



Január 2009
Číslo 1 / Ročník II.
www.basopk.sk

prešporský PODNIKATEĽ

Mesačník Bratislavskej regionálnej komory SOPK



- Rok 2008 bol pre nás, napriek rôznym turbulenciám v jeho závere, veľmi úspešný, hovorí manažér obchodného oddelenia VWFS Ing. Bohumil Sák.

- A keďže ho chceme zopakovať, opätovne máme pre svojich klientov pripravené nové a jedinečné postupy a metódy financovania.

Určite tomu napomôže aj úsilie európskej centrálnej banky a jej snaha dosiahnuť motivačne priaznivý vývoj cien peňazí na medzibankovom trhu. My ho využijeme v prospech slovenského klienta a preto si budeme môcť v roku 2009 dovoliť poskytnúť mu svoj jedinečný servis za ešte priaznivejších podmienok ako v roku minulom.



Editoriál

PF 2009

Nový rok nás zastihol vo veľmi zaujímavej situácii. Na jednej strane spokojnosť s prípravou a prechodom na jednotnú európsku menu, na druhej dopady svetovej finančnej a hospodárskej krízy a do toho ešte problémy so zásobovaním plynom. O to viac vystupuje do popredia individuálna schopnosť každého reagovať na situáciu maximálne racionálne a rýchlo, aby sme minimalizovali možné negatívne dopady na náš biznis. Súčasná situácia bude ešte dlho témou dňa na všetkých úrovniach, určite prinesie nové pohľady ako aj trendy vo viacerých oblastiach týkajúcich sa hospodárskeho a politického života. Vo vlastnom záujme preto podporme všetky racionálne opatrenia smerujúce k udržaniu konkurencieschopnosti našej ekonomiky tak na národnej, ako aj európskej úrovni. Zčať však musíme od seba. Skúsme hľadať spôsoby ako súčasnú situáciu využiť, pretože každá kríza je zároveň aj príležitosťou a urýchľovačom pre všetko nové a progresívne.

Dovoľte mi preto popriať Vám do nového roka veľa odvahy, rozhodnosti a aj trochu podnikateľského šťastia, k tomu, samozrejme, veľa dobrých a spoľahlivých obchodných partnerov.

Juraj Majtán
riaditeľ Bratislavskej regionálnej komory SOPK

Reklama nepredáva, ona len ... strana 2

Podnikatelia v Senci strana 4

Inovácie pre malé a stredné firmy strana 4

SENEC, MESTO S BEZPLATNOU MHD

- Senec má vynikajúcu dostupnosť, po železnici i autostráde, pozemky máme vyňaté z poľnohospodárskeho fondu a pripravené priamo na výstavbu, nehovoriac o blízkosti hlavného mesta..., reaguje na otázku ako by motivoval príchod nových investorov primátor Ing. Karol Kvál a hneď aj dodáva. - Záujem o podnikanie u nás je aj tak obrovský!



Čím žijú seneckí podnikatelia?

- V kraji je momentálne najviac rozvinuté stavebníctvo. Pochopiteľne, že z výstavby žijú aj ďalšie odbory. Napríklad električky, výroby okien, murárske, kúrenárske ... profesie.

Seneckou výhodou je tiež diaľnica. S majiteľmi príľahlých pozemkov sme sa dohodli a vyňali ich z poľnohospodárskeho fondu (386 ha) a budujeme na nich logistický park. Okrem vytvorenia radu pracovných príležitostí ani mesto nepríde skrátka. Za meter štvorcový zastavanej plochy máme 95 Sk (3,15 EUR) a samostatné platby sú za parkovacie plochy. V Senci máme aj asi 100 hektárový priemyselný park.

Okrem toho sme si „otvorili“ osem lokalít na výstavbu domov a bytov, v ktorých chceme v priebehu 5 – 8 rokov postaviť do 2500 domov a bytov.

Iba týmito opatreniami nám nezamestnanosť klesla na 1,7 percenta.

Na niektoré vaše projekty ste získali aj európske peniaze.

- V minulom období sme boli veľmi úspešní a získali sme zo štrukturálnych fondov 220 miliónov Sk. Konkrétne na úpravu námestia, na nadstavbu a rekonštrukciu kultúrneho domu, ale aj na odsávanie sedimentov zo Slenečných jazier. Odsali sme odtiaľ 220 tisíc ton bahna a kvalita vody sa fantasticky zmenila.

Teraz ideme podať ďalšie tri projekty, jeden na Farské námestie, druhý na amfiteáter a chceme aj väčšiu všešportovú halu.

Co Senec nemá?

- Máme všetko! (smiech)

Tak inak. Pozrite sa na to ako podnikateľ!

- Samozrejme, podnikatelia v Senci majú trošku iné postavenie ako v okolitých mestách a obciach. Z toho dôvodu, že sme v prvom rade

(Pokračovanie na strane 3)

Vydávané v spolupráci s

synergia myšlienok
progressLetter®

REKLAMA NEPREDÁVA, ONA LEN ...

... predaju pomáha! Hovorí obchodný riaditeľ mediálnej agentúry Unimedia Rastislav Kaňuch. Ale ako ju tvoriť aby bola ekonomicky prijateľná a efektívna? Svojimi silami alebo sa radšej zveriť do rúk profesionálov?

- Na toto vám radšej odpoviem dvomi údajmi, lebo z nich je badať trend. Prvý, neustále nám rastie počet klientov. A nielen to, ale ešte výraznejšie nám rastie hlavne počet menších klientov. Takže reklama naozaj vstupuje do povedomia manažérov ako ekonomický nástroj.

Na druhej strane treba povedať, že na trhu je stále dosť firiem, ktoré sa ešte aj dnes spoliehajú len na vlastné sily, tvorbu a aj umiestňovanie reklamnej produkcie si riešia sami.



Čo získajú takouto „samostatnosťou“?

- Všetko závisí od vzťahov a tak niekde, možno, lepšie podmienky. V konkrétnom vydavateľstve, či v konkrétnom titule.

Ak sa však produkcia umiestňuje do viacerých médií, alebo do viacerých typov médií, tak vtedy je určite výhodnejšia a aj efektívnejšia agentúra. Ekonomicky - má zmluvne dohodnuté zľavy rôznych typov, efektnejšie - má zmluvnú spoluprácu so širokou škálou kreatívnych tvorcov a agentúr a organizačne - klient neobieha všetkých a všetko, ale rokuje len s ňou a na jednom mieste.

Na jednom mieste, v agentúre, dostáva full servis od plánovania, cez realizáciu až po vyhodnotenie kampane.

Spomenuli ste, že výrazne vám rastie počet menších klientov.

- Malí a strední podnikatelia si začínajú uvedomovať, že synonymom spolupráce s agentúrou nie sú milióny euro a ani

dlhodobá zmluva. Že to môže byť aj niečo iné. Dnes sú už bežné kontrakty na realizáciu, napríklad, jedného jediného projektu. V hodnote aj pod 20-tisíc euro.

Manažéri si zrejme porátali, že ak by si to robili sami, vyšlo by ich to drahšie, resp. rovnako, ale ... s neistým zásahom potrebnej cieľovej skupiny, s nieistou efektívnosťou jej oslovenia ...

- Veď práve, o tom to je! Agentúra urobí desať projektov ekonomickejšie a profesionálnejšie ako keby si týchto desať projektov samostatne robilo a do médií aj samostatne umiestňovalo desať firiem. Aj preto nám rastie počet klientov!

Čo je najväčšou chybou neprofesionálnej reklamy?

- Keď sa ňou snažíte povedať úplne všetko! Napríklad, ak chcete na jeden počítač, do jedného inzerátu, umiestniť info o všetkých svojich benefitoch.

Prečo? Pre obyčajnú ľudskú nedokonalosť, pre obmedzenú kapacitu našej pamäte. Nikto si nezapamätá všetko naraz.

Čo s tým?

- Vyberme to najzaujímavejšie a najdôležitejšie. A upútajme pozornosť! Pretože útok na naše vnemy ide neustále a zo všetkých strán. Prevezte sa, napríklad, po bratislavskom obchvate kde je reklamy až až. Čo vás zaujme? Keďže farieb, nápadov a výstrelkov je tam toľko, že sa v nich už neorientujeme, zvíťaziť môže nad nimi už len nápaditá jednoduchosť.

Druhou veľkou chybou je ak si niekto myslí, že rovnakým spôsobom priláka pozornosť žien a mužov, juniorov a seniorov, zamestnávateľa a zamestnanca ...

Nepriláka, lebo každý z nich žije v inom svete, s rôznymi otázkami a očakávaniami a aj preto im nemôžeme nadelovať univerzálne oslovenie.

Reklama v podstate nemá klienta úplne presvedčiť aby si daný tovar, či službu kúpil hneď a teraz. Má ho „len“ zaujať!!! Aby začal o nej uvažovať a aby ho podnietila aj na aktívne získavanie ďalších poznatkov.

Chcete si kúpiť, napríklad, auto? Na trhu sú ich desiatky, ale vy máte v „oku“ len dve, tri značky. Nad nimi uvažujete, predovšetkým medzi nimi sa orientujete. Takže čo je prioritným cieľom reklamy v tomto prípade? Predsa, dostať sa do tejto skupiny! Aby ste uvažovali aj nad mojou značkou.

Povedzte si niečo k účinnosti reklamy. Ako ju vôbec dávkovať?

- Univerzálnosť neexistuje. Účinnosť

závisí od použitého typu média, od toho „čo“ sa komunikuje, „ako“ kreatívne je to spracované ... Napríklad televízia, hovorí sa, že jeden spot by mal potenciálny klient vidieť najmenej trikrát na to, aby si vôbec zapamätal čo v ňom bolo? Pri prvom videní to zaregistruje, pri druhom si to možno hlbšie uvedomí a až pri treťom pochopí obsah, prípadne začne nad ním rozmýšľať.

Toto pravidlo však vychádza len z „priemernej“ pravdy. Máte spoty, pri ktorých neviete o čom sú ani po desiatom zhladnutí. A, naopak, niektoré vás oslovia na prvýkrát.

V prípade printov je to iné. Ak je reklama dobre urobená, niekedy stačí uverejniť ju raz. Vtedy je aj klient ochotný venovať sa jej dlhšie. Istou výhodou printov je, že reklamný produkt tu môžete umiestniť „v páre“ s čitateľsky atraktívnym článkom. Ten čítate, ale periférne vnímate aj susednú stranu. Nehovoriac o tom, že niekoľkokrát oň „zavádíte“ pohľadom „len tak“.

Iba pre ilustráciu. Jedna naša banka vytvorila taký zaujímavý produkt, že len čo ste ho zbadali, hneď ste o ňom aj uvažovali. A pritom to bolo uverejňované len v printoch. Žiadny rozhlas, či tv. Napriek tomu bola kampanď úspešná.

Takže v reklame nejde iba o to koľkokrát a kde sa objavíte, ale aj aký produkt komunikujete.

A čo garancie úspešnosti? Záruk na zvýšenie predaja tovaru, služby ...? Určite ste sa stretli s klientmi, ktorí sa pýtajú, napríklad. Ak dám do tohto typu reklamy o „x“ euro viac, o koľko sa mi zvýši predaj?

- Reklama nepredáva, ona predaju len pomáha! Nie je totiž všeliakom na úspešný biznis. Ona len oznamuje „som tu!“, informuje a snaží sa zaujať. Nemá vplyv na paralelné aktivity konkurencie, na kvalitu distribúcie produktu ..., skrátka, na celý rad ďalších faktorov. Áno, reklama do istej miery aj prehovára, ale nie je to jej najdôležitejší aspekt.

Aj reklamný trh je vo vývoji. Kam smeruje?

- Z globálneho pohľadu badáme posun k vyššej kvalite reklamných kampaní. Z pohľadu médií ide o príklon k inovatívnym a interaktívnym formám reklamy. Čoraz viac stúpa popularita a dôležitosť internetu. V tomto roku sa môže nákladmi vyrovnáť už rozhlasovej reklame.

Evidentne sa menia pútače. Zväčšili sa formáty, osvecujú sa, musia vyzerať luxusne ...

Najsilnejším médiom stále zostáva televízia. Z pohľadu spotrebiteľov je považovaná za formu zábavy a z pohľadu zadávateľov je to stále lacná a efektívna forma zásahu cieľovej skupiny.

Predstavte si, ste podnikateľ a potrebujete dať vedieť o svojom novom produkte, či službe. Čo by ste dnes, z pohľadu poznania a skúsenosti reklamného trhu urobili ako prvý?

- Naozaj? Príšiel by som sám za sebou a dal by som si poradiť!

Podákoval sa Vladimír Mikunda

(Senec, mesto s bezplatnou MHD – pokračovanie zo strany 1)

rekreačné mesto. U nás sa preto najviac investuje do skvalitnenia chat, ubytovní a hotelov. Dnes je tá úroveň už niekde inde oproti minulosti.

A badať to aj na záujme?

- Po novembri 89' nám návštevnosť klesla. Ľudia uprednostňovali cudzinu a more, ale dnes sa nám vracajú. Česi, Maďari, Slováci ...

Pre skvalitnenie služieb som urobil aj jeden radikálny rez. V jednom okamihu som zrušil všetky občerstvovacie zariadenia, všetko staré bolo vyradené a dnes fungujú iba moderné s kompletnými hygienickými ... službami.

A aby to tu už bolo aj na šport, okolo jazier sme vybudovali cyklotrasu.

V Senci myslia aj na dušu.

Obrovské prostriedky investovali nielen do rekonštrukcie mestskej knižnice, ale každoročne investujú aj do rozširovania knižného fondu.

Knižnicu, ktorá je vybavená aj IT technikou, im závidia v celom kraji.

Z pohľadu mesta sú teda všetky podnikateľské príležitosti pri jazerách už vyčerpané?

- Nie, máme tu ešte jeden „vred“. Ide o hotel Amur a asi 15 bungalovov pri ňom. Všetko chceme dať zbúrať a zlikvidovať. Našou predstavou je získať na tom mieste niečo ako liečebné sanatórium s wellnessom. Takže, ak sa nám prihlásia investori, so všetkými budeme rokovať.

Ide o pozemok tesne pri vode, na rozlohe cca 8-tisíc štvorcových metrov.

Senec má aj svoj podnikateľský klub. Aký je vzťah klubu a samosprávy?

- Veľmi dobrý, ja sám som prišiel z podnikateľskej sféry a klub som spoluzakladal. Dodnes si vzájomne vychádzame v ústrety. Vzťahy máme nadštandardné, až kamarátske.

Ak pátrame v histórii, Senec bol už v stredoveku známy svojimi trhmi. Mienite obnoviť túto tradíciu?

- To by musela prinešť doba. Spojitosť s tradíciou môže mať naša burza drobnochovateľov, asi najväčšia na Slovensku, ktorá sa koná jeden víkend v mesiaci.

Ale našou tradíciou už začínajú byť Slnčné jazerá. Ved' onedlho budú mať sto rokov.

Niečo sa už prezradilo z vášho zámeru originálne a netradične vyriešiť mestskú dopravu. Zdá sa, že na Slovensku budete absolútne jedineční!

- Mestská doprava bude zdarma! Máme to vymyslené a idú do toho s nami obchodné reťazce, podnikatelia ... Doprava bude vláčikmi, ktoré poznáte zo zahraničných rekreačných centier. Zatiaľ o tom nechcem hovoriť, hoci, čoskoro to aj tak vyjde na povrch. Frekvencia spojov? Na jednom mieste sa daný spoj objaví zhruba každú cca pol hodinu.

A aký bol vlastne dôvod, že ste sa do takéhoto niečoho pustili?

- Dopravu sme museli tak, či tak riešiť. A keď som si prepočítal, že jazdiť budú dva vláčiky, asi 12 – 16 hodín denne, tak to si vyžaduje, okrem šoférov, dvoch konduktorov do jedného a dvoch do druhého spoja. A ak zarátame sobory a nedele, už potrebujeme šesť ľudí a k tomu dovolenky ... vo výsledku potrebujem sedem ľudí.

A ak bude cena vstupenky 5 – 10 Sk, tak oni ani nevyberú toľko prostriedkov, aké náklady by malo mesto na nich. Maximálne by sa mi to krylo jeden k jednému. No a v takomto prípade, nech to majú ľudia radšej zadarmo!

Zhovára sa V. Mikunda



Termín: 10. – 11. marec 2009
Miesto konania: CROWNE PLAZA, Bratislava
Usporiadateľ: Spoločnosť PSKD – Prevádzka a stavby koľajovej dopravy
Bližšie informácie na www.reming.sk

5. Fórum koľajovej dopravy

konferencia s medzinárodnou účasťou

- Najzdružujúcejšou myšlienkou Spolku seneckých podnikateľov bola počas jeho trinásťročnej existencie charita. V posledných rokoch k nej pribudol rozvoj podnikateľského sektora, získavanie kontaktov a nadväzovanie obchodných vzťahov najmä, s podnikateľskými subjektmi združenými v obdobných spolkoch iných regiónov, hovorí prezident spolku JUDr. Mikuláš Pinnel.

STAVIAME NA ČISTOTE PODNIKATEĽSKÝCH VZŤAHOV

Asi pred štyrmi rokmi sa senecí podnikatelia rozhodli pre zmeny, čo vyjadrili aj voľbou svojho nového vedenia. Spolu s vami to v seneckom podnikateľskom tandeme táhá ako viceprezidentka Ing. Rita Tornyaiová. Začali ste prácou nad novým vnútorným usporiadaním a právnym postavením.

- Ak sa chceme naozaj aktivizovať a zlepšiť svoju činnosť nielen navonok, ale aj k členom spolku, musíme si dopriať aj plnohodnotnú formálnu autoritu občianskeho združenia. Chceme, napr., dosiahnuť právne čistý spôsob získavania 2 percent zo svojich daní, zabezpečovať školenia a preškolovania začínajúcich a mladých podnikateľov atď. Chceme tiež zaviesť vlastný systém podnikateľských zliav. Najskôr pre členov spolku, neskoršie aj podnikateľov regiónu.

Priorite chceme pomôcť podnikateľom, neskôr to rozšírime aj na bežných občanov. Sme tu predsa práve pre nich! Všetko je len na dohode o podmienkach.

Čo by sa stalo ak by Senec takýto spolok nemal?

- Nebudeme naivní, že by sa nepodnikalo, asi by však utrpela koordinovanosť.

Existencia spolku znamená, že samospráva má partnera. Môže s ním nielen hovoriť o potrebách občanov, mesta a okresu, ale môže s ním tieto otázky aj vyriešiť. Na druhej strane aj spolok má svoje predstavy o rozvoji a potrebách. A teda môže ich presadzovať už nielen ako jednotlivec, ale aj ako neformálna a uznávaná spoločenská autorita.

Čiže nemáte poznatky, že by sa niektorá časť vašich domácich podnikateľom cítila ako cudzia? Že by sa viac ako je obvyklé museli natískať do pozornosti predstaviteľom samosprávy, mesta, občanov ...

- Spolok ako taký nerieši jednotlivé podnikateľské záležitosti pretože každý máme nohy, ruky i ústa. A keďže členom spolku je

aj pán primátor, niet žiadny dôvod aby sa aj osobne nestretol s tým, kto ho o to požiada. Náš zámysel je jasný, dosiahnuť aby sa podnikatelia naučili komunikovať predovšetkým medzi sebou. Aby sami sebe „dohádzovali“ obchod a zákazky, aby sa navzájom nezdierali a nepodvádzali a aby jeden druhému odvádzali kvalitnú robotu. Ak by sme nemali takto fungovať, tak strácame zmysel vôbec byť nejakým spolkom.

Ako to vyzerá s počtom vašich členov?

- Pred rokmi sme mali naozaj veľa členov. Potom nás nejakí opustili a dnes mám signály, že sa zase vracia. Preto však odchádzali neviem, doposiaľ som sa tým príliš nezaoberal. Asi sme stagnovali, možno sme boli jednotlivcami ...

Dnes bojujeme o rozširovanie členstva kreativitou a motivačným rozvojom činnosti.

Slovo pre viceprezidentku spolku Ing. Ritu Tornyaiovú

Čo chýba Sencu ak sa na to nepozriete len ako viceprezidentka spolku, ale aj ako obyvateľka.

- Myslím, že máme naozaj všetko. A ak aj nie priamo v meste, tak určite v okrese. Čo však Sencu naozaj chýba, tak to je citelnejšia

podpora vlastných „mestských“ podnikateľov samotnými Senčanmi.

Sama neviem, čo je to za fenomén, ale mnohí naši občania radšej nakúpia v Pezinku, či v Bratislave, službu si radšej objednáajú u cudzieho ako doma. A naopak, väčšina Bratislavčanov a Pezinčanov zase chodí sem.

Radi by sme u tých našich dosiahli trochu viac patriotizmu. Nielen kvôli členom spolku, ale kvôli všetkým našim podnikateľom.

A čo chýba samotným podnikateľom?

- Nikdy nie je dosť vzdelania! Preto ho tak veľmi podporuje EÚ. My to chceme tiež využiť a predsavzali sme si, že sa na to sústredíme. Stále sa totiž stretáme napr. s počítačovou negramotnosťou, veľakrát doprevádzanou obavami požiadať o pomoc sekretárku, či najbližšie okolie. Preto je organizácia oficiálnych odborných školení doteraz nenahraditeľná.

Stretávate sa aj s podnikateľskou neserióznosťou?



- Áno, a chcem o tom verejne hovoriť pred všetkými našimi členmi. Bude to akési varovanie pre ostatných aby nevstupovali do obchodného vzťahu s takými firmami ako je firma „XY“. Ak konkrétnejšie, jednej sme už zaplatili zálohu za tvorbu webovkej stránky a stále ju nemáme. A pritom nám nasľubovali hory, doľu.

O neseriózných podnikateľoch treba dať vedieť. Ja sa predsa nebudem tešiť z toho, že aj k iným budú beztretné podvodní!

Zaznamenal V. Mikunda

PONÚKAME VZDELÁVANIE V RÁMCI PROGRAMU LEONARDO DA VINCI INOVÁCIE PRE MALÉ A STREDNÉ FIRMY

Predpokladom trvalého hospodárskeho rastu je vytvorenie podmienok na vysokú úroveň inovácií. Najmä v malých a stredných podnikoch s obmedzenými ľudskými a aj finančnými zdrojmi.

Kvalifikovane tu môžu pomôcť konzultanti, špecialisti zavádzania inovácií a ich financovania. Preto bol v rámci európskeho programu Leonardo da Vinci vypracovaný a zahájený projekt ICUBA-TRAIN, na ktorom sa zúčastňuje Bratislavská regionálna komora SOPK. Na projekte spolupracujú ďalší partneri z Česka, Maďarska, Rakúska a Slovenska.

Hlavným zámerom projektu je ucelený vzdelávací program pre konzultantov v oblasti inovácií (incubation manager). Budovaný je na existujúcich školiacich programoch, ktoré sa už odskúšali v Rakúsku. Vytvorený bude v angličtine, ale dostupný aj v národných stredo-európskych jazykoch. Oficiálne bude zaregistrovaný ako certifikovaný kurz ECQA. K dispozícii bude aj jeho e-learningová verzia.

Počas projektu bude pôvodný školiaci program modifikovaný na základe aktuálnych potrieb malých a stredných podnikov v tomto regióne. Súčasťou je vyššokolenie skupiny konzultantov v každej krajine partnerov projektu. Tí nielen overia obsah školenia, ale poskytnú tiež konzultácie tým podnikom, ktoré prejavia záujem o oblasť inovácií.

Záujemci o vzdelávanie konzultantov absolvujú 3 trojdňové školenia. V apríli v Győri, v máji v Brne a v júni v Svätom Jure. Absolvujú testy a získajú európsky certifikát.

RNDr. Juraj Poledna, DrSc.
Tel: +421 2 4829 1534
e-mail: juraj.poledna@sopk.sk

NASTAL ČAS ŠETRENIA A EFEKTÍVNYCH RIEŠENÍ

Potrebujete zefektívniť každodenné činnosti? Potrebuje stabilizovať kľúčových zamestnancov? Investujte do nich! Podporte rozvoj ich odborných a osobných kompetencií!

Bratislavská regionálna komora SOPK vám ponúka v nasledujúcom polroku dva zaujímavé vzdelávacie cykly pre ďalší rozvoj vašej firmy a vašich zamestnancov.

BIZNIS PROCES MANAGEMENT

Lektorka: RNDr. Marta Krajčiová, samostatná konzultantka BPM

Cyklus jednodňových seminárov:

19. 1. Procesné riadenie
19. 2. Výkonnosť organizácie
18. 3. Analýza a zlepšovanie procesov
 1. 4. Riadenie systému manažérstva kvality podľa normy STN EN ISO 9001/2000
24. 4. Management
13. 5. Pravidlá komunikácie
17. 6. Toyota Production System

Semináre sú určené najmä:

riadiťom organizácií, vrcholovým manažérom, manažérom kvality, vedúcim projektov, majstrom, strednému manažmentu

Cieľom seminárov je:

zvýšiť efektívnosť riadenia firiem a rozvoj odborných a osobných zručností zamestnancov

Semináre:

sú vedené formou workshopu, riešia sa rôzne prípadové štúdie, cvičenia a prezentujú sa skúsenosti a príklady z praxe.

Minimálny počet účastníkov je 5, maximálny 15. Účastníci obdržia osvedčenie o absolvovaní seminára, pričom je možné absolvovať všetky, alebo len vybrané semináre cyklu.

MANAGEMENT AND EMPLOYEES COMPETENCES TRAINING

Lektorka: PhDr. Viera Trnková, samostatný konzultant - špecialista v odbore

Cyklus jednodňových tréningových aktivít:

23. 1. Úspech prichádza cez sekretariát
17. 2. Riadenie bezkonfliktných vzťahov na pracovisku
10. 3. Koučing
7. 4. Minimum pre personálnych managerov
12. 5. / 23. 6. Základy jednania s klientom, zákazníkom
20. 5. Motivácia a výkonnosť
 2. 6. Prezentáčne zručnosti

Semináre sú určené:

pre tých pracovníkov firiem, ktorí zastávajú funkciu, ktorej sa téma týka – od asistentiek až po vrcholových manažérov.

Cieľom seminárov je:

Zvýšiť rozvoj osobných kompetencií vykonávať odbornú pozíciu.

Forma seminárov:

Tréning. Formou najefektívnejšej vzdelávacej aktivity pre dospelých v oblasti soft zručnosti, pričom témy sú progresívne spracované.

Minimálny počet účastníkov je 6, maximálny 15.

www.basopk.sk

nadštandardných kancelárskych priestorov s výmerou 530 m²

Prenájom

Samostatný kancelársky celok v novopostavenom objekte so samostatným vchodom, na 1.poschodí budovy

Optocon Technologies, s.r.o.
Strojnícka 29, 821 05 Bratislava

www.optocon.sk, Tel.: +421 2 4820 5231, optocon@optocon.sk



Pozostáva zo 7 kancelárií

(92,4 m², 92,4 m², 85,2 m², 33,3 m², 33,3 m², 32,6 m², 21,9 m²) + príslušenstvo - chodba, 2x WC a 2x kuchynka.

Možnosť rozdelenia priestoru:

na dva samostatné celky 233 m² a 306 m² s 3 alebo 4 kancelárskymi s vlastným WC a kuchynkou.

Vybavenie:

klimatizácia, štruktúrovaná kabeláž, serverovňa, na chodbách a sociálnom zázemí dlažba, podhlády sádrokartónové so stropným osvetlením.

Budova má 24 hodinovú strážnu službu. Parkovanie na parkovisku v areáli. Dobré dopravné spojenie, vjazd na diaľnicu.

Cena nájmu dohodou:

135,- EUR/m²/rok + E a služby + DPH.
(11, 25 EUR/m²/mes.)

PRÁVNÁ PORADŇA

Nakoľko naša firma výrazne pociťuje finančnú krízu, musíme dať výpoveď väčšiemu počtu zamestnancov, môže sa jednať aj o 20-30 zamestnancov. Keď kríza pomíne, budem potrebovať opäť ich miesta obsadiť, nebude to problém?

Momentálna finančná kríza má žiaľ za následok aj prepúšťanie zamestnancov. Vo vašom prípade prichádza do úvahy výpoveď daná zamestnávateľom. Jedná sa o jednostranný právny úkon. Aby bola výpoveď platná, musí mať písomnú formu, musí byť doručená a mať presne určený dôvod výpovede. Dôvody výpovede sú stanovené v § 63 Zákonníka práce / ďalej len ZP /, pričom v dôsledku finančnej krízy sa najčastejšie používa ako dôvod nadbytočnosť a organizačné zmeny zamestnávateľa. Ak však zamestnávateľ dá zamestnancovi výpoveď z dôvodu nadbytočnosti, nesmie počas troch mesiacov znovu utvoriť zrušené pracovné miesto a prijať na toto miesto iného zamestnanca.

Ak zamestnávateľ rozviaže pracovný pomer výpoveďou v priebehu 90 dní s najmenej 20 zamestnancami, ide o hromadné prepúšťanie / § 73 ZP /. Avšak v takomto prípade zamestnávateľ musí dodržať zákonom stanovený postup najmä preventívnej a informačnej povinnosti voči zamestnancom, zástupcom zamestnancov a Úradu práce, sociálnych vecí a rodiny.

Nezanedbateľné je aj to, že zamestnanec, s ktorým zamestnávateľ z vyššie uvedených dôvodov a uvedeným spôsobom rozviazal pracovný pomer, má nárok na odstupné v sume najmenej dvojnásobku jeho priemerného mesačného zárobku, ak by pracovný pomer trval u zamestnávateľa najmenej päť rokov, patrí mu odstupné v sume najmenej trojnásobku jeho priemerného mesačného zárobku.

Sme výrobnou-obchodnou firmou a máme niekoľko sporov so svojimi dodávateľmi a odberateľmi. Jedná sa prevažne o odlišné vysvetlenie zmluvných podmienok a oprávnenosť zmluvnej pokuty. Súdny spor je veľmi dlhodobá záležitosť, ale počuli sme o alternatívnom riešení sporov prostredníctvom mediátora. Viete mi prosím vysvetliť ako rieši spor mediátor, či je výsledok činnosti mediátora podkladom pre exekútora a aké sú náklady na mediátora? Odporúčate riešiť spor prostredníctvom mediátora?

Mediáciu ako takú upravuje zákon č. 420/2004 Z.z.

Mediáciou je možné riešiť spory, ktoré vznikajú z obchodných záväzkových vzťahov, pracovnoprávných vzťahov, ale aj občianskoprávných vzťahov a rodinnoprávných vzťahov.

Mediátor ako nezainterosovaná, čiže nestranná tretia strana pomáha stranám sporu nájsť prijateľné riešenie.

Mediácia sa používa v prípadoch, keď obe strany už sú v konflikte a nevedia svoj spor riešiť. Pri mediácii však samé strany za pomoci mediátora aktívne hľadajú spôsob urovnania sporu, nečakajú pasívne na rozhodnutie tretej strany a mediátor nehľadá na koho strane je právo (ako pri súdnom spore), ale hľadá vzájomne akceptovateľnú dohodu.

Výsledkom úspešného mediáčného konania je vzájomná dohoda strán, ktorá musí mať písomnú formu. Na základe takejto dohody, môže z dohody oprávnený podať návrh na súdny výkon rozhodnutia alebo návrh na vykonanie exekúcie, ak je táto dohoda spĺňa podmienky ustanovené v osobitných predpisoch, čiže je spísaná vo forme notárskej zápisnice alebo schválená ako zmier pred súdom, príp. rozhodcovským orgánom.

Cena mediácie sa líši podľa oblasti, v ktorej prebieha spor (komerčná, nekomerčná alebo štátna sféra) a tiež podľa hodnoty spornej veci. Orientačne sa však ceny pohybujú od 133 EUR (4000 Sk) za hodinu pri sporoch malej hodnoty (do 3320 EUR/100 tisíc Sk) až po 1% z hodnoty sporu nad 6638 EUR (2 milióny Sk).

Mediáciu samozrejme odporúčam, je to časovo a aj finančne menej náročné riešenie sporu. Treba si však uvedomiť, že sa jedná o dôvernú, dobrovoľnú a neformálnu, spôsob riešenia, čiže súhlasí s mediáciou musia obe strany konfliktu.

Daniela Bestrová

PODNIKATELSKÝ SERVIS – JANUÁR 2009

19. január 2009 Procesné riadenie

Lektor: RNDr. Marta Krajčiová, samostatný konzultant, špecialista v odbore

20. január 2009 Biznis protokol

Lektor: PhDr. Ľubica Mižičková, špecialista v odbore

22. január 2009 REACH – oddialená predregistrácia, chemické látky vo výrobkoch

Lektor: Dr. Alena Pilváňová, Dr. Martina Kubáňová, špecialisti v odbore

23. január 2009 Úspech prichádza cez sekretariát

Lektor: PhDr. Viera Trnková, špecialista v odbore

**6. február 2009 Mzdová učťareň: - Legislatívne zmeny k 1.1.2009
- Prechod na euro
- Ročné zúčtovanie dane za rok 2008**

Lektor: RNDr. Jozef Mihál, špecialista v odbore

17. február 2009 Riadenie bezkonfliktných vzťahov na pracovisku

Lektor: PhDr. Viera Trnková, špecialista v odbore

19. február 2009 Výkonnosť organizácie

Lektor: RNDr. Marta Krajčiová, samostatný konzultant, špecialista v odbore

Zahraničné aktivity**22. január 2009 Konzultačný deň Belgicko****16. február 2009 Konzultačný deň Bulharsko****10.-14.3.2009 - MOTORTEC, Medzinárodný veľtrh zariadení, komponentov a subdodávok pre automobilový priemysel, Madrid (oficiálna expozícia SR pod záštitou Ministerstva hospodárstva SR)****24. marec 2009 Konzultačný deň Francúzsko****Iné aktuálne ponuky**

Projkt RATING - nezávislé hodnotenie ekonomického zdravia firmy

Vystavovanie ATA karnetov - unifikovaný colný dokument pre tranzit a dočasný dovoz tovarov do tretích krajín bez cla

Osvedčovanie o pôvode tovaru - služby pre zjednodušenie zahraničného obchodu

Bližšie informácie : www.basopk.sk, tel. 02/48291257, sopkrkbl@sopk.sk

PERLIČKA

EÚ určilo „úmrtie“

K 1. septembru 2012 bude kompletne zakázaný predaj klasických elektrických žiaroviek s výkonom od 25 do 100 wattov. Dôvod? Príliš veľká spotreba elektriny.

V celej EÚ ich nahradia žiarovky nových pokolení s nízkymi príkonmi, vrátane halogénových a fluorescenčných.

Vytlačenie klasických žiaroviek z trhu únie bude prebiehať postupne. Už od tohtoročného 1. septembra bude zakázaný predaj 100 W žiaroviek a presne o ďalší rok to postihne 75 wattové žiarovky. V septembri 2011 skončia 60 wattové a v roku 2012 aj 40 a 25 wattové žiarovky. Zavedením tohto opatrenia sa EÚ zbaví klasických žiarivkových žiaroviek najneskoršie k roku 2015 keďže ich životnosť je len zriedkakedy vyššia ako 2 – 3 roky.

KALENDÁRIUM PODNIKATEĽA

ČO? KEDY? KOMU?

Do 26. 1. 2009 (pondelok) namiesto 25. 1. 2009 (nedeľa)

- povinnosť podať daňové priznanie k DPH za december 2008 pre platiteľov s mesačným zdaňovacím obdobím (aj negatívne priznanie) a splatnosť vlastnej daňovej povinnosti
- povinnosť podať daňové priznanie k DPH za IV. štvrťrok 2008 pre platiteľov so štvrťročným zdaňovacím obdobím (aj negatívne priznanie) a splatnosť vlastnej daňovej povinnosti
- povinnosť podať daňové priznanie k DPH za december 2008 pre osoby, ktoré nie sú platiteľmi dane, ale vznikla im povinnosť platiť daň, a zaplatiť daň za december 2008
- povinnosť podať súhrnný výkaz za IV. štvrťrok 2008 pre platiteľa dane, ktorý dodal tovar oslobodený od dane z tuzemska do iného členského štátu osobe, ktorá je identifikovaná pre daň v inom členskom štáte, alebo premiestnil tovar do iného členského štátu na účely svojho podnikania. Povinnosť podať súhrnný výkaz má aj platiteľ DPH, ktorý je prvým odberateľom pri trojstrannom obchode podľa § 45 zákona č. 222/2004 Z. z., ak sa v IV. štvrťroku 2008 zúčastnil na trojstrannom obchode
- povinnosť podať daňové priznanie k spotrebným daniam z minerálneho oleja, tabakových výrobkov, piva, vína, liehu pre prevádzkovateľa daňového skladu a oprávneného príjemcu za december 2008 a splatnosť daní
- povinnosť podať daňové priznanie k spotrebnej dani z liehu pre prevádzkovateľa liehovarnického závodu na pestovateľské pálenie ovocia za december 2008 a splatnosť dane
- oznamovacia povinnosť pre držiteľa povolenia na predaj spotrebiteľského balenia liehu v daňovom voľnom obehú za december 2008
- povinnosť podať daňové priznanie k spotrebnej dani z elektriny, uhlia a zemného plynu pre daňového dlžníka za december 2008 a splatnosť daní

Do 30. 1. 2009 (piatok)

- oznámiť správcovi dane o platbách fyzickým osobám, z ktorých sa nezrážala daň, ak platba jednotlivých fyzickej osobe za kalendárny rok 2008 presiahla sumu 3 319,39 eur [100 000 Sk]

Do 2. 2. 2009 (pondelok) namiesto 31. 1. 2009 (sobota)

- splatnosť preddavku dane z príjmov fyzických osôb za január 2009 (mesačný preddavok vo výške 1/12 z poslednej známej daňovej povinnosti, ak tá presiahla 16 596,96 eur [500 000 Sk])
- splatnosť preddavku dane z príjmov právnických osôb za január 2009 (mesačný preddavok vo výške 1/12 dane za predchádzajúce zdaňovacie obdobie, ak tá presiahla 16 596,96 eur [500 000 Sk])
- predložiť prehľad o zrazených a odvedených preddavkoch na daň a dani vyberanej podľa § 43 - daň vyberaná zrážkou z príjmov zo závislej činnosti, ktoré platiteľ dane zamestnancom vyplatil, a o daňovom bonuse za IV. štvrťrok 2008
- podať daňové priznanie k dani z nehnuteľností na rok 2009 ak vznikla daňová povinnosť podľa stavu k 1. januáru 2009, alebo ak nastali zmeny skutočností rozhodujúcich na vyrubenie dane
- splatnosť preddavku na daň z motorových vozidiel za január 2009 (mesačný preddavok vo výške 1/12 predpokladanej ročnej dane, ak tá u jedného správcu dane presiahne 8 292 eur [249 805 Sk])
- podať daňové priznanie na daň z motorových vozidiel za rok 2008 a zaplatiť daň alebo doplatiť daň, ak daň vypočítaná v daňovom priznaní je vyššia ako zaplatené preddavky na daň
- zúčtovať prostriedky sociálneho fondu za rok 2008

Do 6. 2. 2009 (piatok) namiesto 8. 2. 2009 (nedeľa)

- odvod preddavku na poistné na verejné zdravotné poistenie za samostatne zárobkovo činnú osobu za január 2009
- odvod poistného na nemocenské poistenie, dôchodkové poistenie, poistenie v nezamestnanosti (dobrovoľné), poistného do rezervného fondu solidarity a príspevkov na starobné dôchodkové sporenie za samostatne zárobkovo činnú osobu za január 2009

Do výplatného termínu

- odvod preddavku na poistné na verejné zdravotné poistenie plateného zamestnancom a zamestnávateľom za január 2009
- odvod poistného na nemocenské poistenie, dôchodkové poistenie, poistenie v nezamestnanosti, úrazové poistenie, garančné poistenie, poistného do rezervného fondu solidarity a príspevkov na starobné dôchodkové sporenie, ktoré odvádza zamestnávateľ za január 2009

Do 5 dní po dni výplaty

- odvod preddavkov na daň z príjmov fyzických osôb zo závislej činnosti za január 2009
- prevod finančných prostriedkov do sociálneho fondu za február 2009

Do 3 dní po dni vzniku daňovej povinnosti

- podať daňové priznanie k spotrebným daniam z minerálneho oleja, tabakových výrobkov, piva, vína, liehu (nevzťahuje sa na prevádzkovateľa daňového skladu a oprávneného príjemcu) a splatnosť spotrebných daní

Do 16. 2. 2009 (pondelok) namiesto 15. 2. 2009 (nedeľa)

- odvod dane z príjmov fyzických osôb a právnických osôb vyberanej zrážkou za január 2009. Zároveň zaslať oznámenie o tejto skutočnosti príslušnému správcovi dane
- odvod sumy na zabezpečenie dane z príjmov fyzických osôb a právnických osôb platiteľom príjmu za január 2009. Zároveň túto skutočnosť oznámiť príslušnému správcovi dane

Do 20. 2. 2009 (piatok)

- registračná povinnosť pre daň z pridanej hodnoty (DPH) pre zdaniteľnú osobu, ktorá dosiahla za najviac 12 predchádzajúcich po sebe nasledujúcich kalendárnych mesiacov obrat 35 000 eur [1 054 410 Sk] 1/
- registračná povinnosť pre DPH pre zdaniteľné osoby, ktoré spoločne podnikajú na základe zmluvy o združení, ak za najviac 12 predchádzajúcich po sebe nasledujúcich kalendárnych mesiacov dosiahnu celkový obrat 35 000 eur [1 054 410 Sk] 1/. Do celkového obratu sa započítavajú obraty jednotlivých osôb a obrat z ich spoločného podnikania

Do 25. 2. 2009 (streda)

- povinnosť podať daňové priznanie k DPH za január 2009 pre platiteľov s mesačným zdaňovacím obdobím (aj negatívne priznanie) a splatnosť vlastnej daňovej povinnosti
- povinnosť podať daňové priznanie k DPH za január 2009 pre osoby, ktoré nie sú platiteľmi dane, ale vznikla im povinnosť platiť daň (prípady uvedené v § 69 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov), a zaplatiť daň za január 2009
- povinnosť podať daňové priznanie k spotrebným daniam z minerálneho oleja, tabakových výrobkov, piva, vína, liehu pre prevádzkovateľa daňového skladu a oprávneného príjemcu za január 2009 a splatnosť daní
- povinnosť podať daňové priznanie k spotrebnej dani z liehu pre prevádzkovateľa liehovarnického závodu na pestovateľské pálenie ovocia za január 2009 a splatnosť dane
- oznamovacia povinnosť pre držiteľa povolenia na predaj spotrebiteľského balenia liehu v daňovom voľnom obehú za január 2009
- povinnosť podať daňové priznanie k spotrebnej dani z elektriny, uhlia a zemného plynu pre daňového dlžníka za január 2009 a splatnosť daní

Do 2. 3. 2009 (pondelok) namiesto 28. 2. 2009 (sobota)

- splatnosť preddavku dane z príjmov fyzických osôb za február 2009 (mesačný preddavok vo výške 1/12 z poslednej známej daňovej povinnosti, ak tá presiahla 16 596,96 eur [500 000 Sk])
- splatnosť preddavku dane z príjmov právnických osôb za február 2009 (mesačný preddavok vo výške 1/12 dane za predchádzajúce zdaňovacie obdobie, ak tá presiahla 16 596,96 eur [500 000 Sk])
- splatnosť preddavku na daň z motorových vozidiel za február 2009 (mesačný preddavok vo výške 1/12 predpokladanej ročnej dane, ak tá u jedného správcu dane presiahne 8 292 eur [249 805 Sk])

Poznámka:

1/ V zákone o dani z pridanej hodnoty je od 1. januára 2009 stanovený obrat pre registráciu zdaniteľných osôb podľa článku 287 smernice Rady 2006/112/ES o spoločnom systéme dane z pridanej hodnoty vo výške 35 000 eur [1 054 410 Sk]. Zdaniteľná osoba, ktorá do konca decembra 2008 dosiahla obrat pre registráciu za platiteľa dane z pridanej hodnoty 49 790,88 eur [1,5 mil. Sk], bola povinná podať žiadosť o registráciu pre daň do 20. januára 2009. Zdaniteľná osoba, ktorá má obraty pred 1. januárom 2009 a nedosiahla do konca decembra 2008 obrat 49 790,88 eur [1,5 mil. Sk], na posúdenie vzniku registračnej povinnosti podľa obratu dosiahnutého k 31. januáru 2009 alebo aj neskôr, započíta do obratu 35 000 eur [1 054 410 Sk] aj obrat dosiahnutý v kalendárnych mesiacoch roku 2008, pričom tento obrat v slovenských korunách prepočíta na menu euro konverzným kurzom.



SPÁJAME ĽUDÍ S AUTAMI



Chcete auto. Môžete ho mať. A nielen to. K našim maximálne dostupným značkovým finančným produktom prirátajte nadštandardnú starostlivosť a mimoriadne výhodné poistenie, ktoré ošetrí každý problém súvisiaci s prevádzkou auta. To nie je všetko. Máme pre vás aj unikátny bezplatný právny servis VWFS asistent a ďalšie služby, ktoré robia maximum pre vašu pohodlnú a bezpečnú jazdu v aute, ktoré ste si vybrali. Navštívte najbližšieho predajcu Škoda, SEAT, Volkswagen alebo Audi a zoznámte sa so svojím novým autom.

www.vwfs.sk



VOLKSWAGEN FINANČNÉ SLUŽBY

pre automobily Škoda, Seat, Volkswagen a Audi