měla být hlavně z kompetentních míst.

Mohu říci, že jsem s Vaším týdníkem maximálně spokojena. Zejména nová grafická úprava týdníku je skvělá.

MÁRIA KRUSANDLOVÁ,
Ostrava

INFORMACE NEJEN PRO EKONOMY

(Ing. S. Špaňár, CSc.,
Načo je nám federácia,
THN č. 40/91)

V THN č. 40 z 3. 10. 1991 v rubrice »Diskuse a polemika« je uveřejněn celostránkový článek »Načo je nám federácia«. Přesto, že jsem celý život prakticky pracoval v oblasti národního hospodářství, byl jsem velmi překvapen fakty a zvláště otevřeností pisatele, pana ing. Špaňára, CSc., k problematice dnešních dnů u nás.

Je však velkým nedostatkem, že takové informace se dozví jen ten, kdo se zajímá o čistě ekonomické otázky současnosti (tudíž odebrá THN), ale k »obyčejnému« občanovi toto neprotrpí.

Bylo by proto nanejvýš potřebné takové články poskytnout běžným deníkům, kde by se s nimi mohli seznámit i ostatní čtenáři.

Prosím, pane šéfredaktore, abyste umožnil poskytnutí tohoto »horkého tématu« jiným novinám. Věřím, že to bude mít značnou odezvu pro zachování celistvosti Československa.

ZDENĚK ADÁMEK,
Prostějov

Dopis týdne

MZDA ZA ZBYTEČNOU PRÁCI

Desítky let jsme žili v situaci, kdy poptávka značně překračovala nabídku. Do podniků denně přijížděli zásobovači snažící se v oddělení odbytu dosáhnout zvýšení dodávek. Je velkým úspěchem ekonomické transformace, že stačilo pouze několik měsíců a poměr mezi poptávkou a nabídkou se zásadně změnil. Jiní jsou však i zákazníci. Přesto že došlo k inflačnímu snížení hodnoty měny, lidé již začínají mít ke svým penězům jiný vztah. Nejsou již ochotni své peníze vydávat za zboží, které neodpovídá svou kvalitou jejich současným požadavkům. Dávají proto přednost zboží dovezenému, nebo svoje rozhodnutí o nákupu odloží na pozdější dobu. Ač je to překvapující, tak toto chování zákazníků potvrzují údaje o opětném růstu vkladů. Své postoje však nezměnily podniky. Dále vyrábějí podle svých zastaralých představ, vyrábějí i v případě, že pro výrobu nemají odbytu, prostě na sklad. Začalo se tomu říkat »sociální výroba«. Správněji by se jí mělo říkat »výroba proti zdravému rozumu«. Snad bychom již konečně měli pochopit, že výroba zboží, pro nějž není odbytu, je pro hospodářství země daleko horší než nevyrábět nic a vyplácet podporu v nezaměstnanosti. Pro samotný podnik je takové chování přímo katastrofální. Jak dlouho bude ještě dostávat úvěr na znehodnocené suroviny a na mzdy vyplácené za zbytečnou práci? A jak zaplatí poskytnuté úvěry?

Domnívám se, že opatření pro změnu současného stavu je třeba dělat především na podnikové úrovni. Měli bychom konečně přestat o marketingu jenom mluvit, ale jeho zásadami se skutečně řídit. Není třeba být velkým znalcem našeho trhu k vyjmenování řady výrobků, které jsou stále ještě nedostatkové nebo které na trhu chybí vůbec.

Domnívám se, že již nikdy nebudou mít výrobní podniky takové možnosti exportu, jaké jim umožňuje současný kurs koruny. I málo rentabilně vyrábějící podniky mohou rentabilně vyvážet. Ovšem v případě, že o jejich výrobky bude na zahraničním trhu zájem. A pokud není, neměly by se na nikoho vymlouvat. Za zaostávání technické úrovně, ale i vzhledu výrobků jsou svým dílem odpovědní.

Všimněme si, jak zahraniční firmy dávají při své podnikatelské činnosti přednost mladým lidem, pro nás až překvapivě mladým. Není to v našich podmínkách náhodné. Zkusme to také.

FRANTIŠEK NĚMEC,
Praha

anketa

EKONOM

Týdeník HN dnešním dnem změnil své jméno i svou tvář. Těch, kteří patří k našim čtenářům, jsme se zeptali co očekávají od Ekonomu a co mu chtějí popřát.

Ing. Vladimír Dlouhý, CSc., federální ministr hospodářství:

Velmi vítám myšlenku vytvořit časopis, který pomůže lépe se orientovat v tom, co hospodářská politika je a co není. Předpokládám, že se zaměří na hodnocení zásadních ekonomických jevů a otevřenou diskusi, která ovšem bude vycházet z určitých premis ekonomické reformy. Jsem rád, že dostáváme do rukou tiskovinu, která je i po grafické stránce na úrovni Evropského standardu. Věřím, že přispěje k lepší transparentnosti probíhající reformy a objasňování současného i budoucího vývoje.

Ing. Arch. Peter Beňuška, náměstek primátora hl. m. SR, Bratislava:

Novému týždenníku želim, aby si dlhodobo udržal vysokú kvalitu nielen obsahu, ale aj formy. Verím, že redakcia bude venovať dostatočný priestor i otázkam našich miest a obcí, pretože orgány miestnej samosprávy sa stretávajú dennodenne s ťažko riešiteľnými finančnými problémami.

Ing. Tomáš Ježek, CSc., ministr pro správu národního majetku a jeho privatizaci, ČR:

Očekávám od něj to, že bude vždy vědět, jak zacházet se svobodou tisku. Zkušenost ukazuje, že mnohé noviny a odborné časopisy si vykládají svobodu tisku jako právo kohokoli říkat cokoliv, byť to byl do nebe volající nesmysl. Výsledkem je pak často naprostý chaos, kdy hlas odborníka má stejnou váhu s hlasem diletanta. Rozpoznávat, kdo je odborník a kdo diletant je těžké, ale právě to přejí Ekonomu, aby to vždy neomylně dokázal a právě to od něho očekávám.

Rudolf Baránek, předseda Sdružení čs. podnikatelů:

Jsem přesvědčen, že Ekonom bude velmi užitečným periodikem, které bude i nadále své čtenáře objektivně informovat o současném dění. Co podnikatel

skutečně potřebuje, jsou pravdivé a fundované ekonomické informace. Soukromí podnikatelé potřebují informace o to víc, protože drtivá většina jich s podnikáním teprve začíná. Nepochybuji proto, že Ekonom bude stejně tak jako Týdeník Hospodářských novin přispívat k větší informovanosti nejen soukromých podnikatelů.

Ing. Josef Tošovský, předseda SBČS:

Není důležitějšího předpokladu pevné měny, než důvěra veřejnosti — důvěra lidí, kteří se nerozpakují tvořit ve své měně úspory a opírat o ni osobní a podnikatelské záměry. Není tedy závažnějšího úkolu emisní banky, než o tuto důvěru pečovat. Člověk, který o sobě tvrdí, že je Ekonom, by měl být schopen rozumného uvažování, střizlivého úsudku a efektivního jednání. Takových lidí nemáme zatím mnoho. Budou-li přibývat mezi čtenáři vašeho časopisu, půjdeme za stejným cílem — vždyť o důvěru právě takových lidí jde především.

Ing. Alexander Rozin, CSc., gen. ředitel ú. s. INCHEBA, Bratislava:

Z pohľadu podnikov ako je INCHEBA vítam týždenník Ekonom najmä kvôli témam, ktorých protagonistom sa v nultom čísle stala asociačná dohoda a zóna voľného obchodu. Očakávam však, že postupne sa týždenník nebude vyhýbať ani hlbším pohľadom do problematiky obchodovania čs. podnikov, spoločných firiem so zahraničím, najmä s vyspelým svetom. Mám na mysli i nastoľovanie takých otázok, ako je význam reklamy, výstav a výstavníctva v Česko-Slovensku a pre Česko-Slovensko. Pozitívne príklady z domova i zo skúsenejšieho sveta môžu zohrať inšpirujúcu a podnecujúcu úlohu najmä teraz, keď sú naše podniky nie na hladine, v mnohých prípadoch doslova pod vodou.

Jiří Novák, podnikový ředitel, Aritma Praha, státní podnik:

Příchod Ekonomu, Týdeníku Hospodářských novin v nové podobě velmi vítám, neboť náš trh moderní ekonomický časopis dosud postrádal. Jeho příchod v současné době je o to cennější, že právě dnes dochází k zásadní

transformaci ekonomiky, o jejímž postupu by právě časopis tohoto typu měl informovat. Věřím, že Ekonom se stane důležitou pomůckou všech řídicích pracovníků tak, jako je tomu v případě periodik tohoto druhu ve všech vyspělých zemích.

Anna Vlčková, vedoucí zastoupení Prager Handelsbank AG v Praze:

Co bych si moc přála, více teorie. Člověk je díky denodenní bankovní praxi takřka vysán a když pak otevře stránky ekonomického listu, nemusel by na nich opětovně nalézat tytéž problémy. Z tohoto důvodu, pro inspiraci i relaxaci, sahám k podstatně teoretičtějším časopisům. Navíc, aktuální problémy praxe a zejména nezbytná faktografie by měly být doménou ekonomických deníků.

Ing. Bohdan Tomáš, vedoucí referátu regionálního rozvoje a investic, okresní úřad Liberec:

Přeji novému Týdeníku Hospodářských novin, aby se opravdu "chytil", aby svým zaměřením, zaujal všechny čtenáře pracující v hospodářské oblasti, např. zveřejňováním úvah k nově vznikající legislativě, k problematice související s přechodem na tržní hospodářství, s nově vznikajícím soukromým sektorem apod. Jsem přesvědčen, že tento magazín rychle pronikne mezi širokou ekonomickou veřejností a podáváním seriálních a aktuálních informací se stane týdeníkem, na který se budeme těšit.

Ing. Vlasta Štěpová, CSc., ministryně obchodu a cestovního ruchu ČR:

Já to velice vítám, čekám od toho nemonopolní informace a vysoký stupeň novinářské etiky, tzn. připustit názory více stran. A samozřejmě, že vám přeji, ať se vám to daří, ať vás lidé čtou, a ať vám věří.

Ing. Ludvík Kalma, předseda představenstva, Škoda, automobilová a. s.:

Příchod Ekonomu velmi vítám nejen za sebe, ale i za naši firmu. Považuji jej za velmi důležitý, neboť se domnívám, že ekonomická osvěta nejen pro odborníky, ale i pro nejširší veřejnost je zatím velmi slabá. Předpokládám, že jejím zlepšením, a tomu by právě mal Ekonom napomoci,

by zmizelo mnoho zbytečných politických diskusí. Rovněž věřím, že se v tomto novém ekonomickém časopise bude moci angažovat i naše firma.

Dr. Jan Vaňous, prezident americké firmy PlanEcon:

Domnívám se, že zde dosud chybí skutečně kritická, nezávislá analýza jak vládních institucí, tak jednotlivých velkých podniků. Nedělejte rozhodně československý »The Economist«. I když tento britský týdeník dosahuje celosvětově nákladu přes 350 000, zůstává stále časopisem elity. Váš profil by měl být více populární, něco jako FORBES, Fortune, Business Week. Při zachování neutrálního či jen slabě ideologického profilu se orientujte zejména na podnikový management, na lidi, kteří tvoří nejširší ekonomickou obec. Ti by měli ve vašem týdeníku najít informace o všem, co se děje v makro i v mikrosféře, měli by se seznámit s investičními perspektivami a možnostmi. Soustředte se na perspektivu oborů i podniků, ukažte, jak se privatizuje v zahraničí.

Martin Kratochvíl, muzikant, podnikatel:

Tržní prostředí, které se u nás vytváří, poskytuje všem stejné šance. Záleží jenom na schopnostech a odhodlání jednotlivce. K tomu, aby dosáhl úspěchu, však potřebuje objektivní ekonomické informace s vysokou mírou solidnosti. Věřím, že Ekonom — časopis, který navazuje na tradici Hospodářských novin, bude tyto nároky splňovat. Zároveň oceňuji, že se chce orientovat také na podnikatelskou sféru, střední a vyšší podnikatele, neboť ti budou v nedaleké budoucnosti vytvářet hlavní zdroje společenského blahobytu.

Jiří Jonáš, stálý zástupce Československa v Mezinárodním měnovém fondu:

Domnívám se, že Ekonom má dobré předpoklady pro to, aby barevná úprava vhodně doplňovala vysokou úroveň odbornou. Týdeník HN se vždy pohyboval mezi hranicemi danými ekonomickým zpravodajstvím na jedné, a mezi ekonomickou teorií na druhé straně. V tomto prostoru by měl fungovat i nadále. Na rozdíl od zpravodajsky zaměřených novin se nemůže vyhnout ne-

snadného úkolu formování vlastního odborného profilu.

Jan Klacek, ředitel Ekonomického ústavu ČSAV:

Domnívám se, že úroveň časopisu by rozhodně prospěly pravidelné diskuse na aktuální témata ekonomického života za účasti významných představitelů teorie a praxe té které oblasti. Interval těchto diskusí by mohl být přibližně čtyřtýdenní a závěry diskusí by mohly vyvolat diskusi čtenářskou. Rovněž zastávám názor, že dosud velmi dobrá úroveň časopisu by byla posílena nosnými mikroekonomickými materiály, ovšem zcela nového stylu.

Jiří Fárek, náměstek generálního ředitele Investiční banky:

Domnívám se, že Ekonomu by prospělo, kdyby svůj vzor viděl v mém oblíbeném časopise — The Economist. Kdyby se kvalitě tohoto věcného, neupovídaného, stylisticky i odborně výtečného časopisu s vlastní tváří alespoň dlouhodobě přibližoval, byl bych spokojen. Myslím, že některé rubriky pro to mají vytvořeny výborné předpoklady.

Ing. Vít Halamíček, Coopers & Lybrand:

Novému týdeníku přeji mnoho spokojených čtenářů, kteří by nacházeli užitečné informace z hospodářského života, prezentované vtipnou formou, podobně jako je tomu v případě britského jmenovce The Economist. Přál bych si, aby byl dán větší prostor úspěšným čs. ekonomům, podnikatelům a obchodníkům, aby v budoucnosti značka Made in Czechoslovakia znamenala kvalitu.

Naši lidé na to mají, jde jen o změnu přístupu, v čemž bychom si mohli vzít vzor od Američanů či od našich spoluobčanů, kteří podnikali před rokem 1948 zde v Československu.

Ing. Alex Bernásek, ředitel pověřený řízením divize zemědělství a výživy, federální ministerstvo hospodářství:

Novému týdeníku přeji do vlnu především hodně dobrých příspěvků, které zaujmou čtenáře doma a získají mu rychlý kredit v zahraničí.

Osobně bych si přál aby byla dostatečně pozornost věnována problémům zemědělství, kde očekávám rychlé a hluboké změ-

ny vyvolané potřebou jeho transformace na moderní a konkurenčně schopné odvětví. Věřím, že se nevyhnete ani otevřeně, ale fundovaně polemice. Z takové diskuse obvykle vznikají návrhy rozumných a prospěšných řešení, která mohou zchladit horké politické diskuse často vedené bez znalosti hospodářských souvislostí.

David Černý a Dan Heidler, studenti 4. ročníku Gymnázia, Praha 7, Nad Štolou (oba chtějí studovat dále na VŠE):

Styl a design časopisu se nám líbí, očekáváme, že v něm budou krátké zahraniční aktuality a velké množství grafů, znázorňující dlouhodobý vývoj, trendy a prognózy. Časopis vítáme a jsme rádi, že dostává konečně světový formát. Očekáváme, že zde ekonomové (a nejen oni) najdou informace, které budou potřebovat.

Ing. Bořek Valvoda, předseda Svazu měst a obcí ČR a starosta, Most:

V novém týdeníku by měl být větší prostor k řešení ekonomické reformy na municipální úrovni. Přál bych týdeníku Ekonom, aby i na tyto, skutečně složité problémy, dotýkající se prakticky všech občanů naší země, hledal konkrétní odpovědi.

Ing. František Kuřko, ředitel s. p. Matador:

Nulté číslo Týždenníka má v prvom okamihu prekvapilo a po jeho prečítaní, zaujalo. V dnešnej dynamickej dobe je každý, ale najmä riadiaci pracovník, vystavený toku množstva rôznych informácií, v ktorých sa musí rýchlo orientovať a nájsť správny systém ich získavania a aplikovania. Je skutočnosťou, že Týždenník HN má v tejto oblasti nezastupiteľné miesto. Nie je tajomstvom, že týždenník HN je častokrát prvotným zdrojom viacerých, pre nás nevyhnutných informácií. Uvítam v novom týždenníku témy, zamerané na analýzu skúseností z oblasti podnikového managementu, názory teoretickej i praktickej sféry na riešenie problémových oblastí v procese transformácie ekonomiky. Tu môže Ekonom zohrať významnú úlohu. Prajem veľa úspechov.

Ing. Bořivoj Frýbert, prezident České manažerské asociace:



QUIRES

MultiMedia

I. E. S. C.

International Executive Service Corps
nabíží

PŘÍSTUP NA ZÁPADNÍ TRHY INVESTIČNÍ A OBCHODNÍ SPOJENÍ POMOC PŘI PRIVATIZACI A PODNIKÁNÍ

PROGRAMY PODPOROVANÉ FONDEM U.S. A.I.D.

EXPERT ASSISTANCE: konzultace experta-seniora při řešení otázek strategie, organizace, marketingu či kvality ve vašem podniku

AMERICAN BUSINESS LINKAGE ENTERPRISE: průzkum trhů, vyhledání zájemců o spolupráci a zdrojů pokrokových technologií v zahraničí

TRADE AND INVESTMENT SERVICES: analýza možností podnikání a pomoc při budování obchodních vztahů s partnery v USA i v jiných zemích

Přeji jedno: aby Ekonom kvalitou svých článků dále zvyšoval svůj náklad a aby při svém výročním hodnocení zjistil, že se k němu hlásí stále více nezávislých, kvalitních a špičkových ekonomů; neboť to bude důkazem, že i jeho kvalita vzrůstá.

Ing. Jaruše Vydrová, ředitelka agentury pro marketing AGMA spol. s r. o.:

Počet periodik bude samozřejmě u nás přibývat; informacemi zaplavení podnikatelé i ostatní čtenáři budou hledat "ten pravý" týdeník, který jim objektivně poskytne potřebný přehled a inspiraci pro jejich rozhodování na »ekonomickém kolbišti«. Přeji týdeníku Ekonom, aby se mu podařilo tento image získat. Předpokladem jeho úspěchu je, že se stane křižovatkou názorů a poznatků z podnikové sféry, ekonomického centra, ekonomického výzkumu a poradenství.

Jozef Štefanič, vedoucí odborný referent, Okresný úrad Prešov:

Nový časopis Ekonom by sa mal rovnomerne zaoberať ekonomickými problémami nielen Čiech, ale aj Moravy, Sliezska a Slovenska. Mal by tiež uverejňovať články s názormi západných ekonomov o našej ekonomickej reforme. Nemala by v ňom chýbať ani rubrika pre za-

čínajúcich podnikateľov, kde by sa vysvetľovali niektoré základné pojmy trhovej ekonomiky a tiež rubrika venovaná konverzii nášho priemyslu. Želám novému časopisu veľa úspechov a dúfam, že svojou úrovňou a záberom článkov priláka nielen »náročných« čitateľov, ale že ho budú čítať všetci ti, čo sa aspoň trochu budú zaujímať o súčasné ekonomické problémy.

Ing. Jaromír Talíř, primátor, České Budějovice:

Všichni se učíme principům tržního hospodářství a někdy jsou naše představy o něm dost naivní. Potřebujeme se hodně dozvědět o trhu, managementu, o soukromém podnikání — a v tom, jsem přesvědčen, že pomůže tento časopis.

Ing. Karel Žebrakovský, vedoucí pedagog manažerských informačních systémů Čs. manažerského centra v Čelákovici:

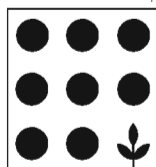
V Týdeníku Hospodářských novin Ekonom očekávám minimum hluchých míst. Myslím, že máte velmi dobrou úroveň, a je jisté, že pro čtenáře přinášíte podstatné informace, které může využít v denní praxi. Uvítal bych, kdyby vycházelo více příloh, např. příruční knižnice, výkladový anglicko-český ekonomický slovník.

Jarní Lipský veletrh '92
5. 3. – 10. 3. 1992

Nové trhy potřebují nové veletrhy

Jarní Lipský veletrh '92 Vám poskytne úplně nový koncept: Odborné veletrhy nahrazují universální veletrh starého

stylu. Přesvědčte se sami:



Terratec, odborný veletrh techniky na ochranu životního prostředí

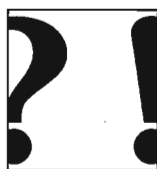


Unitec, odborný veletrh průmyslové techniky



Translogo, odborný

veletrh dopravní techniky a logistiky



Dialog '92, burza informací o sociálním

tržním hospodářství. Jarní Lipský veletrh '92: Váš klíč k dynamickým trhům s vysokou investiční potřebou.

Lipsko. Budoucnost pro lidi a trhy.

Leipziger
Messe
Broschüre

Marie Surkova · Brno Messen und
Ausstellungen · Vystaviste 1
60200 Brno · Tel.: 314 1111 · Fax: 32 56 30

 **Leipziger
Messe**

Fotostudio Kawaguchi,
Akadama Port Wine, 1929 -
z knihy Roberta A. Sobieszka
The Art of Persuasion
(k článku Působit i beze slov,
str. 50 - 51)



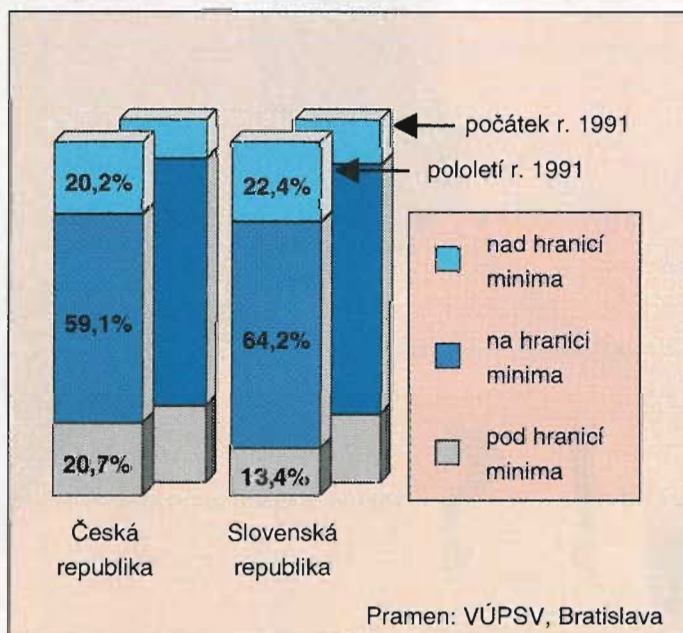
美味 滋養 葡萄酒

赤玉ポートワイン

trendy & trhy

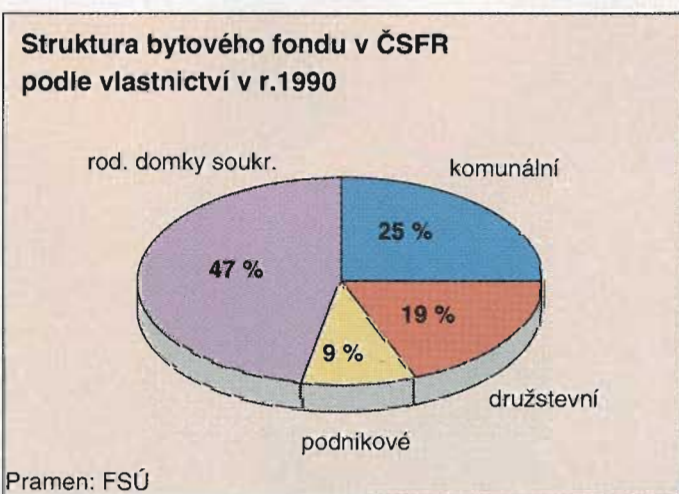
JAK VNÍMÁME ŽIVOTNÍ ÚROVEŇ

Výběrovému souboru (798 respondentů z ČR a 787 ze SR) byla položena otázka, jak hodnotí svou vlastní životní úroveň ve vztahu k životnímu minimu. Nadpoloviční většina respondentů se domnívá, že žije na hranici životního minima. Zajímavé je, že — vzdor růstu životních nákladů — se za uplynulý půlrok subjektivní vnímání životní úrovně **zlepšilo**: zatímco na přelomu let 1990/91 kladla pouze desetina respondentů svou úroveň nad životní minimum, cítí se v červenci nad touto hranicí více než pětina respondentů. (K článku na str. 26).

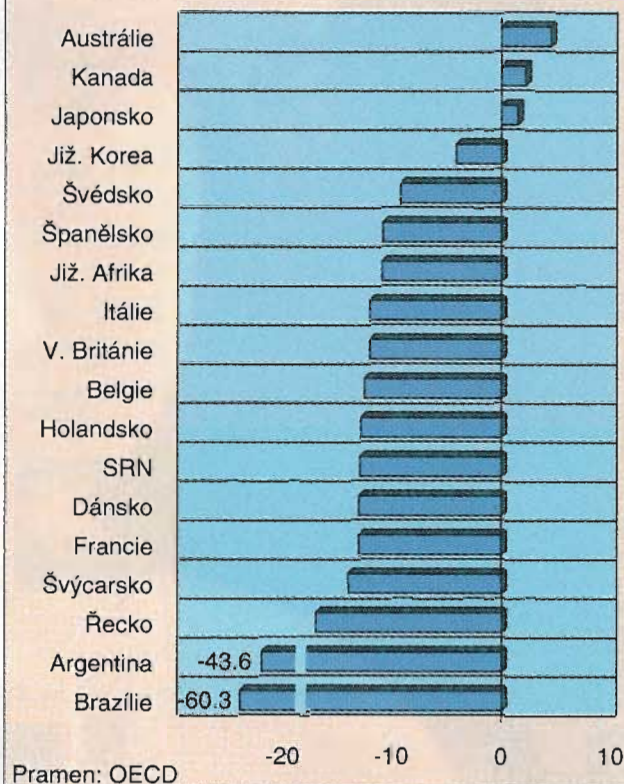


STRUKTURA BYTOVÉHO FONDU

Z trvale obydlených bytů tvořily téměř polovinu byty v rodinných domech, čtvrtinu (25 %) byty komunální, 19 % byty družstevní a 9 % podnikové.



Relace měn vůči americkému dolaru % změna od 31.12.1990



SMĚNNÉ KURSY:

VÝVOJ MĚN VE VZTAHU K DOLARU

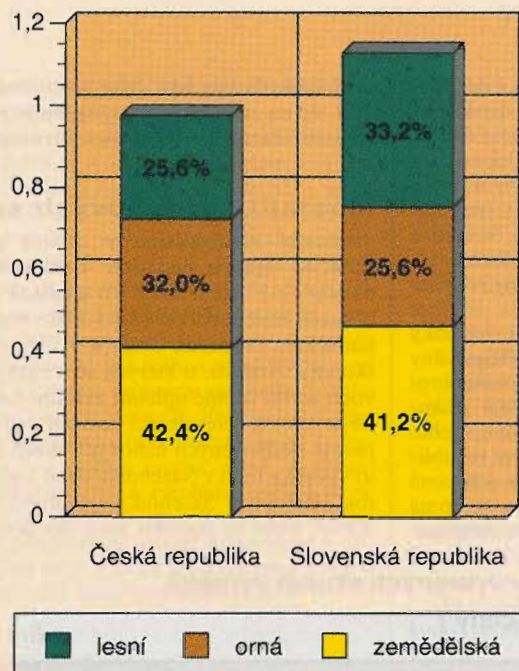
Australský dolar je hvězdou mezi měnami — od prosince 1990 do září 1991 nabyl 4 % převahu nad americkým dolarem. Opačnými extrémy jsou brazilský cruzeiro, který se nyní nakupuje o 60 % levněji, a argentinský austral, který ztrácí 44 % proti USD. Německá marka v letošním roce poklesla proti USD o 11 % a zjevně s sebou stahuje dolů i ostatní měny Evropského měnového systému. Ani švýcarský frank není však již to, co býval. Mezi měnami OECD zaznamenala ovšem největší pokles vůči dolaru řecká drachma.

OBILÍ PODRAŽILO, CUKR KLESL

Ceny pšenice i krmného obilí v letních měsících stoupaly a koncem září se už pšenice prodávala na chicagské burze za více než 3,30 dol./bušl. Hlavní příčinou byla naděje na možnost zvýšených dodávek do SSSR. Rozhodnutí G. Bushe poskytnout s okamžitou platností vládní záruky na úvěry pro SSSR, určené výhradně na nákup amerického obilí bylo pak nejvýraznějším stimulem. Stouply i ceny kukurice, sojových bobů, sojového šrotu i moučky.

Během srpna a září klesla cena cukru. Negativní dopad na ceny má růst zásob cukru. Firma E. D. and F. Man předpovídá v sezóně 1991/92 přebytek cukru 2,1 mil. tun. Skladové zásoby porostou zejména na Kubě, v Indii, Turecku a Maďarsku. (tc)

Struktura půdního fondu v ČSFR (v ha na 1 obyvatele)



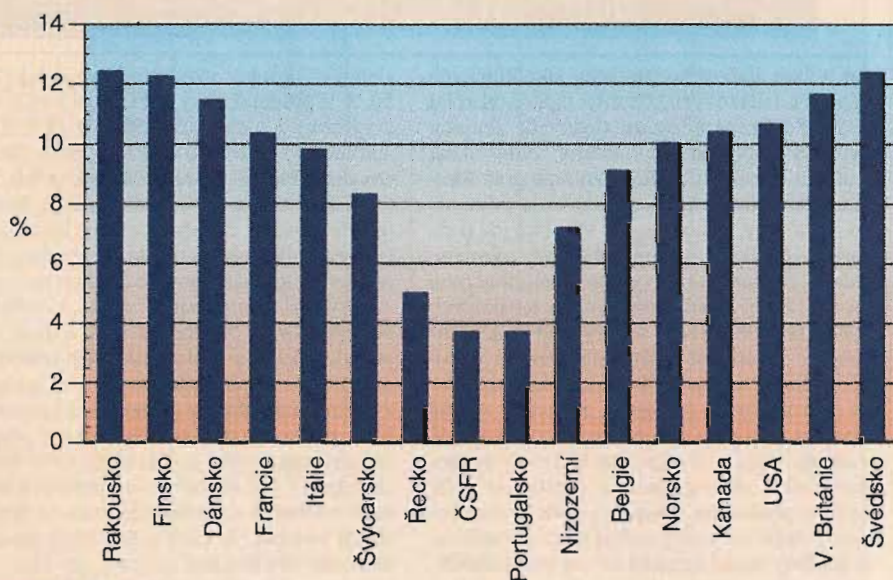
Pramen: FSÚ

PŮDNÍ FOND

V roce 1989 připadlo na 1 obyvatele v ČR 0,981 ha, v SR 1,127 ha. Oproti roku 1985 to v ČR znamená úbytek o 0,8 %, v SR dokonce o více než 2 % na 1 obyvatele.

PODÍL VÝDAJŮ NA DOPRAVU

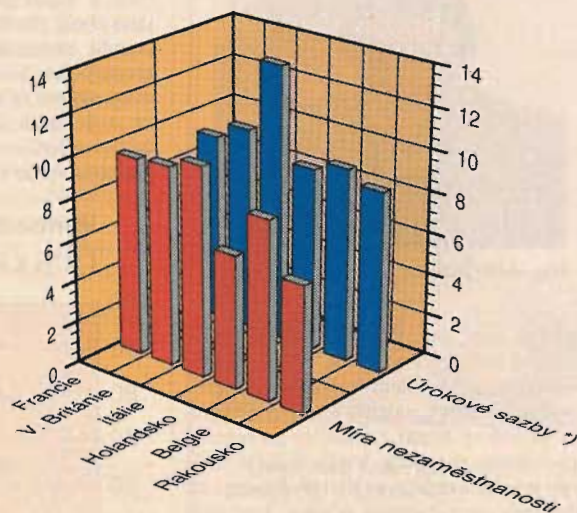
VZHEDEM K CELKOVÝM VÝDAJŮM DOMÁCNOSTÍ



Pramen: OECD

NEZAMĚSTNANOST A ÚROKOVÉ SAZBY

Vztah mezi mírou nezaměstnanosti a výší
úrokových sazeb ve vybraných
západoevropských zemích



*) dlouhodobé úrok. míry (10 let) v %

Pramen: OECD

CENY ZLATA OVLIVŇUJE VÝVOJ V SSSR

Už tradičně je trh drahých kovů velice citlivý na politický vývoj v Sovětském svazu, který patří k hlavním producentům těchto kovů. Proto zlato rychle reagovalo při politickém puči v SSSR v srpnu a pak okamžitě po zklidnění situace po něm. Novým impulsem k prudkému vzestupu ceny zlata na světovém trhu pak bylo prohlášení známého sovětského ekonoma G. Javlinského, že sovětské zlaté rezervy činí jen 240 tun a nikoliv 1500 — 2000, jak odhadují odborníci MMF a dalších světových finančních institucí. Po tomto prohlášení cena zlata 30. 9. v Londýně stoupla na 356 dolarů za troj. unci. (tc)

SPOTŘEBNÍ DAŇ

ZDROJ ROZPOČTOVÝCH PŘÍJMŮ I REGULACE SPOTŘEBY

V rámci reformy daňového systému nastanou nejzávažnější změny v oblasti nepřímých daní, kdy dnešní daň z obrátu bude nahrazena daní z přidané hodnoty a spotřební daní vybírané u jmenovitých výrobků.



Ing. Jan Klak

Spotřební daně jsou již od nepaměti nedílnou součástí daňových systémů ve všech tržních ekonomikách. Cílem spotřebních daní, nazývaných někdy »akcízy«, je vytvořit zvláštní příjmový kanál zajišťující potřebnou saturaci státního rozpočtu. Vedle fiskální motivace je jejich zavedení nezbytně spojeno se spotřebitelsky prohibičními účinky. Lze jimi prosazovat další společensky žádoucí efekty.

K tradičním předmětům spotřební daně patří především alkoholické nápoje, tabákové výrobky a pohonné hmoty. Vedle naplňování fiskálních potřeb vedou v těchto případech k zavedení daňové regulace spotřeby zcela evidentně nepominutelné zdravotní a ekologická hlediska. Inkaso spotřebních daní umožňuje v tržních systémech zvláštní legislativní normy. V ČSFR již téměř 40 let zajišťuje veškeré zdaňování prodeje (obratu) jediná legislativní norma - zákon o dani z obrátu.

Typem funkce daňového mechanismu patří spotřební daně do kategorie nepřímých daní, jejichž základním společným rysem je vazba daňového inkasa na akt realizace výrobku nebo služby. Ve své podstatě představuje spotřební daň státem iniciovanou přírůžku k ceně, která by však již měla prodejci zboží zajišťovat finanční zdroje nezbytné pro jeho reprodukci. Výrobce nebo dovozce je tedy pouze nositelem (plátcem) daně. Tím, kdo daň skutečně zaplatí (poplatníkem daně) je vždy konečný spotřebitel - občan. Spotřební daň se tak stává jedním z nástrojů přerozdělování nominálních příjmů obyvatelstva ve prospěch státu.

Východiska

Legalizace rozdílové daně z obrátu vytvořila nezbytnou základnu pro státní direktivismus cenové tvorby, a to jak ve sféře výroby, tak i na trhu spotřebního zboží. Přístup centrálních orgánů k formování úrovně, ale především relací maloobchodních cen vycházel z teorie zbytnosti a nezbytnosti potřeb, která

se poprvé jako oficiální ekonomická doktrína objevila při zavedení všeobecné daně k 1. lednu 1949. V souladu s postuláty této doktríny byla nižší sazbou daně ekonomicky preferována spotřeba výrobků sloužících k uspokojení základních životních potřeb (potravin, paliva). Naopak u výrobků relativně zbytečných (strojírenské, elektrotechnické, ale i textilní výrobky) byly uplatněny podstatně vyšší daňové sazby.

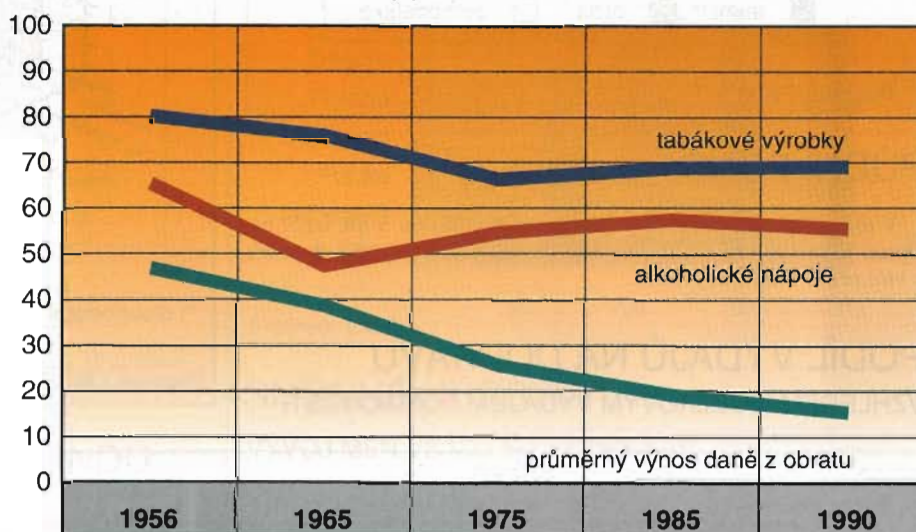
Alkoholické nápoje a tabákové výrobky byly z pochopitelných důvodů deklarovány jako zboží zbytečné. Dnes už zřejmě nelze shromáždit dostatek věrohodných údajů dokumentujících faktické daňové zatížení těchto dvou skupin výrobků v období první republiky a do roku 1953. Analyticky podchycené údaje o dani z obrátu umožňují ve vazbě na hodnotu maloobchodního obrátu rekonstruovat

a tabákových výrobků dokumentuje selektivnost těchto snah směřovaných téměř výlučně na stabilizaci cen základních životních potřeb.

Liberalizace daňových sazeb

Období voluntarismu v cenové politice skončilo úplnou likvidací rozdílové daně z obrátu k 1. lednu 1991. Při úvahách o úrovni sazeb daně z obrátu v liberalizovaném ekonomickém prostředí, došlo k vyčlenění malé skupiny výrobků, u kterých se z různých důvodů jeví účelné uplatnit zvláštní sazby daně z obrátu přesahující úroveň nejvyššího pásma sjednocených daňových sazeb. Pro tyto výrobky bylo v Sazebníku daně z obrátu na rok 1991 (dále Sazebník) vytvořeno odvětví XVIII, které na počátku roku zahrnovalo ná-

**Výnos daně z obrátu u vybraných skupin výrobků
(v % z maloobchodní ceny)**



vat vývoj daňového zatížení alkoholických nápojů a tabákových výrobků teprve od roku 1956. Souhrnné údaje za sledované skupiny výrobků doplněné o průměrný výnos daně z obrátu za celou ČSFR znázorňuje graf. Skupina alkoholických nápojů zahrnuje pivo, víno a lihoviny, u tabákových výrobků jde o cigarety, tabák a ostatní tabákové výrobky. Údaje dokumentují vysoce nadprůměrnou úroveň zdanění alkoholických a tabákových výrobků. Subjektivní názory státní administrativy na úroveň velkoobchodních a maloobchodních cen, jejichž prosazování rozdílová daň z obrátu umožnila, jsou pak zjevně hlavním důvodem rozkolísanosti výnosu daně z obrátu v jednotlivých letech. Trvalý pokles relativního výnosu daně z obrátu od roku 1956 je především odrazem politicky motivované, křečovitě vedení státu o stabilizaci hladiny maloobchodních cen při nezadržitelném růstu výrobních nákladů a cen velkoobchodních. Nevýrazná dynamika poklesu daňového výnosu u alkoholických nápojů

sledující skupiny výrobků: káva a čaj (sazba 50 % z prodejní ceny - PC), ušlechtilé kovy a výrobky z nich (sazba 50 % z PC), osobní automobily (sazba 40 % z PC), pivo (diferencované zdanění pevnou částkou z hl), víno (od 12 do 52 % z PC podle druhu), lihoviny (diferencované zdanění pevnou částkou z 1 l čistého alkoholu) a tabákové výrobky (diferencované zdanění pevnou částkou na kus).

Důvody determinující výběr výrobků do odvětví XVIII Sazebníku byly jednak tržní, jednak fiskální a společensky regulativní. Dominantním tržním hlediskem pro uplatnění zvláštní sazby daně z obrátu byla vysoká převažující nad nabídkou, která ještě na sklonku roku 1990 u některých výrobků existovala. To byl hlavní důvod pro vysoké zdanění osobních automobilů, zlata a šperkařských výrobků. U kávy a čaje platí pro sazbu daně důvody fiskální (přitom ale, přes vysokou úroveň zdanění, nedošlo u těchto výrobků v porovnání s rokem 1990 k růstu maloobchodních cen); u všech zbývajících výrobků

jde o kombinaci fiskálních požadavků s nutností regulace spotřeby.

Zahájení liberalizačních procesů přineslo rychlý posun k rovnovážným cenám, což mimo jiné vedlo i ke korekcím náplně a sazeb v odvětví XVIII. S platností od 1. března t. r. došlo ke snížení sazby daně z obrátu u osobních automobilů na 32 % z prodejní ceny a převodu těchto výrobků z odvětví XVIII do odvětví strojírenské a kovodělné výroby. Tato sazba byla v rámci plošných úprav daňových sazeb snížena od 2. května t. r. na 29 % a od 1. 10. t. r. platí u osobních automobilů sazba 20 % z prodejní ceny. Z důvodu vyrovnání nabídky a poptávky byla s účinností od 1. července t. r. snížena sazba daně z obrátu u ušlechtilých kovů a výrobků z nich z 50 % na 40 % z prodejní ceny. Ke stejnému datu došlo k přestrukturalizování sazeb daně z obrátu u pohonných hmot zohledněním nových typů benzínů s nízkým obsahem olova.

Reforma nepřímých daní

Zásadní reforma našeho dnešního daňového systému byla schválena vládou ČSFR již v polovině minulého roku. Jde o jeden ze stěžejních bodů celé hospodářské reformy: změna daňové soustavy je nejen výchozím předpokladem pro přechod čs. ekonomiky k trhu, nýbrž i základní podmínkou integrovatelnosti našeho hospodářství do bloku průmyslově

vyspělých zemí západní Evropy. Nové druhy daní, s jejichž zavedením se počítá od 1. ledna 1993, výrazně změni věcnou náplň a strukturu obou základních daňových kategorií, tj. jak přímých, tak i nepřímých daní. Na úseku přímých daní se stanou nosnými pilíři budoucí daňové soustavy daň z příjmů obyvatelstva a daň z příjmů podniků a společností. Na úseku nepřímých daní bude daň z obrátu v plném rozsahu nahrazena daní z přidané hodnoty a soustavou spotřebních daní.

K legalizaci zákona o spotřebních daních by mělo dojít ve dvou fázích. První fáze představuje schválení návrhu zásad zákona o spotřebních daních. Po schválení zásad zákona bude ve druhé fázi zpracován návrh paragrafovaného znění zákona o spotřebních daních, který by měl s dostatečnou konkrétností formulovat podmínky pro provádění zákona. V paragrafovaném znění by pak měly být mimo jiné obsaženy i konkrétní sazby daní.

Co se týká předmětu zdanění, obsáhne zákon o spotřebních daních následující skupiny výrobků:

- uhlovodíková paliva a maziva (v podstatě jde o pohonné hmoty),
- líh a destiláty,
- pivo,
- víno,
- tabák a tabákové výrobky.

U všech těchto výrobků by měla být uplatněna spotřební daň ve formě pevné částky na jednotku množství. Od zdanění

Interpelace

Vládě je často vytýkáno, že neumí reagovat na věcné problémy ekonomiky a nemá připraveny scénáře dalšího postupu. V této souvislosti se ing. Jaroslav Vodrážka z Chomutova ptá:

Doposud se o konkrétní hospodářské politice jenom mluví; budou zpracovány nějaké alternativy dalšího vývoje s opatřeními k jeho žádoucímu nasměrování?



Odpovídá federální ministr hospodářství VLADIMÍR DLOUHÝ:

Není zcela pravdou, že by vláda neměla v minulých měsících hospodářskou politiku. Je však pravdou, že po prvních reformních krocích ve fázi »velkého třesku« po veškeré liberalizaci, k níž jsme přistoupili, byla celá naše ekonomika netransparentní, neprůhledná. Čísla teprve získávala svoji vypovídací schopnost. Nyní se již lépe můžeme orientovat v základních ekonomických údajích, které potřebujeme k tomu, abychom analyzovali krátkou minulost i současnost a přijali odpovídající opatření. Zprávu o dosavním vývoji ekonomiky, kterou jsme zpracovali, považuji v tomto smyslu za dobrou. Umožňuje již konkrétní hospodářskopolitické kroky, např. u diskontních sazeb, u daní, u mzdové regulace a podobně. Pokud jde o federální ministerstvo hospodářství zpracováváme i dílčí, nicméně stejně závažné dokumenty, jakými jsou například agrární politika, energetická politika, zhodnocení postupu, jaký je třeba volit vůči podnikům, které neprojdou první vlnou privatizace, případně zůstanou po určité době státními. Vypracovali jsme zásadní materiál zabývající se komplexně exportní politikou. Myslím, že základy vládní hospodářské politiky zformovány jsou a je zřejmé, že při dalším zrealizování základních ekonomických čísel, především cenových struktur, bude možno lépe »kalibrovat« i tuto politiku. OS

Výnos daně z obrátu u vybraných skupin výrobků a jeho podíl na celkovém výnosu daně

Druh výrobku	1. pololetí 1990		1. pololetí 1991	
	daň absolutně	podíl na výnosu v %	daň absolutně	podíl na výnosu v %
Uhlovodíková paliva a maziva	19 680	49,3	21 132	32,9
Lih a destiláty	5 174	12,9	4 859	7,6
Pivo	2 886	7,2	2 684	4,2
Víno	835	2,1	694	1,1
Tabák a tabák. výrobky	3 725	9,3	5 085	7,9
Spotřební daň ČSFR celkem	32 300	80,8	34 454	53,7
Výnos daně ČSFR celkem	39 973	100,0	64 215	100,0

Pozn.: absolutní údaje v mil. Kčs

Z vládních kabinetů

Zejména odbory a někteří političtí exponenti vytýkají federální vládě absenci pozitivních rozvojových programů. Bylo již nemálo řečeno o tom, že úkolem vlády, ani v přechodovém období, není starat se o rozvoj jednotlivých podniků či oborů, neboť by tím byl popřen smysl celé ekonomické transformace. Tento přístup však nezosobňuje lhostejnost, ani záměr zlikvidovat průmysl nebo jiné odvětví národního hospodářství.

Důkazem může být i návrh proexportního programu, který vypracovalo federální ministerstvo hospodářství. Jak se praví v úvodu materiálu, zkušenosti prvních měsíců vývoje čs. zahraničního obchodu potvrdily správnost opatření makroekonomického charakteru, ale současně nastolily nutnost dotvoření systémového prostředí vznikajících tržních vztahů s cílem překonat nynější pokles vývozu a založit ekonomické a institucionální předpoklady pro růst nejen exportu, ale i celkového obrátu zahraničního obchodu.

Navrhované zásady státní proexportní politiky si nekladou za cíl postihnout proexportní aktivity v nejširším smyslu (navrhnout například změnu struktury průmyslové výroby) a nelze od nich tudíž očekávat, že budou představovat návrh na řešení všech základních příčin ekonomických problémů. Jde přesto o program široce založený, který obsahuje nejen nové náměty, ale eviduje i kroky již realizované.

Celkový záběr navrhovaných opatření vyvolává nutnost zajistit jejich koordinované působení. Jako nejvhodnější se jeví forma zákonné úpravy systému podpory exportu, je běžné ve většině zemí s fungující tržní ekonomikou. Tato zákonná úprava by současně měla jasně vymezit úlohu státu a jeho vztah ke všem dalším subjektům při provádění zahraničně obchodní činnosti. Předpokládá se, že v příslušné legislativní úpravě by bylo vymezeno faktické zajišťování navrhovaných aktivit. Měl by být vytvořen fond, ze kterého by byly poskytovány potřebné prostředky na podporu exportu. Fond by měl plnou právní subjektivitu se všemi z toho vyplývajících důsledky. Současně se předpokládá, že navrhovaná legislativní norma upraví formu propojení fondu, eventuálně stát-

ního rozpočtu, na některé specializované organizace včetně pověření vykonávat na smluvním základě určité činnosti proexportní politiky. Tato forma je uplatňována prakticky ve všech vyspělých zemích.

Jaká opatření jsou navrhována k zabezpečení programu. V oblasti finanční, úvěrové a daňové jde především o založení specializované instituce se státní účastí, jejíž činnost bude zaměřena na poskytování záruk, pojištění střednědobých a dlouhodobých úvěrů a poskytování zvýhodněných úvěrů; dále redistribuce přijatých úvěrů účelově zaměřených na podporu exportu, odkup směnek spojených s exportem, systémové poskytování daňových úlev navazujících na hodnocení exportní výkonnosti podniků a další. Opatření v oblasti celní a netarifní politiky zahrnují kromě jiného vypracování restrukturalizovaného celního sazebníku, podmíněné osvobození od dovozního cla vybraných druhů zboží pro výrobní spotřebu, novelizaci nařízení vlády k povolování zahraničně-obchodní činnosti a jiné. Neméně důležitá jsou i opatření zasahující informací, propagační a poradenské služby, v jejichž rámci se mimo jiné navrhuje zákonnou úpravou vymezit postavení čs. obchodní a průmyslové komory, vytvořit celostátní informační systém zahraničního obchodu, pokračovat v státní podpoře exportérům při jejich účasti na veletrzích a specializovaných výstavách, vybudovat stále expozice zejména pro malé a střední podnikatele v Praze a Bratislavě. S dodávkami pro vývoz jsou spojeny nezbytné technické podmínky. Bude například nutné provést revizi všech technických, zdravotních, hygienických, ekologických a jiných norem a předpisů souvisejících s exportem výrobků a výkonů. V této souvislosti bude třeba zvýšit ekonomickou samostatnost a technickou úroveň zkušeben a zpracovat zásady zákona o kontrole jakosti exportních výrobků a výkonů.

Přijetí programu by pro jeho věcnost a realnost nemělo nic stát v cestě. Kromě nacionálně laděných negativních stanovisek, které by mohly zpochybnit vytvoření federální proexportní instituce, jež tvoří základ celého programu.

os

procentní sazbou bylo upuštěno, neboť sazby dosahující řádu stovek procent by v inflačním prostředí výrazně akcelerovaly jakýkoliv pohyb hodnotové základny směrem nahoru. Pevné částky by naopak měly působit z hlediska cenové úrovně stabilizačně a tlumit tendence k inflaci. Při použití pevných částek daně ovšem existuje reálné riziko, že tyto sazby dříve nebo později přestanou plnit výchozí fiskální záměry a bude nutno zákon v části obsahující sazby daně novelizovat.

Základní přístup k návrhu výše sazeb vychází z toho, že u příslušných výrobků ztělesní sazba spotřební daně hodnotu dnešního výnosu daně z obrátu. Jako faktor omezující potřebu jejich rychlé novelizace by měla působit skutečnost, že spotřební daně budou tvořit nedílnou součást základu pro daň z přidané hodnoty (dále DPH), takže DPH představuje určitou »valorizační« pojistku zákonem fixované výše sazeb pro potenciální růst cenové hladiny do 20 %.

Plátcí spotřební daně by měli být všichni výrobci nebo dovozci výrobků, které budou této dani podléhat. Při dovozu by se stal poplatníkem daně i občan v případě, že výrobek doveze v množství přesahujícím celní osvobození. Daňová povinnost vznikne dnem vyskladnění výrobku od výrobce, nebo při dovozu dnem rozhodnutí celnice o propuštění výrobku do volného oběhu v tuzemsku. Vyskladněním se přitom rozumí fyzické splnění dodávky nebo použití pro vlastní potřebu plátce a pro účely přímo nesouvisející s podnikatelskou činností. Situování inkasa daně k výrobci nebo dovozci by mělo zásadním způsobem omezit úniky daně, ke kterým by při cestě výrobku od jeho vzniku po konečnou distribuci jinak mohlo docházet.

Stejně jako v okolních tržních ekonomikách budou od povinnosti vybrat daň osvobozeny výrobky určené pro vývoz, výrobky dovezené, na které se vztahuje osvobození od cla a výrobky, které budou použity jako vzorky pro zkoušky jakosti, normalizační řízení, provozní zkoušky, laboratorní a hygienickou kontrolu, výzkumné účely atd.

Vztah k rozpočtu

V daném okamžiku nelze spolehlivě odhadnout budoucí výnos spotřebních daní a jejich podíl na celkových daňových nebo rozpočtových příjmech. Nepochybně však půjde o částky v řádu desítek miliard korun. Pro základní orientaci by však mohl posloužit výnos daně z obrátu u skupin výrobků figurujících ve spektru budoucí spotřební daně, dosažený v 1. pololetí 1991. K vyhodnocení dopadů ze změn daňových sazeb provedených k 1. lednu 1991 a liberalizace cen je uveden také srovnatelný výsledek za 1. pololetí 1990. Souhrnné údaje obsahuje tabulka.

Z údajů obsažených v tabulce vyplývá několik důležitých závěrů:

- podíl výnosu daně z obrátu za výrobky ve spektru spotřební daně na celkovém výnosu

Komentář

JAKÉ DAŇOVÉ SAZBY ?

daně z obrátu je enormní a v 1. pololetí 1991 představuje více než 50 % celkového výnosu daně z obrátu. Údaje za 1. pololetí 1990 nejsou v tomto směru relevantní, neboť celkový výnos daně z obrátu zkrusovala vysoká záporná daň u potravin a paliv,

- přes zvýšení sazeb daně k 1. lednu 1991 zůstal absolutní výnos daně u jednotlivých skupin výrobků v podstatě na úrovni roku 1990. K největšímu nárůstu daňového výnosu došlo u tabáku a tabákových výrobků (index 1,36), pokles daňového výnosu možno zaznamenat prakticky u všech alkoholických nápojů. V tomto případě a u pohonných hmot, kde sazba daně vzrostla v průměru o více než 50 %, došlo k evidentnímu poklesu spotřeby.

Pokud nedojde k dalšímu výraznému poklesu spotřeby, měl by se s ohledem na uvedené skutečnosti výnos spotřebních daní v roce 1993 pohybovat v intervalu 60 - 70 mld. Kčs. Modelové propočty ukazují, že při použití jednotné sazby DPH ve výši 20 %, by byl celkový výnos DPH ve srovnání se spotřebními daní vyšší jen o několik miliard korun. Z fiskálního hlediska by tedy i v budoucnosti tvořily spotřební daň jednu z dominantních položek příjmů státního rozpočtu.

Na závěr bych chtěl velmi stručně upozornit na úskali, které pro praktické uplatnění musí ještě legislativa spotřební daně překonat. V prvé řadě jde o nové ústavní rozdělení kompetencí, které svěřílo správu všech daní do kompetence republik. Prakticky to znamená, že celní orgány nemohou vykonávat správu spotřební daně při dovozu a tuto agendu by měly zatím neznámým způsobem zajišťovat daňové (finanční) úřady. Ve srovnání s legislativou v okolních tržních ekonomikách jde o naprostou anomálii a ekonomický nonsens. Pokud zůstane zachována federace, musí se v rámci prací na nových ústavách toto rozdělení kompetencí změnit.

V průběhu zpracování návrhu zásad zákona a v rámci připomínkových řízení se opakovaně vyskytoval požadavek na regionální diferenciaci sazeb daně. Jistě není nutné zvlášť zdůrazňovat, že diferencované sazby by nejen způsobily masové spekulativní přesuny zboží mezi republikami a vyvolaly nutnost zřízení celní hranice (DPH by případné difference v sazbách ještě dále multiplikovala), ale při hodnotě výnosů, které by měly spotřební daň představovat, by šlo o kvalitativně nesrovnatelné základny republikových rozpočtů, stimuluje nežádoucí redistribuce vytvořených finančních zdrojů. Proto je zcela nezbytné trvat na federálně jednotných sazbách spotřebních daní.

Ing. JAK KLAK,
náměstek ministra financí ČSFR

Jednou ze základních koncepčních otázek v přípravě přechodu na systém daně z přidané hodnoty je počet a výše uplatňovaných sazeb. Jde o citlivou otázku s výrazným politickým akcentem, vyplývajícím z dopadu výše sazeb na ceny zboží a služeb. Stanovení počtu a výše sazeb bude složitým vícekritériálním rozhodovacím problémem, ve kterém budou hrát roli jak ekonomické, tak i politické aspekty.

Jedním z rozhodujících kritérií stanovení počtu a výše sazeb bude zajištění potřeb státního rozpočtu, které je možno orientačně odhadnout na zhruba 150 mld. Kčs. Znamená to, že pokud by výnos spotřebních daní činil uvažovaných 70 - 80 mld. Kčs, pak výnos daně z přidané hodnoty by měl dosáhnout také asi 70 - 80 mld. Kčs.

Při propočtech sazeb daně je možné vycházet v podstatě ze tří metodických přístupů. Prvním z nich je využití současné statistiky daně z obrátu, kterou je však třeba modelově upravit vzhledem k tomu, že základ daně z přidané hodnoty je širší než u daně z obrátu. V druhém případě je možné vycházet z bilance osobní spotřeby, kde sice lze zachytit širší okruh zdanění, ale ve staré struktuře spotřeby, která již neodpovídá současnému, ani budoucímu stavu. Třetí přístup, který použili při své misi experti MMF, vychází ze stanovení daňového základu z přepočteného hrubého domácího produktu po odečtení činností a výkonů nepodléhajících dani.

Výše daňových sazeb bude ovlivněna výší daňového základu, tedy rozsahem osvobozených činností a počtem uplatňovaných sazeb. Při aplikaci jednotné sazby by její výše měla být stanovena na 15 - 20 % podle rozsahu osvobozených činností tak, aby bylo dosaženo požadovaného výnosu. Zavedení dvou sazeb by reprezentovalo sníženou sazbu 5 - 9 % a základní sazbu na úrovni 20 - 25 %. Uplatnění nulové sazby by nutně znamenalo zvýšení základní sazby na úroveň 25 - 30 %, popřípadě i zavedení zvýšené sazby na některé druhy zboží.

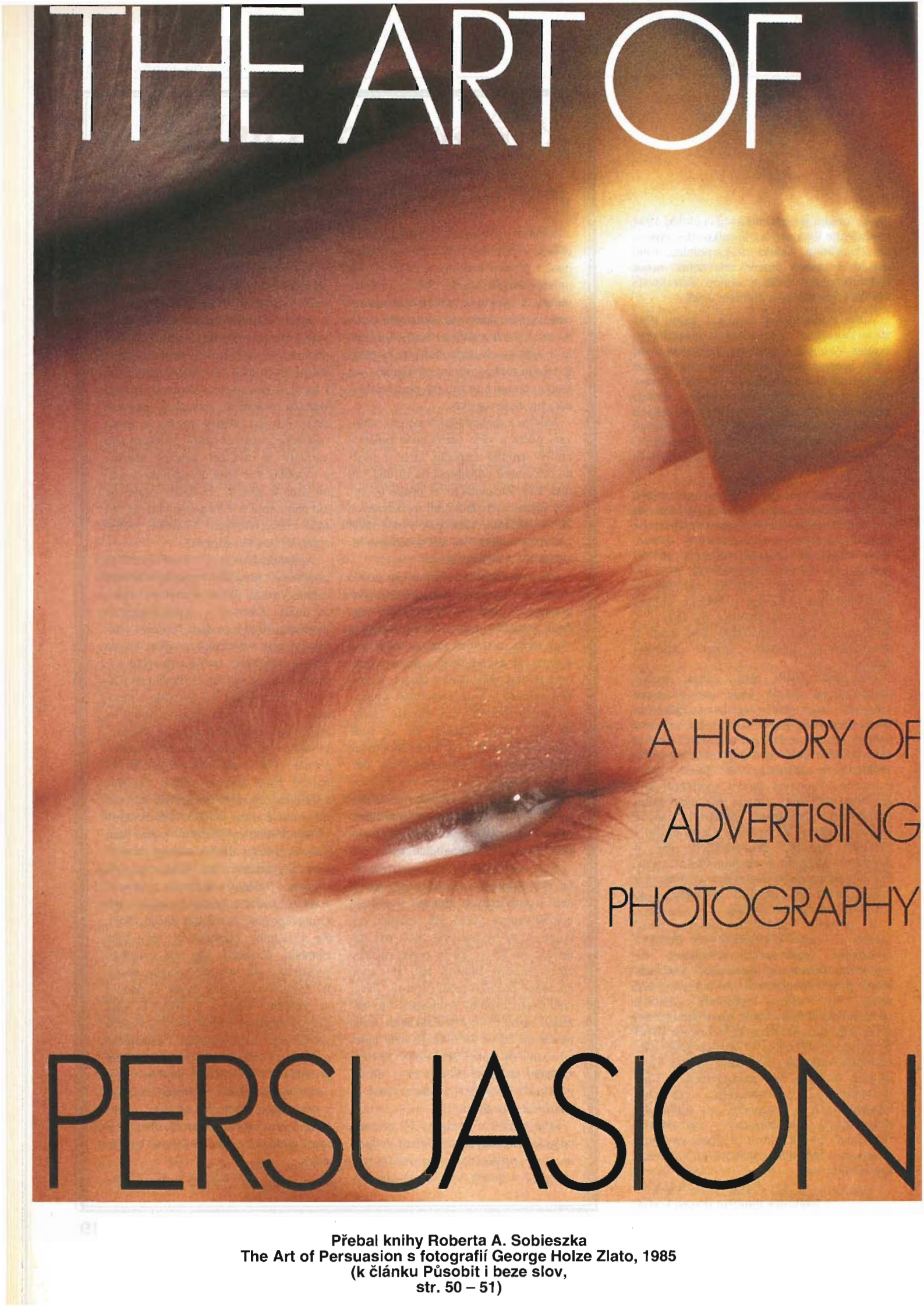
Jaké přednosti a zápory by přineslo uplatnění uvažovaných variant. Jednotná sazba, uplatněná na maximální rozsah zboží a služeb, vytváří největší pro-

stor jak pro fungování daně na straně podnikatelských subjektů, tak pro správu a kontrolu daně na straně finančních orgánů. Při jejím zavedení odpadají veškeré problémy s klasifikací výrobků a služeb. Jednotná sazba ideálně vyhovuje principu neutrality a vytváří stejné podmínky pro všechny podnikatelské subjekty. Je také maximálně přehledná z hlediska plánování a sledování příjmů státních rozpočtů. Zavedení jednotné sazby pro náš daňový systém je doporučováno i experty MMF. Rizikem této varianty je zvýšení cenové hladiny u výrobků, kde byla dosud nulová sazba daně z obrátu. Na druhé straně by ale mělo dojít k výraznému snížení cen řady průmyslových výrobků běžné spotřeby (textil, drogerie).

Aplikace dvou a více sazeb vyvolává problémy s klasifikací a zařazením výrobků. Vytváří se tím prostor pro daňové úniky. Zároveň je porušen princip neutrality daně a je dána možnost podnikatelským subjektům vytvářet tlak na změnu daňového zatížení různých výrobků a tím je na trhu zvýhodňovat. Zavedení více sazeb by vyvolalo i mnohem vyšší nároky na správu a velmi by ztížilo její praktické fungování. Nejozřejavějším problémem bude zřejmě otázka nulových sazeb daně, při jejichž obhajobě bude argumentováno zejména sociálními dopady. Případným zavedením nulové sazby do daňového systému však nebudou zvýhodněny pouze skupiny obyvatel s nižšími příjmy, ale veškeré obyvatelstvo bez ohledu na výši příjmů. Snížení daňového výnosu u zboží s nulovou sazbou by muselo být kompenzováno zdaněním jiného zboží. Ze sociálního hlediska by tedy bylo mnohem účelnější, aby stát vynaložil prostředky pro vybrané sociální skupiny formou sociálních dávek či podpor ze státních rozpočtů. K tomu je však třeba vybudovat účinný daňový systém spolehlivě zabezpečující dostatečné příjmy do státního rozpočtu. Tomuto požadavku by evidentně nejlépe vyhovoval systém daně z přidané hodnoty s jednotnou sazbou pro všechny výrobky a služby s minimálním okruhem činností osvobozených od daňové povinnosti.

VÁCLAV BENDA

THE ART OF



A HISTORY OF
ADVERTISING
PHOTOGRAPHY

PERSUASION

Přebal knihy Roberta A. Sobieszka
The Art of Persuasion s fotografií George Holze Zlato, 1985
(k článku Působit i beze slov,
str. 50 – 51)

SONDA DO HOSPODÁŘENIA MESTA SPIŠSKÁ NOVÁ VES

ČAKANIE NA DOTÁCIE nie je riešením

Namiesto deficitu kapacít a profesií ťaží naše mestá problém nedostatku finančných prostriedkov. Podľa starostu mesta Spišská Nová Ves Ing. Rastislava Jacáka však nemá cenu plakať, pretože tým sa nič nevyrieši.



Veľkosťou a počtom obyvateľov môže sa Spišská Nová Ves radiť medzi stredné mestá. Napriek všetkým neorganickým zásahom zachovala si historické jadro s námestím a celý rad kultúrohistorických pamiatok. Ideálna poloha na vstupe do Slovenského raja predurčuje stať sa turistickým centrom. Treba však vidieť aj devastáciu, vandalizmus a kriminalitu. Mesto zdedilo nevhodne riešenú dopravu, stereotypné sídliská bez služieb a v neposlednom rade rómsky problém. Cigáni

tvoria neodbytný kolorit centra, skupinu, ktorá k devastácii výrazne prispela a renomé mesta ďalej znižuje.

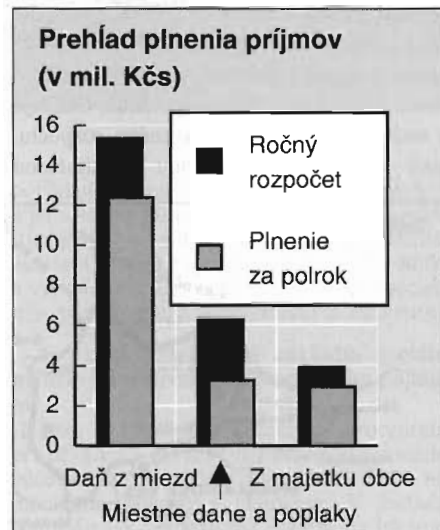
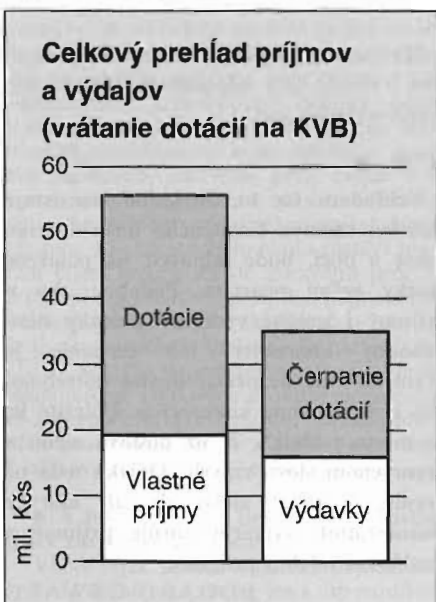
Volebný program

Cieľovo by sa mala Spišská Nová Ves stať mestom s prevahou finálnej výroby a výrazným zastúpením remesiel a služieb orientovaných na turistiku a pamiatky. Mesto by malo ťažiť zo svojej polohy a histórie. Problémom sú útlmové programy. Veľká časť obyvateľov mesta je zamestnaná v závodoch podliehajúcich útlmu, t.j. Železnorudné bane, Geologický prieskum, Bánske stavby a ďalšie nadvädzujúce výroby a služby. Do regionu zasahuje aj útlm zbrojárskej výroby. Nezamestnanosť predstavuje 12 % práceschopného obyvateľstva.

Závažnosti problému odpovedajú aj navrhované riešenia, ktoré zasahujú ekonomiku oblasti komplexne od precenenia ťažených nerastných surovín cez rekvalifikačné programy až po vybudovanie ekologicky čistých a energeticky úsporných výrob s vysokými nárokmi na kvalifikáciu pracovníkov. Jedna vec sú však zámery a druhá reálne možnosti mesta striktné ohraničené rozpočtom, v ktorom ani na jedno zo zamýšľaných riešení neostalo miesto. Podobne impozantný — a žiaľ finančne nepodložený — je aj program výstavby, ktorý

zahrnuje okrem iného oživenie historického jadra mesta, rekonštrukciu mestských parkov, zveľadenie rekreačných objektov a územia, zriadenie pešej zóny okolo rieky Hornád, vybudovanie ihrísk na sídliskách a mnoho ďalších vrátane zdravotníckych zariadení. Bude teda treba stanoviť priority a iba tie postupne riešiť. Druhou cestou je zapojiť mesto do podnikania, aspoň na prechodné obdobie do doby, keď bude vytvorená odpovedajúca ekonomická základňa.

Prvým krokom bolo vytvorenie samostatnej akciovej spoločnosti Spišské výstavné trhy spoločne s maďarskou výstavníckou organizáciou. Tento podnik založený na bázi obecného majetku by mal už od budúceho roku prinášať mestu zisky. Pripravuje sa založenie akciovej spoločnosti, ktorej majetkovým vkladom by boli mestské hotely, plaváreň a niektoré športové zariadenia. Rozpracovaných je niekoľko kontaktov na zahraničných partnerov, ktorí by do akcie vložili investície a prevádzkovú kapitolu. Do majetku obce by mali prejsť aj príslušné lesy, ktoré môžu pri rozumnom hospodárení tvoriť určitú rezervu, kapitálovú



istotu mestského hospodárenia. Zrejme pôjdu do prenájmu. Prenájom bude pravdepodobne takisto východiskom zo stratovosti kultúrnych zariadení.

Nad mestským rozpočtom

Napriek pretrvávajúcim ťažkostiam systémového charakteru, lebo neboli a zatiaľ nie sú doriešené základné pravidlá finančného

hospodárenia samospráv, darí sa mestskému úradu rozpočtové zámery naplňovať. Predovšetkým vďaka tomu, že rozpočet bol už na rozdiel od volebného programu zostavený realisticky. Plánované výdaje naväzujú na predpokladané príjmy sú polovičné oproti minulému roku. Skutočnosť sa však ukazuje byť menej katastrofickou.

Vlastné rozpočtové príjmy dosiahli 19,2 mil. Kčs, čím bol ročný objem naplnený z troch štvrtín. Prispela k tomu predovšetkým daň z príjmov obyvateľstva, ktorú daňový úrad poukázal mestu po ukončení daňových priznaniach za celý rok 1990. Táto príjmová položka je teda do konca roka evidencie uzavretá. Mali by ju v 2. polroku zastúpiť miestne dane a poplatky, ktoré v 1. polroku prakticky neboli uplatnené. Chýbalo príslušné nariadenie. Opticky vylepšuje príjmovú časť rozpočtu podiel na dani zo mzdy podnikov a organizácií spadajúcich pod kataster obce. Tento odvod bol totiž mestu poukázaný s dvojmesačným predstihom aj za mesiac júl a august, takže adekvátny podiel k ročnému objemu predstavuje 60 %.

Celkove, po zapracovaní nevyhnutných korekcií, ktoré by eliminovali niektoré nesystémové náhodné vlivy, či už pozitívne alebo negatívne, by vlastné rozpočtové príjmy dosiahli približne 16 mil. Kčs, čo je zhruba 62 % z ročného predpokladu. Ukazuje to znovu na reálnosť zostaveného rozpočtu, ktorý počíta s nezbytnou minimálnou

Skladba rozpočtových príjmov v 1. pol. r. 1991

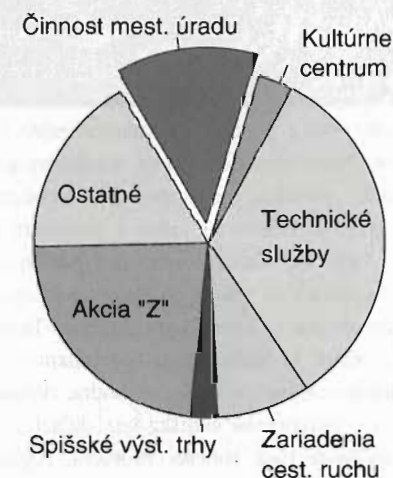


rezervou. Odhad príjmového potenciálu mesta, respektíve jeho dynamiky, sa ukázal byť správnym.

»Triezve« rozmary majú plánované ako aj uskutočnené výdavky. Čerpanie neprekračuje v súhrne 50 % ročného objemu, ktorý je však ako bolo už povedané polovičný oproti minulému roku. Otázna je skladba rozpočtových výdavkov. Pri všetkej nevyhnutnej reštrikcii by mohla byť s ohľadom na dosahované príjmy a skutočné potreby mesta rozložené ináč. Napríklad, výdavky na činnosť mestského úradu boli v 1. polroku ovplyvnené potrebami rekvalifikácie pracovníkov samosprávy, nákladmi na nové tlačivá, pečiatky, označenie ulíc a inými v súvislosti s konštituovaním samosprávy. I tak sa však volič môže celkom oprávnené pýtať, či takmer 3 mil. Kčs výdavkov na výkon samosprávy nie je mnoho, napríklad v po-

rovnání s výdavkami na kultúru. Môžeme sa tiež pýtať, či je v danej situácii únosné, aby mesto financovalo stratu kúpaliska, športového centra a ostatných prevádzok správy cestovného ruchu namiesto toho, aby sa rýchlejšie hľadali cesty vyrovňania zisku. Existuje celý rad možností počínajúc prenájmom až po priamy predaj jednotlivých prevádzok, nehovoriac o znižovaní prevádzkových nákladov mimo turistickú sezónu. Podobne u technických služieb. Tie mesto nepochybne potrebuje, nie už toľko nimi vyprodukovanú stratu. Aj tu by privatizácia na prvý pohľad mohla veľa vyriešiť. Pravdepodobne však, usudzujúc

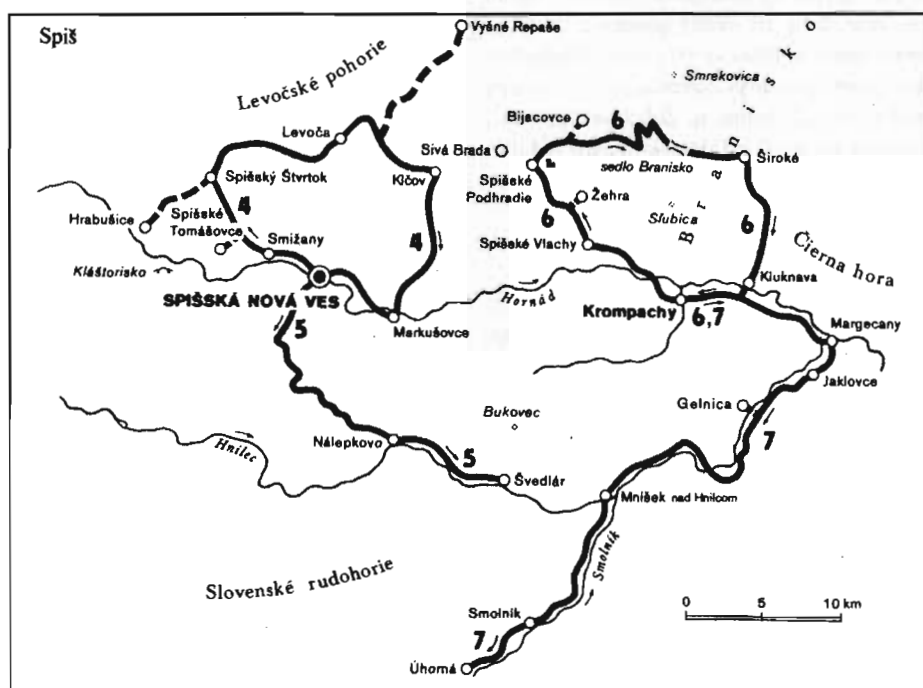
Skladba rozpočtových výdavkov v 1. pol. r. 1991



podľa tempa a množstva otváraných pivární, není o zriaďovanie súkromných služieb tohto druhu veľký záujem.

Vzhľadom na to, že zatiaľ neexistuje stabilná sústava finančného hospodárenia miest a obcí, bude odpoveď na položené otázky veľmi neurčitá. Podobne ako u príjmov i mnohé výdajové položky nesú náhodný charakter, ich čerpanie je vyvolané viac bezprostrednými potrebami ako cieľavedomou koncepciou. Dôležité je, že mesto podniká, či už doslova alebo v prenesenom slova zmysle. Otázka teda už neznie, či čakať alebo nie, ale ako sa osamostatniť, vytvárať zdroje príjmov a naplňovať volebný program.

EDUARD OSWALD



JAK VYLÉČIT ZDRAVOTNICTVÍ

Nad novým systémem zdravotní péče se zamýšlí ing. ZUZANA FONTANOVÁ, poradkyně ministra zdravotnictví ČR, a ing. IVANA SMETANOVÁ z odboru zdravotní politiky MZ ČR.

● Probíhající proces přechodu od plánované k tržní ekonomice pouze zdánlivě nevyžaduje reformu systému zdravotní péče. Někdy se dokonce zdá, že motivace je spíše politická než ekonomická nebo zdravotnická. Zdání ovšem může klamat — jaká je tedy skutečnost?

Máte pravdu. I tady je všechno mnohem složitější. Systém, který doposud existuje je státem řízený a financovaný ze státního rozpočtu. Služby poskytuje specializovaný resort a obyvatelstvo vystupuje vlastně ve dvojí roli — financiera a spotřebitele. Stát je finanční zprostředkovatel a organizátor. Problém navíc akcentuje státní vlastnictví zdravotnických zařízení, univerzální péče a její nejasný rozsah.

Pokud bychom dosavadní praxi nazvali bipolární, pak nový systém by měl být triangulární, měl by odloučit stát od souběžného financování a poskytování služeb a separovat funkce přerozdělovací a poskytovatelské.

● Jde tedy o transformaci systému zdravotní péče. V této souvislosti používáte ještě jeden zajímavý termín — rozvolňování OÚNZ. Neskrývá se za tímto neobvyklým slovem spíše něco jako rozpadání, rozklad — to už by ovšem mělo trochu jiný podtext. Bude naše zdravotnictví i po tomto »rozvolnění« fungovat, alespoň tak jako dosud?

Neinformovanost a strach, to je mocný pán. Lidé se nás velmi často ptají, zda vůbec budou schopni lékařské služby zaplatit, dokonce vyhledávají preventivně lékaře, aby měli tzv. »střežka«. Největší obavy jsou ze zvýšení cen specializovaných lékařských zákroků, a tak bych mohla pokračovat. Nic z toho není pravda. V procesu transformace zdravotnictví je základním prvkem jediná zásada — vznikem nového systému řízení nesmí být ani na okamžik narušena péče o zdraví lidí. Transformaci zdravotnictví nedojde pouze k jeho reformě, ale k vytvoření nového organizačně a kvalitativně zcela odlišného systému zajišťování zdravotní péče. Nejde o to pouze změnit organizaci a způsoby řízení vedoucí ke zvýšení vnitřní ekonomiky. I přes zřejmou důležitost tohoto úkolu zůstává hlavním cílem změna těžiště zdravotní péče na primární a preventivní péči. Pod pojmem rozvolňování OÚNZ se skrývá něco jako rušení generálních ředitelství. Každé zařízení OÚNZ se stane samostatným celkem s vlastní ekonomikou. To povede k vnitřní ekonomizaci zdravotnictví a k lepšímu využití finančních prostředků. Je to vlastně první krok k očekávané privatizaci ve zdravotnictví.

● A jak se dotkne první fáze transformace zdravotnictví pacientů?

Vůbec nijak. Budou chodit ke stejnému lékaři, do stejné nemocnice, jen s tím rozdílem,



Ing. Zuzana Fontánová a ing. Ivana Smetanová

že toho svého lékaře si budou moci vybrat — nebude jim administrativně určen. V druhé fázi — a ta souvisí se zřízením Všeobecné zdravotní pojišťovny — bude docházet k uzavírání smluv mezi pojišťovnou a zdravotnickými zařízeními.

● Usnesení vlády ČR z února 1991 ukládá zřídit Všeobecnou zdravotní pojišťovnu k 31. 12. 1991. Bude se nový systém podobat obdobné zákonné úpravě z roku 1924 a 1928?

V principu jde o obdobu zákonné úpravy pojištění zaměstnanců pro případ nemoci, invalidity a stáří (zákon č. 221/1924 Sb. a zákon č. 184/1928 Sb.), opticky i o národní pojištění (zákon č. 99/1948 Sb.). Ovšem po téměř sedmdesáti letech je tady řeč přece jen o něčem jiném. Předválečné nemocenské pojištění bylo zavedeno proto, aby zajistilo takovou zdravotní péči, kterou nebylo schopno zvládnout rudimentární a nekvalitní veřejné zdravotnictví a příliš drahé zdravotnictví soukromé. Dnešní situace je podstatně jiná — pojišťovna nevstupuje do prázdná, ale do systému, který přes všechny výhody přece jen umožňuje přístup k péči pro všechny občany. Nový systém všeobecného zdravotního

pojištění je ambicióznější než ty předchozí a jeho zavedením by se mělo dosáhnout efektivnějšího využití finančních prostředků, zlepšení vztahu mezi pacienty a zdravotníky a vytvoření účinné zpětné vazby mezi pacientem, pojišťovnou a zdravotnickým zařízením.

● Velmi důležitý je základní sociální princip navrhovaného zdravotního pojištění.

Díky zamýšleným stejným procentním příspěvkům a závazně definovanému rozsahu péče se vlastně solidarizují zdraví lidé s nemocnými, bohatší s chudšími. V žádném případě však nemůže být obětována jakémukoliv manévru všeobecná dostupnost péče pro všechny občany, bez ohledu na jejich momentální finanční nebo sociální situaci.

To samozřejmě nevylučuje dodatečné pojištění na tzv. lepší podmínky poskytování péče, respektive na péči, která přesahuje pevně kryté služby. Komplexní systém ale nelze zavést an bloc a přes noc. Musí dojít k procesu postupného prorůstání.

● Dá se předpokládat, že k 1. 1. 1992 budou připraveny alespoň výchozí podmínky pro start pojišťovny?

Už dnes je jasné, že nebude zcela k dispo-

Trh práce v pohybu

MLÁDEŽ A NEZAMĚSTNANOST

Ekonomická transformace je provázána rostoucí mírou nezaměstnanosti, která však — ve srovnání se zeměmi Evropských společenství — je, zejména v České republice, stále ještě výrazně nižší a vykazuje některé specifické rysy (viz THN č. 40). Koncem školního roku však nezaměstnanost postihla ve zvýšené míře nejcitlivější a nejohroženější demografickou skupinu — mládež. K 31. 8. stále ještě hledalo své první zaměstnání 60 942 mladých lidí — z toho 26 496 na území ČR a 34 446 na Slovensku. Z celkového počtu bylo 13 % vysokoškoláků, polovina maturantů ze všech typů středních škol a středních odborných učilišť s maturitou, čtvrtina byli vyučení a 12 % tvořili chlapci a dívky, kteří dokončili povinnou školní docházku a nebyli nikde umístěni. Institut dětí a mládeže ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR svolal proto v posledním zářijovém týdnu k této problematice pracovní seminář.

Zástupce MŠMT Dr. Jan Bělohlávek v úvodu zdůraznil, že nezaměstnanost mládeže je problém vysloveně interdisciplinární, kde se prolíná hledisko sociologické, psychologické a legislativní. Jde o specifickou sociální skupinu, u níž ještě nebyl dokončen proces společenské integrace. Nejde zde v první řadě o zmírnění finančních následků nezaměstnanosti, ale o to, aby mládeži byla dána možnost upevnit čerstvě nabyté znalosti a vytvořit si pracovní návyky. Situace je ztížena tím, že letošní absolventi si svůj obor volili za zcela odlišné situace, takže jejich kvalifikace je zčásti nepotřebná, zčásti neúplná. MŠMT proto iniciovalo zřízení konzultačních středisek a kursů nespecifické rekvalifikace (bližší viz THN č. 38). Vyhodnocení však zatím nebylo provedeno.

Ing. Leoš Kmoníček (EÚ ČSAV) upozornil, že nezaměstnanost — i když zatím relativně nízká — postihuje ve zvýšené míře právě děti a mládež. Podle stavu k 30. 6. 1991 bylo v České republice téměř 28 % z celkového počtu nezaměstnaných ve věku do 25 let a 27 % ve věkové skupině od 30 do 39 let. To znamená, že více než polovinu nezaměstnaných na území ČR tvořili

mladí lidé a mladé rodiny s malými dětmi. Na rozdíl od čerstvých absolventů škol, kde nedostatek vlastního příjmu znamená pouze pokračování závislosti na rodičích, pocítují mladé rodiny příjmovou restrikci velmi citelně, neboť jsou v etapě prvotního vybavování domácnosti.

Psychosociální aspekty nezaměstnanosti mládeže vyzdvihl Dr. Ivo Sedláček z ústavu humanitních věd Karlovy univerzity. Upozornil zejména na nebezpečí ztráty společenského kontextu, plynoucí z nezařazenosti do konkrétní profesní skupiny, na postupnou ztrátu kvalifikace, vedoucí až k devalvaci osobnosti a ztrátě společenského statusu. U dlouhodoběji nezaměstnaných narůstá pocit vnitřního znehodnocení, které vede k extrémům v chování: přehnaná nejistota, plachost na jedné straně a naproti tomu agresivita na straně druhé. Změny chování vzbuzují u zaměstnavatelů nedůvěru, takže čím déle je mladý člověk nezaměstnaný, tím hůře práci nachází. Zejména rizikovou vrstvu tvoří mládež s nedokončeným základním vzděláním, kde se mohou vytvářet skupiny bez jakýchkoliv profesních ambicí, rezignující na zařazení do prosperující společnosti.

Diskuse ukázala, že řada narůstajících problémů čeká na své řešení. Je to například situace patnáctiletých, kteří nenašli ani učební, ani pracovní místo: nejenže nemají nárok na podporu v nezaměstnanosti, ale jejich rodiče zároveň ztrácejí nárok na rodinné přídatky. Zde se nedá hovořit o rekvalifikaci, ale o nabývání prvotní kvalifikace — nejlépe zřizováním dvouletých učebních oborů. Přímé pracovní uplatnění patnáctiletých je z legislativních důvodů velmi obtížné.

Do programů rekvalifikace se zapojují — vedle úřadů práce a školských úřadů — i soukromí podnikatelé a dobrovolné a zájmové organizace, využívající účelově vyčleněných finančních prostředků na základě konkursu MŠMT (viz THN č. 36). Na řešení nezaměstnanosti mládeže jsou vyčleněny nemalé finanční prostředky. Jde jen o to, využít jich co nejúčelněji.

(čer)

zici daňový systém, objektivizované ceníky lékařských výkonů, schopnost komplexní kalkulace nákladů, nebude ani stanovena výchozí základna jednotlivých pracovišť.

● To nezní příliš povzbudivě. Jaká opatření připravujete, aby jste splnili vládní usnesení?

V první řadě je třeba udržet bezporuchový chod zdravotnických zařízení a služeb, a to i při kritickém nedostatku prostředků. Provedení žádoucích změn v užívání objektů s minimalizovanými náklady s ohledem na



Najde nový systém zdravotní péče lék na rozbujelou administrativu nebo nás opět zaplaví papírový moloch?

potřebu zdravotnictví a možnost přípravy k privatizaci. Musí se také provést restrikce nahraditelných činností a tím i pracovních míst, privatizace některých obslužných činností a zahájení svobodné volby lékaře.

● Kdy předpokládáte plné rozvinutí nového zdravotního systému?

Žádný existující systém poskytování a financování zdravotnictví stejně jako systémy sociálního zabezpečení, nedosáhl konečné, dokonalé podoby. Uvažovaná, postupná transformace by neměla ohrozit již jednou dosažené. Předpokládám, že plné rozvinutí systému si vyžádá čtyř až pět let.

DANIELA SEDLÁŘOVÁ

Poznámka redakce: V následujících číslech EKONOMU přineseme přehled vybraných systémů zdravotní péče v zahraničí.

TELEKOMUNIKACE A TELEINFORMATIKA BUDOUCNOSTI
PRO ZDRAVOTNĚ POSTIŽENÉ

COST 219 V ČESKOSLOVENSKU

COST je zkratkou pro Evropskou spolupráci ve vědeckém a technickém výzkumu (European CoOperation in the field of Scientific and Technical Research). Projekt COST byl ustaven na konferenci ministrů evropských zemí v roce 1971 a jeho úkolem je koordinovat existující i nově navrhované výzkumné programy, které jsou svým charakterem mezinárodní a jsou řešeny v několika státech ES. Obzvláštní význam má tam, kde dosažení cíle vyžaduje sladění legislativních nebo technických norem v jednotlivých členských státech. Celý projekt je rozdělen do projektů dílčích.

Číslo 219 nese problematika využití současných i budoucích telekomunikačních služeb pro zdravotně postižené. Tento dílčí projekt je specificky orientován na:

- sběr informací o existujících telekomunikačních a teleinformačních zařízeních a službách, a také o pokračujícím výzkumu a aplikacích v zájmu postižených osob

- podporu aktivit v této oblasti

- průzkum skutečných potřeb postižených

- vyhodnocení budoucích možností informační techniky v této oblasti.

Právě pro naše handicapované spoluobčany mohou totiž telekomunikace znamenat zásadní změnu kvality života. Málokdo z nás si umí představit život bez telefonu. A přece mezi námi žijí desetitisíce neslyšících, kteří si

nemohou nikam zatelefonovat. Přitom současná technika nabízí řadu řešení — od tzv. psacích telefonů, které jsou vlastně malými a levnými dálkopisy a umožňují — na rozdíl od známějších faxů — skutečný psaný dialog, až po videotelefony, které umožňují komprimovat šifru pásma televizního obrazu tak, aby ho bylo možné v ještě zřetelné formě přenášet po telefonní lince a které tedy umožní neslyšícím komunikaci v jejich nejvlastnějším dorozumívacím kódu — znakové řeči.

Potíže s telefonem však nemají jenom neslyšící. I mnohem méně závažné postižení — nedoslýchavost — způsobí problémy nejen se srozumitelností hovoru, ale i s tak prostou věcí, jako je indikace, že nám někdo volá. Běžné telefonní zvonění je totiž vysoký tón, který obvykle ani lehce nedoslýchaví neslyší. Ani technický pokrok nemusí vždy znamenat zlepšení pro handicapované občany. Tak například nové telefonní přístroje používají technicky dokonalejší sluchátkovou vložku, která nevyzařuje magnetické pole. Dokonalejší je však jenom pro slyšící. Má-li takový přístroj nedoslýchavý, pak ztrácí možnost využít indukčního snímáče (T) ve svém sluchadle, který zatím představuje nejdokonalejší možnost, jak si zlepšit srozumitelnost hovoru. Většina států proto tento typ vložek zakázala.

Telefonu nás však nezabavuje jenom vada sluchu. Existuje u nás jediný telefonní auto-

mat, do kterého by mohl zajet vozíčkář a navíc tak, aby na telefon dosáhl? Uvědomujeme si, že existuje velké množství lidí s poruchami motoriky, pro které je velmi obtížné vytoučit číslo nebo zvednout mikrotelefon? Jsme si vědomi, že nevidomí nemohou používat telefonní seznam? A kolik toho skutečně děláme pro přednostní přidělování telefonů těm zdravotně postiženým (chronicky nemocným), pro které možnost včasného přivolání pomoci může být otázkou života nebo smrti?

Telekomunikace však již dávno neznamenají jenom dálkový dialog mezi dvěma osobami. Ve spojení s počítači dnes umožňují přenos dat a nabízejí řadu služeb, ze kterých většina z nás zná jenom hlášení přesného času a programy kin. Jsme například svědky exploze faxu. Existují však neméně dokonalé služby, jako třeba elektronická pošta nebo nejrůznější databáze, které u nás na svůj čas teprve čekají a z nich mnohé mohou znamenat zásadní zlepšení možnosti pracovního uplatnění těžce zdravotně postižených a jejich integrace do společnosti. Napojení na počítačovou síť umožní imobilnímu pracovníku denní kontakt s pracovištěm, aniž by musel překonávat četné bariéry na cestě do zaměstnání. Je však třeba mít na paměti potřeby handicapovaných od samého počátku navrhování a plánování těchto služeb. A právě o takový přístup usiluje projekt COST 219.

Signatářskými státy projektu COST 219 se

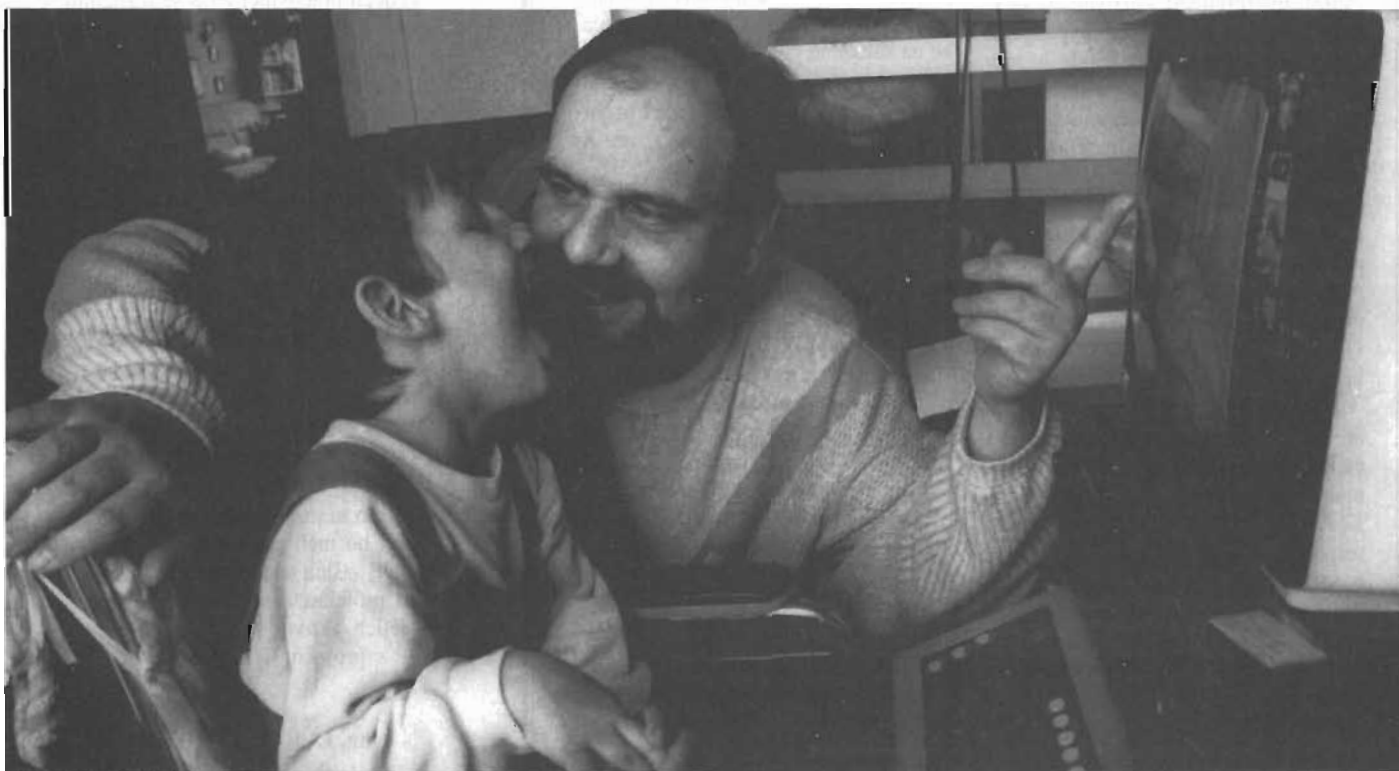


FOTO JÁN REČO

Sociálne sondy do reformy

AKO VNÍMAME ŽIVOTNÚ ÚROVEŇ

V poradí druhý prieskum, uskutočnený vo Výskumnom ústave práce a sociálnych vecí v júli t. r. (prvý na prelome rokov 1990/91), neukazuje zhoršenie výsledkov subjektívneho hodnotenia materiálnych podmienok života.

V ČR ostáva takmer nezmenený podiel respondentov, ktorí sa, z hľadiska uspokojovania základných životných potrieb zaradili pod hranicu životného minima (na začiatku roka 19,9 % a v júni 20,4 %). Na Slovensku adekvátne 18,6 % a 13,2 %. Tu dokonca relatívna početnosť klesá v prospech tých, ktorí sa hodnotia, že uspokojujú svoje základné potreby nad túto hranicu. Podiel tých druhých sa na Slovensku zvýšil v porovnávaných prieskumoch z 12 % na 22 % a v ČR z 10 % na 20 %.

Najpočetnejšia skupina opýtaných sa i naďalej zaraďuje na hranicu životného minima. Hoci aj tu relatívna početnosť klesá (zo 69,3 % na 58,4 % v ČR a zo 68,0 na 63,0 % v SR).

K tomu treba na objasnenie dodať, že životné minimum sa vo verejnej mienke spravidla stotožňuje s takou hladinou príjmu, ktorá umožňuje rodine podľa vžitých predstáv a zvyklostí akotak z príjmu výjsť. Voľnejšie to možno interpretovať zaužívaným slovným zvratom »žijeme od výplaty po výplatu«. Avšak toto chápanie nezodpovedá kritériám objektívneho stanovenia hraníc životného minima. Minimum vo vedomí ľudí odráža skôr hranicu tzv. minimálneho štandardu odvodeného od dosahovaného priemerného štandardu. Jeho podstatou je reflektovať k priemeru v materiálnom postavení a nie existenčná možnosť prežitia.

Priam klasickým odôvodnením takéhoto vnímania životného minima sú odpovede na otázku: »Domnievate sa, že pre štvorčlennú rodinu stačí na uspokojenie základných potrieb minimálne mesačne: 5 tisíc Kčs; 5,5 tis. Kčs; 6,0 tis. Kčs.« Vyše tri štvrtiny respondentov (rovnako v ČR ako aj v SR) zvolilo najvyšší variant. Vyšší (v závislosti od veku detí asi o 3 % — 16 % ako je oficiálne životné minimum navrhované v zákone o životnom minime.

Vnímanie životnej úrovne sa tiež mapovalo otázkou zameranou na sebahodnotenie z hľadiska pocitu chudoby. Najviac opýtaných pociťuje chudobu (v obidvoch prieskumoch) len v niektorých situáciách. Spravidla sa im nedostáva príjem na náročnejšie potreby (v ČR 33,7 % a v SR 46,4 %). Odlišne v republikách sa vyvíjal počet tých, ktorí sa pokladajú za chudobných za každých okolností: v ČR 33,5 % a na Slovensku 13,6 %. V opačnom poradí k týmto výsledkom sa hodnotili tí, ktorí sa nepokladajú za chudobných: v ČR 22,7 % v minulom prieskume a 19,7 % v terajšom; v SR adekvátne 27,5 % a 31,0 %. Možno predpokladať, že vyššia úroveň spotrebiteľských aspirácií českej populácie spôsobuje jej citlivejšiu reakciu na nutnosť obmedzovania spotrebných výdavkov v porovnaní so situáciou na Slovensku.

Pocit nedostatku sa tiež zisťoval z hľadiska dostatčnosti rodinného príjmu na krytie potrieb. Overovala sa na šesťstupňovej škále, ktorú možno zostučniť do troch základných stupňov: príjem postačuje; žijeme úsporne, aby nám stačil príjem; príjem nestačí ani na najlacnejšiu stravu a oblečenie. Ukázalo sa, že absolútny nedostatok pociťuje len 9 % populácie (rovnako v ČR ako aj v SR). Chýbajú im peniaze na základné potreby výživy, oblečenia a iné. Vyše osemdesiatim percentám, tak v ČR ako aj v SR, pri úspornom hospodarení príjem postačuje. Aj keď nie je zanedbateľné ani to, že jedna štvrtina z nich sa musí uspokojiť s nákupom najlacnejších druhov tovaru. Len 8,5 % respondentov v ČR a 5 % v SR uvádza, že im stačí príjem na všetko, bez toho, aby sa výraznejšie uskromňovali.

Výsledky prieskumov ukazujú, že napriek pokračujúcej recesii, rastúcej inflácii a nezamestnanosti, sa nezväčšuje rozsah tých, ktorí pociťujú nedostatok z hľadiska možnosti uspokojovania nevyhnutných základných potrieb. Nedostatok pociťuje 9 % — 13 % slovenskej populácie a 9 % až 20 % v Čechách.

Ing. JOZEFA ANTALOVÁ,

Výskumný ústav práce a sociálnych vecí, Bratislava

staly Dánsko, Fínsko, Francie, Irsko, Talie, Nizozemí, Norsko, SRN, Španielsko, Švédsko, Veľká Británie a — zásluhou Ústavu fyziologických regulácií ČSAV — také Československo. V tomto ústave totiž pracuje Laboratór elektronických smyslových náhrad, ktorá za 7 let své existence vyvinula řadu pomůcek pro sluchově postižené, mj. také zcela původní psací telefon pro neslyšící. Možná i proto řídící výbor projektu COST 219 nabídl, aby se letošní konference projektu konala v Praze. Záštitu nad konferencí převzala Čs. rada pro humanitární spolupráci, která pozvala i zástupce všech našich organizací zdravotně postižených a zajistila pro ně simultánní tlumočení.

Konferenci zahájil 16. 9. prezident Čs. rady pro humanitární spolupráci Rudolf Brestenský. S velmi zaslíbeným projevem přivítal účastníky ministr zdravotnictví ČR a I. místopředseda Vládního výboru pro zdravotně postižené občany Martin Bojar. Slavnostního zahájení se zúčastnily i další významné osobnosti, z nich jmenujme alespoň předsedu Výboru pro sociální politiku a zdravotnictví ČNR Petra Loma a I. náměstka ministra práce a sociálních věcí ČR Oto Sedláčka. Na třídení konferenci zazněla řada příspěvků zahraničních účastníků. Veliký zájem vyvolaly i příspěvky účastníků našich — Dr. Volejníka, Dr. Mamojky, Dr. Jesenského, Ing. Klieru a dalších.

Vědečtí pracovníci z ES se seznámili se situací u nás a měli možnost si uvědomit, že nám nechybějí ani znalosti, ani odhodlání. Naši účastníci popsali bez jakýchkoliv příkras naši současnou ekonomickou situaci a její vliv na možnosti uplatnění teleinformatiky ve prospěch zdravotně postižených. Sám jsem byl svědkem toho, jak řídící výbor projektu COST 219 usilovně hledal a jistě ještě bude hledat způsoby, jak nám efektivně pomoci. Je třeba si ale uvědomit, že sám projekt má k dispozici prostředky jenom velmi nepatrné. Nejde však o přímé dotace. Nám by třeba pomohlo i to, kdyby k nám byla předána výroba některých již vyvinutých telekomunikačních pomůcek pro postižené a byl pro nás otevřen export těchto pomůcek do ES.

Jediným stínem uspořádané konference bylo, že o ní projevíli pouze minimální zájem ti, kteří ho měli projevit jako první — představitelé našich telekomunikací. Doufejme, že se do projektu zapojí alespoň dodatečně — bez jejich aktivní participace by totiž účast ČSFR v projektu COST 219 byla jen symbolická.

Ing. JAROSLAV HRUBÝ, CSc.,
Vládní výbor pro zdravotně postižené občany

Hledáte schopné pracovníky pro střední a vyšší funkce Vašeho managementu?
Hledáte možnost uplatnění svých odborných a řídicích schopností?
Nehledejte náhodně. Využijte Kariéru.

Kariéra s EKONOMEM

Kariéra spojuje 650 000 takto zaměřených osob — pravidelných čtenářů časopisu EKONOM. Podle sociologických průzkumů mezi nimi převažují řídicí pracovníci, manažeři, zaměstnanci státní správy, podnikatelé a cizinci žijící v ČSFR. 74 % z nich je vysokoškolsky či středoškolsky vzděláno.

Kariéra má vysokou účinnost – zaručuje v průměru 30 nabídek.

Kariéru s úspěchem využívají i renomované zahraniční poradenské firmy.

Kariéra má svou úroveň. Kariéra má svou tradici

Rubriky Kariéry

Volná místa

Zaměstnání hledají

Konkursy

Ceník inzerce Kariéry

Inzerce v rubrikách »Volná místa« a »Konkursy«

Rozměr	1/4 strany	1/8 strany	1/16 strany	1/32 strany
Cena v Kčs	15 000,—	7 500,—	3 750,—	1 875,—

Inzerce v rubrice »Zaměstnání hledají«

50 Kčs /řádek/ sloupec

šíře sloupce: 30 úderů včetně mezer

Objednávky inzerce do Kariéry

Inzerce v rubrikách »Volná místa« a »Konkursy«: Objednávku psanou strojem lze zaslat poštou či faxem na adresu Economia, a. s., inzerce, Na poříčí 30, 112 86 Praha 1, nebo podat osobně na téže adrese. Cena se fakturuje po zveřejnění inzerátu.

Inzerce v rubrice »Zaměstnání hledají«: Inzerát se zveřejňuje až po zaplacení. Lze jej podat a cenu uhradit v hotovosti v inzertní kanceláři Delta, Na Florenci 19, Praha 1, popř. vyplnit níže uvedený kupón a spolu s dokladem o zaplacení zaslat na adresu Economia, a. s., Na poříčí 30 112 86 Praha 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Kčs
																														50,—
																														100,—
																														150,—
																														200,—
																														250,—

Poradenská služba pro Kariéru

Inzertní úsek a. s. Economia, Na poříčí 30, 112 86 Praha 1

Telefon: 232 34 51 l. 889

Telefax: 232 55 61

PŘEDPOKLADY A CÍLE HOSPODÁŘSKÉ POLITIKY

Složitost a dynamika moderního hospodářství znamená, že hospodářská politika se musí spoléhat na ekonomii jako vědu — tj. na teorii.

Většina hospodářsko-politických rozhodnutí přináší výsledky pouze v budoucnosti. Tato ovšem není přímo pozorovatelná, a díky dynamickému charakteru hospodářství ani přímo odvoditelná ze známé minulosti.

Teoretická analýza zůstává pak jediným nástrojem k ohodnocení alternativ hospodářské politiky.

Problém pro převážnou většinu politiků — a mnohé ekonomy — nastává tehdy, když objeví, že neexistuje jednotná ekonomická teorie, s předem připravenými odpověďmi na všechny otázky — i když tento stav je celkem samozřejmý, uvědomíme-li si neustále se měnící povahu předmětu ekonomické vědy — tj. hospodářství samotného. Popravdě řečeno, různorodost ekonomické vědy se často jak nedoceňuje, tak přehání téměř současně. Metodologie vědy, způsob a technické aspekty analýzy jsou společné všem směrům ekonomického myšlení. V čem se tyto směry liší, jsou výchozí předpoklady o tom, co konstituuje relevantní skutečnost národního hospodářství. Tyto rozdíly jsou způsobeny jednak tím, že jednotliví ekonomové pozorují odlišné země a tedy odlišná národní hospodářství, a jednak tím, že jednotliví ekonomové kladou odlišný důraz na různorodé komponenty, z nichž se národní hospodářství skládá.

Pro nově vznikající tržní hospodářství střední a východní Evropy nejdůležitějšími jsou neoklasický (monetární) a neostrukturalistický směr myšlení. Základním rozdílem mezi oběma směry je pojmání mechanismu, kterým se hospodářství přizpůsobuje změnám.

Východiskem **neoklasického (monetárního) přístupu** je dvojí předpoklad pružnosti cenového systému a substituce. Ceny na jednotlivých trzích (včetně trhu faktorů) se mění pružně oběma směry, odrážejíce změny v poptávce a nabídce. Mění se ceny pak představují signál pro jednotlivé výrobce a mění se poptávce a ziskovosti. Vlastníci zdrojů a podnikatelé pak reagují na cenové signály tím, že přesunují zdroje a jejich použití z oblastí s klesající poptávkou a ziskovostí do oblastí s rostoucí poptávkou a ziskovostí. Toto chování je tím, co se rozumí předpokladem substituce. Cenová pružnost a substituce pak zajišťují plnou zaměstnanost všech zdrojů (s mož-

nými, velice krátkodobými výjimkami) — rozsah ekonomické aktivity je tedy určen nabídkovou stranou. Fungování systému závisí na schopnosti jednotlivců identifikovat přicházející signály — tj. změny relativních cen. To je však spolehlivě možné pouze při udržování stabilní cenové hladiny (tj. víceméně nulové inflace), kdy každá pozorovaná změna ceny odráží pouze relativní změny v poptávce a nabídce.

Logickým vyústěním neoklasického



(monetárního) přístupu je pak závěr, že hlavním úkolem hospodářské politiky je udržovat stabilitu cenové hladiny prostřednictvím vyrovnaných rozpočtů a konzervativní monetární politiky a odstraňování všech překážek mobility dostupných zdrojů. Systém sám pak zajistí plnou zaměstnanost a rozdělení důchodů zajišťující neefektivnější využití těchto zdrojů.

Neostrukturalistický přístup akceptuje zmíněné závěry v dlouhodobém horizontu. Argumentuje však tím, že v krátko- a střednědobém horizontu jak pružnost cen, tak možnosti substituce jsou omezené. V některých sektorech (zemědělství, krátkodobé spotřební předměty) je objem výroby určen dostupnou kapacitou a ceny se přizpůsobují poptávce. V jiných sektorech (kapitálové statky, dlouhodobé spotřební zboží) se ceny určují ziskovou přírážkou k průměrným nákladům a objem výroby se přizpůsobí poptávce při těchto cenách. Výrobní faktory — jak práce, tak kapitál — jsou často sektorálně specifické a nelze je rychle převést z jedné aktivity na jinou.

Za této situace hospodářská expanze vede ke zvýšení spotřební poptávky. Zmíněné strukturální nepružnosti však zabraňují odpovídajícímu zvýšení nabídky a rovnováha je obnovena zvýšením cen v »cenově pružných« sektorech. Toto zvýšení cen však znamená snížení reálných mezd a zisků a tedy snížení poptávky, což vede ke snížení výroby a zvýšení nezaměstnanosti v »cenově nepružných« sektorech. **Hospodářská politika může obnovit agregátní poptávku — a tedy zaměstnanost — fiskální a monetární expanzí (zvýšení agregátní poptávky na úroveň, která umožňuje nominální zvýšení mezd a zisků na jejich původní reálnou úroveň), což ovšem vede k akceleraci inflace a opakování celého cyklu.** Nejdůležitějším závěrem neostrukturalistického přístupu je poznání, že hospodářství, která obsahují podstatné strukturální nepružnosti, mají tendenci k nestabilitě, stagnaci a inflaci. Neoklasická (monetaristická) hospodářská politika může samozřejmě zvládnout inflaci, ale většinou pouze za cenu stagnace a rozsáhlé nezaměstnanosti.

Představitelé neostrukturalismu nejsou jednotní v doporučeních ohledně hospodářské politiky. Většinou se však shodují v tom, že opatrná, ale pružná fiskální a monetární politika je žádoucí, je-li zaměřena k udržení určitého kompromisu mezi inflací a nezaměstnaností ve střednědobém horizontu. **Hlavním, i když dlouhodobým úkolem hospodářské politiky je pak odstranění strukturálních nepružností, což empiricky znamená koncentraci na oblast školství a profesionální přípravy, informací, komunikací a infrastruktury.**

Detailní porovnání neoklasického (monetárního) a neostrukturalistického přístupu samozřejmě vyžaduje rozsáhlou studii. Je však důležité si uvědomit, že tyto rozdílné přístupy neodrážejí rozdíly ve způsobu ekonomického myšlení a metodologie analýzy, ale spíše rozdíly v charakteru jednotlivých národních hospodářství a stupni pochopení jejich mechanismu. Zdali jeden či druhý z těchto přístupů, nebo snad určitá kombinace obou, je relevantnější k pochopení hospodářské reality nově vznikajících tržních hospodářství, musí být určeno funkcionální analýzou této reality samotné. **Konec konců, předmětem skutečné ekonomie je studium hospodářství — nikoliv studium klasi- ků, ať už jakékoliv provenience.**

Prof. ANTONÍN RUSEK, USA



OMYL

jménem IKEA DBK

ARAM SIMONIAN / FOTO JOSEF NOSEK

Od 5. září 1991 nabízí v Praze na 5100 m² prodejní a 3200 m² skladové plochy kvalitní bytové zařízení z celého světa 116 zaměstnanců dceřiné společnosti mezinárodního obchodního koncernu IKEA.

Příchod
této renomované firmy se specifickým, v západní Evropě osvědčeným prodejním programem na náš trh je jistě nutné uvítat. Byl však zorganizován poněkud nešťastně způsobem, který bohužel opět svědčí o nedostatku koncepce při transformaci našeho poddimenzovaného obchodu na tržní podmínky.

Slavnostnímu otevření prode-

ních prostor akciové společnosti IKEA DBK v bývalém Domě bytové kultury v Praze 4 dodávala lesk přítomnost hned několika ministrů, jak bývalo zvykem při podobných událostech (kterým by na Západě vládní činitelé čas rozhodně nevěnovali) v době, kdy prodejny i pozornosti západních firem byly vzácné. Ovšem nutno uznat, že s touto společností přichází na náš trh zajímavá koncepce prodeje nábytku a bytových doplňků, která slaví obchodní úspěchy v západní Evropě od otevření první velké prodejní jednotky ve Stockholmu v roce 1965. Nyní se tedy IKEA zabydluje i ve východní části kontinentu.

IKEA je v nábytku pojem

IKEA nábytek nevyrábí, ale jeho výrobu podle vlastních návrhů s přesně stanovenými požadavky na kvalitu zadává. Jedním z požadavků je stavebnicový princip, umožňující složení dílů do plochých kartonových krabic, výhodných při dopravě i skladování. Design nábytku vychází ze skandinávského stylu; to znamená jednoduché tvary a použití přírodních materiálů, jako je dřevo, bavlna, len. K dosažení výhodných cen si IKEA vybírá vhodné výrobce po celém světě, jejich výrobky však podrobuje před zařazením do své prodejní sítě přísným kvalitativním zkouš-

kám ve švédském Institutu nábytku.

Vzhledem k tradici našeho nábytkářského průmyslu a poměrně láci pracovní síly nevynechala IKEA při výběru dodavatelů ani Československo. Spolupráci zde navázala již v druhé polovině padesátých let a na jejím seznamu dodavatelů je nyní více jak sto československých podniků. Také v zúženém sortimentu nové pražské prodejny je 8 % tuzemských výrobků.

Právě tak jako stavebnicový nábytek předpokládá tvůrčí účasť majitelů při domácí montáži (podle přesných návodů), je i vlastní prodej firmy IKEA založen na součinnosti kupujících.

V maximální míře je využíván princip samoobsluhy. Zakoupené zboží se platí u centrálních pokladen u východu, zákazníkům jsou k dispozici transportní vozíky, na nichž si objemný nákup dovezou až ke svému vozu na parkovišti. Výběr je usnadněn potřebnými informacemi na cenovkách výrobků i naprostou volností v přístupu k vystavenému nábytku a možnostmi jeho »vyzkoušení«.

Samoobslužnému prodeji napomáhá IKEA též vydáváním barevných katalogů (v miliónových nákladech), umožňujících zákazníkům promyslet si předem nákup. A těm, kteří si vyberou špatně, dovoluje zakoupené zboží bez udání důvodů do 14 dnů vrátit. (Bude jistě zajímavé sledovat, jak naši spotřebitelé této benevolence využijí. Na Západě tvoří ztráty spojené s obdobnou službou zákazníkům podstatnou část nákladů zásilkového obchodu.)

Pronajaté prostory a jejich dispozice neumožňují a.s. IKEA DBK vystavit běžný sortiment firmy (z 10 700 druhů zboží typových obchodních domů IKEA jich nabízí jen 3500) a poskytovat všechny obvyklé služby. (Chybí například dětský koutek, restaurace a klub zákazníků.) Nemaleým problémem bylo zavést samoobslužný systém firmy ve třech podlažích, vklíněných mezi dalších pět podlaží cizího obchodního domu. Vynucený pohyb návštěvníků k centrálním pokladnám, svádějící k nim i zákazníci obchodního domu DOMOV, vyvolává hned od počátku nepříjemné situace. Nelze se proto divit, že IKEA (Eastern Europe) A.G. pomýšlí na výstavbu vlastního obchodního domu v Praze, se všemi potřebnými parametry.

Pro obyvatele Prahy i širšího okolí však bude i zúžená nabídka a služby nové prodejny přínosem, přestože směnný kurs koruny a na naše poměry vysoké obchodní rozpětí zde vedou k cenám, které nyní okruh zákazníků značně omezí. Zejména o mladé lidi, kterým by firmou propagovaný způsob bydlení a forma prodeje jistě vyhovovaly.

Ale...

S podobnou slávou, jaká provázela otevření prodejny IKEA DBK, byl před deseti lety zahájen prodej v novém Domě bytové kultury. Vždyť to byla v Česko-

slovensku první (a dosud prakticky jediná) prodejní jednotka schopná nabízet široký sortiment bytového zařízení na vyšší úrovni. Mnoho bylo slibováno, žalostně málo splněno. Výsledek lapidárně vystihuje lidový název Debilák, který si dům po čase svými službami vysloužil. Proč?

Prapříčinou fiaska bylo již direktivně stanovené maloobchodní rozpětí 6 % (od 1. 1. 1989 8 %) z ceny nábytku. Při takto nízkém rozpětí Dům bytové kultury podobné služby jako například IKEA rozhodně poskytovat

patřil, mohl dovolit zlikvidovat prakticky všechny své prodejny v Praze. Kromě tří, čtyř obchodních domů s omezenou nabídkou nábytku a několika malých prodejen výrobců byli Pražané odkázáni s nákupem nábytku na DBK. A zde si při svém výsadním postavení mohli dovolit snížit úroveň prodeje na stupeň neodpovídající ani nízkému rozpětí. Například nábytek zakoupený v DBK si zákazník nemohl odtud odvézt (ačkoliv dům měl vlastní parkovací plochu přenechanou nyní a.s. IKEA DBK), takže po-

rému DBK nyní patří, dal souhlas k pronájmu výhodnější poloviny budovy na 5 let nově vytvořené akciové společnosti IKEA DBK, ve které má koncern IKEA 51 % akcií. (Místo, aby pomohl společnosti IKEA získat pronájem pozemku k výstavbě vlastního obchodního domu!)

Předlistopadovému a ve funkci po listopadu 1989 potvrzenému (nyní však již odvolanému) řediteli s.p. Domov ing. Josefu Vávrovi, který pronájem navrhl a docílil, se snad ani nelze divit. Vždyť roční nájemné cca 13 mili-



neomohl. Nevalný byl i výběr zboží, protože náš nábytkářský průmysl, plně vytížený vývozem do SSSR, si domácího trhu příliš nehleděl a dovoz byl velice omezený. Vkusný interiér prodejny tak často esteticky převyšoval nevábne zboží. Korunu všemu pak nasadil monopol obchodu nábytkem.

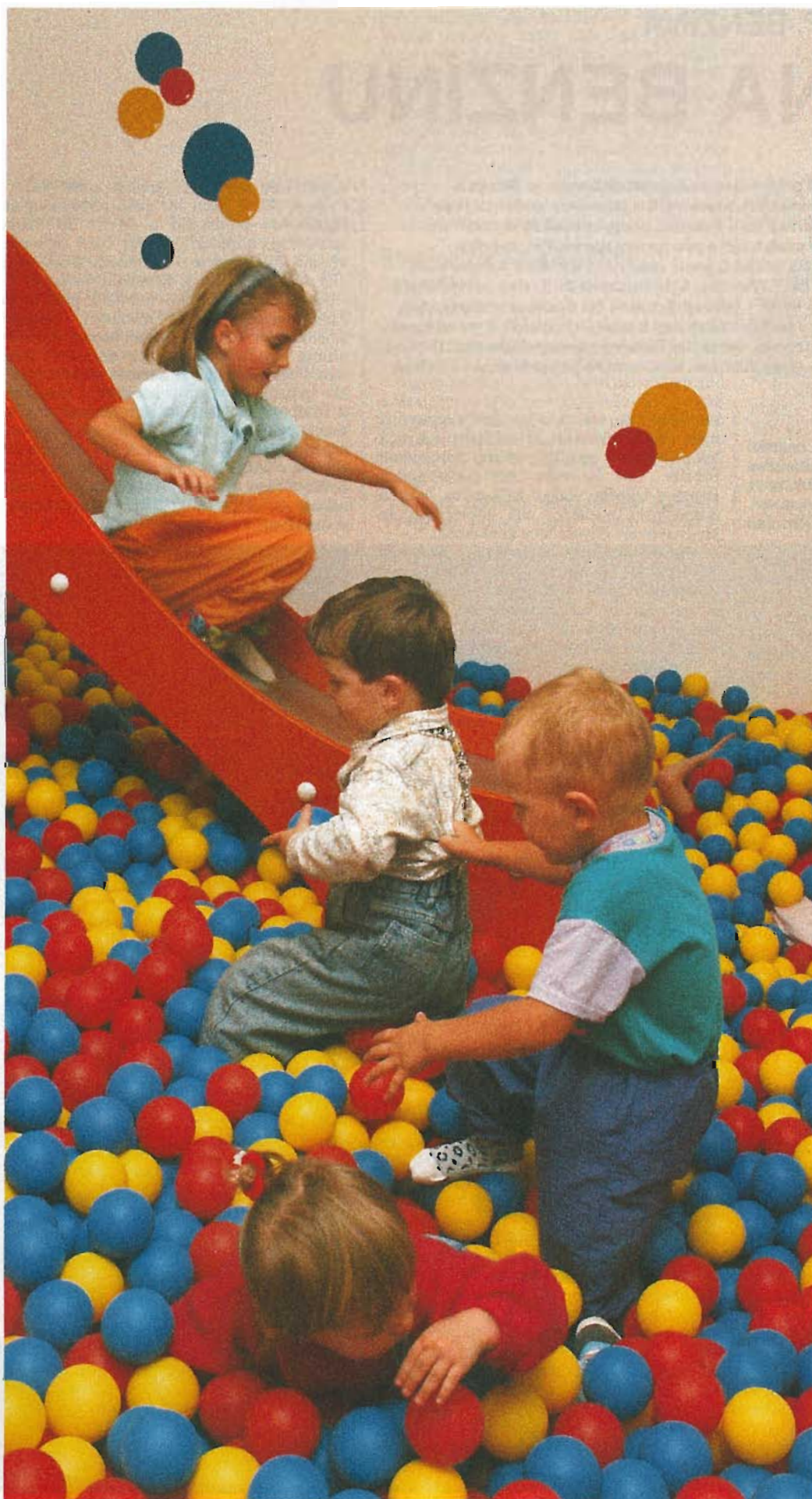
Již s otevřením DBK si oborový podnik Nábytek, kterému dům

kud nechtěl čerpat dovolenou čekáním na nejistý dovoz do bytu nebo se obával, co mu přivezou, musel si pro zboží jet až do skladu v Říčanech.

Výsadní postavení této jediné pražské velkokapacitní prodejny nábytku však bohužel trvá dosud a ještě se v průběhu privatizace maloobchodní sítě upevnilo. Proto lze těžko pochopit, že zakladatel státního podniku Domov, kte-

onů Kěs od firmy IKEA by drželo podnik nad vodou i při zanedbatelné vlastní obchodní aktivitě. (Navíc s.p. Domov pronajal přes 800 m² prodejní plochy z DBK dalším 9 podnikům.) Ale již nyní se ukazuje politika odpovědných orgánů, které tuto transakci schválily, značně krátkozrakou.

Českoslovenští výrobci, poučení ztrátou odbytu v SSSR o významu domácího trhu, nabízejí



nyní zajímavý nábytek za rozumné ceny. Umožňuje jim to také uvolněný dovoz barev, laků, potahů, úchytek a podobných doplňků, podstatně vylepšujících konečný vzhled výrobků. Narážejí však na nezáměr rozkládajícího se státního obchodu, přeplněného navíc těžko prodejným zbožím, nerozumně nakoupeným pod dojmem nákupní horečky na konci minulého roku. Zájem obyvatelstva o bytové zařízení sice po liberalizaci cen prudce poklesl, ale trvá stále a již se oživuje. Navíc přibyla poptávka nově se vybavujících podnikatelů.

A za této situace je největší a nejmodernější prodejní kapacita pro prodej nábytku z tuzemské výroby prakticky ztracena. Vyčlenění tří nejvýhodnějších pater a přilehlé parkovací plochy pro IKEA DBK a blokování pohybu zákazníků s.p. Domov na eskalátorech, učinilo ze zbytku DBK nevyhovující torzo. V době, kdy uvolnění obchodního rozpětí již dovoluje využít původní koncepci prodejny a poskytovat služby podle přání a kapsy zákazníků. Tedy obchodovat v pravém slova smyslu.

Jakkoliv považují vstup firmy IKEA na československý trh za přínos, mám za to, že pro první průzkum poptávky až do postavení typového obchodního domu firmy by stačila menší, pro Prahu méně významná provozovna. Reakci Pražanů na ceny prodejny IKEA DBK (nelze ovšem vyloučit ani návyk na tradiční nábytkové komplety) názorně ilustruje vývoj tržeb čiperné soukromé prodejny nábytku DOMUS ve Štěpánské ulici. (I tato prodejna má již výpověď z pronajatých prostor od majitele domu.) Týden před ohlašovaným zahájením prodeje nového konkurenta zde klesly denní tržby na pětinu běžného průměru. Ale již 6. září dosáhly jeho dvojnásobku. Podobný — i když ne tak výrazný — trend prodeje zaznamenala i oddělení nábytku v obchodních domech Máj a Bílá labuť.

Jsem také zvědav, jak si s kučáčím vejcem usazeným v hnízdě na pět let poradí nové vedení státního podniku Domov a jeho zakladatel při privatizaci DBK. Patrně jim nezbude, než nabídnout koncernu IKEA budovu celou. Což možná bylo záměrem hned zpočátku.

Nemohu si proto pomoci, IKEA DBK je omyl. Ne-li něco horšího.

PRIVATIZACE S. P. BENZINA

ŽÁBA NA BENZÍNU

Značnou pozornost v poslední době připoutává postup privatizace s. p. Benzina, dosud monopolního distributora pohonných hmot v ČR a jednoho z našich nejlépe prosperujících podniků. Na jedné straně stojí Benzina, podporovaná ministerstvem průmyslu, která si stěžuje, že české ministerstvo pro správu národního majetku a jeho privatizaci napadá privatizační projekt, jehož záměr byl schválen a doporučen Hospodářskou radou vlády ČR již 16. 7. (Benzina byla zařazena do 1. vlny privatizace), ještě před schválením, a že jí přímo brání v jeho zpracování. Na druhé straně pak stojí zmíněné ministerstvo, nespokojené s postojem Benziny k malé privatizaci, a novopečení majitelé vydražených čerpadel, roztrpčení chováním Benziny (monopolního distributora) vůči nim. Ekonom dal slovo všem — tedy Benzině, ministerstvu pro privatizaci i dvěma soukromým čerpadlářům.

Ministerstvo chce smíř

Ministerstvo pro správu národního majetku a jeho privatizaci rozhodně nechce pokračovat v konfrontaci s Benzinou, i když není zcela spokojeno s jejím postojem k malé privatizaci, řekl nám náměstek ministra Ježka, JUDr. Jan Herda.

Benzina podle jeho slov nabídla do aukcí skutečně jen ta nejhorší čerpadla, což popudilo jak privatizační komise, tak zájemce o koupi. Kromě toho má i signály, že Benzina se nechová k soukromým čerpadlářům právě nejlépe. Několikrát také měnila seznam čerpadel určených k prodeji cizím firmám a její jednání se zahraničními společnostmi je neprůhledné. Ministerstvo zazlívá Benzině také to, že např. smlouvu s firmou TOTAL připravovala ještě dříve než privatizační záměr, čímž vlastně bez výběrového řízení předurčila výsledek privatizace.

Přes tyto výtky však ministerstvo s privatizačním záměrem Benziny v podstatě souhlasí a rozhodně jí nebude bránit ve zpracování privatizačního projektu. Proto dalo také pokyn privatizačním komisím, aby do doby schválení privatizačního projektu Benziny nebyly vyvěšovány karty a nebyla dražena ta čerpadla, která si Benzina zamýšlí buď ponechat nebo je chce prodat zahraničním firmám. Pokud bude předložený privatizační projekt dobrý, bude rozhodně schválen a Benzina bude mít možnost ukázat, zda v nových podmínkách bude schopna poskytovat lepší služby než dosud. Pokud bude však konzervovat distribuční monopol Benziny, není reálná naděje na jeho schválení, protože by odporoval zákonu na ochranu hospodářské soutěže. JUDr. Herda proto osobně sympatizuje spíše s představou ing. Veselého na rozdělení Benziny na několik samostatných akciových společností.

Monopolu zvoní hrana

O tom, jak si vedení Benziny představuje budoucí podobu podniku, i o problémech, které vznikají při zpracovávání privatizačního projektu, jsme si povídali s náměstkem ředitele s. p. Benzina pro obchod a rozvoj ing. M. Zmeškalem a s ředitelem odstěpného závodu 1 (Praha a Středočeský kraj) ing. J. Veselým.

Jak jsme se dozvěděli, privatizační projekt, zpracováváný vedením podniku, počítá s přeměnou Benziny v národní akciovou společnost s účastí státu, která by vlastnila mj. sklady pohonných hmot, produktovody, spravovala i federální hmotné rezervy a kromě toho by jí připadlo 250 z celkového počtu 750 čerpadel v ČR. Další 150 čerpadel bylo

navrženo pro malou privatizaci (zatím jich bylo v ČR prodáno asi 30) a 350 by jich mělo být pronajato a později prodáno zahraničním firmám. Tím by mělo být podle vedení Benziny učiněno zadost zákonu na ochranu hospodářské soutěže, cizí společnosti by představovaly dostatečnou konkurenci.

Ministerstvo pro privatizaci, především privatizační komise, však podle ing. Zmeškala toto rozhodnutí nerespektují a zařazují do aukcí především čerpadla, určená pro akciovou společnost i některá z těch, rezervovaných pro zahraniční firmy. Vedení Benziny se domnívá, že čerpadla k tomu určená by se neměla rozprodávat, protože to znemožňuje odhad majetku při zpracování privatizačního projektu.

Pokud by byla rozprodána všechna čerpadla, v podstatě by všechna připadla zahraničním firmám, které údajně stojí v pozadí většiny nákupů v aukcích malé privatizace (ukazují na to i vysoké částky, za které jsou tyto pumpy vydražovány — návratnost investice činí prý v některých případech i 30 let). V případě likvidace podniku Benzina, o níž se také uvažovalo, by pak cizím společností mohla připadnout i veškerá infrastruktura, tj. produktovody, sklady apod. Otázkou také je, kdo by pak spravoval federální hmotné rezervy.

Z čerpadel, určeným k pronájmu, a později, až to legislativa dovolí, k odprodeji zahraničním firmám, jich bylo zatím 75 (tj. 10 % z celkového počtu) pronajato firmě TOTAL a 35 rakouské společnosti ÖMV, s nimiž byly již podepsány smlouvy. Dále se jedná ještě s osmi firmami: AGIP, ESSO, BP, ARAL, SHELL, Q 8, ELF a AVIA. Všechny souhlasí s podmínkou, že za umožnění vstupu na náš trh se budou finančně podílet na výstavbě ropovodu z Ingollstadtu, na modernizaci rozvodné sítě i na zabezpečení dodávek ropy do Československa. Předpokládá se totiž, že firmy budou využívat distribuční síť Benziny (což by ovšem podle našeho názoru znamenalo pokračování distribučního monopolu tohoto podniku).

K odprodeji zmíněného počtu čerpadel cizím firmám by mělo dojít v průběhu roku 1992. Vzhledem k tomu, že se počítá s postupným uvolněním cen benzínu, můžeme očekávat, že se tyto firmy budou snažit přiblížit své ceny co nejvíce cenám světovým, jichž jsme ještě (při současném kursu koruny) nedosáhli. Litr benzínu by pak mohl stát okolo 24 Kčs...

V samotné národní akciové společnosti Benzina by podle privatizačního projektu

neměl mít zahraniční kapitál podíl žádný. Celkem 49 % akcií by mělo připadnout na kupónovou privatizaci a 45 % do fondu národního majetku. Z této části by pak většinu (30 % z celkového množství majetku) měl dostat stát, 10 % Komerční banka, 5 % Česká státní pojišťovna a 6 % bude použito na zaměstnanecké akcie, restituční, penzijní a nemocenský fond. Základní kapitál Benziny přitom činí v zůstatkových cenách 7 mld. Kčs. Počítá se s tím, že akciová společnost by si ponechala jen základní obchodní a zásobovací činnost, z infrastruktury by se mohly stát samostatné podniky s kapitálovou účastí Benziny. Nynějších 7 odstěpných závodů v jednotlivých regionech by mělo být podle tohoto projektu zrušeno a místo toho zavedeno divizionální uspořádání akciové společnosti.



Existuje ovšem ještě konkurenční privatizační projekt, který zpracovává odštěpný závod 1. Ten počítá s atomizací Benziny a vytvořením několika samostatných akciových společností z bývalých závodů. Podle ředitele závodu 1 ing. Veselého dává toto uspořádání, omezující úlohu centra, větší možnost dynamického rozvoje; většina ředitelů závodů se prý však k tomuto projektu staví negativně.

Prosperita budoucí akciové společnosti nezávisí ovšem jen na uspořádání podniku, ale i na zrušení ekonomických omezení ze strany státu. I když je Benzina prosperujícím podnikem (tržby za prvé pololetí činily 40,22 mld. a zisk 1,092 mld.) a jedním z mála, který se nedostal do platební neschopnosti, přestože mu věřitelé dluží 2 mld. Kčs, nestačí prý při povolené obchodní přírážce 4 — 5 %

krýt náklady na rozšířenou reprodukci. Vedení Benziny proto žádá, aby jim bylo umožněno obchodní přírážku zvýšit. Protože však lze těžko nyní znovu zdrazit benzín či snížit nákupní ceny od rafinérií, existuje k tomu jen jedna cesta — snížení daně z obrátu, která činí dnes od 57 % u motorové nafty až po 61,9 % u benzínu super. O tom nyní Benzina jedná s ministerstvem financí a je prý naděje, že se toho podaří dosáhnout. V žádném případě to však nebude znamenat snížení cen pohonných látek.

Benzina versus soukromá čerpadla

Benzínové čerpadlo v Praze Motole vydražila v rámci malé privatizace BOS INTER, společnost s ručením omezeným, v jejímž čele stojí **Josef Běloch**.

Pavel Růžička koupil benzínové čerpadlo v Malé Chuchli (za 9 mil. Kčs) a čerpadlo v Radotíně (to už za 20 mil.). Na obě benzínové stanice má úvěr od České státní spořitelny v Praze, obě jsou zastaveny v její prospěch.

● **Jste majiteli benzínových čerpadel. Vyvíjí se situace podle vašich představ,**

nebo si myslíte, že jste koupí čerpadla udělali chybu? Jakou předpokládáte dobu návratnosti vynaložené investice?

J. Běloch: Na nějaké kategorické hodnocení je ještě příliš brzy. Čerpadlo jsme vydražili za 15,5 mil. Kčs. Předpokládáme, že vydělávat by mělo začít tak za pět let, vezmeme-li v úvahu také splácení úvěru bance. Provoz čerpadla a mzdy 8 zaměstnanců dnes dotujeme z dalších oblastí naší podnikatelské činnosti.

V současné době je rabat v průměru 30 haléřů z litru pohonných hmot. Ještě na jaře to bylo zhruba 60 haléřů. Projekty, se kterými jsme vstupovali do privatizace, byly postaveny na tuto výši. Počítali jsme s rekonstrukcí stanice, vybudováním mycí linky, prodejem občerstvení apod. Souasných v průměru 30 hal. z litru představuje rabat



FOTO: SONJA BULLATY

1,8 %, což naplnění takového projektu neumožňuje. V zahraničí je to podle našich informací kolem 10 %.

P. Růžicka: Při výši současných rabatů se výnos obou benzínových čerpadel opírá pouze o prodej doplňkového zboží pro motoristy. Bez tohoto prodeje bychom byli ztrátoví.

Dne 1. 7. 1991 s. p. Benzina oznámila, že se v důsledku zvýšení ceny pohonných hmot rafinérií snižuje rabat v průměru na 13 haléřů z litru. To bylo zcela nereálné. Na základě protestu soukromých majitelů benzínových čerpadel pak Benzina rozhodla o jeho zvýšení v průměru na 30 haléřů z litru. A to do doby, dokud rafinérie nesníží cenu pohonných hmot. Ta je snížila k 1. 9. 1991, rabat však zvýšen nebyl.

Situace je tedy nejistá a podmínky se neustále mění. O nějaké návratnosti bych si v současné době netroufl hovořit. Teď se spíš jedná o přežití.

● Jaký je vztah mezi s. p. Benzina a soukromými čerpadláři?

J. Běloch: Mírně řečeno problematičtější. Benzina by se měla podle nás přetřansformovat v jednoho z velkých distributorů pohonných hmot. Zatím si však chrání svůj monopol, a to i v cenové oblasti. Benzina nám dává najevo, že bude podporovat pouze čerpací stanice v nájmu, ne však soukromníky. Zdá se, že se obdobně chovají i rafinérie, jejichž prodejní cena by podle dostupných informací nemusela být tak vysoká, ale to jsme již u dalšího monopolu. O celé situaci jsme 29. 8. 1991 informovali v rámci tiskové besedy ministra pro privatizaci T. Ježka a přítomné novináře.

R. Růžicka: Ze své zkušenosti mohu říct o problémech, které s podnikem Benzina mám při proplácení bloků. Benzina má za bloky, odběrní poukázky na pohonné hmoty pro služební vozidla, peníze hned, jak je podnikům prodá. Pumpařům je však proplácí se značným zpožděním. Rádově se jedná o milionové částky, což zejména soukromým majitelům benzínových čerpadel, kteří v pravidelně stanovených termínech splácejí své finanční závazky, velmi komplikuje situaci.

Pokud budou problémy se s. p. Benzina dále pokračovat, nezbude nám soukromým čerpadlářům nic jiného než se obrátit na antimonopolní úřad.

Nechci však být jednostranně jen kritikem. S Benzinou je naopak dobrá spolupráce z hlediska rychlosti a pružnosti dodávek.

● Uvažujete nebo už přímo jednáte o spolupráci s nějakou zahraniční firmou?

J. Běloch: Za současné situace nelze nechat nic bez povšimnutí. Proto prověřujeme možnost spolupráce i s jinými partnery. Teoreticky by bylo možné dovážet benzin ze zahraničí, museli bychom však mít možnost ho někde uskladnit a mít k dispozici stáčené zařízení.

P. Růžicka: Se zahraničními ani jinými firmami zatím nejednám. Pokud to bude otázka přežití, pak mi ovšem nic jiného nezbyde.

Připravily ALENA ADÁMKOVÁ
a EVA KLÁNOVÁ



„POKROK“ PŘICHÁZÍ Z VÝCHODU

Známku toho, že už i Československo je považováno do jisté míry za zemi rovnoprávnou s vyspělejšími západními sousedy, je i skutečnost, že můžeme být svědky zůstávajícího se konkurenčního boje světových automobilů na našem trhu. Kdo by si byl ještě před necelými třemi roky dovedl jen představit, že zde budou soupeřit zástupci Mazdy s Fiatem či Volvem o každý vůz prodaný čs. zákazníkovi. Mezi ty výrobce, se kterými budeme muset napříště počítat nejen my, ale i tradiční evropští a američtí automobiloví producenti, patří dnes bezesporu i Hyundai Motor Company.

Roční obrat dnešního koncernu Hyundai, který tvoří 27 různých firem, představuje částku okolo 50 miliard DEM. Historie této společnosti se začala psát před více než padesáti lety, kdy si mladý Chun-Yu-yung, syn z korejské rolnické rodiny otevřel vlastní opravnu nákladních a osobních automobilů. Po skromných začátcích se během sedmi let stala z malé dílničky velká Hyundai Engineering Construction Company. Začátkem šedesátých let už patřilo této společnosti prvenství mezi korejskými projektovými firmami.

V roce 1973 otevírá Hyundai jeden z největších suchých doků na světě. Staví tankery, remorkéry i vrtné plošiny. Do výrobního programu zahrnuje rovněž počítače a polovodiče a výrobky zábavní elektroniky.

Vlastní továrnu na výrobu automobilů zakládá Hyundai v jihokorejském městě Ulsanu již v roce 1967. Teprve v roce 1974 však opouští brány fabriky první „čistě korejský“ osobní automobil. Výroba v Ulsanu v roce 1982 překročila hranici 100 tisíc kusů vozů. V dalších letech pružně reagují na vzrůstající poptávku a jejich roční produkce

brzy představuje již více než 300 tisíc vozů. Zatímco ještě před několika málo lety o automobilové továrně v Ulsanu málokdo věděl (i když svou výrobní plochu 4,3 mil. m² výrobní plochy patřila a dodnes patří k největším automobilkám na světě), v loňském roce svou produkci více než 650 tis. vozů jednoznačně potvrdila Hyundai Motor Company svoje místo v první dvacítky největších světových výrobců automobilů. Nermalou zásluhu na tom měl fakt, že z celkového počtu vyrobených osobních automobilů byla více než třetina exportována do více než šedesáti zemí světa.

(A aby byl výčet kompletní, je nutno alespoň jmenovat nikoliv nevýznamné výrobky koncernu Hyundai, a to sice autobusy a lokomotivy.)

Automobily se značkou Hyundai už jsou dnes známe téměř po celé Evropě. Než se však tato jihokorejská firma vrhla se svými vozy do těchto pro ni odlehklých a neprobádaných teritorií, zahájila po vzoru svých japonských kolegů tažení na americký kontinent. V posledních dvou letech se jí zde podařilo prodat okolo 200 tis. vozů ročně. O tom, že se severoamerickým trhem počítá i nadále svědčí mj. skutečnost, že část vozů, které zde prodává, montuje v kanadském Bromontu.

Mezi první evropské odběratele vozů značky Hyundai patřily země Beneluxu, Velká Británie, následovala Švýcarsko a Itálie, nově i Rakousko. Díky Motokovu, který zastupuje tuto korejskou firmu v ČSFR, se v blízké budoucnosti budeme moci se značkou Hyundai setkávat stále častěji i na našich silnicích.

V současné době nabízí Hyundai Motor Company tyto typy automobilů: Excel

Představujeme FIRMA CINEPONT

s třemi variantami motorů: karburacími o objemu 1298 cm³ a 1468 cm³ o výkonu 43 a 53 kW a vstříkovým o objemu 1468 cm³ o výkonu 62 kW. Rovněž karosérie je nabízena ve třech variantách: tří- a pětidvéřová se splývající zádi a čtyřdvéřový sedan. Standardně jsou tyto modely vybaveny pětistupňovou převodovkou; modely s nejsilnějším motorem mohou být na přání vybaveny "automatickou".

Typ S-Coupe je vybaven nejsilnějším z již zmínovaných motorů a Lantra představuje jakýsi střed v nabídce Hyundai Motor Company (i když na našem trhu by svým bohatým základním vybavením patřila k luxusním vozům). Lantra je dodávána se dvěma variantami motorů: typ 1,5i s nejsilnějším motorem z řady Pony a typ DOHC 16V s šestnáctiventilovým motorem o objemu 1596 cm³ a výkonu 84 kW.

Tim nejlepším, co dnes Hyundai Motor Company nabízí, je typ Sonata — čtyřdvéřový luxusně vybavený sedan. Může mít motor 2,0i DOHC 16V o výkonu 96 kW nebo 3,0i V6 o výkonu 107 kW, což představuje skutečný vrchol nabídky firmy. Můžete ho dostat pouze s automatickou převodovkou, standardně je dodáván (mimo dnes již běžného vybavení pro tuto třídu vozů) s klimatizací a s nefalšovanými koženými sedadly.

A s čím můžeme počítat u nás? Od začátku listopadu začne Motokov prodávat z centrálního skladu v Praze (nebo zprostředkováním individuálního dovozu pro majitele devizových účtů) Hyundai typu Pony 1,5 GLS a Sonata 2,0 GLS DOHC 16V. Pony bude k dostání za 395 550 Kčs (nebo 15 048 DEM při individuálním dovozu — bez cla a dovozní přírážky), přičemž v ceně jsou zahrnuty i některé prvky, dodávané u jiných značek pouze za příplatek, pneu Michelin, radiopřehrávač se čtyřmi reproduktory, digitální hodiny, elektrické ovládání oken, dálkové ovládání kufru a nádrže, centrální zamykání, zabarvená skla, zesílená antikorozi ochrana).

Sonata (630 280 Kčs, ev. 23 570 DEM) bude kromě výše zmíněných prvků standardně vybavena ještě posilovačem řízení, klimatizací a systémem ABS, za příplatek si můžete nechat namontovat automatickou převodovku a zařízení cruise control.

Pro někoho možná obtížně vyslovitelné slovo Hyundai má i své české synonymum — "pokrok". Jak jsme si už museli v posledních letech u firem z Dálného východu zvyknout, většinou dobře vědí, co toto slovo obnáší. Automobil se značkou Hyundai si nemusíte kupovat. Dokonce si jej nemusíte ani oblíbit. Rozhodně s ním však musíte napříště počítat.

LIBUŠE BAUTZOVÁ

(Pozn.: Ceny v Kčs odpovídají daňovým a celním předpisům platným k 2. 10. 1991)

Více než pětadvacetileté zkušenosti v několika oborech v různých filmových institucích ho motivovaly k založení samostatného studia. Před rokem s několika filmaři a zahraničními přáteli zorganizoval CINEPONT a stal se jeho ředitelem.

Kromě specifické umělecké dokumentární činnosti se studio soustřeďuje na aktuální pomoc průmyslovým závodům, které se v době ekonomické transformace potýkají s nemalými problémy. Některé zahraniční podnikatelské kruhy projevíly zájem, aby pro ně CINEPONT filmově zpracoval palivo-energetické uzly za Uralem a na Ukrajině, kam budou nepochybně směřovat i velké zahraniční investice.

Své služby CINEPONT nabízí nejen našim průmyslovým závodům, ale i obchodním organizacím.



JIŘÍ F. BUBLA
nar. 10. 7. 1930 v Praze

"Víme, že na kdekjaký podnik dnes útočí mnoho konkurenčních filmařských firem. Z natáčení podnikových profilů se stal jakýsi hit. Leckdo se věnuje této činnosti vysloveně jen z lukrativních důvodů, doslova využívá těžkostí, problémů a křečí mnoha podniků, které pro svou záchranu jsou mnohdy ochotny přistoupit i na všelijaké krkolomné nabídky, vedoucí údajně k upoutání pozornosti zahraničního investora. Podniky se snímají na minimálním časovém úseku, podle jednotného vzoru a za poměrně vysoké poplatky. Informační a aktuální hodnota těchto snímků je leckdy problematická, protože postup ekonomické transformace probíhá rychleji než výrobní realizace nabídky," říká Jiří Bubla.

CINEPONT zvolil výrazně odlišný přístup. Členové studia vycházejí společně se svými ekonomickými poradci z předpokladu, že podniky před nimiž právě stojí neodkladná fáze velké privatizace, vysílají v tomto období jak do zahraničí, tak i pro tuzemsko velice málo potřebných informací.

Závody a podniky, které vsadily například na kupónovou privatizaci, zůstávají pro předpokládaný a žádoucí zájem veřejnosti poměrně neznámé. Statistické a tištěné ekonomické údaje rozhodně laickou veřejnost nemotivují přesvědčivým způsobem. Výrazným impulsem k subjektivnímu rozhodnutí je především seriózní přehledná vizuální informace. Ta ovšem musí být celistvá a názorná, zachycující objem současného stavu, ale i perspektivy vývoje, na které sází předsednictvo akciové společnosti. Výstižný a seriózní filmový dokument se v mnoha ohledech stává vítaným informatorem pro veřejnost a pro odborné kruhy doplněním a ilustrací náročných privatizačních projektů.

"Pro podniky zařazené do první, ale především do druhé vlny velké privatizace vyrábíme individuálně pojaté odborné a výrazově přesvědčivé filmové portréty. Desetiminutové videodokumenty jsme schopni pořídit velice operativně a v jakékoli jazykové verzi. Podnikům slouží jako názorná vizitka při jakémkoli vstupním jednání se zahraničními investory. Mnozí vedoucí pracovníci již objevili, že při osobním jednání není angličtina vždy všemocná. V případě zájmu můžeme i pomoci vedení podniků vhodnou prezentací jejich filmu v zahraničních podnikatelských kruzích. V dnešní době již udržujeme styky s mnoha vyspělými zeměmi, a to nejenom v Evropě."

Pracovníci CINEPONTU vycházejí z individuálního přístupu ke každému podniku. Filmové zmapování musí v tomto období přinášet jen ty nejaktuálnější a nejhledanější údaje. Současně by mělo i obrazem názorně představit ministategii toho kterého podniku. Kromě analýzy, vlivu vědeckotechnického rozvoje a zmínek o regionu musí filmový portrét závodu obsahovat i zřetelné zachycení pokusu podnikového vedení směřujícího k nalezení takových řešení, která vyvolají dosud neexistující poptávku.

"Dobrý podnik musí mít své osobité vlastnosti. Podnik, který žádnou osobitou vlastnost nemá, se na trhu neuplatní. Proto odmítáme natáčet podnikové profily podle jednotné šablony, která je svým způsobem zavádějící. V této fázi vývoje musíme podnikům pomoci zřetelně vyjádřit, čím chtějí být, a informovat jejich partnery i veřejnost o zásadních strategických rozhodnutích, o tempu a kvalitě růstu podniku. A pochopitelně o struktuře výrobního programu. Informace jsou základem úspěšného podnikání. Bez nich se nemůže obejít ani zavedená, natož začínající firma. Je jen potřeba zvolit takovou formu, která bude v daném případě optimální."

(das)

IPS PRAHA SE STÁVAJÍ MODERNÍ STAVEBNÍ SPOLEČNOSTÍ

ZMENŠENÍM K PROSPERITĚ

V Týdeníku Hospodářských novin č. 38/1991 jsme představili první podnik, do kterého by podle našich odhadů stálo zato v rámci velké privatizace investovat své kupóny. Dnes přinášíme další tip, kterým jsou Inženýrské a průmyslové stavby Praha. Tím, že tato stavební firma na jedné straně dokázala navázat na tradici své stejnojmenné předchůdkyně, avšak podle současných požadavků se na straně druhé zmenšila, pokud jde o počet zaměstnanců zhruba na čtvrtinu, stává se z ní moderní stavební společnost.



Inženýrské a průmyslové stavby Praha, jak již vyplývá z názvu, provádějí různé druhy staveb, především však inženýrské sítě, průmyslové a dopravní stavby, ale i stavby občanské vybavenosti a sportovní stavby. protože stavebnictví charakterizuje velká setrvačnost, dnes se IPS stále ještě podílejí na výstavbě pražských sídlišť, pokračují v pracích ve Švermových závodech v Podbrezové, velký rozsah činnosti provádí třinecký závod pro Třinecké železárny. Z novějších zakázek jmenujme například přestavbu závodistě včetně tribuny v Chuchli, rekonstrukci Komerční banky v Praze v ulici Na příkopě, či výstavbu budovy pro firmu IBM rovněž v Praze (na snímku). V současné době se nemalé kapacity IPS začínají soustřeďovat na rekonstrukce v Praze, které budou hrát prim před výstavbou nových sídlišť. Kromě toho IPS díky zkušenostem ze zahraničí vstupují do řady konkursů na spolupráci při výstavbě nových hotelů, garáží a dalších staveb, které Praha nutně potřebuje.

Ještě donedávna velké stavební firmy — jako například bývalé IPS — vystupovaly prakticky monopolně. Investoři se snažili získat stavební kapacity, poptávka silně převyšovala nabídku. Situace ve stavebnictví se však radikálně změnila a stavební firmy své zákazníky — investory naopak musejí vyhledávat. Stavebnictví se tak stává dalším oborem, ve kterém začínají vyhrávat ti lepší a nejlepší.

Zkušenosti pomáhají

Inženýrské a průmyslové stavby, a. s. byly založeny k 1. 4. 1990 odštěpením z někdejšího stejnojmenného státního podniku. Nová firma si sice ponechala staré jméno a je

i právním nástupcem bývalého státního podniku, počet zaměstnanců však okamžitkem rozpadu klesl z původních 22 tisíc na 6 tisíc; v současné době zaměstnávají IPS něco málo přes 5 tisíc lidí.

Základem firmy jsou tři velké stavební závody hlavní stavební výroby, z toho dva v Praze a jeden v Třinci. Firmu dotváří několik dalších specializovaných závodů a závody přidružené stavební výroby. Tyto závody se soustřeďují především na živičné, obkladačské, topenářské, vodovodní, izolační a další práce. Pro dokreslení uveďme, že součástí IPS je vlastní doprava, dílny, ale i ubytovna, kterou zčásti pronajímají cestovním kancelářím.

TIP NA KUPÓNY

Současné postavení podniku není špatné, neboť zvláště zahraniční investoři hledají firmy, které mají finanční krytí a jsou schopny dávat bankovní záruky. Pak není problém pro podnik získávat jak závazky v zahraničí, tak i doma na stavbách zadávaných zahraničním firmám. Jednou z takových akcí je rekonstrukce Komerční banky v Praze Na příkopě, kde IPS provádějí hlavní stavební práce, rakouská firma Sutter pak zase provádí práce související s bankovním vybavením či vzduchotechnikou.

Spolupráce se soukromíky

Vzhledem k tomu, že rekonstrukce Komerční banky musela být hotová za 11 měsíců (dříve by podobná akce zabrala několik let), zadaly — a při podobných akcích zadávají — IPS některé práce malým soukromým firmám. Tím dojde k potřebné kumulaci lidí i řemesel a stavební firma je schopná termín

KUPÓNŮM NEJMÉNĚ 40 %

Na jakou hodnotu byly oceněny a s jakými formami privatizace a v jakém poměru se počítá, jsem se zeptal ing. MICHALA ROZEHNALA, náměstka pro zahraniční vztahy a organizaci, zabývajícího se rovněž záležitostmi okolo privatizace.

Podnik byl účinně oceněn na hodnotu okolo 500 milionů korun, přitom je nutno podotknout, že tato hodnota je téměř tožná se zahraničním oceněním ve výši 475 milionů korun. K tomu je třeba přičíst dalších 140 milionů korun představujících zvýšení cen pozemků od 1. listopadu. Celková hodnota naší akciové společnosti je tedy necelých 650 milionů korun.

Pokud jde o jednotlivé formy privatizace, 3 % představují restituce, 40 % by mělo připadnout na kupóny. Zbývající část by mohla přijít jednak do aukce, která by měla mít naprosto regulérní pravidla, a které se chce zúčastnit více než 350 zaměstnanců IPS včetně části podnikového managementu, jednak uvažujeme o vstupu zahraničního kapitálu.

Pokud jde o nákup akcií zaměstnanci a manažery, podmínkou bude získání výhodných úvěrů a schopnost jejich splacení. Ve vztahu k zahraničním zájemcům jsme zase vytvořili soubor kritérií, jako například zlepšení našich pozic na zahraničním trhu, přístup k know-how, eventuálně další rozšíření kapitálu po privatizaci. Pokud výše uvedené podmínky nebudou splněny, rozhodneme se patrně výhradně pro kupónovou metodu. V tomto případě by byl zahraniční kapitál do IPS připuštěn až následně po privatizaci společnosti.

Podnikatel & paragrafy

JOINT VENTURES

Přehled vybraných ukazatelů za prvních osm měsíců letošního roku a předpoklad pro celý rok 1991

Ukazatel,	Období	
	1 — 8/1991	Předpoklad 1991
Obrat (v mil. Kčs)	1820	2700
Vlastní výkony (v mil. Kčs)	1165	1785
Zisk (v mil. Kčs)	48	80
Zásoby — výrobní a ob- bytové (v mil. Kčs)	287	210
Pohledávky (v mil. Kčs)	156	150
Počet pracovníků	5150	5000
Průměrný výdělek (Kčs)	4234	4500

Společnost je dlouhodobě platebně schopná a uhrazuje své závazky včas.

dodržet. Spolupráce s našimi soukromníky vychází při podobných akcích rovněž podstatně levněji než dřívější spolupráce s firmami polskými či jugoslávskými.

Nelze však říci, že by vedení IPS bylo se všemi našimi soukromníky spokojeno. Zhru- ba s polovinou firem se po první spolupráci rozchází, naopak k těm, které se osvědčily, se při dalších akcích vrací. Většinou nejde o dlouhodobé smlouvy, ale o rychlé nasazení těchto firem v době špiček.

Obrat k lepšímu

Vedení IPS se domnívá, že během několika let by měl, pokud jde o investování, nastat obrat k lepšímu. Podniky, které se budou stabilizovat, opět začnou investovat a je předpoklad, že preferovány budou především ty stavební firmy, které budou schopny dávat záruky jak svým vybavením, tak rozsahem činností a služeb, které nabízejí.

Rovněž u státních zakázek by měly být preferovány velké a silné firmy. Situace nevypadá podle slov ředitele IPS ing. Bohumila Charváta špatně ani dnes, ale podnik bude muset přeměnit strukturu výstavby a s ní spojené výroby. Výstavba sídlišť známá z dnešní podoby končí, připravují se rekonstrukce zanedbaných starých částí Prahy, jako například Smíchova či Holešovic. Inženýrské sítě a další stavby se budou provádět jinak než dosud, přičemž osvojit si nový způsob práce by pro pracovníky IPS nemělo být překonatelnou překážkou

PETR EHRLICH

Foto archiv IPS

Joint ventures, neboli smíšené společnosti (JV), se při své činnosti v ČSFR řídí následujícími pravidly.

1. Zakladatelé a právní normy

JV mohou zakládat jak tuzemské, tak i zahraniční právnické a fyzické osoby. Právními formami mohou být jednotlivé typy obchodních společností, společné podniky a sdružení.

2. Povolení a schvalovací řízení

Povolání ke vzniku JV uděluje FMF, pro JV působící v oblasti bankovníctví SBČS. Ve zvláštních případech může JV vzniknout bez povolení. V žádosti o povolení se uvádějí náležitosti v rozsahu obdobném, jaký požaduje hospodářský zákoník pro obchodní společnosti.

Rozhodnutí o povolení JV musí FMF nebo SBČS vydat do 60 dnů ode dne předložení žádosti.

3. Finanční hospodaření

JV mají povinnost vytvářet pouze rezervní fond, a to ve výši a způsobem určeným ve stanovách nebo statutu. Užití prostředků rezervního fondu není specifikováno, jejich výše však musí představovat minimálně 10 % základního jmění. Fond se každoročně doplňuje minimálně ve výši 5 %. Tvoří se a vykazuje v Kčs.

4. Daňové povinnosti

JV jsou poplatníky důchodové daně, daně z objemu mezd, případně i jiných daní podle charakteru činnosti (např. zemědělské daně, daně z obrátu apod.).

Sazba důchodové daně činí ze základu nepřesahujícího 200 000 Kčs 20 % a nad tuto částku 40 %, pokud je podíl zahraničního kapitálu vyšší než 30 %. Pokud tento podíl činí 30 % nebo méně, je sazba 55 %. Základem důchodové daně je celkový zisk upravený o připočitatelné a odpočitatelné položky.

Sazba daně z objemu mezd činí 50 % ze základu, jímž je zhruba objem

mzdových prostředků zúčtovaných k výplatě v běžném roce.

5. Daňové úlevy

K přilákání zahraničního kapitálu může příslušné ministerstvo financí poskytnout daňové prázdny. Osvo- bození od daní však není automatické.

6. Převody a zdanění zisků

Zahraniční účastníci JV mají právo na převod svých podílů ze zisku do země původu v zahraniční měně. Zahraniční účastníci platí daň z dividend v obecné sazbě 25 %. S mnoha státy jsou však sjednány dohody o zamezení dvojího zdanění; podle nich se pak uplatňují sazby nižší.

Zahraniční účastník je oprávněn volně převést do zahraničí i výnos z podílu na majetku podniku v případě jeho likvidace nebo zániku.

7. Úvěry

Kromě vlastních zdrojů může JV získat úvěry v čs. i zahraniční měně; úvěry v cizí měně může přijímat od čs. devizového peněžního ústavu a od zahraniční banky jen se souhlasem SBČS.

8. Devizové hospodářství

Devizové hospodaření JV podléhá stejným pravidlům, jaká se vztahují na tuzemské organizace v systému vnitřní směnitelnosti zavedené od 1. ledna 1991. JV mají tedy tzv. plnou nabídkovou povinnost. Té však nepodléhají devizové prostředky, kterými se devizový cizozemec podílí na kmenovém jmění JV — ty mohou být uloženy na majetkovém devizovém účtu.

Při platbách do zahraničí mají JV právo požadovat na devizovém peněžním ústavu úhradu svých devizových závazků vůči devizovému cizozemci v devizových prostředcích, přičemž tyto devizové prostředky nakupují za platný kurs.

(S použitím materiálů ministerstva průmyslu ČR) os

Konzultace s Ekonomem

HLEDÁTE ZAMĚŠTNÁNÍ?

Práce vás přestává těšit, domníváte se, že jinde byste měl lepší podmínky a možnosti? Dříve než učiníte rozhodný krok, přečtěte si následující řádky, které jsou jakousi inspirací ze zahraničí.

Jestliže měníte zaměstnání nebo přemýšlíte o jeho změně, protože jste momentálně nespokojen, zhodnoťte konflikty nebo tlaky způsobující vaši nespokojenost. Mohou být reálně shledány jako problémy, které se neobjeví na vašem dalším místě? Hledáte náročnější místo nebo se vyhýbáte nárokům, na které nestačíte?

Manažer by měl hledat všechna možná řešení dříve, než se vzdá místa pouze na základě vnitřních konfliktů. Lidé, kteří dokáží řešit problémy, jsou cennými zaměstnanci. Soustředění vašeho úsilí ke změně problémů, ve kterých se nyní nacházíte, může být mnohem hodnotnější než pohyb z místa na místo ve snaze najít "perfektní situaci". Zhodnoťte své současné místo. Vypište si na list papíru pro a proti na svém pracovišti. Zeptejte se ostatních manažerů na jejich podmínky, abyste mohl srovnávat. Můžete zjistit, že vaše současné místo je atraktivnější, než jste si mysleli. Není-li tomu tak, budete mít alespoň lepší přehled o situaci.

Vlastní hledání

Vyhledávky na dobré místo nepřicházejí samy. Hledání zaměstnání je úkolem, který by se měl provádět organizovaným způsobem. Důležité je vedení záznamů o vašich schůzkách a činnostech. Jste-li v současné době nezaměstnan, věnujte procesu hledání práce 40 hodin každý týden. Budete-li dodržovat toto jednoduché pravidlo, naleznete nové místo rychleji. Také si zachováte sebeúctu, protože budete opravdu pracovat sám pro sebe.

Kontaktování zdrojů

Prošetřete a využijte všechny uličky, které jsou vám otevřené. Sledujte pravidelně inzeráty ve všech sdělovacích prostředcích. Přátelé, profesionální známí a minulí zaměstnavatelé by měli být informováni, že hledáte nové místo. Mohou získat informace o volném místě dříve, než je to oficiálně uveřejněno.

Zkoumání nabízené práce

Většina informací, které se dozvíte o firmě, budou subjektivní, osobní názory. Abyste se dozvěděli více o místě, o které máte zájem, můžete buď napsat dopis anebo zatelefonovat zaměstnavateli. Telefon použijte k navázání kontaktu s případným zaměstnavatelem pouze tehdy, jste-li si jist, že se můžete vyjádřit jasně a vyrovnaně.

Písemná žádost by měla být stručná. Podchyťte zájem případného zaměstnavatele tím, že jste se již něco o firmě dozvěděli.

Při psaní své žádosti se řiďte těmito radami:

— Napište oficiální název místa, o němž se

ucházíte. Zaměstnavatelé často tvrdí, že až překvapující počet žadatelů zapomene tuto důležitou zprávu.

— Buďte otevřený.

— Buďte stručný.

— Zkontrolujte, máte-li napsáno jméno zaměstnavatele správně a titul, který jste použil, je v současné době přesný.

— Naznačte, že byste se rád dostavil k ústnímu pohovoru.

— Přesvědčte se, že je uvedena vaše adresa a telefonní číslo, na kterém jste k dosažení.

Vyhnete se následujícím chybám:

— Nepište žádné podrobnosti o svém životě a práci.



— Nezmiňujte se o platu.

— Nesnažte se získat sympatie.

— Nevytvářejte omluvné nebo záporné postoje.

— Nesnažte se přehánět vděčnost nebo přílišnou starostlivost.

Bude-li váš budoucí zaměstnavatel na vás vyžadovat životopis, držte se těchto pravidel:

— Životopis by měl být krátký a faktický;

Vysvětlete, jak by odbornosti, které jste získal v předcházejícím zaměstnání, mohly být využité v zaměstnání, o které žádáte.

— Použijte prostý bílý papír (formát A4). Pište psacím strojem, pouze na jednu stranu, nechávejte dostatečné okraje a odstavce. Váš životopis musí být bezchybný. Z perfektně napsaného originálu zhotovte fotokopie. Neposílejte kopie karbonové.

Zdůrazněte své zkušenosti, které vás opravňují k žádosti o místo. Nezapomeňte pozitivně vyjádřit své úspěchy. Vyhněte se mezerám v pracovní minulosti. Ukažte životopis příteli nebo známému, který je obeznám s vaším oborem. Můžete tím získat cenné návrhy k jeho vylepšení.

Někteří uchazeči se pokoušejí být "originální" a upoutat pozornost různými triky, jako například barevným papírem, kresbou nebo náčrtky. Tato snaha může pobavit, ale potenciální zaměstnavatel se bude více zajímat o vaše pracovní zkušenosti a znalosti než o schopnosti zhotovit originální životopis. Informace rozvrhnete do následujících bodů: osobní data, pracovní náplň, záznam předchozích zaměstnání, vzdělání a kvalifikace, reference.

Osobní data: uveďte své plné jméno, adresu a telefonní číslo, na kterém jste k dosažení.

Pracovní náplň: toto je důležitá část vašeho životopisu, nejen proto, že musí motivovat případného zaměstnavatele, aby pokračoval ve čtení, ale také proto, že zde vyjadřujete představu o vaší budoucí činnosti. Zaměstnavatel dokáže mnohé rozpoznat z toho, jak si představujete svoji pracovní náplň. Vytvoří si názor o tom, zdali jste ten pravý typ manažera, který hledá.

Záznam o zaměstnání: Vypište svá předcházející místa (začínáte posledním). Uveďte svou funkci, jméno společnosti nebo firmy, která vás zaměstnávala, data zaměstnání, své povinnosti, odpovědnost a pracovní úspěchy. Poďte příklad (v číslech a faktech), který podpoří vaše dosažené úspěchy. Buďte připraven pohovořit v průběhu pohovoru o svých důvodech k opuštění předcházejícího místa.

Vzdělání a kvalifikace: Uveďte každou školu, kterou jste navštěvoval; seznam musí obsahovat název a místo školy, studijní léta, získané diplomy a výuční listy a také hlavní studijní oblasti. Máte-li omezené pracovní zkušenosti nebo vzdělání, buďte konkrétní v tomto místě. Uveďte názvy kursů ve vašem oboru, kterých jste se zúčastnil. Plánujete-li rozšiřování svého vzdělání, oznamte tento fakt.

Členství a funkce v profesionálních organizacích nebo v jiných organizacích by mělo být uvedeno. Nezapomeňte informovat o uznáních, publikovaných zprávách a odměnách, které jste získal. Někteří odborníci navrhuji uvedení těchto profesionálních informací pod samostatným bodem.

Reference: Konstatujte jednoduše: "Reference dodám na požádání." Vyberte si lidi, kteří jsou schopni zhodnotit vaši profesionální úroveň a příznivě svědčit o vašem charakteru. Připravte si seznam těchto lidí (napsaný na samostatný papír psacím strojem), který pak na požádání zašlete. Uveďte pouze jména těch lidí, na které se můžete spolehnout, že vypracují faktické, konkrétní a pozitivní zhodnocení vašich schopností a vlastností.

JOE VODEHNAL

firemní spektrum

Finská stavební společnost **HAKA** chce v Československu spolupracovat se zahraničními investory na subdodávkách a projektových pracích. Firma vypracovala marketingovou studii pro Prahu, aby zjistila zájem zahraničních investorů. Jedná se především o zajištění sídel, ubytování a služeb včetně zdravotnických pro zahraniční firmy, které chtějí v Praze

a proto musí do konce října předložit privatizační projekt. Dohoda s P.S.D. Limasol má několik výhod. Zahraniční partner například nemá požadavek majority a stačí mu 49 % akcií. Stejný podíl má mít také Smrečina a 2 % případnou bance. Kyperská strana zajistí dovoz nové technologie a dává k dispozici své trhy. Produkce ve Smrečině zůstane na bázi jehlična-

tážní linka má být uvedena do provozu v polovině října. Do vánoc dodá Lada na trh asi tisíc strojů. V příštím roce se jejich počet zdvojnásobí a v polovině desítek se má expedovat padesát tisíc strojů ročně. Motory pro stroje dodává MEZ Náchod a drobné díly a nejrůznější kryty zaměstnanci Tesly Přelouč, speciální chapače dodá Minerva Boskovice. Počítá se s odbytem strojů také do zahraničí, kde je o ně již dnes zájem. Lada má spočítáno, že již při 20 tisících kusech bude mít zisk kolem 12 mil. Kčs. Předpokládaná cena šicích strojů se pohybuje mezi 5000 až 7000 Kčs.

Hlavním zaměřením činnosti společného podniku **Interpartners** Praha je profesionální poradenství a podpora při pronikání na trhy Evropských společenství a prezentace zahraničních výrobků v Československu. **Interpartners Communications S.A.** je evropskou skupinou nezávislých reklamních agentur. Sdružuje 18 organizací, z toho 10 v Evropě a zbývající v Americe a Japonsku. Koordinační centrum firmy v Bruselu pomáhá členským agenturám a jejich klientům ve všech tržních aktivitách. Celoroční obrát společnosti se pohybuje kolem 680 mil. USD. **Interpartners Praha**, spol. s r. o., je společným podnikem čs. odborníků s etablovanou německou firmou **E/B/D Interpartners**, která má 51procentní podíl. Další 25 % vlastní majitel firmy pro průmyslovou reklamu **D. M. Daniel Meller**.

Na čs. trhu působí již od ledna rakouská firma **Takora International**, která kromě toho, že prodává elektroniku z Dálného východu, zahájila také spolupráci s několika čs. výrobci. Jsou to zejména **Křížik Praha**, který začíná montovat a upravovat bezpečnostní poplašná zařízení vhodná pro

domácnosti, obchody i menší instituce. **Tesla Karlín** se s **Takorou** dohodla na montáži fénů na vlasy, firma **Progression Dunajské Středý** na montáži barevných televizorů a rozhlasových přijímačů s kazetovým magnetofonem a soukromá firma **Sved z Liberce** se dohodla na montáži kávovarů a jedná o další spolupráci. Možnosti spolupráce jsou však daleko širší. Čs. partneři na začínající spolupráci s **Takorou** oceňují, že přistupuje na kontrakty, které jsou založeny výhradně na československých právních normách.

V nabídce společnosti **General Motors** pro Československo je celkem 100 modelů základního provedení osobních a užitkových vozidel značky **Opel**. Všechna vozidla určená pro čs. trh jsou podle generálního ředitele **GM Czechoslovakia spol. s r. o. An-**



dreje **Barčáka** vybavena katalyzátorem. Kromě nového modelu **Astra** jsou v nabídce modifikace aut kompaktního modelu **Corsa**, elegantní **Vectry**, komfortní **Omegy** až po sportovní **Calibru**.

Značkové opravny **Tatra** prodávají a opravují automobily **Citroen**. Největší počet zákazníků, které jejich služeb využívají jsou lidé, kteří si ze zahraničí dovezli ojeté vozy a nemají k dispozici dokumentaci a informace o jejich údržbě. Mají zájem především o náhradní díly. Dalšími zákazníky jsou zejména podniky a organizace, které se rozhodly pro **Citroen**. Zájem je především o osobní a dodávkové automobily, typy **C15** a **C25**. Platí se buď v DEM nebo v korunách. Při platbě v Kčs je do ceny již zahrnuto clo ve výši 19 %, 15 procentní přírůstek a daň z obrátu. Největší zájem je o koupi na leasingové splátky. Dodání zvoleného typu auta trvá v současnosti přibližně dva měsíce. Tento měsíc však bude do konsignačních skladů dodáno prvních 50 vozidel. Zákazník si tak bude moci zároveň vybrat konkrétní model a zároveň si ho okamžitě koupit.



podnikat. Uskutečnila se již řada jednání včetně jednání s magistrátem hl. města Prahy. Stavební společnost **HAKA** má téměř 7500 zaměstnanců a obrát 1,8 mil. USD. Patří mezi největší společnosti ve Finsku. Svou činnost vyvíjí také v USA, SRN, Maďarsku, Španělsku, SSSR, Velké Británii, Nizozemsku a skandinávských zemích. Od konce roku 1990 působí také v ČSFR. Majitelem firmy **HAKA** je finská společnost **EKA**, která vlastní také některé firmy podnikající v mlékárenském průmyslu, pojišťovnictví a v hotelové síti.

Německá firma **Miele** z Güterslohu otevřela v září v Brně svou první pobočku v bývalých socialistických zemích. Společnost s ručením omezeným **Miele Brno** zajišťuje prodej, servis poradenství a školení. Firma začala na čs. trh pronikat už v roce 1972, soustředila se zejména na vybavování zemědělských družstev dojícími systémy krmení. Do Československa prodává také laboratorní a dezinfekční přístroje. V posledních letech rozšířila svou nabídku o stroje pro prádelny a myčky pro hotely a nemocnice. Nabízí také vybavení pro domácnost: pračky, sušičky, sporáky, myčky nádobí, mikrovlnné trouby, chladničky, mrazničky, vysavače a mandly.

Banskobystrický podnik Smrečina vytvoří akciovou společnost spolu s kyperskou obchodní firmou **P. S. D. Limasol**. Podnik je zařazen do první vlny privatizace

tého a listnatého řeziva. Zachována bude také výroba aglomerovaných materiálů — dřevolázných a dřevotřískových desek avšak s vyšším stupněm finalizace.

Slovenské loděnice v Komárně (viz obr. dole) pracují na sérii šesti lodí určených pro námořní plavbu, které si objednala německá firma **Wessels** z Harenu. Námořní nákladní loď typu **Rým** je 87,9 m dlouhá, 12,8 m široká, výšku boků má 7,1 m a ponor upravený na 5,45 m. Loď pojme 176 kontejnerů (známých z návěsů **TIR**). Projektová dokumentace lodí pochází z Německa od samotného odběratele a byla rozpracována na výrobní a technologické podmínky Slovenských loděnic. Také subdodávky jsou nakupované podle projektu; většina jich je ze SRN nebo země, které určil odběratel.

Akciová společnost Lada v Soběslavi se po téměř dvaceti letech přestavce vrátila k výrobě kufříkových šicích strojů. Mon-



KUPÓNOVÁ PRIVATIZACE

S PŘÍKLADEM

V tržních ekonomikách je nám znám jen jeden případ bezplatného rozdělování majetku ve vlastnictví státu obyvatelům. Šlo o privatizaci kanadské společnosti British Columbia Resources Investment Corporation v roce 1979. V zemích východní Evropy vede k bezplatné distribuci majetku jeden hlavní argument: nedostatek kapitálu potřebného v krátkém období pro odkoupení obrovského rozsahu státního majetku. V Československu získala tato metoda podobu tzv. kupónové privatizace.



Investiční kupón bude možné kupovat za poměrně nízkou částku (pro první vlnu privatizace za poplatek 1000 Kčs). To však není ani nominální, ani reálná cena kupónu.

Nominální a tržní cena

Nominální cena investičních kupónů (získaných za stanovených podmínek a za stanovený poplatek) je vyjádřena počtem tzv. **investičních bodů**. Každý občan má za výše zmíněný poplatek nárok použít pro nákup akcií kupóny v nominální hodnotě 1000 investičních bodů.

Cena těch akcií privatizovaných podniků, které si občan může koupit pomocí kupónů, bude stanovena v investičních bodech. Z důvodu usnadnění celé operace budou ceny akcií podniků oznamovány nepřímou, totiž jako počet akcií, které lze koupit např. za 100, 200, 500, případně 1000 investičních bodů. Bude-li tedy oznámeno, že za 100 investičních bodů se nabízejí čtyři akcie podniku GAMA, neznamená to nic jiného než to, že jedna akcie je nabízena v ceně 25 investičních bodů za kus.

Skutečná **tržní cena investičních kupónů** bude známa teprve v budoucnu, a to v závislosti na tom, jaké akcie si za ně dotýčný občan koupí. Neboli: skutečná cena investičních kupónů v nominální hodnotě 1000 investičních bodů se rovná budoucí tržní ceně (kursu) akcií získaných za těchto 1000 investičních bodů. Někomu se podaří, že za

kteří v roce 1995 budou mít souhrnnou tržní cenu 500 Kčs.

V současné době lze udělat jen odhad průměrné tržní ceny investičních kupónů. Takový odhad je samozřejmě vždy velmi hrubý, neboť ve hře je příliš mnoho neznámých: počet občanů, kteří budou ochotni koupit si kupóny; podniky, které budou do dané privatizační vlny zařazeny; budoucí výnosy těchto podniků a počet akcií, které budou nabídnuty za kupóny.

Jak budou vlastně stanoveny ceny akcií v investičních bodech? Za prvé, musí být určeny tak, aby se v každém privatizačním kole souhrnná cena všech nabízených akcií vyjádřená v investičních bodech rovnala celkovému počtu investičních bodů, které mají k dispozici ti, co si koupili investiční kupóny. Za druhé, musí být určeny tak, aby akcie slibující vyšší dividendu měla také vyšší cenu v investičních bodech. Toto druhé hledisko neznamená automaticky, že akcie "lepšího" podniku bude mít vyšší cenu, než akcie "horšího" podniku. Záleží totiž na počtu akcií, které budou tím kterým podnikem v kupónové privatizaci nabízeny.

Praktický příklad

Dejme tomu, že máme v celé ekonomice jen dva podniky ALFA a BETA a pro zjednodušení připustíme, že veškeré jejich akcie se budou prodávat za investiční body. Podnik ALFA je tzv. lepší v tom smyslu, že na základní kapitál ve výši 1 000 000 Kčs slibuje každoročně dividendy v celkové výši 300 000 Kčs, zatímco podnik BETA se stejným základním kapitálem slibuje dividendy ve výši pouze 200 000 Kčs. Podnik ALFA vydal celkem 1000 akcií, každou v nominální hodnotě 1000 Kčs, podnik BETA vydal celkem 500 akcií, každou v nominální hodnotě 2000 Kčs. Připustíme, že si 100 občanů koupilo investič-

tisíc investičních bodů získá akcie, které v roce 1995 budou mít souhrnnou tržní cenu 500 000 Kčs, někomu se "podaří", že za svých tisíc investičních bodů koupí akcie,



Portrét finančního poradce

SONDA VE FIRMĚ COOPERS & LYBRAND

ní kupóny, každý v nominální hodnotě 1000 investičních bodů. Celková poptávka po akciích bude tedy činit maximálně 100 000 investičních bodů. Souhrnná cena 1500 nabízených akcií (1000 kusů ALFA + 500 kusů BETA) by měla činit rovněž 100 000 investičních bodů. Je zřejmé, že každá jedna koruna základního kapitálu společnosti ALFA by měla být oceněna vyšším počtem investičních bodů, než jedna koruna základního kapitálu společnosti BETA. Kdyby tomu tak nebylo, každý by kupoval akcie ALFA a nikdo akcie BETA. Úlohu můžeme zformulovat takto: cena v investičních bodech by měla být stanovena tak, aby na každý jeden investiční bod připadla stejná dividend. Jen tak – pomineme-li psychologické a citové vlivy na rozhodování investorů – budou všechny nabízené akcie z hlediska investorů stejně atraktivní.

Vypočtená správná cena v investičních bodech by v našem jednoduchém příkladu měla – jak se může čtenář přesvědčit – činit pro jeden kus akcie ALFA (o nominální hodnotě 1000 Kčs) 60 investičních bodů a pro jeden kus akcie BETA (o nominální hodnotě 2000 Kčs) by měla činit 80 investičních bodů. Vzhledem k tomu, že ceny budou vyhlašovány nepřímo, dostanou investoři na vědomí například, že za 300 investičních bodů je možno získat 5 kusů akcií ALFA a za 400 investičních bodů je k mání 5 kusů akcií BETA.

Při této ceně připadne na jeden každý investiční bod stejná dividend (300/60 = 400/80) a souhrnná cena všech akcií činí $60 \times 1000 + 80 \times 500 = 100\,000$, tedy je rovna celkovému počtu investičních bodů, které občané zakoupili. Cena jedné akcie "lepšího" podniku je v daném případě nižší než cena jedné akcie "horšího" podniku. Jedna akcie "horšího" podniku totiž díky nízkému počtu těchto akcií vynese vyšší dividendu, než jedna akcie "lepšího" podniku.

Nikdo předem neví, jaká bude dividend. I při stejném zisku mohou dva podniky vyplácet svým akcionářům naprosto rozdílné dividendy. Základem pro výplatu dividend je však samozřejmě vždy jen a jen zisk, a proto zase jen zisk může být základem pro hodnocení výhodnosti nabídek akcií podniků v kupónové privatizaci. Základním vodítkem pro investora by tedy měl být ukazatel zisku podniku, který připadne na jeden každý investiční bod investovaný do akcií podniku. Tento ukazatel, nazvěme ho "zisková síla investičního bodu", můžeme vyjádřit jednoduchým zlomkem:

$$\text{zisková síla investičního bodu} = \frac{\text{zisk podniku} \times \text{podíl "kupónových" akcií}}{\text{počet "kupónových" akcií} \times \text{cena "kupónové" akcie v I. B.}}$$

V tomto vzorci se podílem "kupónových" akcií rozumí podíl nominální hodnoty akcií (v Kčs) nabídnutých za investiční kupóny na celkovém základním kapitálu (celkové nominální hodnoty akcií) podniku. Je-li tento podíl

V září tomu bylo právě rok, co přední světová firma Coopers, & Lybrand, zabývající se účetnictvím a poradenstvím v oblasti řízení, otevřela svoji kancelář v Praze. Záhy poté – v lednu – pak v Bratislavě. O roční bilanci jsme požádali JEREMY DREWA, který se v průběhu roku staral o chod kanceláře v ČSFR.



V současné době poskytuje Coopers & Lybrand své služby řadě zákazníků z nejrůznějších oborů. Např. provádíme audity v Živnostenské bance a před nedávnem jsme dokončili práce spojené s jejím oceněním. Rovněž jsme byli nápomocni při vypracování její tržní nabídky. Dále se podílíme na vypracování podnikatelského záměru pro Trinecké železářny v rámci jejich privatizace. Jeho vypracování bude založeno na rozboru trhů, výrobních činností a nákladů a rovněž na celkové finanční situaci podniku. Keramickým závodům Teplice jsme byli nápomocni při vyhledávání zahraničních partnerů pro založení společného podniku a provedli jsme tržní ocenění tohoto podniku. Dále jsme byli požádáni, abychom vyhodnotili nabídky, které podnik obdržel od zahraničních partnerů a pomohli jeho vedení při konkrétních jednáních. Mimochodem, rovněž jsme byli pověřeni prováděním auditu podniku Škoda Mladá Boleslav.

Ve všech těchto podnicích odborníci Coopers & Lybrand velmi úzce spolupracují s jejich vedením i dalšími pracovníky. Účelem zakládání takových společných pracovních týmů je zaškolení vedoucí pracovníky daných podniků v používání našich metod, aby pak mohli pokračovat v práci na projektech sami.

Následující příklady mohou poskytnout představu o tom, jaké služby Coopers & Lybrand nabízí.

- Poradenské týmy jsou složeny ze zkušených odborníků, kteří se zaměřují na jednotlivé typy odběratelů. Tito experti se ve své práci napojují na další profese, např. na odborníky zabývající se analýzami v oblasti podnikání, finančním zřízení, na techniky, systémové analytiku, odborníky na marketing, na správní otázky, na organizační zajišťování podniků, specialisty zabývající se vypracováním strategií i odborné poradce pro využívání lidských zdrojů.

Zákazník může kupříkladu požádat Coopers & Lybrand o pomoc při vypracování podnikatelského záměru. Řešení takového úkolu vyžaduje především zjištění silných a slabších stránek podniku a rovněž těch možností podnikání, které budou optimálně využívat specifických výhod podniku. V současné době naše firma zpracovává podnikatelské záměry pro různé československé zákazníky, kteří se připravují na privatizaci, z nichž můžeme uvést např. podnik vyrábějící čerpadla nebo výrobce kapesníků.

- Jednou z nejdůležitějších služeb, kterou Coopers & Lybrand svým zákazníkům poskytuje, je audit spočívající v roční revizi finančního hospodaření podniku, jež se provádí na základě účetních výkazů a dalších podkladů. Naše firma byla pověřena prováděním pravidelných auditů jak československých poboček velkých mezinárodních společností, tak také československých podniků. Kromě toho poskytujeme obecné poradenské služby ve finančních a daňových otázkách řadě významných mezinárodních společností, které hodlají podnikat v Československu.

Naši odborníci se v různých československých podnicích zabývají přeformulováním jejich účtů v souladu s mezinárodními účetními normami. K zákazníkům využívajícím těchto služeb patří nejrůznější podniky, z nichž můžeme jmenovat např. papírny, plynárenský podnik i obchodní dům apod.

- Poradenské služby v této oblasti obvykle spočívají v provedení odhadu "tržní hodnoty" podniku, který o tuto službu požádá. Tržní ocenění vyžaduje hloubkovou analýzu podniku, jeho odbytiště i průmyslového odvětví, v němž provozuje svou činnost. Provedli jsme ocenění v několika podnicích, z nichž uvádíme např. cementárny a tabákový průmysl apod. Poskytujeme rovněž další služby v oblasti ekonomického řízení podniků.

Finanční servis

CENY AKCIÍ

FINANČNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V ZÁPADNÍM EKONOMICKÉM TISKU (II.)

První část volného cyklu o finančním zpravodajství jsme uzavřeli žebříčkem nejruznějších firem a společností. V tomto pokračování soustředíme pozornost na ceny akcií.

Představení akcií firem a společností kótovaných na burze cenných papírů obsahuje čtyři zásadní součásti:

1. stanovení cen akcií jednotlivých společností a různých relativních ukazatelů na těchto cenách založených;
2. denní zpravodajství o nejzajímavějších obchodních operacích na burze cenných papírů;
3. detailní reportáže a komentáře na zpravodajských stránkách (news pages) o událostech z ekonomického života jednotlivých společností;
4. dlouhodobé indikátory trhu cenných papírů, které vyjadřují celkový vývoj cen akcií.

Ve vyspělých tržních ekonomikách je obvyklé, že nejuznávanějším a mezinárodně respektovaným indexem kapitálového trhu nedisponuje zpravidla přímo příslušná burza cenných papírů, která přesto svůj index má, ale nějaká specializovaná investiční, poradenská, zprostředkovatelská společnost. Anebo: jak je zřejmé z příkladu Velké Británie – renomovaný tiskový orgán – zde tedy Financial Times – orientovaný na ekonomiku. Ten produkuje okamžitě použitelné indikátory pro širokou ekonomickou veřejnost. Zohledňuje přibližně tři tisíce akcií, které jsou aktivně obchodovány na burze cenných papírů v Londýně, včetně vládních cenných papírů (gilt-edged stock).

Informace o vývoji akcií na burze v Londýně čtenář najde na zadních stránkách ve druhé části listu Financial Times. Různé cenné papíry jsou zde rozděleny geograficky (americké, kanadské, německé) a podle jednotlivých průmyslových odvětví. Největším odvětvím je průmysl. Akcie jsou v žebříčku seřazeny v závislosti na nejruznějších oblastech obchodování. Osoby, které chtějí předložených analýz prakticky využívat, většinou porovnávají společnosti ze stejného průmyslového sektoru. Jestliže například někdo požaduje znalost pohybu akcií BP, najde je v části Oil and Gas a velmi snadno může jejich pohyb srovnat s pohybem kursu akcií například firmy Shell.

Informace o cenách akcií zahrnují nejen společnosti s úplnou kótací na burze cenných papírů (full stock market listing), ale i o cenách akcií společností, které jsou kótovány na "novějších" burzách – jako součástech širokého londýnského trhu. Například na sekundárním trhu neznámenaných cenných papírů (Unlisted Securities Market/ USM)

nebo na menším tzv. třetím trhu (Third Market). Obě tyto instituce sekundárního trhu mají daleko méně striktní podmínky pro zaznamenání než leader londýnského trhu – London Stock Exchange. Jsou připraveny absorbovat menší, rychle se rozvíjející firmy, které mají zájem o zaznamenání. Společnosti, které jsou dobře uvedeny na USM jsou ve Financial Times uváděny ve stejném seznamu, jako společnosti s úplným zápisem. Pro odlišení jsou však označeny zvláštním symbolem. Společnosti, které jsou "registrované" na třetím trhu jsou uvedeny zvláštní hlavičkou.

Je zcela obvyklé, že na burze cenných papírů je obchodována značná menšina primárně emitovaných cenných papírů. Podíl se pohybuje přibližně mezi jednou čtvrtinou a jednou sedminou. Tento trend – členění klasického sekundárního trhu na terciální a kvartální – kdy je ve stále větším rozsahu obchodováno s kótovanými cennými papíry formou OTC (on-the-counter/ přes pult), případně s kótovanými i nekótovanými cennými papíry nikoliv prostřednictvím OTC ani burzy cenných papírů, ale zcela přímo, bude žádoucí zohlednit i při konstituci kapitálového trhu a jej mapujících indikátorů i v Československu. Společně s další tendencí, směřující k tzv. dematerializaci aktiv, kdy cenné papíry nevystupují ve stále větším rozsahu již v podobě listu, nýbrž v podobě data s příslušnými ingrediencemi v paměti počítače.

Dosud zmiňované ceny akcií ve Financial Times jsou považovány za střední. Jsou tedy průměrem mezi nákupními a prodejními cenami, které byly zaznamenány na burze cenných papírů. Většina cen je z burzy cenných papírů získávána během dne prostřednictvím přímého propojení počítačovou sítí. K poslednímu přenosu dat dochází kolem sedmnácté hodiny. V současné době se však zkušebně ověřuje rozšířený provoz analytických pracovišť.

Některé kotace zejména zámořských cenných papírů obchodovaných podle speciálních pravidel, které nejsou zahrnuty v burzovních informacích o cenách, které jsou snímány prostřednictvím elektronického zařízení, jsou získávány telefonicky nebo na základě použití jiných speciálních služeb.

Zběžný pohled na tabulku akcií v případě kterékoliv společnosti nám řekne, že obsahuje devět sloupců dat. Tyto sloupce prozradí mnohem více detailů, než pouze konečnou cenu, dosaženou předchozího večera. Přiblížení těchto detailů nás čeká v příštím pokračování.

pz

například 40 %, do vzorce dosadíme 0,4 atd. Počtem "kupónových" akcií se rozumí počet kusů akcií podniku nabídnutých do kupónové privatizace a I. B. označuje investiční body. Podle propočtu "ziskové síly investičního bodu" si můžeme podniky v každém privatizačním kole seřadit.

Privatizační vlna neskončí hned a rozloží se proto do několika privatizačních kol. To znamená, že po zpracování objednávek akcií se zjistí, kde byla poptávka větší než nabídka a kde tomu bylo naopak.

Možné varianty

Po tomto vyhodnocení se mohou ukázat u každého podniku čtyři možné situace: 1. Poptávka je přesně rovna nabídce. Je to ideální případ, každý zájemce bude plně uspokojen, nabídnuté akcie se zcela prodaly; 2. Poptávka je nižší než nabídka. Všichni, kdo objednali akcie, budou plně uspokojeni. Zbývající akcie, které se prodat nepodařilo, budou nabízeny v dalším privatizačním kole, které bude následovat po několika týdnech. Protože se ukázal nižší zájem, lze očekávat, že privatizační centrála rozhodne o takovém snížení ceny akcie, které by v dalším kole vyrovnalo nabídku s poptávkou; 3. Poptávka je vyšší než nabídka, avšak nepřesahuje nabídku o více než 25 % (je nabízeno 100 akcií, objednáno je více než 100 a méně než 125). Všichni, kdo objednali akcie budou uspokojeni, i když ne úplně. Každému se bude krátit jeho objednávka, ale nejdříve se zkrátí objednávky investičních kupónových fondů. V takovém případě se rovněž kupónová privatizace zdaří; 4. Poptávka je vyšší než nabídka o více než 25 %. Centrála patrně podcenila zájem při výchozím určování ceny. Všem zájemcům se vrátí jejich objednávky, nikdo z nich nebude uspokojen a investiční body, které se tak nevyčerpaly, nadále zůstávají v platnosti pro libovolné použití v dalších kolech. Akcie tohoto podniku budou znovu nabídnuty v následujícím privatizačním kole, ovšem za vyšší cenu odpovídající vysokému zájmu. To vše se investor dozví na tzv. registračním místě, kde byl zaregistrován.

Strategie investora v kupónové privatizaci

Můžeme při kupónové privatizaci volit nějakou strategii?

1. Odhad průměrné budoucí ceny akcií získaných za investiční kupóny naznačuje, že by měl být výrazně vyšší než 1000 Kčs (další drobné manipulační poplatky), které na získání kupónů vydáme. Tento odhad je samozřejmě odvozen od toho, že naše ekonomika bude časem fungovat normálně. Pokud nebude, pak 1000 Kčs sice ztratíme, ale při prudkém pádu do ekonomické propasti bychom je ztratili i při jiném způsobu investování.

Na základní otázku, investovat do kupónové privatizace či nikoliv, lze jednoznačně odpovédět – ano. Rozhodně máme alespoň o dobrých 90 % vyšší pravděpodobnost kapitálového zisku, než u tisícikoruny vsazené do sportky.

Rada experta

ÚVĚROVÉ ZAJIŠTĚNÍ

2. Investice do kupónů je riskantní v tom smyslu, že odhady budoucích výnosů jsou naprosto nevypočitatelné. Proto je značně nejisté, že získáme právě akcie, jejichž budoucí kurs se bude pohybovat alespoň kolem cifry odhadu průměrné budoucí ceny všech akcií prodávaných v rámci kupónové privatizace. Vzhledem k této nejistotě bychom se měli soustředit na tvorbu portfolia, které bude respektovat základní pravidlo: ideální portfolio by mělo být sestaveno z akcií podniků v takových oborech ekonomiky, jejichž výsledky a prosperita na sobě nezávisí.

3. Vzhledem k tomu, že tvorba portfolia je pro jednotlivce výrazně omezena, přichází do úvahy vklad investičních kupónů do některých z nově vznikajících investičních privatizačních fondů. Tyto fondy budou sice vznikat speciálně pro účely kupónové privatizace, ale měly by fungovat na stejných principech jako jiné investiční fondy. Investovat do těchto fondů bude mít smysl jen za předpokladu, že pro ně budou poskytnuty dostatečné daňové úlevy a vyřeší se tím problém jejich vícenásobného zdanění.

4. Dobře myšlený záměr investovat do malých a pružných podniků má jednu vadu - napadne mnoho lidí. Právě u malých podniků se převis poptávky nad nabídkou projeví nejvýrazněji. Jejich akcie tedy nezískáte a v dalších privatizačních kolech jejich cena v investičních bodech poroste. Po dobu, kdy se úporně snažíte získat akcie vyhlédnutého malého podniku, můžete přijít o řadu výhodnějších příležitostí. Z toho ale neplatí pravidlo, podle něhož by se nemělo usilovat o získání akcií malých a prosperujících podniků. Rozhodující bude volba okamžiku, kdy toho máme nechat, a včas koupit akcie podniků, o něž doposud nebyl zájem, a proto jejich cena klesla tak, že se staly výhodné pro investici. Musíme tedy od jedněch podniků utéct dříve než ostatní a k jiným přijít dříve než ostatní. Není to rada nad zlato, ale jiná není.

5. V naprosté většině případů rozhodně nebude možné kupónovou privatizaci využít k tomu, aby jste se se svými známými a přáteli stali dominantní vlastnickou skupinou v některém z podniků. Průměrný počet zájemců o akcie jednoho privatizovaného podniku se totiž bude pohybovat v rozpětí 1 - 4 tisíce osob.

6. Vzhledem k tomu, že investice je relativně velmi "laciná", je i riziko ztráty vyjádřené v korunách velmi nízké. Proto v této hře, v níž máte dobrou šanci dosáhnout vysoké výnosové procento, můžete s naprostým klidem pokoušet osud, jít za vlastní představou a vůbec nedbat uvedených rad.

Zvolíte-li zcela pasivní strategii, při níž se budete opírat o služby (daňově zvýhodněného) investičního privatizačního fondu, pak je to docela rozumné. Tak jako tak to bude po všech čertech laciný křest na kapitálovém trhu.

MARTIN KÁPL, TOMÁŠ TEPPER

Příspěvek je převzat z právě vycházející knihy Peníze a vy.

Tržní podmínky objektivně vedou k tomu, aby banka činila v rámci platných právních předpisů opatření, která jí umožňují předejít ztrátám. Tuto úlohu plní úvěrové zajištění.

Úvěrové zajištění znamená různá dodatečná opatření, která bance umožňují uplatnit úspěšně nároky vůči dlužníku anebo vůči třetí osobě a dosáhnout úhrady úvěrové a úrokové pohledávky. Jestliže dlužník neplní své smluvní závazky, uvádějí se z iniciativy věřitele tato dodatečná opatření. Jejich využitím (mobilizací) banka předchází ztrátám, které by jinak byly neodvratné.

Úvěrové zajištění lze různě třdit. Nejvhodnější je jejich rozdělení na osobní a reálné.

U osobního zajištění jde o nároky uplatňované přímo vůči hlavnímu dlužníku anebo vůči třetím osobám. Náleží k němu: ručení (rukojemství, záruky, garancie), směnečné zajištění či přípustění závazku.

Ručením přejímá nějaká osoba na sebe závazek, že uspokojí nároky věřitele, pokud tak neučiní hlavní dlužník. Ručitel se v tomto případě stává vedlejším dlužníkem a jeho povinnost nastupuje tehdy, neuhradí-li závazek hlavní dlužník. V praxi se používají různé formy ručení: vázané na hlavní dluh, abstraktní ručení, přímé či zprostředkované, ručení za náhradu škody, směnečné rukojemství apod.

Častou praxí u menších a středních podniků je zakládání úvěrových záručních společností. Jejich hlavním úkolem je poskytování záruk za bankovní úvěry poskytované členům společnosti.

Směnečné zajištění je založeno na vlastnosti směny. Pro směnku je charakteristické, že směnečná pohledávka může být majitelem směny vymáhána s větší jistotou než jiné úvěrové pohledávky. Tato vlastnost propůjčuje směnce schopnost stát se zajišťujícím prostředkem. Jako zajišťující prostředek může sloužit dvojím způsobem. Za prvé, při poskytování obchodního úvěru je směnka využita jako součást obchodně úvěrového vztahu. V tomto případě je směnka zároveň úvěrovým i zajišťujícím nástrojem. Za druhé, směnku lze využít také výlučně jako prostředek zajištění. Tomuto účelu slouží tzv. depozitní směnky. Taková směnka nebývá eskontována ani zastavována, ale je depónována u banky (věřitele) jako zajištění úvěru.

Poměrně významnou formou osobního zajištění úvěru je prohlášení o **pripuštění závazku** třetích osob. Může jít o pripuštění závazku z dobré vůle, které má spíše nižší zajišťující hodnotu, až po jednoznačný závazek třetí osoby převzít

dluh. Banky mají přirozeně zájem na jistějším prohlášení.

Jako reálné zajištění vystupují zástavy, předání věcí do vlastnictví, postoupení pohledávek a hypotéky.

Zástava je movitá věc nebo právo, které dlužník předává bance jako zajištění její pohledávky. Zástava je s takto jištěnou pohledávkou bezprostředně spojena, snižuje se a zaniká spolu s pohledávkou. Banka je povinna uvolnit zástavy jakmile dlužník vyrovná svůj závazek.

Protože zástava se prakticky převádí k věřiteli, nemůže být dlužníkem používána. Tím je okruh vhodných předmětů k účelům zastavení někdy omezován. Praxe samozřejmě i z této situace našla řešení. Jako zástavy přicházejí v úvahu a jsou využívány: cenné papíry, skladní listy, konosamenty, zboží, depozitní potvrzení o uložení jiných cenností v depozitu banky. Jako zástavy slouží rovněž pohledávky a práva, například životní pojistky, práva vyplývající z listin, autorská a patentní práva apod.

Zajištění úvěru lze provést také **převedením věci dlužníka do vlastnictví věřitele**. Převedením odstraňuje některé nevýhody zástav a nabízí možnost rozšířit zajištění úvěru na předměty, kde to u zástav v úvěrové praxi není obvyklé nebo kde využití této formy zajištění úvěru nemůže dlužník odmítnout. Zajišťovací efekt je docílen tím, že vlastní věci (úvěrový dlužník) převede její vlastnictví smluvním způsobem na věřitele. Ideální by bylo, aby předání věci bylo provedeno fyzickým způsobem. V praxi je však nutné, aby předměty neležely ladem a byly zapojeny do hospodářské činnosti. Je to řešeno dodatečným ujednáním o pronájmu nebo o předání dané věci do dražby.

K zajištění úvěru mohou sloužit **pohledávky dlužníka vůči třetím osobám**. Postupování pohledávek a jejich úvěrování se uskutečňuje v různých modifikacích. Mezi peněžním ústavem a dlužníkem se v úvěrové smlouvě sjednává například právo banky kontrolovat postupované pohledávky a některé z postoupení vyřadit, převod věřitelského práva k pohledávkám na banku apod.

Vedle movitého majetku může sloužit jako zajištění úvěru také nemovitý majetek - pozemky, obytné a provozní budovy, hospodářská usedlost a další nemovitosti. **Hypotékou** je zatížen majetek dlužníka, nikoliv dlužník. Tím dochází k oddělení hypotéky od jejího majitele, který je při disponování nemovitostí omezen nebo je mu tento úkon zcela znemožněn. Tím jde o jistější formu zajištění půjčky.

Doc. ing. VOJTĚCH POLIDAR, CSc.,
katedra bankovníctví a pojišťovnictví,
VŠE v Praze

trh nemovitostí

DOMY NA PRODEJ

NÁVŠTĚVA V PRVNÍ PRAŽSKÉ REALITNÍ KANCELÁŘI

Na trhu s nemovitostmi se roztočila spirála — jedni chtějí prodat, druzí výhodně koupit. Ceny se šplhají do závratných výšek a spíše než v korunách se počítá v markách a dolarech. Svou renesanci prožívají i realitní kanceláře. V průběhu září už vznikla i Asociace realitních kanceláří Čech, Moravy a Slezska, která si dala za cíl položit základ k trhu s nemovitostmi, v němž má zavládnout řád evropského standardu.



● Co všechno si můžeme představit pod pojmem realitní kancelář — zeptala jsem se JANA HOUDKA, majitele a ředitele První pražské realitní kanceláře.

Náš obor prožívá jakousi renesanci. K službám, které poskytujeme, patří nejen kompletní převod majetku až po razítko u notáře, ale i konzultace a poskytování veškerých informací — nejvíce přirozeně o cenách. Máme také k dispozici katalogy s podrobným popisem a cenami. Chceme z našich zákazníků sejmout celou administrativní tíhu, která je s koupí nebo prodejem spojena.

● Je trh s nemovitostmi vyvážen, nebo se jeho subjekty průběžně mění?

Zatím je to velmi jednoduché. Prodává se prakticky všechno. Trh se ale začíná postupně nasycovat a provizi rozdělujeme mezi prodávajícího a kupujícího. Časem se pak určitě toto finanční zatížení přesune na prodávajícího úplně. S prodejem to — jako ve všech jiných oborech — bude horší než s koupí.

● Mohl byste mi říci — pokud to není obchodní tajemství — jak vysoká je dnes vaše provize?

2 % pro stranu kupující a 2 % pro stranu prodávající.

● A jaké jsou současné cenové indexy nemovitostí?

Velice rozdílné a situace se nejvíce poměrně rychle mění a vyvíjí. Dám vám několik příkladů — rohový činžovní dům v pražském centru, čtyři patra, 25 bytů ve slušném stavu, 160 m² nebytového prostoru, volná půda — cena 4 a půl miliónu korun (1 USD = cca 30 Kčs). Nebo jiný činžovní dům — pět pater, bez půdy, asi 14 bytů, tři garáže, možnost výstavby patra pro kanceláře, sklepní prostory — 7 až 8 miliónů korun. Mění se ale i ceny pozemků, kde samozřejmě záleží na jejich umístění a také na tom, co se na nich smí postavit. Dnes se průměr pohybuje kolem 30 DEM za 1 m², přičemž bude jistě několikanásobný rozdíl mezi Hanspaulkou a Podolím.

● Hovoříte o cenách v markách a dolarech. Podle našich zákonů ale nemohou nemovitosti kupovat zahraniční zájemci. Jsou i přesto cizinci při nákupu nemovitostí ve výhodě?

Nejsou. Ve výhodě je pouze ten, kdo je schopen platit ve valutách. Marka jakoby se i u nás stala jediným platidlem, ačkoli skutečně podle zákona musí být oficiálním kupcem československý zákazník. A tak se "kupuje" na dědečka, na strýčka nebo na babičku, ... nakonec stejně dojde k volnému prodeji. Doba, kdy například chtěl majitel prodat vilu za milión korun, je pryč. Dnes chce každý, až na vzácné případy, tvrdou měnu.

● Nepovede to k tomu, že zahraniční majitelé — přes všechny legislativní překážky je jich jistě většina — zaplaví jako



Dům na prodej na rohu pražských ulic Hádkovy a Sokolské



Dům na prodej v ulici 5. května v Praze
lavina střed Prahy a vytvoří se tady jedno administrativní centrum vedle druhého?

Myslím si a doufám, že ne. Tady už ovšem budou muset říci své slovo urbanisté. Byty z centra by neměly vymizet, ale určitě budou velmi drahé. Dostanou se na cenu administrativy a posunou se do vyšších pater. Město by mělo mít i z tohoto hlediska nějakou koncepci, která však musí počítat i s tím, že domy mohou několikrát změnit majitele — během deseti let třeba i dvakrát nebo třikrát. To bude velmi komplikovat situaci.

● Nemáte obavu, že se některé realitní kanceláře zhroutí nebo promění?

Určitě některé zaniknou, jiné se zase budou zakládat. Může to potkat samozřejmě i nás, ale myslím si, že když budeme svoje řemeslo dělat slušně — hlavně po stránce etické, tak by ..., ale raději to nechci zakřiknout. Domů na prodej přibývá rychleji než počet našich spolupracovníků. Budeme asi muset naši aktivitu omezit anebo se fúzí rozšířit. To všechno ale za předpokladu, že budeme poskytovat seriózní služby na profesionální úrovni.

● Stane se i vaše První pražská realitní kancelář členem Asociace realitních kanceláří Čech, Moravy a Slezska?

Ano. Asociace už sdružuje 17 členů v Praze, Pardubicích, Brně, Karlových Varech, Plzni a Chrudimi. Cílem je utvoření sítě, která by pokryla minimálně všechna okresní města. Budeme společně využívat databanku, získávat informace o obchodu nemovitostmi a vyměňovat si je. Naše organizace chce iniciovat právní normy k vydávání koncesí v souvislosti s novelou živnostenského řádu a pracovat na tolik potřebných cenových mapách nemovitostí. Jedním z cílů je i vytvoření hypotékové banky. Asociace by měla přispět ke zlepšení činnosti v oceňování a také vnést určitou shodu v provizních sazbách svých kanceláří.

DANIELA SEDLÁŘOVÁ

INZERCE POD ZNAČKOU EKONOM = OBCHOD V EVROPSKÉM STYLU

Spojení špičkového provedení s vysokou účinností

1 700 000 našich čtenářů — 1 700 000 Vašich možných obchodních partnerů

Náš čtenář — člověk, který rozhoduje

EKONOM

týdeník Hospodářských novin je prvním ekonomickým magazínem na tuzemském trhu. Má federální působnost a je nejrozšířenějším ekonomickým časopisem v ČSFR. Po obsahové stránce plně navazuje na tradiční ekonomické periodikum, jehož název nese v podtitulu. Zveřejňuje široké spektrum názorů předních čs. politiků, ekonomů, manažerů i zásadní hospodářskopolitické informace pro podnikatelskou sféru i širší veřejnost. Pohotově otiskuje plně, autentické znění nejdůležitější legislativy, převážně formou vyjímatečné přílohy. Vychází každý týden v základním rozsahu 64 stran, při rozšíření o přílohy v rozsahu 80 nebo 96 stran.

VYDAVATEL

akciová společnost Economia, na které se 45 procenty podílí nejvýznamnější mezinárodní sdružení vydavatelů ekonomického tisku EUREXPANSION, jehož hlavními akcionáři jsou zvláště americká společnost Dow Jones, vydavatel Wall Street Journal, německá společnost Handelsblatt a společnost Expansion, největší vydavatel ekonomického tisku ve Francii.

ČTENÁŘSKÁ OBEC

podle sociologických průzkumů má časopis více než 650 tisíc pravidelných a 1,7 miliónu příležitostných čtenářů. Je čten především generací mezi 30-50 lety, řídicími pracovníky, manažery, zaměstnanci státní správy, podnikateli a cizinci žijícími v ČSFR. 74 % čtenářů je vysokoškolsky či středoškolsky vzděláno, 34 % je z měst s počtem obyvatel nad 100 tisíc. Mezi čtenáři převažují ze dvou třetin muži.

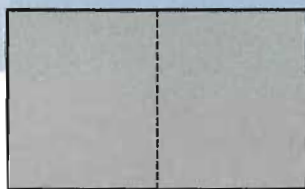
DISTRIBUCE

PNS a soukromí prodejci tisku po celém území ČSFR. Zasílání do zahraničí vyřizuje obchodní úsek a.s. Economia, Na poříčí 30, 112 86 Praha 1.

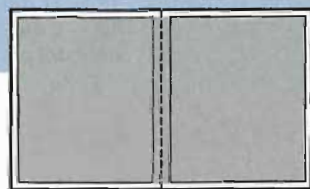
TECHNICKÉ PODMÍNKY INZERCE

hrubý formát (na spadání) 210 x 297 mm
čistý formát (maketa) 195 x 275 mm
počet sloupců: 3 nebo 4
šíře sloupce: 58 mm nebo 42 mm
barevnost: 1 + 4 barvy
zpracování: Macintosh
papír: 60g zušlechtný
tisk: rotační ofset rastr: 50 bodů

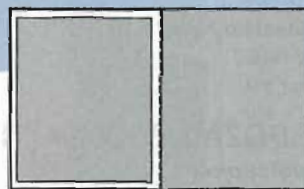
FORMÁTY INZERÁTŮ NA INZERTNÍCH STRANÁCH



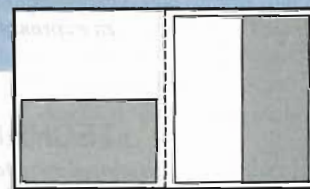
2/1
420 mm x 295 mm



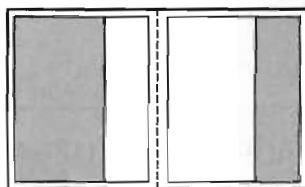
2/1
370 mm x 275 mm



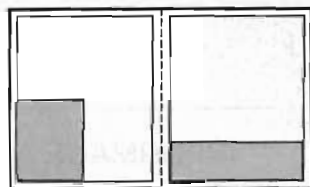
1/1 1/1
195 x 275 210 x 295



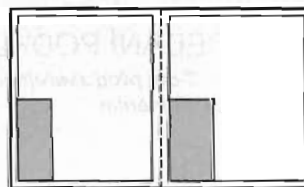
1/2 1/2
195 x 136 95 x 275



2/3 1/3
122 x 275 58 x 275



1/4 1/4
95 x 136 195 x 66



1/8 1/6
42 x 136 58 x 136

CENÍK INZERCE V ČASOPISU EKONOM

CENÍK INZERCE NA INZERTNÍCH STRANÁCH

Formát	čtyřbarevná Kčs	tříbarevná Kčs	dvojbarevná Kčs	černobílá Kčs
1/1 strany	100 000,—	90 000,—	80 000,—	70 000,—
2/3 strany	66 650,—	60 000,—	53 350,—	46 650,—
1/2 strany	50 000,—	45 000,—	40 000,—	35 000,—
1/3 strany	33 350,—	30 000,—	26 650,—	23 350,—
1/4 strany	25 000,—	22 500,—	20 000,—	17 500,—
1/6 strany	16 650,—	15 000,—	13 350,—	11 650,—
1/8 strany	12 500,—	11 250,—	10 000,—	8 750,—
2/1 strany	200 000,—	180 000,—	160 000,—	140 000,—
2., 3. strana obálky	150 000,—	135 000,—	120 000,—	105 000,—
4. strana obálky	200 000,—			

CENÍK INZERCE NA REDAKČNÍCH STRANÁCH

Základní cena: 90 Kčs / mm jednoho sloupce šíře 43 mm

120 Kčs / mm jednoho sloupce šíře 59 mm

Výsledná cena: základní cena x počet sloupců x výška v mm

CENÍK KLASIFIKOVANÉ INZERCE

Úřední sdělení a inzerce v rubrice »Volná místa« a »Konkursy«:

Formát	1/4 strany	1/8 strany	1/16 strany	1/32 strany
Cena v Kčs	15 000,—	7 500,—	3 750,—	1 875,—

Inzerce v rubrice »Zaměstnání hledají«:

50 Kčs / řádek / sloupec

šíře sloupce: 30 úderů včetně mezer

CENY VKLÁDANÉ A VŠÍVANÉ INZERCE

Na úrovni cen za inzerci včetně poplatku za vkládání a všívání

SLEVY ZA MNOŽSTVÍ

(proinzerovaná částka v kalendářním roce)

nad	250 000 Kčs		5 %
nad	500 000 Kčs		10 %
nad	750 000 Kčs		12,5 %
nad	1 000 000 Kčs		15 %

SLEVY ZA OPAKOVÁNÍ

3 x		5 %
6 x		7,5 %
9 x		10 %
12 x		12,5 %

Při uplatnění slevy se poskytuje pouze jeden druh.

PŘÍRÁŽKY

za zveřejnění pod značkou 5 %

za expresní zveřejnění do 7 dnů 20 %

STORNOVACÍ POPLATKY

18 — 11 dní před zveřejněním 30 %

10 — 8 dní před zveřejněním 60 %

do 7 dní před zveřejněním 100 %

TECHNICKÉ POŽADAVKY NA INZERTNÍ PODKLADY

- přesný text psaný strojem
- fotografické předlohy čb i barevné, max. formát A 4
- dia filmy, rozměry max. 9 x 12cm
- filmy pro ofset (formátu 1:1)

TERMÍNY PRO PŘEDÁNÍ PODKLADŮ

hotové podklady pro tisk — 7 dní před zveřejněním

ostatní — do 18 dní před zveřejněním

INFORMACE A PORADENSKÁ SLUŽBA

Inzerční úsek a. s. Economia, Na poříčí 30, 112 86 Praha 1

telefon: 232 34 51, l. 886, 887, 869

telefax: 232 55 61

ŽENA A FIRMA

»JSEM PRAKTICKÝ ČLOVĚK A NEUZNÁVÁM NUDNÉ TEORIE,«
ŘÍKÁ MAGDALENA SOUČKOVÁ, MLADÁ ŘEDITELKA
ZASTOUPENÍ FIRMY ARTHUR ANDERSEN & CO. V PRAZE

Zlatá tabulka napravo i nalevo od hlavních dveří dává tušit, že v tomto domě se nenachází firma jen tak ledajaká. Za dveřmi schodiště, úzké sotva metr, a v prvním patře spousta mladých děvčat. To jsou první dojmy z návštěvy pražského zastoupení americké auditorské a poradenské firmy Arthur Andersen & Co. Ve svém oboru patří tato společnost do tzv. big six, tedy šest největších auditorských firem na světě. Kromě činností, kterými se Arthur Andersen v Československu zabývá, jsme se zajímala zejména o ženu, která tuto reprezentaci v Praze řídí. MAGDALENA SOUČKOVÁ, ač narozena v Praze, je dnes synonymem úspěšné podnikatelky »amerického typu«.

Než začala hovořit o sobě, představila nejprve s patřičnou hrdostí firmu.

Arthur Andersen je mezinárodní auditorskou a poradenskou firmou, která vznikla v USA, a v Chicagu je také její dnešní operativní centrum. Celkem zaměstnává více než 50 tisíc lidí v šedesáti zemích světa. Experti z jedné země mohou být využiti pro práci v kterékoliv jiné zemi. Každý klient nějaké pobočky je vlastně klientem celé firmy.

Kdy a jak vzniklo zastoupení firmy Arthur Andersen v Československu?

V Československu jsme od podzimu loňského roku. Chcete-li vědět, jaké byly začátky, tak musím říct, že téměř groteskní. Prvních pár měsíců jsme neměli prostory

a úřadovali jsme v bytě mé babičky na gauči. Získat kanceláře byl opravdu ten největší problém (a ani tyto už dnes nejsou dostatečné). A pak získat kvalitní lidi.

Prostory ovšem máte na tom nejstrategičtějším místě Prahy. Měli jste nakonec takové štěstí i pokud jde o zaměstnance?

Dnes je tu dvacet stálých pracovníků (plus deset v sesterské firmě Andersen-Consulting), ale není to dostatečný počet. Z toho je asi polovina českých zaměstnanců a druhou polovinu tvoří pracovníci, kteří mají zkušenosti ze zahraničí — mnozí jsou českého původu. Zdá se mi, že zdejší mladí lidé o tuto práci nemají příliš zájem, nebo si nevěří.

Jaké předpoklady musí splňovat zájemce o práci u vaší firmy?

Musí mít vysokou školu ekonomického zaměření a mluvit dobře anglicky. Měl by mít všeobecný rozhled a ochotu tvrdě pracovat, neboť práce je to opravdu náročná. Žádnou praxi nevyžadují. Ideální věk je do 35 let.

A jaký je pak jejich postup?

Zhruba po pěti letech by se z nich měli stát tzv. managers, stejně tak, jako je tomu na Západě. Minimálně po tu dobu tady také musejí zůstat zahraniční pracovníci firmy — než bude pražské zastoupení schopné fungovat dobře samostatně.

Cím se firma v Československu zatím zabývá? Jaké byly dosud vaše zakázky?

Zahraniční firmy, které chtějí v Československu investovat, seznamujeme s čs. zákonodárstvím, navrhujeme nejvhodnější formu, v jaké by mohly na tomto trhu působit. Jsme firma auditorská a poradenská. Klasické auditorské služby, jakými se zabýváme na Západě, se zde zatím nevyžadují, neboť optimální vstup zahraničního kapitálu vlastně dosud nenastal. Poskytujeme čs. podnikům spíše služby poradenské, děláme ocenění, vedeme jednání se zahraničními partnery. Radíme v daňových otázkách, převádíme účetnictví na západní standard.

Můžete uvést konkrétně některé projekty, na kterých jste pracovali?

Jedním z našich největších klientů je Komerční banka, které kromě jiných projektů pomáháme s vybudováním »internal audit function«, dále jsme oceňovali mnohé podniky, byly to například cementárny, papírny a další. Pro potřeby ministerstva průmyslu jako zakladatele jsme také oceňovali některé podniky, o které měl zájem Bata. U jiných podniků jsme převáděli účetnictví na západní standard. Většina činností probíhá ve spolupráci s právníky a investičními bankami.



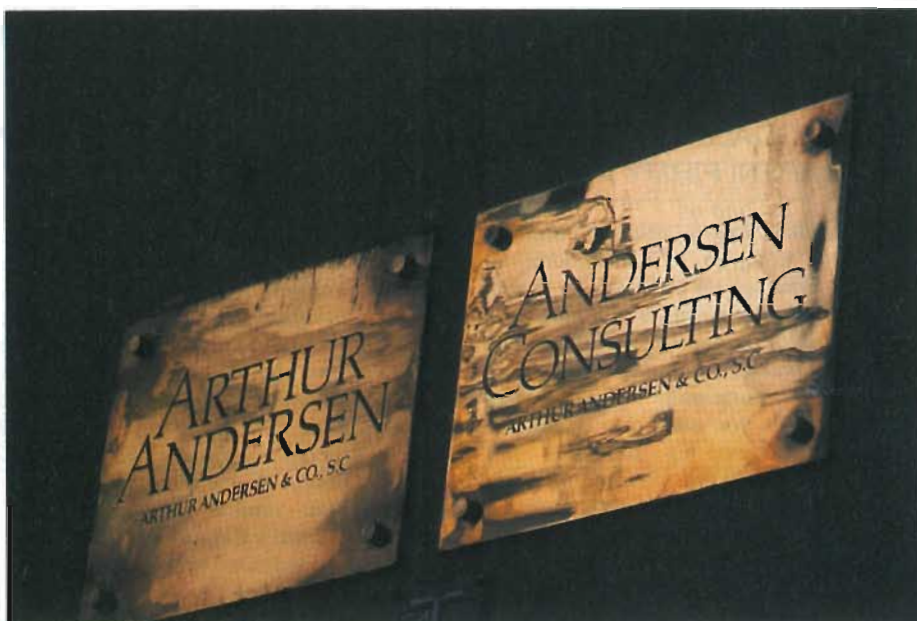
Jak Vás osobně přijímají »zasloužilí« ředitelé státních podniků?

Pochopitelně je tato profese pro ženu zde daleko méně obvyklá než na Západě. Ale nemohu říci, že by ke mně přistupovali s nedůvěrou. Spolupracuji ovšem s jedním podnikem, kde mě přímo nesnášejí. Nicméně bych řekla, že je to spíše příjemné být v Československu žena.

Narodila jste se v Praze, začala studovat medicínu, emigrovala s rodiči do Velké Británie. Jak jste se dostala k firmě Arthur Andersen?

Po roce v Anglii jsem odjela do Bostonu, kde jsem vystudovala byznys. Už v Československu jsem se rozmýšlela, zda půjdu na medicínu nebo na ekonomiku, nakonec jsem si řekla, že ekonomie, to by byla samá politika, tak jsem zvolila to druhé. Byla to taky rodinná tradice. Ale když jsem v Americe znovu měla možnost si vybrat, tak to byla ekonomie. Lákalo mě na ní to, že jsem o tom vůbec nic nevěděla. Říkala jsem si však, že to jsou samé praktické věci. Jsem praktický člověk a neuznávám nudné teorie. Po ukončení studia v Bostonu jsem nastoupila do firmy Arthur Andersen. Začala jsem jako nováček, za pět let jsem pochopila filozofii firmy a stala se managerem.

Co si myslíte o své práci tady v Československu? Jste sama se sebou spokojena?



Sama se sebou spokojená být nemohu. Myslím však, že jsem pro tuto práci patřičně vybavena. Umím dobře česky i anglicky, rozumím západnímu účetnictví. Už jsem se naučila i správné české ekvivalenty k anglickým obchodním a podnikatelským termínům — díky náповědě posluchačů VŠE a budoucích auditorů při mých prvních přednáškách o západním účetnictví a auditorství.

Na nedostatek klientů si nestěžujete. Kolik hodin denně pracujete?

V průměru 12 až 16 hodin denně. Jsou dny, kdy jsme tu s kolegy i do dvou či do tří hodin v noci.

Měla jste už trochu možnost proniknout

do tajů čs. ekonomiky; poznala jste, jak to chodí v podnicích. Co tomu říkáte?

Je to tady dost »dirty«; snad je to tím, že ještě není pořádně rozvinutý trh. V Americe mi to všechno připadá mnohem rovnější, tady je to džungle. Moc mi taky vadí, že se často setkávám s tím, že někdo buď nabízí nebo vyžaduje úplatek. To je v Americe naprosto nepředstavitelné. Jinak se mi v Československu líbí, jsem tu doma. Teď mám ale americký pas a v Bostonu manžela...

Kolik je Vám let?

Dvacet devět.

Připravila LIBUŠE BAUTZOVÁ

Z GALÉRIE SVĚTOVÉHO MANAGEMENTU

KULATÝ ČTVEREC ALBERTA SLOANA

Sloan ml. je dnes manažerskou legendou, ale jeho otec byl většinou smolař a neumětel: svůj podnik, továrnu na kuličkovou ložiska Hyatt Ball Company, dokázal přivést na samý okraj bankrotu. Syn po vystudování pověstného Massachusetts Institute of Technology v Bostonu rodinný podnik přebírá a za krátký čas už ho převádí do United Corporation jako dobře řízený a vzkvétající. Stává se podřízeným generálního ředitele Williama Duranta, typického kapitalistického dravce, který postupně nemilosrdně požírá menší automobilové firmy Buick, Champion, Mott a vytváří General Motors. Impérium se dále utěšeně rozrůstá o Cadillac, Oldsmobile, Chevrolet a Oakland-Pontiac. Ale tak velké sousto — zdá se — je nad Durantovy síly: v roce 1919 je sám pořízen chemickou společností E. Y. Du Pont de Nemours Company. Na tehdejší dobu nic zvláštního.

A scéna pro velkolepé drama, odehrávající se v kulisách volného trhu v hlavní roli s Albertem Sloanem juniorem a Henry Fordem, je připravena. Když je ohromující divadlo v mnohém připomínající ekonomický darwinismus u konce, čeká hlavního aktéra potlesk a nehynoucí sláva manažerské hvězdy první velikosti. Stejně dobře ovšem mohl skončit v propadlišti dějin řízení — v tom lepším případě. V tom horším v roli žebráka. Na tehdejší dobu nic zvláštního.

Trh automobilů tehdy ovládal železnou rukou Henry Ford a jeho Ford Motors. V roce 1913 spustil podle Taylorova vzoru první montážní pás. Jeho černá fordka stála nejprve 500 a nakonec pouhých 280 dolarů. »Dobrý (= levný) vůz se prodává sám,« bylo Fordovým heslem, se kterým dlouho vítězil. I když Plechová Líza, jak se vůz přezdíval, krásou nikdy příliš nevynikala, chrlily Fordovy pásy dva milióny těchto vozů ročně

bez větších odbytových potíží. A na tyto téměř nedobytné pozice začíná náš hrdina útočit. Jeho situace je téměř beznadějná. Chevrolet, nejlacinější model, který General Motors vyrábí, je o 300 dolarů dražší než Fordova Líza a ještě ke všemu zaostává i v kvalitě.

Ale Sloan se rozmáchl velkoryse. Místo deseti různých značek zavedl jedinou, téměř z ničeho vydupal řadu inovací a drastickými opatřeními zvedl kvalitu vozu. Razantní reorganizací celé firmy se povedlo zefektivnit výrobu a stlačit cenu vozu, který byl přece jenom daleko vzhlednější než Plechová Líza. Protivník ovšem nebyl z těch, kteří se lekají prvního šturmu. »Jediné, co musíme udělat, je vyrábět naše fordky ještě rychleji,« kontroval a — řečeno slovy válečného zpravodaje — boj vzplál s neobyčejnou prudkostí. Horečný tanec kolem výrobních pásů neskončil pro Forda dobře: v roce 1927

zastavuje výrobu svého úspěšného vozu a nadále trh ovládá General Motors. Sloanovo vítězství bylo důsledkem postupu, který doslova rozmetl archaické »šéfovské« metody řízení starého pána Du Ponta. Ten nosil všechny informace o firmě jenom v hlavě, rozkazy podřízeným psal ve stoje za pultem husím brkem a místo pijáku používal sypátko.

Sloanova reorganizace musí nezasvěcenému připadat vyloženě protismyslné, neboť co jiného než kulatý čtverec je tvrdé utužení centralizace při současně, do té doby naprosto nebyvalé, decentralizaci? Sloan

vytvořil divize, jako relativně značně samostatné celky orientované ziskově a zároveň posílil centrální řízení, za které odpovídala Rada ředitelů s dvěma kolektivními orgány (výkonným a finančním výborem). Hlavním smyslem Sloanovy koncepce bylo vytvoření podniku v podniku. Divize mají značnou samostatnost a jsou pro samostatné podnikání vybaveny komplexně. Druhým základním cílem byla transparentnost (zprůhlednění) hospodaření jednotlivých divizí tak, aby v každém okamžiku byl jasný přehled o zisku, který každá divize přinášela.

PORADENSKÁ ASOCIACE

CHCE BÝT ZÁRUKOU SOLIDNOSTI

V našem listě vám budeme představovat firmy, které působí v oboru poradenství, u nás nové disciplíně, která pomáhá především podnikovým manažerům při řízení a rozhodování. Poradenství poskytuje pohotové informace, aktuální odborné znalosti a možnost řešení vzniklých problémů specializovanými týmy, které si může dovolit soustavně udržovat jen málokterý podnik. Poradenské firmy by tak měly pomáhat našim podnikům na cestě ke skutečné prosperitě. Chtěli bychom zdůraznit, že prezentace firmy v týdeníku Ekonom by měla být jakousi zárukou její důvěryhodnosti a solidnosti.

Česká a slovenská asociace pro poradenství představuje dobrovolné výběrové sdružení, ustavené v září 1990. Dodnes se do ní přihlásilo již 40 poradenských firem a asi 200 individuálních poradců. Od počátku letošního roku je tato organizace také členem nadnárodní instituce — Federace evropských asociací pro poradenství (FEACO).

Vzhledem k tomu, že asociace chce docílit toho, aby se členství v ní stalo pro poradenské firmy otázkou prestiže a zárukou kvality, nemají firmy v ní sdružené dosud statut řádných členů. Ten získají až tzv. nominačním řízením, které asociace připravuje.

Pro získání řádného členství musí poradenské firmy splňovat následující kritéria:

nezávislost finanční a věcná, která je nutná k tomu, aby mohly poskytovat objektivní profesionální rady klientům;

dovednost, umožňující odborně analyzovat problémy, poskytovat návrhy řešení a pomáhat klientům při realizaci jejich podstatných částí;

etika, tj. dodržování pravidel profesionálního jednání dle předpisů národní asociace;

předepsanou délku praxe 3 — 5 let;

odbornou kvalifikaci, prokázanou nejen patřičným vzděláním, ale i speciálním studiem a výcvikem pracovníků;

verifikaci kvality dosahovaných výsledků u klientů, a to nejen před přijetím do asociace, ale i následně.

Kromě této garance důvěryhodnosti sdružených firem počítá ČSAP i s dalšími aktivitami. V nejbližší době chce např. začít se systematickým výcvikem zejména začínajících poradců, nedávno již zahájila konzultační činnost pro klienty, připravuje vydání katalogu poradenských firem a organizuje kontakty mezi poradenskými firmami, které mají zájem o kooperaci nebo vytvoření joint venture. Vedle systematického rozvoje profesionálního poradenství, zvyšování odbornosti poradců a přenášení zkušeností ze zahraničí chápe ČSAP své poslání i v prosazování obecně uznávaných etických principů do čs. praxe, což by mělo klienty chránit před zneužitím jejich důvěry nebo nekvalitními službami. Kontaktní adresa: Sekretariát ČSAP, Slezská 7, 120 56 Praha 2 (aa)

Divizionální uspořádání dalo základ k pozdější samoregulaci jednotlivých organizačních jednotek. Základním hlediskem pro dělení do divizí je především výrobek (u Sloana Buick, Chevrolet atd.) nebo území (divize v Evropě, v Jižní nebo Severní Americe). Tato vítězná koncepce postupně přejímána velkými i malými firmami ve světě (u nás např. Baťa nebo Zbrojovka Brno), která je předchůdcem pozdějšího konceptu středisek zisku (profit centres), nemá ještě dovedeny do důsledků zásady demokratické ekonomiky, jak jsou známé z poslední doby (samosprávná firma s účastí na zisku, případně na vlastnictví). Sloan poskytoval divizím pouze pocit účasti na zisku. Stejně jako později u Bati šlo spíše o měřítko úspěšnosti jednotlivé divize než o skutečný podíl na zisku. V té době bylo samozřejmě, že zisk patří tomu, kdo do podniku vkládá svůj kapitál a je tedy odměnou za riziko případného neúspěchu, které nese vlastník.

Sloanova manažerská legenda byla vybudována ve válce s Fordem a také jeho řídicí terminologie válku silně připomíná: divize, štáb, linie, čára dotyku atd. Sloanova kniha *Moje léta s General Motors* je dodnes bestsellerem na trhu knih o řízení.

Zdá se, že Sloanova divizní organizace se v poslední době stává všelékem na naše bolesti podnikového řízení. Ale pouhý převlek kabátu nic neřeší. Zatímco výrobky divizí mají tržní cenu a tržně je možno ohodnotit také případně i vnitropodnikové dodávky a výkony, hospodářská střediska v našem pojetí plní pouze plánované ukazatele. Také vnitropodnikové ceny jsou pouze administrativními ukazateli, bez jakékoliv vazby na trh. V tomto světle se naše nejnovější snahy o reorganizace jeví jako pouhé přemalování firmy. Ze bychom byli nepoučitelní a heslo s chozrasčotem za komunismu vyměnili za modernější: s divizionálním řízením na věčné časy a nikdy jinak? JAN TRUNEČEK

ZVĚDAVOST

Decentralizace řízení, jeden z průvodních jevů moderního managementu, vyžaduje mimo jiné značnou důvěru vedoucích ve schopnosti svých zaměstnanců, a to bez ohledu na jejich pracovní zařazení.

Mnoho japonských společností vděčí za svůj světový úspěch právě důvěře, kterou vedoucí manažeři podniků vkládají ve své zaměstnance. Jeden z nich tento fakt vysvětluje takto: »Člověk je v dětském věku strašně zvědavý a zvědavé stvoření. S postupujícím věkem se však zvědavost člověka oslabuje. Proto cítím jako svou povinnost, abych jako manažer udělal

všechno, co je v mých silách, pro pěstování a zvýšení zvědavosti svých zaměstnanců.«

Britský tisk uvádí, že v tomto desetiletí dosáhnou většího úspěchu v zaměstnání ti manažeři, kteří dokážou své zaměstnance přesvědčivě motivovat, než ti, kteří spoléhají na systém nařizování a trestů. Manažeři se budou muset naučit ponechat svým podřízeným, resp. spolupracovníkům možnost vyřešit samostatně jednotlivé pracovní problémy a také přijmout spoluzodpovědnost za případné chyby, kterých se dopustí.

mše

UMĚNÍ REKLAMY

PŮSOBIT I BEZE SLOV

Umění prodávat, vnutit kupujícímu to, co jsem vyrobil či převzal, aby mi to přineslo zisk, vzbudit v domnělém zákazníkovi přesvědčivý dojem, že potřebuje přesně to, co mu právě nabízím, že se bez toho nemůže obejít, je asi nejstarší schopnost člověka ovlivňovat toho druhého. Přimět ho v jeho vlastním zájmu, aby jednal přesně tak, jak já ho — naopak v mém zájmu — vybízím. Je to jednání svým způsobem totalitní. Jeho nejvlastnějším smyslem je přesvědčit většinu, aby přijala názor menšiny. Dokonce jedince — důvěře se těšíci osobnosti: odborníka, znalce, nestranného posuzovatele. A nebo naopak řadového zástupce většiny, jenž se z vlastní zkušenosti s prosazováním mínění již zotožnil, aby takový hromadně šířený názor podpořil.

Třeba i v tak banální záležitosti, jako je na trh nově uváděný prací prostředek (určitě ne horší než ty dosud známé a používané, které se při takovém úkonu, jako je praní, již obecně osvědčily), nebo i časopis: například náš — EKONOM. Přitom neujde naší pozornosti, že mnohem důležitější než výčet domnělých předností, o nichž se konec konců musíme teprve přesvědčit, je samotný způsob předvedení nabízené věci, služby, obchodu. Vizualní přitažlivost, vnějšková působivost, jakési celistvé kouzlo, vyvolávající v nás naléhavou potřebu věc vlastnit, službu použít, obchodu se zúčastnit. Časopis koupit. Ty tam jsou doby, kdy náš zájem mělo probudit překřikování trhovců: čím halasnější, tím působivější. Moderní doba si potrpí na eleganci. Jemný vkus, nápaditost, neotřelost, ba až vyzývavý šok. Překvapení, které ovšem opět nepostrádá estetickou působivost. Uměření celistvou kulturou provedení. Jako když stojíme tvář v tvář oduševnělé kráse přitažlivé ženy a nejsme stavu se od ní odpoutat.

Potřeba ztotožnění, naléhavý pocit, že v nepřehledném davu jsme to právě my, kdo byli významnými výjimečným setkáním, že se děje jen a jen pro nás

všechno to, čím jsme byli právě zaujati nebo dokonce uchváteni, je asi největším trumfem moderní reklamy. Za svou působivost vděčí umění designu, což zdaleka není jen jakési účelové tvarování či funkční zdobnost povrchu, ale celistvost provedení, ladná skladbnost. Nejen předmět sám, ale i způsob, jímž je představován, jako by už neměl nic společného s něčím tak přízemním jako je obchod, vzájemná výměna zboží a peněz, nakupování a prodávání. Od okamžiku, kdy reklama doslova splývá s propagovanými přednostmi toho, co nám nabízí ke koupi, překračuje své původní obchodní omezení. Stává se výrazným nástrojem pro utváření moderního životního stylu. Zpětně pak ovlivňuje i takové prostředky, které jí původně umožňovaly hromadně šíření, neboť i ony se samy stávají zbožím. To je snad nejvýraznější patrné právě na obrazových časopisech třicátých let, které za svůj vzestup vděčí také tomu, že ruku v ruce s obecnou prosperitou začaly působit i jako naléhavý nástroj celospolečenské propagandy. Předestíraly veřejnosti přitažlivý obraz šťastné, perspektivní lidské pospolitosti. I když nejednou to byla jen klamná iluze, dokonce v příkrém rozporu se skutečností.

Z reklamy se stala propaganda. Není nezajímavé, že na jejím formálním třibení i psychologické naléhavosti mají praktický podíl dvě země. Obě s výrazným antidemokratickým zřízením: fašistické Německo během Hitlerova uchopení moci a — stalinistický Sovětský svaz, který vlastně proměnil celý život v jakousi chiméru štěstí a spokojenosti, k níž by se ukázněné a trpělivé lidstvo mělo postupně blížit. Jakési budoucí království nebeské na zemi, o něž se člověk musí teprve zasloužit; které ani nevytváří sám pro sebe, ale pro své potomky. Tím také byla předem likvidována představa o jeho dosažitelnosti. Všechno, co bylo řečeno, neboť i v tomto případě se reklama degradovaná na ideologickou propagandu výrazným způsobem podílela na utváření životního

stylu, bylo iluzivním obrazem nové, spravedlivější uspořádané společnosti, po níž člověk nepřestává toužit. Byla to iluze ještě rozporněji pojatá, vzdálenější skutečnosti, neboť životu neměla co nabídnout: obchod, degradovaný na přidělový systém, reklamu vyloučil jako přežitek tržní minulosti. Zbyla jen propaganda s jejími povinnostmi překrývat celkový obraz chudoby. Druhotně se stalo prvotním.

Jestliže se tedy dnes vracíme k tržnímu hospodářství, vracíme se i k fungující reklamě, která není jen iluze vzbuzující propagandu. I když také ona druhotně vytváří vidinu prosperity a podle toho modeluje člověka a jeho životní styl. V praxi jsou to například ony úsměvné, blahobytem a spokojeností zářící rodiny, buď hodující u bohatě prostřeného stolu, nebo upozorňující na rozličné sportovní a jiné náčinné pro ukrácení volného času, pokud právě neodpočívají v závětví rodinného domu, zatímco všude kolem voní čerstvě přistřižený trávník. Obvyklá starost hlavy rodiny, pokud právě nevytváří názorně předestřený blahobyt všech jejích členů. To je sice poněkud za vlasy přitažený odsudek spotřební společnosti, s níž jsme se i u nás setkávali nejen na stránkách západních časopisů, jejichž jediným smyslem bylo podle antipropagandy rozsévat ideologickou diverzi, ale jako schéma zůstává modelovou situací. Jak pro primární působení reklamy v rámci fungujícího obchodu, tak pro sekundární budování celospolečenského image: optimisticky pojaté budoucnosti. Jde jen o to, zda je povzbudivý obraz vytvářen s působivou kultivovaností, nebo naivním diletantstvím.

Není třeba dvakrát zdůrazňovat, že **fotografie má** v tomto procesu **nezastupitelnou účast**. Právě svou věrohodností působí už od svých počátků — dnes tedy už více jak sto padesát let —, jako naléhavý ztotožňující prvek: představuje skutečnost a současně o ní šíří — žádoucí iluzi. Současně lze i mluvit pravdu, kdybychom problém chtěli pojednat

mravně, mimo kategorii emocionálního uspokojení a pocitu libosti. Jak se lidově říká, těžší z toho, že "na každém šprochu je pravdy trochu". Reklama se bez ní zkrátka neobejde. I v éře vnějších stylizačních zásahů výtvarných, kdy už takřka nejsme schopni rozlišit, zda ještě jde o fotografii či fotografickou malbu, kresbu nebo grafiku. To je ovšem módní, čistě dobová záležitost. Upozorňuje nás, jak úzce je v moderní společnosti propojena tvorba volná (čisté umění, sledující jen a jen působnost estetickou) a užitá (právě tam svou podstatou vždycky patřila fotografie, ačkoliv dnes už i ona své prostředky zjemnila a vytříbila natolik, že může soutěžit jak s literaturou, tak výtvarným uměním, ba i hudbou, je-li rytmicky zmnožena). Svůj kvalitativní charakter "přímého otisku skutečnosti" si však většinou uchovává i poté, kdy je její podstata vnějšími umělými zásahy doslova překryta.

Fotografie zůstává solí reklamního designérství. Proto již **vytvořila specifický obor**: fotografický design, specialisty, zájmové skupiny, časopisy. Obhospodařuje nejrůznější obory celospolečenského uplatnění. Reklamu na první pohled odlišuje od její prvotní typografické podoby. Slovní či textové působení, nejednou přetížené nevytříbenými informacemi a údaji, které člověk nemůže ani obsáhnout, natož aby si některé z nich zapamatoval, nahrazuje komplexním, promyšleně a působivě utvářeným vizuálním dojmem. Budí naléhavé vědomí přesvědčivosti. Je plakátem, který z nároží a ohrad pronikl do našeho soukromí: na stránky časopisů či do televize. Dokonce tak pronikavě, že někdy až obtěžuje. Vzbuzuje dojem, že člověk časopis či televizi neotevřel proto, aby si něco přečetl, poslechl zprávy či shlédl nějaký pořad, ale naopak konzumoval — reklamy.

Masová média, k nimž patří i časopis, jako je EKONOM, se dnes ani u nás bez reklamy neobejdou. Přišla o dotace, jimiž

jim režim plánované spotřeby splácel žádoucí ideologické působení. My se opět vracíme k přesvědčování tržnímu, jehož prvotním zájmem je působnost obchodní a až druhotně se **naplňují cíle ideologie volné soutěživosti** a tedy i propagace společenského systému, který ji plně umožňuje. Lidově řečeno: "Každý je strůjcem vlastního blahobytu." Ani náš časopis by z větší části neměli platit čtenáři, ale výrobce či obchodník, který v něm inzeruje. Etabluje se jako součást tržní společnosti. Jen on totiž jeho nákladnou výrobu může zaplatit. Klasickým příkladem tady je někdejší zánik nejvlivnějšího obrazového časopisu, amerického týdeníku LIFE, když nástup dravější televize s možností mnohem pohotověji reklamu uplatnit jej připravil o bohaté inzery, díky jimž se mohl po desetiletí ke svým čtenářům týden co týden vracet. A i když byl po čase obnoven, už jen jako měsíčník.

Je ovšem dost důležité, aby časopis reklamu nejen měl, ale aby to byla i reklama na určité úrovni. Z prostého důvodu: není nikterak žádoucí narušit onen cílový obraz společenské prosperity, který **má povzbudit stimulovat** každého, kdo jej vezme do ruky. Přirozeně i se zjevnými společenskými nedostatky. Vadami na kráse, které nemá smyslu zakrývat, jestliže se opět nemíníme stát prohaným nástrojem samoučelné oslavy řádu. To se však týká spíše části redakční než obchodní. Proto není vůbec lhostejné, jakou reklamu časopis přijímá či jakou reklamu inzerent nabízí. Musí být prospěšná jak pro časopis, tak pro inzerenta. **V jednotně působícím designu** se jejich účín organicky spojuje. V praxi to opět znamená, že reklama by měla být natolik přitažlivá, aby si ji čtenář především se zalíbením prohlédl; aby se nevalnou úrovní neodlišovala od části redakční, pro kterou si čtenář ve skutečnosti časopis kupuje. Aby neměl onen nepříjemně ochuzující dojem, že je jen obyčejným konzumentem diletantské reklamní kampaně. Toho má plně zuby z dob ideologické propagandy.



Ryszard Horowitz, Toshiba, 1985 (Použitá reklama je z knihy R. A. Sobieszka The Art of Persuasion)

To přirozeně nevylučuje čtvrt či půlstrany textové, nebo dokonce oznámení na jeden sloupek. Tedy reklamu čistě typografickou: upozornění textová, působivě komponovaná metrem. Je to však reklama vhodná spíše pro noviny. Časopis jako EKONOM přímo volá po velkoplošné reklamě obrazové. A tu jsme u jádra pudla. Inzerent často nabízí i na velkou plochu pouze reklamu textovou. Samosebou se takové přání opět nevylučuje. Známe mnoho příkladů, kdy malý hutný text se působivě uplatnil i na velké, nepotřesené stránce. Byl to však **předem plánovaný**, esteticky dořešený **záměr**. My hovoříme spíše o případech, kdy redakce dostává pouze základní informace, viditelně nikterak nedořešené. A podle přání zákazníka a tedy i ceníku je má umístit na celou stránku, dokonce barevnou — někdy i zadní, která je spolu se vstupem do časopisu nejžádanější. V tom případě se o výsledný efekt okrádá nejen časopis, ale spolu s ním také — inzerent. Dokonce se dá vykalkulovat ztráta na poklesu nákladu — tedy ušlý zisk přímo od čtenářů —, když celkový vzhled časopisu poškodí nepřitažlivá reklama na

zadní straně listu. Její cena nenahradí schodek.

Desetiletí neexistence fungujícího obchodu a tedy i reklamy se na nás podepsala i v tomto případě. Neexistují ateliéry, designéři odborníci, specialisté nejružnějšího druhu, kteří by za podnik reklamu zpracovali a do redakce dodali na klíč. Neboť ani ona většinou nedisponuje lidmi, kteří by takový nedostatek mohli suplovat. Dokonce si nemohu nechat ujit příklad, kdy firma KODAK nabídla měsíčníku FOTOGRAFIE celoročně dobře zaplacenou a náročnou celostránkovou reklamu a tiskárna, kde se časopis tiskl, nebyla schopna příslušné studio uspokojivě informovat, jak mají výchozí materiály k tisku připravit, aby nenastaly zbytečné výrobní problémy, které se potom takřka vždy promítnou do negativního výsledku. Nemluvě o do vzduchu vyhozených prostředcích, když reklama — přirozeně nenáležitě zpracovaná — nepůsobí na stránkách časopisu, jak se předpokládalo. Takové mrhání si mohla dovolit opravdu jen někdejší státem řízená propaganda.

A to je **jeden z hlavních důvodů**, proč jsme už do vstup-

ního čísla EKONOMU připravili několik ukázek dokonalého celoplošného reklamního působení. Včetně obálky. Náročně provedeného nápadu, který si žádá i určité nároky realizační včetně kvality tisku. Jsou to ukázky z knihy Roberta A. Sobieszka, dlouholetého pracovníka a ředitele Mezinárodního muzea fotografie v New Yorku, které ji vydalo v roce 1988. Není tedy zase tak stará, ačkoliv sleduje uplatnění fotografie jako výzvy už od zatykače na vrahy prezidenta Lincoln, jako by vystřižené z kovbojského filmu, až po naše časy. Jmenuje se **The Art of Persuasion**. Tedy — **Umění přemlouvat**; přesvědčit, ale i věřit. A to je dost důležité. Ze strany toho, na nějž se jako na objekt mého naléhání obracím. Musí mně chtít věřit! S mým tvrzením, ať už ho předkládám jako slogan či vizuální zážitek, se ztotožnit. Kniha není u nás k dostání, ale vážným zájemcům jsme ochotni pomoci, aby ji mohli získat. K problematice reklamního designu se budeme postupně vracet. Ukázkami z prací významných osobností, ateliérů i kampaní.

VLADIMÍR REMEŠ

OTÁZKY A ODPOVĚDI K ZÁKONU O MIMOSOUDNÍCH REHABILITACÍCH

RESTITUCE V ZÁKRUTÁCH §§

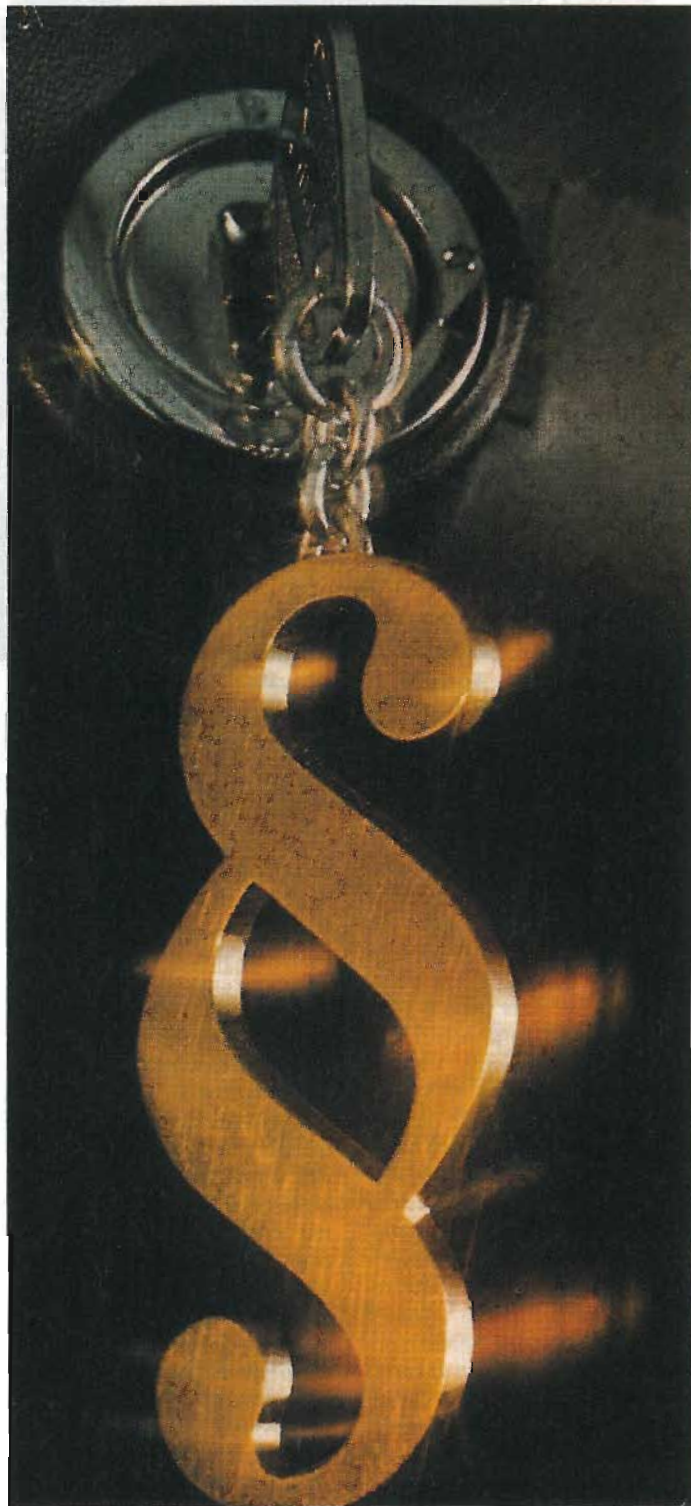
Pod tímto titulkem jsme více méně pravidelně uveřejňovali odpovědi na čtenářské dotazy k zákonu č. 87/1991 Sb., o mimosoudních rehabilitacích. Jejich proud byl natolik silný, že je redakce zvládala jen s vypětím sil. Přesto ale vše nasvědčuje tomu, že si rubrika „Restituce v zákrutách §§“ získala oblibu a zájem. Dnes, v časopisu se zbrusu novým kabátem, přinášíme obsáhlejší materiál, ve kterém náš stálý externí spolupracovník JUDr. PETR LIŠKA reaguje na dotazy k citovanému zákonu, které se v dopisech objevovaly nejčastěji a mohou pro svou obecnější platnost zaujmout širší okruh čtenářů.

1. Je oprávněný postup organizace, která odmítá vydat stavební živnost znárodněnou podle § 1 zákona č. 121/1948 Sb. po 25. únoru 1948 se zpětnou platností k 1. lednu 1948? Přitom na to, co ze živnosti zbylo (budova, garáž, stavební dvůr) se s privatizačním projektem nepočítá.

V první řadě je nutno zpřesnit pojmy. Zákon č. 87/1991 Sb., o mimosoudních rehabilitacích, upravuje restituci pouze věcí. Živnost — zjednodušeně jako právo provozovat určitou činnost — nelze vrátit. Lze vrátit pouze věci, které sloužily k provozu živnosti a které byly ve vlastnictví (nikoli nájmu) fyzické osoby.

V otázce však jde o to, zda znárodnění bylo provedeno v rozhodném období (tj. v období od 25. února 1948 do 1. ledna 1990). Pro posouzení tohoto problému je podstatné datum vydání rozhodnutí o znárodnění, resp. datum nabytí právní moci tohoto rozhodnutí. Z dotazu lze soudit, že tato podmínka pro restituci byla splněna.

2. Vztahuje se zákon č. 87/1991 Sb. na vrácení majetku, který byl znárodněn a byl v Ú. l. z 4. 7. 1948 vyhláškou č. 1376 z 29. 6. 1948 začleněn dnem 1. 1. 1948 do národního podni-



ku? Které datum je rozhodné — 1. 1. 1948 nebo 29. 6. 1948?

Rozhodným dnem bude datum platnosti vyhlášky z 29. 6. 1948, její zpětnou účinnost nelze ve vztahu k zákonu o mimosoudních rehabilitacích brát v úvahu.

3. Jak postupovat v případě, kdy se nezachovaly doklady o znárodnění obchodu bez náhrady, k němuž došlo po únoru 1948?

Podle ust. § 3 odst. 2 zákona ČNR č. 231/1991 Sb., o působ-

nosti orgánů České republiky v mimosoudních rehabilitacích, k žádosti o poskytnutí finanční náhrady připojí oprávněná osoba potvrzení odvětvového ministerstva o znárodnění nebo výměr tohoto ministerstva o znárodnění a jeho rozsahu a o tom, komu byla věc odňata. Tyto doklady lze nahradit výpisem z pozemkové knihy nebo jiným dokladem, obsahujícím důvod odnětí a jméno osoby, které byla věc odňata.

4. Stát převzal majetek (mlýn) na základě zákona č. 101/1945 Sb. doplněného zákonem č. 115/1948 Sb. Osoby uplatňující nárok nejsou s to doložit tvrzení, že znárodnění bylo vykonáno v rozporu s tehdy platnými zákonnými předpisy. Za protiprávní považují, že zákon č. 115/1948 byl přijat 28. 4. 1948 a jeho účinnost byla čl. 1 posunuta na 1. 1. 1948. Je jejich názor správný?

Přestože legislativní teorie i praxe zavádění zpětné účinnosti v právních předpisech nedoporučují, nelze zpětnou účinnost založenou právním předpisem obecně považovat za protiprávní postup.

5. Oprávněná osoba požaduje s odvoláním na § 2 odst. 3 uplatnit nárok podle zákona č. 92/1991 Sb. Organizace ale nebude zpracovávat pro tento majetek privatizační projekt. Lze v tomto případě uvedený majetek oprávněné osobě vydat podle zákona o mimosoudních rehabilitacích?

V každém případě je nutné podle § 2 odst. 2 zákona č. 87/1991 Sb. a podle zákona č. 231/1991 Sb. uplatnit nárok u ministerstva pro správu národního majetku a jeho privatizaci ČR. Toto ministerstvo je oprávněno rozhodnout o odškodnění s tím, že není vyloučeno ani vydání předmětné věci.

6. V roce 1948 došlo ke znárodnění akciové společnosti jejíž veškeré akcie znějící na jméno vlastnili rodinní příslušníci. Lze vlastníky těchto

akcií považovat za oprávněné osoby?

Podle zákona č. 87/1991 Sb. lze odškodnit pouze fyzické osoby, jejichž věc byla odňata. Akcionáře za ztrátu v daném případě odškodnit nelze.

7. Oprávněné osobě mají být vydány akcie, pokud prokáže, kde se nalézají. Jak má postupovat při uplatňování svých práv, jestliže akciová společnost zanikla a její majetek přešel v rozhodném období do vlastnictví národního podniku?

Akcie v tomto směru jsou věci movitou, která však může mít např. sběratelskou hodnotu. S vydáním akcie však nelze spojit oprávnění k odškodnění za nevyplacenou dividendu, ztrátu hodnoty akcie apod.

8. U části znárodněného majetku se stalo později držitelem jednak zemědělské družstvo, jednak soukromá osoba. Jak tento případ řeší zákon o mimosoudních rehabilitacích?

V případě, že znárodnění bylo ve smyslu § 6 odst. 1 písm. k) vykonáno v rozporu s tehdy platnými předpisy, vzniká povinné osobě povinnost znárodněnou věc vydat. Zemědělské družstvo je právnickou osobou, a proto je povinno věc vydat. Fyzická osoba bude povinna věc vydat pouze v případech uvedených v § 4 odst. 2 zákona č. 87/1991 Sb., tj. zejména pokud ji získala v rozporu s platnými předpisy nebo na základě protiprávního zvýhodnění.

9. Podle povinné osoby má oprávněná osoba nárok na vrácení budovy a pozemku, nikoli strojního zařízení, což ale dohromady tvoří majetek – parní pilu. Je přístup povinné osoby správný?

Věci movité (např. strojní zařízení) je povinná osoba povinna vydat na písemnou výzvu osobě oprávněné, jež prokázala svůj nárok na vydání věci, uvede způsob jejího převzetí a prokáže, kde se věc nalézá. Z této dikce lze soudit, že jde o původní věc movi-

tou. Byla-li tato věc nahrazena věcí jinou, byť druhově totožnou, nelze jednoznačně dovodit povinnost věc vydat.

10. Může být v případě, kdy se nepřihlásí o svůj nárok ostatní oprávněné osoby – podílníci, věc vydána celá té osobě, která o vydání požádala?

Z ust. § 5 odst. 1 zákona č. 87/1991 Sb. vyplývá, že pokud je oprávněných osob více a nárok na vydání věci uplatní ve lhůtě jen některé z nich, vydá se jim věc celá. Základním předpokladem je, že se ve lhůtě nepřihlásí některé z oprávněných osob, pak se věc vydá celá těm, které se přihlásily.

11. Jestliže o vydání nemovitosti požádala jen jedna oprávněná osoba a ostatní nemají o vydání zájem, má povinná osoba právo požadovat písemné stanovisko k výzvě i od ostatních oprávněných osob?

JAK PROKÁZAT TÍSEŇ

Jak má oprávněná osoba prokázat darování v tísní? A jak skutečnost, že kupní smlouva byla uzavřena v tísní za nápadně nevýhodných podmínek?

Případ, kdy stát převzal věc na základě smlouvy o darování nemovitosti uzavřené dárce v tísní, je z hlediska výkladu, a tudíž i dokazování, poměrně složitý. Z dikce ustanovení lze soudit, že zákonodárce neměl v úmyslu restituovat všechny darované nemovitosti, neboť připojil, že darování muselo být učiněno v tísní.

Výklad pojmu tíseň v každém konkrétním případě, pokud povinná osoba věc nevydá, bude příslušet soudu.

Dosavadní teorie a judika-

Nemusí požadovat žádné stanovisko. Uplynutím lhůty totiž nárok ostatních osob zaniká. Povinná osoba tedy vyčká uplynutí lhůty a poté může věc vydat.

12. Syn, dědic ze závěti, právoplatně učiněné v roce 1944, nemohl se zděděného majetku ujmout, neboť tento byl ještě za života otce (zemřel v roce 1955) znárodněn. Dědic později zemřel. Jsou oprávněnými osobami pouze děti tohoto dědice, nebo do jedné roviny s nimi patří ještě další osoby – dědicovy sourozenci a jejich potomci?

Zemřel-li dědic ze závěti, lze podle platné úpravy soudit, že oprávněnými osobami jsou nejen děti dědice, ale i dědicovy sourozenci a jejich potomci.

Jinak by bylo nutno věc posuzovat v případě, že by zákon stanovil nárok vyplývající ze zákona jako součást dědictví. Tehdy by byly oprávněné osoby omezeny pouze na dědice po zemřelém dědicovi ze závěti.

tura v této souvislosti vycházela obecně z toho, že tíseň se rozumí hospodářský nebo sociální stav, který doléhá na jednající takovým způsobem a s takovou závažností, že učiní úkon, který by jinak neučinil. Nevyžaduje se přitom, aby druhá strana tíseň vyvolala nebo o ní věděla.

Také skutečnost, zda šlo o nápadně nevýhodné podmínky, bude nutné zpravidla posoudit se zřetelem na okolnosti konkrétního případu. Spory přísluší rozhodovat soudu.

K prokazování bude nutno použít všech prostředků, které náš právní řád připouští; jde zejména o listinné doklady, svědectví osob a podobně.

13. Lze považovat za oprávněnou osobu dceru po emigrantovi, který v cizině zemřel, jestliže odkoupila od státu ideální polovinu domu, jejíž první polovinu vlastnila již předtím. Jestliže ano, má nárok na vrácení kupní ceny?

Tento případ je nutno posuzovat stejně jako ostatní nároky oprávněných osob. To znamená obecně, že oprávněné osobě vznikl nárok na vydání věci. Věc však drží osoba fyzická (je totožná s osobou oprávněnou), která není povinna věc vydat. V takovém případě vzniká nárok na finanční náhradu podle § 13 zákona č. 87/1991 Sb. Tato náhrada není však totožná s vrácením kupní ceny.

14. Jaký je nejzazší termín pro sepsání dohody o vydání věci?

Podle § 5 odst. 3 zákona č. 87/1991 Sb. uzavře povinná osoba s oprávněnou osobou dohodu o vydání věci a věc jí vydá nejpozději do 30 dnů po uplynutí lhůty 6 měsíců. Pokud povinná osoba nevyhoví výzvě oprávněné osoby, může oprávněná osoba uplatnit své nároky u soudu ve lhůtě 1 roku ode dne účinnosti zákona.

Zpravidla teprve nesplnění povinnosti ve lhůtě vyplývající z citovaného ustanovení bude důvodem k podání návrhu soudu.

15. Může státní notářství registrovat dohodu o vydání nemovitosti, jestliže není známa míra jejího zhodnocení?

Neznalost míry zhodnocení vydávané nemovitosti by sama o sobě neměla být zpravidla důvodem k odmítnutí registrace dohody o vydání věci.

16. Je možné sepsat dohodu a vydat věc v případě, kdy povinná osoba tvrdí, že objekt byl zhodnocen, zatímco oprávněná osoba naopak, že byl znehodnocen, bez posouzení ministerstvem pro správu národního majetku a jeho privatizaci?

K posouzení míry zhodnocení

vydáváné nemovitosti bude zpravidla nutné přizvat odborného soudního znalce. Ministerstvo nemá v tomto směru žádnou působnost rozhodnout spor. Případně vzájemné nároky bude nutné uplatnit u soudu. Opět však existence těchto nároků nemusí být překážkou pro uzavření dohody o vydání věci.

17. Přes několikéré urgencye se nepodařilo zajistit potřebný znalecký posudek. Má oprávněná osoba právo objednat si soudního znalce k odhadu zhodnocení či znehodnocení nemovitosti? Kdo je v takovém případě povinen uhradit částku za provedení odhadu?

Poskytuje-li se finanční náhrada za nemovitost, předloží podle § 7 odst. 1 zákona ČNR č. 231/1991 Sb. oprávněná osoba znalecký posudek nebo posudek vypracovaný příslušným stavebním úřadem o ceně nemovitosti anebo doklady nutné k jejímu ocenění. Nezbytné náklady spojené s pořízením znaleckého posudku nese příslušný ústřední orgán (ministerstvo financí ČR nebo ministerstvo pro správu národního majetku a jeho privatizaci ČR).

18. Je-li předmětem výzvy k vydání věci pozemek se stavbami, z nichž jedna byla zřízena až po převzetí pozemku státem a není prakticky vhodné ji odstranit ani "vyjmout", postupuje se podle § 8 odst. 3 i tehdy, kdy povinná osoba by jinak s vydáním věci souhlasila a zahrnula by novou stavbu do zhodnocení nemovitosti ve smyslu § 7 odst. 4?

Ust. § 8 odst. 3 zákona č. 87/1991 Sb. stanoví, že pozemek, na němž je umístěna stavba, která byla zřízena až po převzetí pozemku státem, se nevzdává. V těchto případech přísluší oprávněné osobě finanční náhrada podle § 13. Novou stavbu nelze zpravidla považovat za zhodnocenou nemovitost ve smyslu § 7 odst. 4, i když vždy bude v konkrétním případě záležet na druhu stavby.

19. Má oprávněná osoba možnost požadovat náhradu podle § 13 u nemovitosti, která nebyla ani zhodnocena ani znehodnocena?

Nárok na finanční náhradu v tomto případě přísluší jen, když nemovitost nelze vydat.

20. Může oprávněná osoba požádat o poskytnutí náhrady za movitý majetek — vnitřní vybavení nemovitosti, který převzal stát na základě soudního rozhodnutí zrušeného zákonem č. 119/1990 Sb.?

Finanční náhrada za movité věci, které nelze vydat, se podle zákona č. 87/1991 Sb. neposkytuje.

21. Přísluší finanční náhrada za bývalý obytný dům s pozemkem, který byl vyvlastněn podle § 18 zákona č. 87/1958 Sb. a byla poskytnuta náhrada ve smyslu § 14 a 16 vyhlášky č. 73/1964 Sb.?

Podle ust. § 6 odst. 1 písm. i) zákona č. 87/1991 Sb. vzniká oprávněné osobě nárok na vydání věci v případě, že byla vyvlastněna za náhradu, pokud tato věc existuje a nikdy nesloužila účelu, pro který byla vyvlastněna. Jako příklad lze uvést, že takový nárok zřejmě vznikne tehdy, byl-li obytný dům vyvlastněn např. za účelem zbourání, neboť to vyžadovala stavba silnice. Následně však byl projekt silnice změněn a obytný dům dosud existuje. V takovém případě lze dovodit nárok na jeho vydání oprávněné osobě.

22. Jestliže oprávněná osoba uplatní nárok vůči fyzické osobě podle § 4 odst. 2 zákona č. 87/1991 Sb. a soud rozhodne v její neprospěch, bude mít potom nárok na finanční odškodnění?

Půjde-li o případ, kdy se věc nevzdává pouze z důvodu, že ji nedrží osoba povinná, vznikne oprávněné osobě nárok na finanční náhradu. Tento nárok je nutné uplatnit předepsaným způsobem v zákonem stanovené lhůtě.

Připravil JIŘÍ NESNÍDAL

Anotace

V ČÁSTCE 61 ROČNÍKU 1991 SBÍRKY ZÁKONŮ BYL PUBLIKOVÁN:

Zákon č. 328 ze dne 11. července 1991 o konkursu a vyrovnání

Účinnost 1. 10. 1991. Upravuje uspořádání majetkových poměrů dlužníka, který je v úpadku.

Zakotvuje zejména:

- Pojetí úpadku jako stavu, kdy dlužník má více věřitelů a není schopen po delší dobu plnit své splatné závazky (§ 1 odst. 2); fyzická osoba, je-li podnikatelem a právnická osoba je v úpadku i tehdy, jestliže je předlužena (odst. 3).

- Účel konkursního řízení nebo vyrovnávacího řízení (§ 2).

- Příslušnost soudů a způsob jednání soudu (§ 3).

- Podmínky k podání návrhu na prohlášení konkursu (§ 4 a 5).

- Konkursní podstata (§ 6).

- Účastníky konkursu (§ 7).

- Správce podstaty, jeho práva a povinnosti (§ 8 a 9).

- Postup svolávání a jednání schůze konkursních věřitelů (§ 10); možnost zvolení věřitelského výboru a jeho pravomoci (§ 11).

- Dohledací činnost soudu (§ 12).

- Postup prohlášení konkursu (§ 13) a účinky prohlášení (§ 14).

- Právo odporovat dlužníkovým právním úkonům (§ 15 a 16).

- Zjištění a soupis podstaty (§ 17 až 19).

- Podmínky přihlášení konkursními věřiteli svých pohledávek (§ 20).

- Jednání k přezkoumání přihlášených pohledávek (§ 21 až 25).

- Postup v případech, kdy prohlášením konkursu došlo k zániku bezpodílového spoluvlastnictví manželů (§ 26).

- Zpeněžení podstaty buď prodejem věcí nebo prodejem mimo dražbu (§ 27 až 29).

- Rozvrh uspokojení pohledávek a nároků (§ 30 až 33).

- Ukončení konkursu nuceným vyrovnáním (§ 34 až 43).

- Důvody a podmínky zrušení konkursu (§ 44 a 45).

- Podmínky podání dlužníkem návrhu na vyrovnání, náležitosti tohoto návrhu (§ 46 a 47).

- Účastníky vyrovnání (§ 48).

- Druhy rozhodnutí soudu o návrhu - usnesení o zamítnutí nebo usnesení o povolení vyrovnání (§ 50 a 51).

- Účinky povolení vyrovnání (§ 52).

- Práva, pohledávky a nároky věřitelů ve vyrovnání (§ 53).

- Právo na přednostní uspokojení pohledávky (§ 54).

- Vyrovnání v souvislosti s bezpodílovým spoluvlastnictvím manželů (§ 55).

- Podmínky přihlášení věřiteli svých pohledávek (§ 56).

- Pořizování seznamu přihlášek (§ 57).

- Průběh vyrovnacího jednání (§ 58).

- Popření pravosti nebo výše některé z přihlášených pohledávek dlužníkem (§ 59).

- Podmínky potvrzení vyrovnání soudem a důvody zamítnutí soudem potvrzení vyrovnání (§ 61 a 62).

- Účinky potvrzeného vyrovnání (§ 63).

- Následky neplnění potvrzeného vyrovnání (§ 64).

- Následky podvodného jednání nebo poskytnutí zvláštních výhod jednotlivým věřitelům, čímž bylo dosaženo vyrovnání (§ 65).

- Zastavení a skončení vyrovnání soudem (§ 66).

- Podmínky zahrnutí do podstaty věcí, které mají být vydány oprávněným osobám podle zákonů upravujících zmínění některých majetkových křivd (§ 68).

- Vztáhnutí konkursu prohlášeného soudem i na úpadcovy movité věci, které jsou v cizině (§ 69 odst. 1).

BYTY NA NĚMECKÝ ZPŮSOB

NÁJEMNÍ PRÁVO V SRN

Jak ukázaly výsledky sčítání lidu v roce 1987, v SRN se výrazně zlepšila kvalita bydlení. Přes 73 % bytů bylo vybaveno koupelnou, WC a ústředním topením (v roce 1968 to bylo jen 30 % domácností). také obytná plocha se v nájemních bytech zvětšila na 33 m² na osobu. Výstavba bytů se zde podporuje udělováním daňových úlev, zvýšení nákladů na byty však odpovídá růst nájemného.

nem stanovena, ale běžně se musí počítat se sumou, která se rovná dvěma až třem měsíčním nájmům. Provize pro makléře však přichází v úvahu pouze tehdy, když k uzavření nájemní smlouvy skutečně dojde. Za zprostředkování sociálního bytu je provize právně vyloučena. Pokud však někdo neprávem vyplatil provizi, může ji požadovat zpět. Nesmí ale příliš váhat — nárok je do roka promlčen.

»Kosmetické« úpravy

Značný zásah do rozpočtu — 4 000 až 5 000 DEM — mohou způsobit i náklady na »kosmetické« úpravy bytu. Majitel není povinen je automaticky provádět, a tak nájemce často byt před nastěhováním »dobrovolně« upraví.

Nájemní kauce

Jiný, ale rozhodně ne zanedbatelný druh finančního zatížení tvoří nájemní kauce. Nájemce musí běžně na počátku nájemního poměru poskytnout nějakou záruku a ta může být i ve výši tříměsíčního nájemného. Tyto peníze však nejsou žádná ztracená investice. Po ukončení nájemního poměru musí majitel kauci vrátit včetně úroků.

Co upravuje nájemní smlouva?

Nájemní smlouva se zpravidla uzavírá písemně. Ale i ústní dohody mají svou platnost. Kromě zákonných ustanovení Občanského zákoníku existuje i řada zákonných opatření, která nájemci přisuzují práva, ale nemají donucovací charakter. Z tohoto důvodu neslouží formuláře nájemní smlouvy předkládané majitelem jen k tomu, aby se mezi zúčastněnými sjednalo jasno, ale spíše k tomu, aby se zákonná opatření pozměnila ve prospěch majitele. Určité zastání nachází nájemce pouze v zákoně na ochranu spotřebitele, který jej brání před přílišným poškozováním.

V případě změny vlastnictví zůstává původní nájemní smlouva v platnosti. Nový majitel nemůže požadovat uzavření nových nájemních smluv.



Architektura středověkých budov a dalších historických staveb kontrastuje zajímavě s moderní výstavbou ve Frankfurtu nad Mohanem.

Nájemné

Ze 26 miliónů bytů podle sčítání v roce 1987 bylo téměř 15 miliónů nájemních bytů. Z toho byly pouze 4 milióny vybudovány pomocí veřejných prostředků. To v praxi znamená, že pouze u těchto bytů je nájemné určeno ze zákona a nemůže být zvyšováno podle principu nabídky a poptávky.

U bytů, které byly postaveny pomocí tzv. volných finančních prostředků, není nájemné zákonem stanoveno. Neexistuje žádné opatření, které např. omezuje zvýšení nájemného, když po vystěhování majitel byt znovu pronajímá. Pouze během doby pronájmu se nesmí požadovat vyšší nájemné, než je částka místně srovnatelná. V průběhu 3 let však může být nárůst nájemného pouze 30 %. Náklady na bydlení však nezahnují jen čisté nájemné. Je běžné, aby se na odběr vody, odvoz odpadků nebo čištění ulice dohodl měsíční paušál, který se koncem roku vyúčtuje. U nákladů na topení je to dokonce předepsáno zákonem. Tak se může měsíční činže rychle zvýšit o 2 až 3 DEM/m².

Provize pro makléře

Často se byt dá najít pouze za pomoci makléře. Výše jeho provize není sice záko-



Bytová čtvrť v Mnichově – bývalá olympijská vesnice



Bankovní budovy ve Frankfurtu nad Mohanem

Zvýšení nájemného

Zvýšení nájemného nabývá platnosti, pokud s ním nájemce souhlasí, nebo v případě, že mu bylo soudně uloženo. Majitel má ale jednoduchou možnost jak nájemné zvýšit — je to zdůvodněná modernizace. V tomto případě může k ročnímu nájemnému připočítat až 11 %. Naprosto jinak to vypadá u sociálních bytů. Zde nezáleží na souhlasu nájemce. Majitel může požadovat pouze tzv. povinné nájemné na pokrytí běžných nákladů.

Výpověď

Stejný význam jako výše nájemného má i otázka, za jakých předpokladů může být nájemce donucen k vystěhování. Tady je třeba rozlišovat mezi nájemními smlouvami na dobu určitou a neurčitou. U smluv na dobu určitou může majitel vypovědět nájemníka jen tehdy, má-li oprávněný zájem na ukončení nájemního poměru. Pronájemce však musí dát ke svému přání i rozumné a proveditelné důvody. Pouhé přání bydlet sám ve svých vlastních prostorách, jako důvod výpovědi

nestačí. Kdo uzavře omezenou nájemní smlouvu je během této doby chráněn před řádnou výpovědí ze strany majitele. Vždy však platí, že nesmí dojít k hrubému narušení smlouvy.

Pomoc státu

Stát podporuje výstavbu bytů a poskytuje finanční příspěvky na bydlení. Majitel, který používá veřejných prostředků, se musí zavázat, že bude dodržovat povinné nájemné. Smí také byty pronajímat pouze lidem, kteří se prokáží dekretem na příslušně velký sociální byt. Při zjišťování příjmu se sčítá příjem všech rodinných příslušníků patřících do domácnosti. Poplatníci daní si mohou dodatečně odečíst paušálně 10 % svého platu. Jestliže se ukáže, že zbývající obnos odpovídá hranicím příjmu pro příslušnou velikost domácnosti, vystaví se dekret na byt. Není s tím však automaticky spojen nárok na sociální byt. Důležitou podporu tvoří příspěvek na bydlení. Pro mnoho nájemníků je byt finančně únosný pouze díky státnímu příspěvku. Čím jsou vyšší příjmy, tím nižší je finanční příspěvek a čím vyšší je nájemné, tím vyšší je i tato částka.

Spolkové vládě jde především o zmírnění sociálních dopadů na obyvatelstvo, které se výrazně vyhrloily spojením obou německých států. V současné době se rozpracovávají další legislativní úpravy, které mají přizpůsobit bytovou politiku bývalé NDR současné praxi SRN.

DANIELA SEDLÁŘOVÁ

VELKOPRODEJNY MAJÍ BUDOUCNOST

TRŽNICE DROGISTICKÉHO ZBOŽÍ V SRN

Zatímco v ČSFR nyní dochází v rámci takzvané malé privatizace maloobchodní sítě k její organizační atomizaci a spíše k přechodnému snižování prodejních kapacit základních druhů zboží, v ekonomicky vyspělých státech se prodej zboží časté potřeby stále více koncentruje do velkých samoobslužných prodejních jednotek filiálkových podniků. Příkladem může být i poslední vývoj tržnic drogistického zboží v sousední SRN.

Za velkoprodejny či tržnice drogistického zboží (Drogeriemärkte) jsou považovány maloobchodní jednotky, které na prodejní ploše nejméně 150 m² nabízejí formou samoobsluhy 3 až 4 tisíce základních druhů drogistického sortimentu. Oproštění nabídky od okrajových a vysoce sezónních druhů, centrální nákup zboží pro všechny filiálky a samoob-

služný prodej umožňují výrazné snížení cen proti tradičním menším drogériím, což je hlavní příčina komerčního úspěchu tohoto typu prodejen.

První velkoprodejny drogistického zboží se objevily s SRN v roce 1974 a koncem toho roku jich bylo evidováno 160. V následujících letech dochází k expanzi; ročně přibývá okolo tří set nových jednotek, takže v roce 1990 již nabízelo své služby zákazníkům 4897 těchto specializovaných velkoprodejen. Jejich rozmach šel především na úkor tradičních drogérií, jejichž počet se souběžně snižoval ze 13 tisíc v roce 1974 na 5565 v roce 1989.

Podíl velkoprodejen na celkovém obrátu drogistických prodejen se zvyšoval v letech 1975 – 1979 z 8 % na 37 %, v letech 1980 až 1984 ze 42 % na 63 % a v letech 1985 až 1989 ze 65 % na 69 %. Jejich průměrná

prodejní plocha nyní činí 257 m², průměrný roční obrát je 2,3 mil. DEM. To znamená obrát na 1 m² prodejní plochy 8950 DEM a na jednoho zaměstnance (včetně správního aparátu centrály) 365 tis. DEM.

Rychlý rozmach nového typu levných drogistických velkoprodejen byl spojen s mimořádnou koncentrací jejich sítě v několika filiálkových podnicích. Největší z nich — Schlecker — provozuje více jak polovinu (54,2 %) všech jednotek a spolu s dalšími dvěma v pořadí (Ihr Platz s 11,4 % jednotek a Kaiser's s 10,0 %) ovládá tři čtvrtiny (75,6 %) nových provozoven. Téměř celou síť (98 %) drogistických velkoprodejen v SRN disponuje pouze 10 podniků.

Společný podíl specializovaných drogérií a drogistických velkoprodejen na celém prodeji drogistického zboží s SRN činil v roce 1989 44,9 %. Vedle nich zde tento sortiment

Periskop

Program Ouverture se soustřeďuje na podporu malého podnikání, řešení lokálních dopadů nezaměstnanosti, řešení vhodných forem financování akcí i racionalizaci správního managementu. Jeho cílem je hledat a koordinovat spolupráci mezi obcemi, městy a regiony různých zemí. Jeho iniciátory jsou Evropská společenství, která ho také do značné míry podporují. Představitelé programu Ouverture přijeli do Československa na pozvání ministerstva pro hospodářskou politiku a rozvoj ČR. Cílem jejich návštěvy bylo seznámit se s podmínkami pro spolupráci. Navštívili několik měst, kde jednali se členy zastupitelstev, okresních úřadů, podnikatelské sféry a finančních institucí.

□

V Bukurešti byla založena společnost pro výrobu digitálních telefonních ústředí, ve které má většinový podíl firma Alcatel CIT. Dalšími účastníky jsou rumunský podnik Datatim S.A. a národní telefonní společnost Rom Telecom R.A. Podnik bude mít své sídlo v západorumunském průmyslovém městě Temešváru (Timisoara). Datatim vyrábí již 20 let elektronické spínací obvody a počítačové. V plánovaném výzkumném středisku má kromě odborníků společnosti Alcatel pracovat také 50 rumunských techniků. Podle údajů prezidenta společnosti Alcatel, Pierra Guiche, chce firma do společného podniku postupně investovat 20 mil. dolarů.

□

Mezinárodní symposium TRANSFER OF TECHNOLOGIES 2000 uspořádala v září 1991 stavební fakulta ČVUT v Praze. Účastníci hledali možnosti a formy spolupráce stavebních fakult a dalších inženýrských a výzkumných pracovišť. Cílem spolupráce je koordinace projektů inženýrských studií s ohledem na mezinárodní aspekty, systémové návaznosti inženýrských děl v kontextu s ochranou životního prostředí a humanizaci technické tvorby. Pozornost účastníků symposia se soustředila na otázky vzájemné koordinace a spolupráce na vědeckovýzkumných programech a projektech, uskutečňování mezinárodních setkání vědců, odborníků, výměny učitelů a studentů. Snahou pražské stavební fakulty bylo připravit základ pro vytvoření Konfederace evropských stavebních fakult za účasti fa-

kult USA a Kanady, jako nevládní a nepolitické organizace.

□

Světová banka rozšiřuje půjčky na ochranu životního prostředí, na řešení ženské otázky a na boj s chudobou, vyplývá to z výroční zprávy této finanční instituce. Prostředky Světové banky putují ve větší míře do východní Evropy a do SSSR. Ve finančním roce 1991, který skončil 30. června, zvýšila banka své půjčky proti předcházejícímu roku o 2 mld. USD na 22,7 mld. dolarů. Odhaduje se, že v současném finančním roce budou půjčky zvýšeny na 25 mld. USD. Z celkové výše půjček získaly ve finančním roce 1991 státy východní a střední Evropy 2,9 mld. USD, což je o 1 mld. více než ve finančním roce 1990. Polovina těchto prostředků byla určena Polsku. Rovněž Čína obdržela téměř o 1 mld. více než v předcházejícím roce. Vyšší byly také úvěry poskytnuté Turecku a Egyptu. Méně prostředků naopak získala Jugoslávie, Chile, Mexiko, Venezuela a Tanzanie.

□

Velvyslankyně USA v Československu Shirley Temple-Blacková a ministr spojů ČSFR Emil Ehrenberger podepsali v Praze dohodu mezi vládami USA a ČSFR o poskytnutí finanční pomoci na realizaci prováděcí studie pro odvětví telekomunikací v hodnotě 240 tis. dolarů. Studie má posoudit potřeby regulace, standardů a systémů udělování licencí v československých komunikacích. Měla by také pomoci stanovit podmínky, za kterých mohou být k účasti na rozhodování v oblasti telekomunikací přizvány soukromé podniky.

□

Čtrnáct závodů státního podniku karlovarský porcelán vyrobí ročně 21 600 tun ozdobného a užitkového porcelánu. Produkci podniku, který má spolu s dalšími pěti obslužnými závody přes 5,5 tisíce zaměstnanců, znají ve více než padesáti zemích světa. V souvislosti s dvoustým výročním výroby porcelánu v Čechách v roce 1992 chystají jeho výrobci keramické sympozium v Horním Slavkově, konferenci o porcelánu v Karlových Varech a výstavy v Praze, Karlových Varech a Sokolově. Bude také vyhlášena výtvarná soutěž »Tvar 200«.

ještě nabízí zhruba 150 tisíc dalších provozoven, včetně kadeřníků, kosmetických salónů, pedikérů, benzínových stanic a zásilkového obchodu, z toho asi 96 tisíc dalších maloobchodních jednotek: parfumerie, prodejny mýdla, lékárny, prodejny zdravotnických potřeb, obchodní domy, potravinářské prodejny a supermarkety.

Největší konkurencí drogistických samoobslužných velkoprodejen však jsou (u nás dosud neznámé) velkoobchodní domy (SB — Warenhäuser). Jejich rozloha a objem nákupu ve výrobě jim dovozuje nabízet drogistický sortiment na ještě větší prodejní ploše a za ještě nižší ceny než specializované drogistické tržnice, a to v souborné nabídce s potravinami a dalšími druhy nepotravinářského zboží.

Prakticky jedinou výhodou specializovaných drogistických velkoprodejen proti těmto levným prodejním kolosům je možnost — díky menší prodejní ploše — pronikat hlouběji do center měst a fungovat i bez vlastních parkovišť pro zákazníky. Jednu výhodu pak mají společnou: díky svému významnému postavení na trhu daného sortimentu — u drogistických velkoprodejen ještě posíleného podnikovou koncentrací — jsou silnými partnery ve vztahu k výrobcům a mohou snižovat úroveň jejich cen.

Systém prodeje drogistického zboží v SRN může sloužit jako předobraz vývoje u nás. K rozšíření nabídky výrobků tohoto sortimentu — zejména dovážených — v prodejnách různého zaměření již došlo. Mýdla, dezodoranty, šampóny, zubní kartáčky, prací prostředky a podobné zboží západní proveniencí dnes nabízejí i potravinářské prodejny, prodejny textilu a zejména nově vzniklé soukromé prodejny, jejichž sortimentní profil lze těžko určit. Zato spíše ubývá specializovaných drogistických prodejen, vyžadujících odborné vedení i obsluhu.

Je proto mimo veškerou pochybnost, že ve větších městech je již nyní u nás dostatečný prostor pro drogistické samoobslužné velkoobchodní domy. V současné době přijdou vhod především jejich nižší nároky na odbornost personálu a zejména možnost snižovat prodejní ceny. Je pouze otázkou, zda vytváření sítě těchto jednotek (účinný tlak na výrobu mohou vyvíjet pouze provozovatelé většího počtu velkoobchodních domů) se ujmou osvědčení domácí podnikatelé, či zda ponecháme chutné sousto na trhu zahraničním firmám. Určitě si ho nenechají ujít.

ARAM SIMONIAN

OMNIPOL - LEASING



Existují dva tradiční zdroje financování Vašich investičních záměrů, nebo vlastní kapitál bankovní úvěr

Naše akciová společnost Vám nabízí další možnost, ve světě zcela běžnou a plně osvědčenou: **LEASING**

Vzhledem k našemu napojení na zahraniční kapitálové a komerční instituce jsme Vám schopni nabídnout za zvláště výhodných podmínek leasing osobních automobilů, autobusů, kamionů, stavební techniky, strojních a technologických zařízení, výrobních objektů, nemovitostí a podobně.

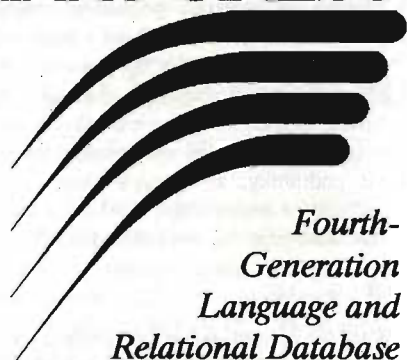
MYSLETE NA BUDOUCNOST, MŮŽETE JI MÍT UŽ DNES



OMNIPOL - LEASING
Nekázanka 11, 112 21 Praha 1
tel.: 02/21 40 111
fax: 02/22 12 92
telex: 121297, 121299

**MIMOŘÁDNÁ NABÍDKA –
– osobní vůz PEUGEOT 405 – VÁŠ REPREZENTANT**

PROGRESS



*Fourth-
Generation
Language and
Relational Database*

Doba si žádá PROGRESS...

Prostředí pro plný život Vašich informačních systémů

podporuje

otevřené systémy
100% přenositelnost
architekturu klient-server

práci v heterogenní síti
přístup k distribuované databázi
CASE technologie

PROGRESS představuje světový standard se širokým spektrem aplikací. Je plně etablován na našem trhu prostřednictvím skupiny silných SW společností. Každá z nich poskytuje komplexní služby a nabízí vlastní aplikace v PROGRESSu...

Orientací na PROGRESS získáte náskok v informačních technologiích.

distributor



ProFIS - info. systém pro prům. podniky.
PDContract! - systém pro řízení obchodních případů.

Vodičková 32 tel.: 02/26-10-41
110 00 Praha 1 fax: 02/26-10-42

CS-COMPLEX Ltd. DATANET spol. s r.o.

Podpora tvorby informačních systémů CENCAT produkty. Vlastní škola tvorby a realizace info. systémů pro management.

Slezská 7 tel.: 02/25-55-73
120 00 Praha 2 fax: 02/25-85-89

ECONOMY - finanční agenda středních a velkých podniků. Info sys. pro Stav. byt. družství.

Karpatská 2 tel.: 07/497-375
811 05 Bratislava fax: 07/497-375

INORGA

ASŘ podniku a výroby. ASŘ technologických procesů a výroby v reálném čase.

Mlýnská 1 tel.: 069/42-78-212
729 48 Ostrava fax: 069/23-38-55

USIP

Aplikácie pre štátnu správu, podnikovú sféru, privatizačné procesy i súkromé podnikateľe.

Radničné nám. 4 tel.: 07/23-58-43
827 11 Bratislava fax: 07/23-84-42

**ZA STEJNOU CENU
NOVÁ KVALITA**

hn

**TÝDENÍK
HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN**

OD 25. ŘÍJNA

EKONOM

64 stran v barvě a novém formátu
za nezměněnou cenu 5,- Kčs

Objednávka předplacení tisku

Vyplňuje pošta	
Doruč. okresek	DT

Název deníku - časopisu	Počet objedn. výtisků	Číslo - datum zahájení dodávky ukončení	Vyplňuje administrace PNS					
			Katalogové číslo			Počet	Účinnost	
EKONOM - TÝDENÍK HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN								

Nežádám - žádám*) o zkrácení čtvrtletního předplatitelského období při předplacení deníků na měsíc (jen občané). Předplacené výtisky dodávejte na adresu:		Plátce předplatného (vyplňují jen organizace)	
Příjmení a jméno (název organizace)		Označení (úplný název a IČO)	
Ulice, číslo domu		Adresa	
Obec		Dodávací pošta	
Dodávací pošta		Objednávku vyřizuje: čitelné příjmení, telefon	
Spoj. č. předplatitele - plátce soustř. inkasa		Název a sídlo peněžního ústavu	
		Číslo účtu	

*) Nehodící se škrtněte!

Datum:

Podpis předplatitele (u organizace i otisk razítka)

magazín ekoňoma

CHUDÁ ZVÍŘATA aneb RYSY ŽIVÍ AGROBANKA

O ekonomické situaci v ZOO Praha hovoříme s jejím ředitelem Bohumilem KRÁLEM

»Naše zoologická zahrada vystoupila z mátožného ovzduší stálých příprav a na zkoušku, se srdcem úzkostným jsme otevřeli brány našeho staveniště« — řekl při zahájení provozu pražské ZOO její zakladatel prof. Jiří Janda. Bylo to v září roku 1931. Letos je to už 60 let, co se brány trojského »ráje zvířat« pravidelně, den co den otvírají. Zeptala jsem se dnešního ředitele pražské zoologické zahrady dr. BOHUMILA KRÁLE, CSc., jak je to s úzkostí kolem jeho srdce dnes.

»Nevalně, ale jsem přesvědčen, že nedojde-li koncem roku k cenovému kolapsu, zvířata i lidé přežijí rok 1991 bez úhony«.

● Ve vašem časopise informací z pražské ZOO jsem se dočetla, že v době, kdy se zahrada otvírala, byly subvence státu, země české a města Prahy zcela nedostatečné. K vybudování zahrady bylo potřeba 10 — 12 mil. korun. Jeden milión ročně si vyžadoval provoz. Stát však poskytl pozemek a půl miliónu korun. České země přispěly stejnou částku a město Praha nedala téměř nic. Sbírala se koruna ke koruně a trvalo sedm let, než se zahrada mohla otevřít. Jak vypadá vaše ekonomická situace dnes?

Letos dostala zoologická zahrada od pražského magistrátu základní příspěvek ve výši 25,5 miliónu korun, stejný jako v předchozích dvou letech. Pak nám radnice přidala 3 milióny, ale stále ještě chybí 7 miliónů korun k tomu, abychom udrželi »životní standard« minulých let. Skutečná ztráta z provozu se za posledních 11 let zvýšila o více než 11 miliónů korun. Zvláště nepříjemná situace vznikla v posledních dvou letech. Citelně nás postihlo odstranění záporné daně z obrátu a liberalizace cen. Velkou vinu na tom, že máme »hluboko do kapsy« má pokles návštěvnosti, který nám doslova vyrazil dech. V prvních měsících roku se snížila na 35 % a průměr za pololetí



RNDr. Bohumil Král, CSc.,
ředitel ZOO Praha.

je jen 56 % stejného období loňského roku.

● V čem vidíte hlavní příčiny současného nezájmu o zoologickou zahradu?

Myslím, že tady snad ani nejde o nezájem, ale o všeobecný trend. Lidé nechodí do divadla, na koncerty ani na výstavy, proč by tedy měla být právě ZOO výjimkou. Kdybychom šli skutečně do historie, tak se musíme dostat až do doby národního obrození, kdy byla našimi buditeli preferována historie, literatura a hudba. Přírodní vědy byly až na posledním místě zájmu a braly se spíše jako podivinství, než jako věda. Dokonce i František Palacký nebyl přítelem zoologických zahrad. U nás nikdy vlastně ani nevznikla tradice zoologických zahrad jako jinde v Evropě, kde je zvykem chodit do ZOO i několikrát za rok.

● Máte konkurenci v soukromém podnikání? Vznikají u vás privátní zoologické zahrady?

Soukromé zoologické zahrady u nás nejsou a pochybuji, že někdy vzniknou. Vždycky se totiž jedná o ztrátový podnik. Pokud se ale nějaké objeví, nedá se hovořit o zoologické zahradě v pravém slova smyslu. Ta má svá přesná pravidla a vymezení. U soukromníků se vždy jedná pouze o vystavování a prodej zvířat. S činností jedné takové firmy jsme

měli už tu »čest« seznámit se. Určitá shoda názvu s naší zoologickou zahradou způsobila, že se jí celkem snadno podařilo nakoupit v SSSR chráněná zvířata, dokonce i některá zanesená v červené knize ohrožených druhů. My jsme se o tom dozvěděli, až když sovětská strana nahlásila nákup na ústředí řízení chovu.

● Jak je to možné? Existuje přece koordinace mezi jednotlivými státy.

Samozřejmě — Washingtonská konvence o omezení a pravidlech obchodu se zvířaty. Háček je pouze v tom, že v Evropě ji dosud nepodepsala Albánie a Československo. Takže u nás je tento čin zcela nepostižitelný a vysloužili jsme si pouze další mezinárodní kaňku. K tomu ještě musíme přidat i to, že se velmi rychle stáváme skutečným pašeráckým kanálem. Dříve existovaly v oblasti černého obchodu se zvířaty dvě cesty — polská a jugoslávská. Dnes je bohužel velmi populární cesta československá.

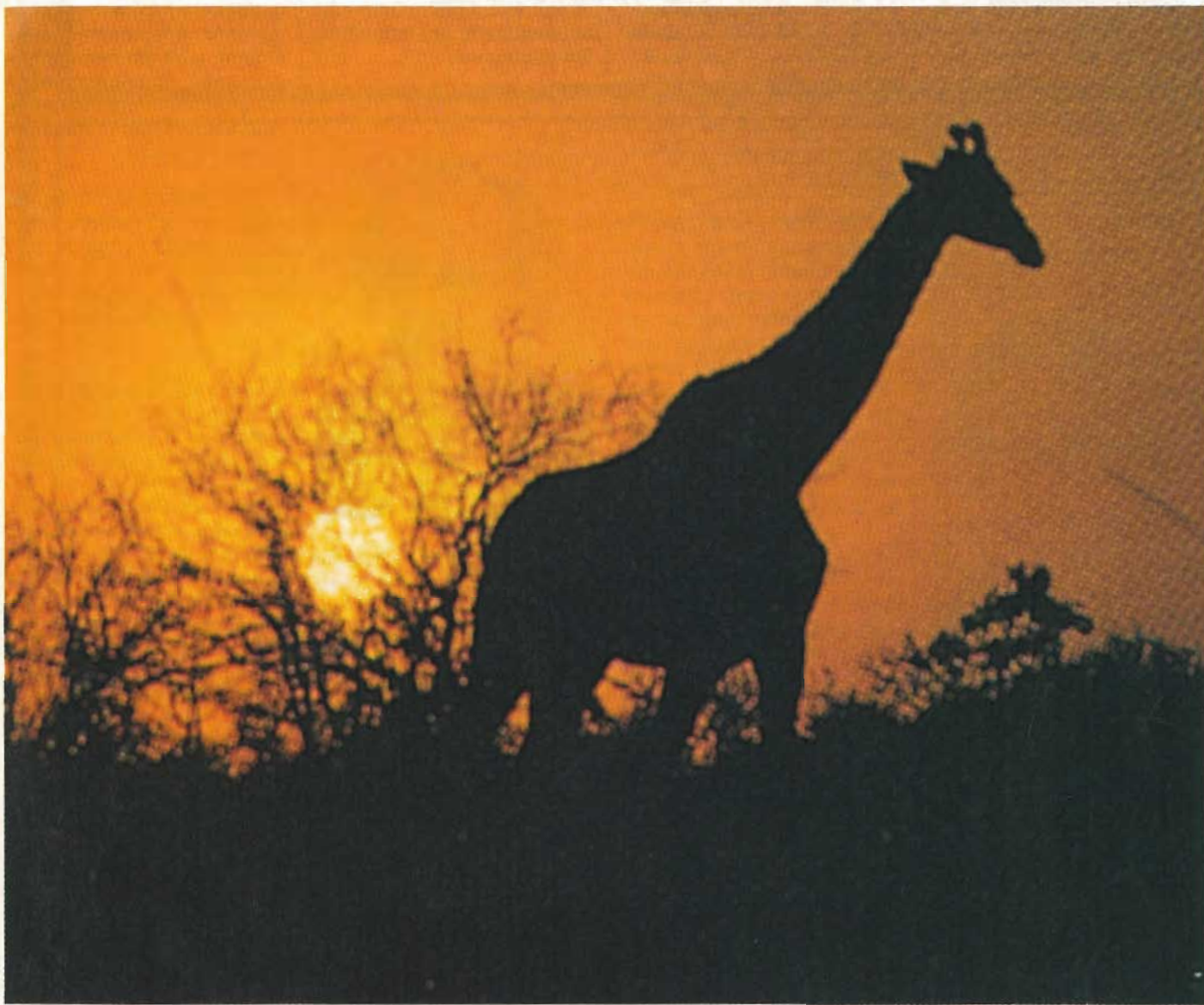
● Jistě však i vaše ZOO prodává zvířata do zahraničí. Jaká jsou pravidla legálního prodeje?

Velmi často se nejedná o přímý prodej, ale spíše o výměnu. Naše zahrada sice prodává nebo vyměňuje více zvířat než v předchozích



FOTO: JOSEF NOSEK

Jeden ze pštrosů, které živí
pražští radní.



letech, ale v žádném případě nejde o výprodej. Já osobně jsem zásadně proti útlumovým programům a prodávat jen proto, abychom si vydělali na příští den, je naprostý nesmysl. Dobrý chov vzniká léta, prodali bychom ho sice okamžitě, ale škody by byly nenahraditelné. Snižováním nadbytečných stavů jsme letos získali 400 tisíc korun, ale na zvířatech se příliš zbohatnout nedá.

● Co tedy děláte pro zlepšení ekonomické situace?

V první řadě to bylo nepopulární opatření, museli jsme zvýšit vstupné. Nejdříve pro rodiče, pak i pro děti. Omezili jsme údržbu a začali šetřit s krmivem. Mnohem horší je situace s položkami, které omezit nejdou — elektřina, koks pro vytápění, voda. Na těch se

ušetřit nedá, aniž bychom ohrozili zvířata. Museli jsme také dokončit rozestavěné investice. Je hotov výběh pro slony a ubikace pro lachtany, nový pavilón kočkovitých šelem. Jedna z možností jak získat finanční prostředky je sponzorování. Nejde nám ale o to, aby byla sponzorována jednotlivá zvířata, ale naopak celé chovy. Zatím máme »firemních patronů« kolem třiceti. Pragoexport se například stará o zebry, Frutco o gorily, Agrobanka přispívá na rysy, pražští radní živí — na vlastní útraty — párek pštrosů, Intersigma se podílí na dokončení nového pavilónu šelem. Zajímavé sponzorování nám nabídla firma G-FOX z Kladna, která bude zdarma hlídat ZOO. Hlídkání je pro nás z hlediska bezpečnosti velmi důležité a my sami bychom si to v žádném případě nemohli dovolit.

● Mohou vám na chod zahrady finančně přispět i jednotlivci?

Nejčastějšími dárci jsou děti, které někdy přinesou své úspory i s kasičkou. Na to už jsme si zvykli. Nedávno jsme ale doslova s úžasem zůstali stát nad stolem, kam třiaosmdesátiletý pan Vrba z Prahy 7 položil igelitový sáček a v něm bylo 120 000 korun jako dar zahradě. Víte, že jsme těžko hledali slova, jak mu poděkovat.

Mluvil jsem o tradici, která nám chybí. Šedesát let ale zase není tak málo. Věřím, že hodně z nás si už Prahu bez ZOO nedovede představit. Nabízíme přece jen kousek přírody, pohled do života zvířat, která patří do kulturního bohatství lidstva. Péče o ně není tedy žádným luxusem, ale povinností.

DANIELA SEDLÁŘOVÁ

Lidé & události

SASKIA BUREŠOVÁ, televizní hlasatelka, která se v poslední době pustila také do podnikání v nově otevřeném salónu krásy v Praze 3, si hořce posteskla, že se mezi lidem mluví o tom, jak teď »rejžuje peníze na dvou frontách«. Inu, podnikaví lidé podnikají a ti druzí ... alespoň pomlouvají.



BOHUMIL KUBÁT, ministr zemědělství ČR, podotkl v rozhovoru s poslanci Federálního shromáždění, že není všechno v našem hospodářství v pořádku, jestliže se zákazníkovi vyplácí koupit si celou krávu spíše než dva až tři páry bot po tisícovce. »Kdekoliv v zemědělství zasáhne, nabouráme rovnováhu,« konstatoval upřímně. Tedy kdo nic nedělá, ...?

JAROSLAV MURONĚ, náměstek ministra pro správu národního majetku a jeho privatizaci ČR, doporučuje všem nerozhodným zajímat se při kupónové privatizaci o kategorii nazývanou "domácí stříbro", což jsou podniky, které ani v komunistickém režimu neztratily ve světě své dobré jméno a mají před sebou perspektivu dalšího vývoje; jsou to např. sklárny, porcelánky, chemický průmysl, výroba papíru, dřevozpracující a nábytkářský průmysl, hotely, lázeňské domy, pivovary atd. Přesto se mezi lidmi proslychá, že o naše rodinné stříbro nejceněnější – o plzeňský pivovar – již projevila vážný zá-

jem jistá nizozemská společnost.

PAVOL ČUPKA zo slovenskej Lupče, ktorý kúpil bansko-bystrický pivovar za okrúhlych 330 mil. Kčs, nedávno priznal, že pivo variť nevie. Ostáva dúfať, že tým neutrpí kvalita vyhlásenej značky Urpín.

CHRISTINE HARVEYOVÁ z Velké Británie tvrdí, že v dvoudenním semináři prodej a marketing, jehož je autorkou, seznámí všechny, kteří se chtějí stát výkonnými manažery a obstat v tvrdé konkurenci, s návody, jak dosáhnout výrazného zlepšení prodeje a získat nové zákazníky. S využitím strahovského stadiónu bychom tak mohli do vánoc vyškolení všechny obyvatele našeho státu a předstihnout Japonsko.

D. L. Z CHOMUTOVA – romského pôvodu – reagoval na výzvu Strany národného zjednotenia Slovákov, ktorá upozorňuje na diskrimináciu Slovákov v Čechách, jednoznačne: »Nikto mi neublízuje, nekrivdí, žije sa mi tu dobre.«

ŘEDITEL AUKČNÍ SÍŇE CHRISTIE'S s náznakem zoufalství utrousil, že soch Lenina je už příliš mnoho. Neví ještě, že k prodeji je připraveno dalších

50 tisíc soch a bust velkého vůdce rozmístěných ve všech sídlech Sovětského svazu.



TOMÁŠ JEŽEK, ministr pro správu národního majetku a jeho privatizaci ČR soudí, že "počítačové jockeyové" z federálního ministerstva financí jsou zamilovaní do svého projektu a snaží se podnikům říkat: dávejte nám hodně! Tim prý překračují své pravomoce a celou situaci chaotizují.

BŘETISLAV OŠŤÁDAL – ředitel sekretariátu Svazu průmyslu České republiky – přispěl

do diskuse o kupónové privatizaci obavou, »aby to nebylo tak, že se řekne, když tam bude kupónová metoda, tak dostanete razítko bez problémů«. Jeho obavy jsou však liché, jak jsme se přesvědčili, razítek je dostatek.

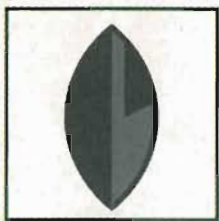
IVAN MIKLOŠ, minister pro správu národního majetku a jeho privatizaci SR, uistil, že jeho ministerstvo bude upřednostňovat privatizační projekty uvažující s využitím standardních metod.

ULRICH URBAN, majitel firmy Georg Urban, GmbH, byl na Frankfurtském autosalónu vyhlášen zástupcem automobilové Škody, Mladá Boleslav, a. s., pro německý trh. Proslýchá se, že za svou novou funkci v čele Škoda Deutschland vděčí sousedství své zahrady se zahradou Detleva Schmidta, člena představenstva a. s. Škoda Mladá Boleslav. Pan Urban do nedávné doby prodával Yugo - těm se však v poslední době na trhu SRN příliš nedaří.



VÁCLAV KLAUS, federální ministr financí, prohlásil, že kdyby se kupónová privatizace uplatnila skutečně masově, tak vlastně končí důvody pro existenci ministerstev průmyslu a podobných institucí. Politickým komentátorům zamotal tento výrok hlavu. Není totiž jasné, zda byl pronesen s nádechem lítosti nebo s výhružným podtextem.





SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA BANKA, ú. s., BRATISLAVA

Slovenská poľnohospodárska banka, ú. s., Bratislava vznikla 26. júna 1990. Hlavným cieľom jej vzniku je podpora prebiehajúcemu transformačnému procesu v našej ekonomike, osobitne v oblasti poľnohospodársko-potravinárskeho komplexu. Vybudovanie silnej a zdravej finančnej infraštruktúry je jednou z rozhodujúcich podmienok úspešnosti prechodu hospodárstva na trhové podmienky.

Slovenská poľnohospodárska banka, ú. s., Bratislava sa podujala svojimi službami postupne zaplňať biele miesta bankového servisu na slovenskom vidieku. Imperatívom obchodnej politiky banky je podpora podnikateľského snaženiav oblastiach od poľno- hospodárskej prvovýroby až po predaj potravín.

NAŠÍM ZÁMEROM JE

Vybudovať si vlastnú kvalitnú, spoľahlivú a solventnú klientelu poskytovaním komplexných a kvalitných služieb.

Vytvoriť diferencovanými úrokovými sadzbami podmienky pre poskytovanie úverov za nižšiu než priemernú úrokovú sadzbu na vybrané úverové priority v porovnaní s inými peňažnými ústavmi.

Minimalizovať riziká z poskytnutých a nesplatených úverov dôslednosťou finančných a odbytových analýz klientov a kvalitou poskytnutých záruk za úvery.

Dosiahnuť dobré ekonomické výsledky akciovej spoločnosti a tým vytvoriť podmienky pre špecializované a stabilné uplatnenie banky na celoštátnom bankovom trhu.

Cesta k tomuto cieľu je uzatvárať bankové obchody a poskytovať peňažné služby na vysokej odbornej úrovni a vytvárať podmienky pre partnerské a korektné vzťahy medzi bankou a jej klientami.

FILIÁLKY SLOVENSKEJ POĽNOHOSPODÁRSKEJ BANKY, ú. s., BRATISLAVA

Bratislava
Krížná 50

Trnava
Trojičné námestie 48

Nové Zámky
Jána Gondu 1

Nitra
Výstavná 4

Žilina
Masarykova 12

Martin
Osloboditeľov 1

Zvolen
Námestie SNP 50

Lučenec
Podjavorinskej 19

Prievidza
Mariánska 6

Poprad
Karpatská 3056/15

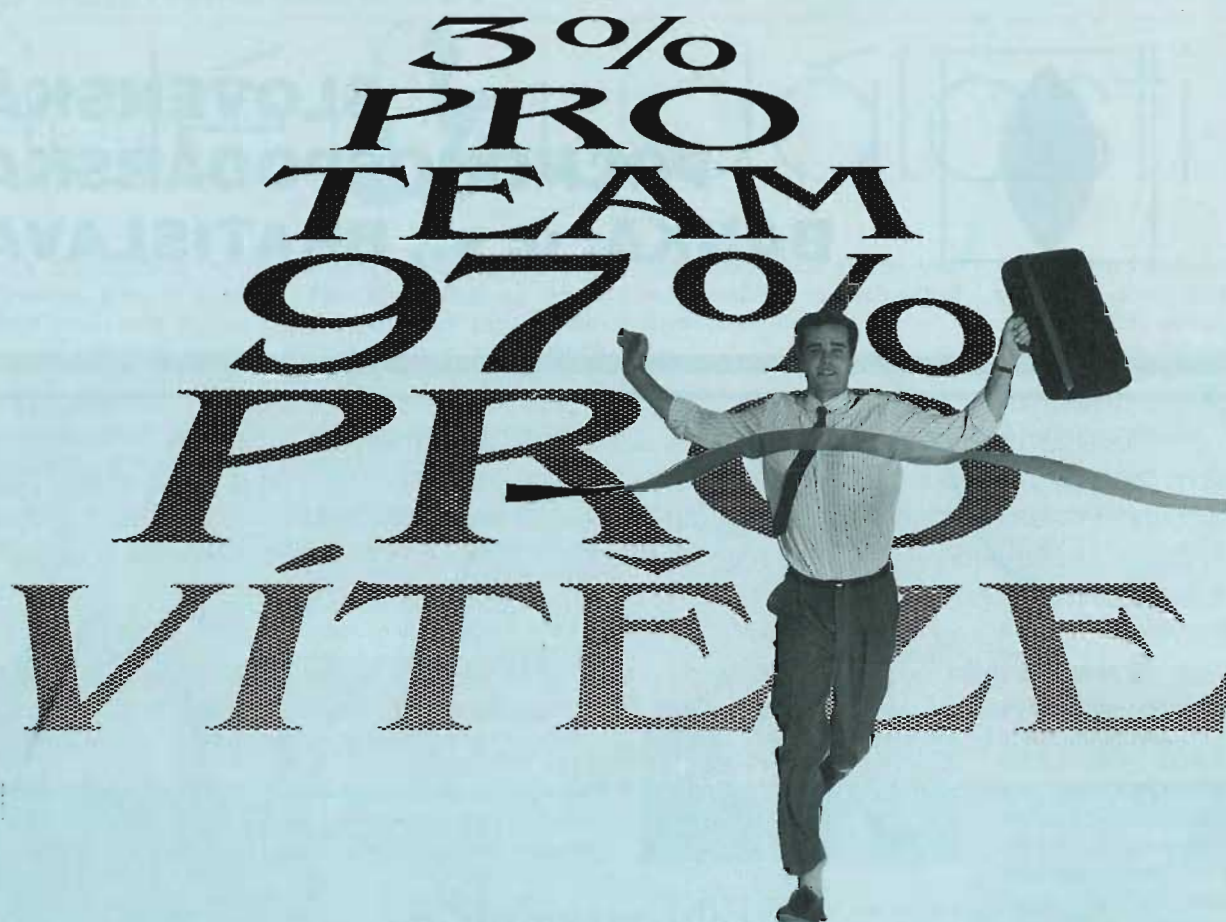
Spišská Nová
Ves
Odborárov 12

Liptovský Mikuláš
Kollárova 2

Prešov
Kúpeľná 6

Košice
Trieda SNP 48/A

Dunajská Streda



Máte šanci zvítězit jedině tehdy, spojíte-li své síly s někým, kdo Vám pomůže proběhnout cílem.
Vyhrává ten, kdo nezůstane sám.

Chcete se uplatnit se svými výrobky na zahraničním trhu? Motokov díky své více než čtyřicetileté tradici a kontaktům ve všech světadílech je zárukou toho, že Vaše zboží najde svého odběratele. Totéž platí i pro cesty výrobků ze zahraničí do Československa - prostřednictvím Motokovu můžete dovézt jakékoli zboží v požadované kvalitě! Můžete získat i takový artikl, který byste jako malá firma jen stěží obstarávali. A to vše za nejvýhodnějších finančních podmínek, protože Motokov je partnerem, který je může nabídnout.

Šetřte síly i peníze. Tým zkušených pracovníků Motokovu se postará o vše, co by pro Vás mohlo představovat bezesné noci. Doveze a vyveze. V některých případech Vaše zboží přímo odkoupí. Zprostředkuje leasingové operace. Poradí. Pomůže při tvorbě privatizačních projektů.

Díky nové strategii dnes Motokov zastupuje na československém trhu světoznámé firmy nejen ze svého původního oboru - automobilového průmyslu, ale i z mnohých dalších. Pro vybrané zahraniční značkové výrobky a služby buduje v Československu distribuční síť. I tato fakta mohou mnohé napovědět...

Chcete-li zvítězit, stačí si zapamatovat jedině: Motokov je připraven. Provize tohoto týmu je úměrná riziku a složitosti konkrétního obchodu, průměrně však představuje pouhých 3%. A 97% pro vítěze je jen nepatrně méně než celých 100%!

*Dobré časy
jsou výsledkem
týmové práce*

MOTOKOV a.s.