

Rozvojové

www.rprg.cz



PROJEKTY

Praha



Pražská čokoláda:

Příběh sladkého podnikání

Program START:

Rozhodnout se sám za sebe

Brownfieldy:

Jizvy na tváři města



Obsah

Slovo na úvod

Jitka Kárníková,
generální ředitelka společnosti Rozvojové projekty Praha, a.s. 1

Hlavní téma

Pražská čokoláda
Rozhovor s majiteli mladé firmy nejen o sladkostech 2

Rozhovor

Program START – nejdůležitější je rozhodnout se sám za sebe 5

Příručka

Začínáte? Příručka pražského podnikatele
– Vystavování dokladů a jejich náležitosti 7

Reality

Brownfieldy – jizvy na tváři města 10

Aktuality z městských částí

Obyvatelé Prahy 8 mohou hlasovat o nejlepší podnikatele 11

Aktuality z městských částí

Nová tvář Ortenova náměstí již brzy udělá radost obyvatelům Prahy 7 12

Rozhovor

Markéta Hinková: Úspěšná žena pomáhá ženám 14

Vydavatel:



Partner:



Rozvojové projekty Praha, a.s.
čtvrtletník – 4/2013

Vydavatel
Rozvojové projekty Praha, a.s.

Se sídlem
Opletalova 929/22, 110 00 Praha 1

Tel
+420 606 761 106

E-mail
info@rprg.cz

Web
www.rprg.cz

Evidenční číslo periodického tisku
MK ČR E 21037

Kontaktní adresa vydavatele:

Rozvojové projekty Praha, a.s.
Opletalova 929/22
110 00 Praha 1

Za obsah inzerce zodpovídá v plném rozsahu pouze její zadavatel, včetně zveřejněných kontaktů.

Vážení a milí čtenáři,

podzim obléká přírodu do pestrých barev a stejně tak i my vám přinášíme na stránkách dalšího vydání našeho časopisu pestré čtení.

V letních měsících procházel svou nejdůležitější fází pilotní ročník projektu Inovační vouchery v Praze. O zájmu o tento projekt, který překonal všechna naše očekávání, jsme vás již informovali. Slavnostní losování se uskutečnilo 14. srpna 2013 v krásných art deco prostorách Rezidence primátora za účasti primátora Tomáše Hudečka, finančního garanta projektu, a radní pro informatiku a evropské fondy Evy Vorlíčkové, zástupců vědecko-výzkumných pracovišť, reprezentantů firem, které o inovační vouchery žádaly, a nechyběla ani média. 10 milionů, jež pro tuto příležitost vyčlenilo ze svého rozpočtu hlavní město, si rozdělí 58 pražských podnikatelských subjektů. Každý z nich tak získal částku do maxima 200 tisíc korun na svoji inovaci. Vylosováno bylo také 15 náhradníků pro případ, že by některý z podnikatelů svůj záměr neuskutečnil. Dnes již víme, že až 72 % podnikatelů by bez podpory inovačního vouchery svou spolupráci s vědou a výzkumem nerealizovalo. Blahopřeji vylosovaným a chtěla bych poděkovat všem zúčastněným na straně poskytovatelů znalostí i na straně žadatelů za to, že s námi do projektu šli již v jeho pilotním ročníku a pomohli nám tak dokázat, že inovační vouchery jsou pro Prahu a její podnikatele zajímavé a mají zde svou budoucnost. Máte rádi čokoládu? Co takhle čokoládu kvalitní a v krásných originálních obalech? Jedním z malých a středních podniků, kteří žádaly o inovační voucher, byly vylosovány a již svou spolupráci s vědou a výzkumem realizují, je Pražská čokoláda s.r.o. Na následujících stránkách přinášíme rozhovor o začátcích, nápadech, produktech a plánech této firmy se zakladatelkou Silvií Steinerovou a jejím obchodním i životním partnerem Petrem Kovaříkem.

Jindřich Kriegel je člověkem neuvěřitelně překypujícím energií. Můžeme ho představit jako podnikatele v autoopravárenství, principála divadla, moderátora a herce. Mimo to se zabývá výukou prezentačních a rétorických dovedností. Článek o jeho multifunkčnosti, spolupráci na projektu START a o tom, kde bere tolik energie, vás jistě zaujme.

Praktickou příručku potěšíme všechny podnikatele, kteří si potřebují ujasnit náležitosti v souvislosti s daňovými doklady. Ani tentokrát nebudou chybět aktuality z městských částí, a tak se dozvíme o zajímavé rekonstrukci jednoho náměstí v Praze 7 a také motivační soutěži pro podnikatele v Praze 8. Brownfields – Ministerstvo pro místní rozvoj používá pro tento výraz termín deprivující zóna a Ministerstvo životního prostředí termínu narušené pozemky. V realitním okénku se dozvíme, co si tedy pod všemi těmito termíny máme představit.



V čem jsou čeští podnikatelé specifičtí, jak přistupují k sebevzdělávání a kde jsou jejich rezervy? Na tyto a další otázky odpovídala v rozhovoru žena a podnikatelka, která dosáhla na poli koučingu a konzultingu velkých zkušeností, PhDr. Markéta Hinková.

Věřím, že si zajímavým čtením následujících stránek zpestříte prodlužující se večery. Přeji vám a vašim rodinám příjemné a klidné prožití adventního času, vánočních svátků a těším se na shledanou na stránkách našeho časopisu v novém roce 2014.

Ing. Jitka Kárníková

generální ředitelka a předsedkyně představenstva
Rozvojové projekty Praha, a.s.



 ROZVOJOVÉ
PROJEKTY
PRAHA 



Pražská čokoláda

S polovinou duha Steiner & Kovarik jsem se poprvé setkala v Rezidenci primátora u příležitosti vyhodnocení pilotního ročníku Inovační vouchery v Praze. Usměvavý sympaták, který s velkým nadšením hovoří o čokoládě, je asi snem mnoha žen. Na dnešní setkání dorazil Petr Kovařík v doprovodu životní i obchodní partnerky a zakladatelky firmy Silvie Steinerové a také jejich malé dcerky Sofie.

Silvie, vdechla jste život dávno zapomenuté značce, jak je to dlouho?

Silvie: První výrobek spatřil světlo světa v roce 2005, ale výroba se rozjela až o rok později. Říkala jsem si, že by bylo hezké spojit staré



Silvie Steinerová a Petr Kovařík – sladké spojení

foto: vkv

tradiční jméno s novými českými a kvalitními výrobky.

Byly začátky těžké?

Silvie: Určitě snadné nebyly, ale mě to bavilo. Všechny obaly mají

můj design, to mě baví nejvíce. Výrobky jsem vymýšlela a grafik je zpracovával vždy dle mého přesného zadání. Ale musela jsem být vším. Ředitelem, vývojářem produktů, obchodníkem, nákupčím, distributorem a prostě se hodně otáčet. Na odbyt jsem si nemohla stěžovat a další nápady stále přicházely. Nabídka se rozrůstala a s ní i firma.

Nedá mi nezeptat se, jak jste se poznali?

Petr: Tak to jsem jel s Jirkou Polanským, kamarádem, volejbalovým trenérem a i naším současným partnerem ve společnosti, na beach volejbalové soustředění do Itálie. Tam jsem Silvii uviděl a věděl jsem, že



foto: vkv

je to ONA. Tak jsem se prostě zasněžil. Musel jsem, protože ona nechtěla a dávala mi najevo, že pro ni nejsem zajímavý. Ale já to bral jako hotovou věc a prostě jsem věděl, že pro ni musím být zajímavý.

Silvie (smích): On to viděl správně. Je pro mě zajímavý.

Petr: Silvie vedla firmu sama a velmi úspěšně šest let, ale bylo již znát, že je na ni samotnou moc. Na vše prostě jeden člověk nestačí. Chvilí jsem ještě pracoval ve svém původním zaměstnání, ale pak jsem se rozhodl pracovat se Silvou. Od roku 2011 jsme i obchodní partneři.

Jak jste si práci rozdělili, kolik lidí celkem ve vaší firmě pracuje a kde máte sídlo?

Petr: Firmu řídím já a jsem také částečně obchodníkem. A kolik nás je celkem? No, jsme to my dva, Jiří Polanský, náš společník a životní partner sestry Silvie, výroba, kterou máme u Prostějova, a má sestra, která nám při studiu organizuje ochutnávky, kolega a kolegyně na nákup polotovarů, sklad a distribuci a pár dalších pomocníků. Celkem asi 10 lidí.

Silvie: A teď, když už je nás ve firmě více, můžu si dovolit ten luxus a soustředit se jen na své nápady a návrhy, vývoj produktů a věnovat se designu.

Petr: Všichni pracujeme z domova přes společný server. Pokud je třeba se sejít, sejdem se u nás doma.

Který z vašich produktů je na trhu nejdéle a který je nejoblíbenější?

Petr: Našimi nejstaršími produkty jsou výrobky z řady Nachfolger. To jsou všechny výrobky s designem malovaných pražských památek v krabičkách dřevěných, plechových a speciální plastové kapse. Jedná se o čokoládové miniaturní mléčné i hořké. Speciální plastová kapsa je mimochodem nápadem a dílem Silvie. A nejoblíbenější jsou určitě a máme k nim i osobnější vztah, výrobky značky

Steiner & Kovarik. Také zřejmě proto, že se vyznačují větší variabilitou produktu uvnitř, a to nejen co se designu týče. Jsou v ní například mandle ve skořici, ale i v chilli, kaku, se zázvorem. Dále čokoládové tabulky s různou příměsí. Třeba pravé vanilky, což na českém trhu od českého výrobce téměř neseženete. Většinou to výrobci řeší náhražkovým vanilinem. Také se švestkami nebo brusinkami. Všeobecně jsou trhákem mandle v čokoládě a ve skořici. Kvalitu opravdu pečlivě hlídáme. U mandlí ve skořici je například hodně důležitá, jaká je to skořice.

Kde všude lze vaše výrobky zakoupit a za jaké ceny?

Petr: Je to v Duty Free shopech na letišti, Sky shopech, hotelových recepcích a pokojových minibarech, značku Nachfolger můžete najít i v několika běžných obchodech, značka Steiner & Kovarik je luxusní a pečlivě hlídáme, kde bude prezentována. U všech výrobků máme doporučené ceny a to takové, za které jsou výrobky dobře prodejné domácím i zahraničním zákazníkům. V obchodních řetězcích naši produkci nenajdete, výjimkou je jen Tesco My na Národní, kde jsou ale produkty umístěny v horní, speciální části jako luxusní produkt. Ceny mají partneři většinou vyšší než doporučené.

Kolik produktů máte ve své nabídce?

Petr: V současné době je to asi 55 produktů. Například jen pralinek máme 11 druhů.

A všechny sladké?

Ano, sladké. I když na přání jednoho našeho velkého hotelového partnera jsme udělali i oříšky. Tak máme tři druhy. Slanou směs, sladkou směs a kešu. Samozřejmě v plánech máme i další produkty a nejen k jídlu.

Jaké jsou tedy vaše další plány?

Petr: Tak nápadů je hodně, ale musíme je podřízovat finančním možnostem, takže jsou v zásobě. Ale velkým snem a přáním je mít v centru Prahy showroom s

designovými výrobky, samozřejmě našimi. Dva tři stolečky na sezení, pravou horkou čokoládu, dobrou kávu, čaj, fresh džusy a tak. V budoucnosti nevyklučujeme, že vznikne centrální sídlo firmy, kde budou sklady obalů, polotovarů i konečných výrobků, ale nyní se soustředíme spíše na rozšiřování portfolia.

Jak dlouho trvá, než se dostane nový produkt od nápadu k zákazníkovi, a co to obnáší?

Silvie: Ano, tak nejdříve musí přijít právě ten nápad. Pak vytvářím design a chuť. Máme nadstandardně kvalitní obsahy produktů, odlišujeme se designem a většina našich klientů jsou turisté a kupují naše produkty jako dárky. Proto na designu opravdu hodně záleží. Úplně nejlepší je, když přijde takový ten nápad, kdy před sebou podobu hned vidím. Já většinou funguji takto. Horší je, když sice nápad je, ale má nejasné kontury a musím se s ním více lopotit. Také záleží na tom, z jakého materiálu bude obal, zda se vyrábí v České republice, nebo ho musíme dovézt. Může jít o složitější výrobek, kde bude náročnější technologie. Celý proces může trvat dlouhé měsíce i roky. Například na novém produktu, který se bude jmenovat Karlovy koule, pracuji již půl roku a světlo světa spatří asi tak koncem roku příštího. Produkt má složitou recepturu a bude typicky český a bude mít specifickou chuť. Nejméně jsou ale potřeba alespoň 4 měsíce na celý proces, když to jde hodně rychle.

A s kým produkt vyvíjíte?

Silvie: Vyvíjíme ho s Vysokou školou chemicko-technologickou. Tam spolupracujeme s velmi sympatickou paní profesorkou Čopíkovou.

Petr: Paní profesorka je skvělá, už 20 let přednáší o čokoládě. Možnost využití inovačního vouchery z projektu hlavního města nám v tomto případě dost pomůže. Jinak bychom museli vývoj vzhledem k aktuálním možnostem našeho cash flow asi tak ještě o rok posunout. To je vždy rozhodující. Teď například máme další úžasný



nápad, který jsme chtěli zvládnout realizovat do Vánoc, ale budeme muset počkat.

Vaše výrobky jsou vysoce kvalitní, uvažujete i o rozšíření nabídky i o produkty pro děti?

Silvie: To ano, ale je to spíš otázka delšího časového horizontu. Já mám s tímto trošku problém. Tlaky na děti, které pak tlačí naopak na maminky, aby jim koupily něco, co pro ně není vlastně ani dobré. Ráda bych se v této oblasti v budoucnu držela spíše francouzského nugátu, který je slazený pouze medem, a použit ho v různých formách. Když už, tak bych chtěla vytvořit něco jako zdravý bonbon. Prostě něco, co lze dítěti s klidem dát, když má chuť na sladké. Teď se také těším na plánovaný obchod a tam se designově vyřádím.

Probrali jsme vaše výrobky, plány a co nějaká úplně čerstvá novinka z vaší produkce?

Silvie: Tak tou je kolekce Lady Praha. Vznikla tradičně tak, že jsem dostala nápad. A to, že dám Praze podobu ženy. Oslovila jsem dva umělce, zda by pro nás nechtěli tento nápad ztvárnit. Tak například šátek (na obrázku) pro nás namaloval Aleš Motýl, český malíř, a mně se to moc líbí. Určitě bychom v kolekci chtěli pokračovat. Již tedy pomaleji, ale pokračovat. Celou značku Steiner & Kovarik jsem navrhovala

i graficky zpracovala úplně sama. Kolekci Lady Praha dle mého námětu zpracovali jiní. Teď máme díky kolekci dvoje nové designové ručně vyráběné a vysoce kvalitní pralinky s pravou vanilkou v čokoládě a dva šátky. Vůbec bych chtěla portfolio rozšířit o další designové výrobky, a nejen čokoládové. Doba se mění a lidé již kladou větší důraz na kvalitu. A to je dobře.

(ph)



Program **START** – nejdůležitější je rozhodnout se sám za sebe

Od začátku září nabízí naše Kontaktní centrum pro podnikatele také semináře pro studenty. Pro lidi, kteří se na svou životní dráhu teprve připravují. Skvělým průvodcem na této cestě sebepoznávání jim je herec, moderátor a úspěšný podnikatel Jindra Kriegel. Zajímalo nás, proč takto vytížený člověk věnuje svůj čas i práci s mládeží.



Mladí lidé si seminář velmi užívají...

Pane Kriegel, Vy jste herec, moderátor, principál divadla a mnohé další, co Vás vedlo k tomu, abyste vedl motivační kurzy pro studenty?

Jak člověk stárne – to je nelichotivé, tedy moudří, začíná hledat odpovědi na existenční otázky, hledá smysl života, smysl své práce, smysl peněz. Začal jsem tedy navštěvovat sám různé semináře, kurzy, školení a hledal něco, co by mi ukázalo cestu. A najednou jsem stál na rozcestí. Život nabízí tolik možností, tolik cest, tolik způsobů, jak jít životem a bavit se. Tak jsem si vybral. Zvolil jsem cestu bojovníka. Ovšem bojovníka, jehož bitevním polem je vlastní srdce a rozum. Bojovníka, který

přijímá odpovědnost za svůj život. Prostě, chci být dobrý chlap. A ukazovat cestu příkladem je to nejopravdovější.

Co Vám to osobně přináší?

Obrovskou radost. Ti mladí jsou úplně někde jinde, než jsme byli my. Mají nekonečné možnosti v porovnání s možnostmi před rokem 1989. V čem jsou stejní, je určitý zmatek nejen v duši. A naše semináře jim pomáhají se zorientovat, uvědomit si sami sebe, a hlavně si uvědomit, že mají právo na štěstí. Na druhé straně mi neskutečně pomáhají si uvědomovat další souvislosti života a jejich spokojenost mě utvrzuje



... a dávají větší pozor než ve škole.



foto: vkv

Oblíbený lektor Jindra Kriegel v sobě herce nezapře.

v pocitu, že cesta, kterou jsem si vybral, je správná.

Myslíte, že jsou tyto motivační kurzy pro mládež v dnešní době důležitější, než tomu bylo dříve?

Víc, než kdy dříve. Dnešní doba na nikoho nečeká, ob stojí jen silný, sebevědomý jedinec, který se postará sám o sebe. S absolventy seminářů se pokaždé shodneme, že chceme od dnešní doby možnosti a že nestojíme o jistoty. Protože, kde je jistota, končí vývoj a začíná omezenost.

V čem se podle Vás dnešní mládež liší od mládí, které jste prožíval osobně?

Jsou stále stejní, naivní, nezkušení a hodně zranitelní. Stále mají chuť změnit svět a stále se při tom chtějí bavit. Ovšem možnosti mají dnes nekonečné.

Co se pokoušíte během kurzu zprostředkovat a jak mladí lidé reagují?

Uvědomit si, že o tom, jací jsou a budou, rozhodují oni sami. Nerozhodují o tom ani jejich rodiče, ani učitelé ve škole, ani žádní politici. Jen oni sami. A dokážeme už na

prvním setkání všechno změnit, protože oni chtějí. Uvědomují si, že jejich život je jedno velké úžasné dobrodružství a že třeba i karamboly k němu patří a právě ty karamboly je dělají silnějšími. Jejich nadšení potvrzuje fakt, že po skončení semináře ještě zůstávají a chtějí další a další informace. To je pro mě úžasnou motivací.

Jsou rozdíly mezi reakcemi žáků a jejich učitelů?

Jsou. Poznáte to hned na začátku, kdy jim řekneme, že tady je to jiné, tady mluví jejich učitelé, jen když jsou tázáni. Tady mluví především studenti. Sdělujeme tuto informaci s úsměvem. A někdy to učitel, lidově řečeno, nedá. Někdy nám řeknou, že čekali, že jim rovnou řekneme, jak mají žít a co mají dělat, aby byli bohatí. A někdy nás naopak pozvou k nim do školy a chtějí pokračovací seminář.

Někdy se učitel celou dobu semináře brání a omlouvá svou výuku, protože poznal, že je všechno jinak a že jsme mu ten jeho vlastní piedestal, na který se sám postavil, trochu rozebrali. To jsou ale výjimky. I to je pro nás cenné zjištění a velká odměna. Ale aby nedošlo k mýlce, všech, opakuji, všech učitelů si velmi vážím a obdivuji je.

(vkv)

Co je program START?

Program START je projektem Kontaktního centra pro podnikatele, který byl spuštěn spolu se školním rokem 2013/2014. Studenti posledních ročníků středních odborných škol a učilišť se v rámci interaktivního semináře stávají součástí diskuze o významu řemesla a jejich možnostech po ukončení studia. Naučí se, jak žít a podnikat v dnešním světě plném nástrah a finančních závazků. Zkusí si sami sestavit finanční rozpočet. Významným faktorem pro budoucnost je i to, že být dobrým a vnímavým zaměstnancem po ukončení studia může být velkým přínosem pro jejich plánované podnikání.



Začínáte?

Příručka pražského podnikatele

– Vystavování dokladů a jejich náležitosti



Aby se pražští podnikatelé neztratili ve spleti husté džungle předpisů a zákonů, je pro ně v rámci projektu Akcelerace k dispozici Příručka pražského podnikatele. Tentokrát na tomto místě představujeme specializovanou příručku, která vás provede vystavováním dokladů a jejich náležitostmi.

O tom, co na který doklad uvést, bohužel nerozhoduje podnikatel, ale příslušný zákon. A těch je hned několik. Vyznat se v nich není jednoduché. Připravili jsme jednoduchý návod.

Účetní často řeší problém, jak vysvětlit svým klientům, drobným řemeslníkům či majitelům větších firem, jaké náležitosti musí uvádět na účetních nebo daňových dokladech, fakturách, objednávkách či obchodní korespondenci. Jednoznačně totiž odpovědět nelze. Vždy je nutné si uvědomit, k čemu takový doklad slouží a jakým zákonem se řídí. Ten nám napoví, jaké údaje je nutné na dokladu uvést.

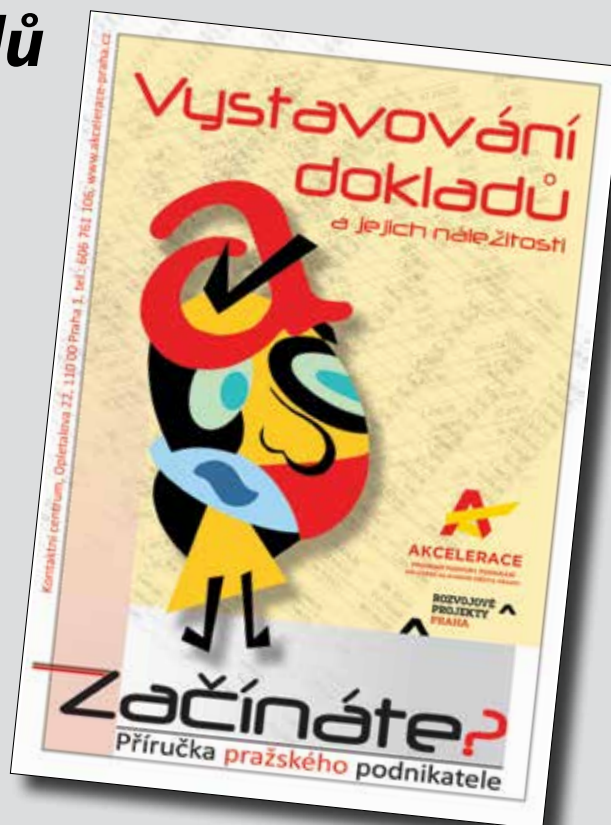
1. Náležitosti podle obchodního zákoníku

Ve speciálním § 13a uvádí náležitosti obchodních listin. Píše se zde, že každý podnikatel je povinen na všech objednávkách, obchodních dopisech, fakturách, smlouvách a v rámci informací zpřístupňovaných veřejnosti na internetových stránkách uvádět údaj:

- o své firmě, jménu nebo názvu
- o sídle nebo místu podnikání
- o identifikačním čísle osoby (IČO)

2. Náležitosti podle živnostenského zákona

V souladu s živnostenským zákonem § 31 odst. 14 je podnikatel povinen vydat na žádost zákazníka doklady o prodeji zboží a o poskytnutí služby. Na dokladu musí být uvedeno označení



podnikatele obchodní firmou, popřípadě názvem nebo jménem a příjmením, a identifikačním číslem, datum prodeje zboží nebo poskytnutí služby, druh zboží nebo služby a cena, pokud zvláštní právní předpis nestanoví jinak.

Nejčastěji se samozřejmě jedná o fakturu či paragon.

3. Náležitosti podle občanského zákoníku

Při prodeji konečnému zákazníkovi, tj. spotřebiteli se řídíme občanským zákoníkem. Ustanovení § 620 odst. 3 říká, že na žádost kupujícího je prodávající povinen poskytnout záruku písemnou formou (záruční list).

Záruční list musí obsahovat:

- jméno a příjmení
- název nebo obchodní firmu prodávajícího
- jeho identifikační číslo
- sídlo právnické osoby nebo bydliště fyzické osoby

Jestliže to umožňuje povaha věci, postačuje namísto záručního listu vydat kupujícímu doklad o zakoupení věci obsahující uvedené údaje.

4. Náležitosti podle zákona o DPH

Pokud je podnikatel plátcem daně z přidané hodnoty, musí uvádět údaje předepsané § 28, zákona o DPH. Daňovými doklady jsou zejména běžný daňový doklad, zjednodušený daňový doklad, souhrnný daňový doklad, splátkový kalendář, platební kalendář, opravný daňový doklad a doklad o použití.

Běžný daňový doklad musí obsahovat:

- obchodní firmu (Dodavatel) nebo jméno a příjmení, popřípadě název, dodatek ke jménu a příjmení nebo názvu, sídlo nebo místo podnikání plátce, který uskutečňuje plnění
- daňové identifikační číslo plátce, který uskutečňuje plnění
- obchodní firmu (Odběratel) nebo jméno a příjmení, popřípadě název, dodatek ke jménu a příjmení nebo názvu, sídlo nebo místo podnikání osoby, pro kterou se uskutečňuje plnění
- daňové identifikační číslo (DIČ), pokud je osoba, pro kterou se uskutečňuje plnění, plátcem
- evidenční číslo daňového dokladu
- doklad o použití
- rozsah a předmět plnění
- datum vystavení daňového dokladu
- datum uskutečnění plnění nebo datum přijetí úplaty, a to ten den, který nastane dříve, pokud se liší od data vystavení daňového dokladu
- jednotkovou cenu bez daně, dále slevu (pokud není obsažena v jednotkové ceně)
- základ daně (uvádí se vždy v Kč nebo také v cizí měně, pozor u plátců – daň musí být vždy vyčíslena v Kč)
- základ daně
- základní nebo sníženou sazbu daně nebo sdělení, že se jedná o plnění osvobozené od daně, a odkaz na příslušné ustanovení tohoto zákona
- výši daně; tato daň může být zaokrouhlena na celé koruny tak, že částka 0,50 koruny a vyšší se zaokrouhlí na celou korunu nahoru a částka nižší než 0,50 koruny se zaokrouhlí na celou korunu dolů
- při zasílání daňového dokladu do zahraničí je nutné uvést číslo bankovního spojení ve formátu IBAN a doplnit SWIFT kód banky (ten naleznete na výpisu z účtu)
- datum splatnosti a formu úhrady (převodem, v hotovosti) – pozor, dle §4 zákona č. 254/2004 Sb., o omezení plateb v hotovosti, je stanoven limit pro úhrady v hotovosti na max. výši 350 tisíc Kč

Podpis a razítko vystavovatele není povinnou náležitostí dokladu. Zálohová faktura (proformafaktura) není daňový ani účetní doklad, nemá předepsané náležitosti. Je to pouze forma k úhradě. Po zaplacení či obdržení úhrady je povinnost do 15 dnů od přijetí platby vystavit daňový doklad k přijaté platbě pro účely DPH.



ÁČKO radí...

Data můžete čerpat z obchodního rejstříku a živnostenského rejstříku. Vyhněte se tak chybám. Na dokladu totiž nelze doplňovat ani pozměňovat údaje. U dokladů vystavených v rámci „reverse charge“, tedy přenesení daňové povinnosti, je třeba u plátců DPH na dokladu uvést údaj, že daň odvede Odběratel.

Doklad může mít listinnou i elektronickou podobu, pokud s touto formou obě strany souhlasí.

Plátcem může vystavit rovněž zjednodušený daňový doklad, pokud částka za zdanitelná plnění včetně daně nepřesáhne 10 000 Kč. Nevystavuje se v případě prodeje zboží, které je předmětem spotřební daně z lihu a tabákových výrobků za jiné než pevné ceny pro konečného spotřebitele.

Zjednodušený daňový doklad nelze vystavit při dodání zboží a služeb do EU a u služeb v rámci „reverse charge“, tedy přenesení daňové povinnosti, u stavebních prací.

Zjednodušený daňový doklad musí obsahovat:

- obchodní firmu nebo jméno a příjmení, popřípadě název, dodatek ke jménu a příjmení nebo názvu, sídlo nebo místo podnikání plátce, který uskutečňuje zdanitelné plnění
- daňové identifikační číslo plátce, který uskutečňuje zdanitelné plnění
- evidenční číslo daňového dokladu
- rozsah a předmět zdanitelného plnění
- datum uskutečnění zdanitelného plnění nebo datum přijetí úplaty, podle toho, který den nastane dříve
- základní nebo sníženou sazbu daně
- částku, kterou plátcem získal nebo má získat za uskutečňované zdanitelné plnění celkem

5. Náležitosti podle zákona o účetnictví

Předně je třeba upozornit, že daňový doklad není totéž co účetní doklad. Jakýkoliv doklad, například faktura, se stává účetním dokladem až po jeho zaúčtování. Na vydané faktuře odeslané zákazníkovi nemusí být podpis, ovšem na zaúčtované již ano. A to podpis osoby odpovědné za účetní



ÁČKO radí...

U dokladů je vyžadována archivace. Doklady se archivují 10 let a je nutné zajistit jejich trvanlivost, zvláště u dokladů z termopapíru.

případ a osoby odpovědné za zaúčtování. Tento údaj nemusí být nutně přímo na faktuře, stačí uvedení na podkladu k faktuře. Obvykle se užívá označení průvodka či košík faktury.

Účetní doklady jsou průkazné účetní záznamy, které musí podle § 11, zákona o účetnictví, obsahovat:

- označení účetního dokladu
- obsah účetního případu a jeho účastníky
- peněžní částku nebo informaci o ceně za měrnou jednotku a vyjádření množství
- okamžik vyhotovení účetního dokladu
- okamžik uskutečnění účetního případu, není-li shodný s okamžikem vyhotovení účetního dokladu
- podpisový záznam podle § 33a odst. 4 osoby odpovědné za účetní případ a podpisový záznam osoby odpovědné za jeho zaúčtování



ÁČKO radí...

Pokud si nejste něčím jistí, doporučujeme obrátit se na odborníka v dané problematice, na účetní, na daňového poradce. Předejdete tím možným problémům.

Neuveďte druhou stranu v omyl

Podnikatel se tedy musí řídit výše uvedenými předpisy. Na dokladech nesmí být údaje, které mohou uvést druhou stranu v omyl. Například:

Neplátce DPH nesmí uvést DIČ.

Fyzická osoba musí uvést jméno a příjmení (případně dodatek jména), ale nesmí se psát pouze dodatek, z důvodu záměny s právnickou osobou. Uvádí se například Petr Šroubek, Zámečnictví, nikdy ne Zámečnictví – Petr Šroubek.

Musíte uvést adresu místa podnikání (adresu provozovny lze uvést rovněž, ale nesmí být uvedena pouze provozovna).

Právní výhrada

Veškerý obsah v tomto dokumentu má pouze informativní charakter, neslouží jako podklad pro úřady státní správy, např. pro vyplnění daňového přiznání atd. Tento materiál obsahuje odkazy na stránky jiných subjektů, jejichž obsah a funkčnost se může v čase měnit. Tvůrce nenese zodpovědnost za obsah, aktuálnost nebo případnou nefunkčnost těchto stránek.

KONTAKTNÍ CENTRUM PRO PODNIKATELE

On-line registraci a semináře na následující období najdete na:
www.akcelerace-praha.cz

Dotované odborné semináře listopad/prosinec 2013

5. 11.

Obchod a marketing – Jak úspěšně obchodovat

6. 11.

Úspěšná žena (2) – Jak si efektivně organizovat čas a nastavit si rovnováhu mezi prací a osobním/rodinným životem

7. 11.

Zákonné povinnosti při podnikání

12. 11.

Základy personalistiky

14. 11.

Franchisa jako podnikatelský trend

19. 11.

Finanční zdroje pro podnikání

21. 11.

Lidé – personalistika pro podnikatele

26. 11.

Problematika zadávání veřejných zakázek

28. 11.

Právní formy podnikání

3. 12.

Firemní finance

5. 12.

OSVČ – pojistné a daň z příjmu fyzických osob

12. 12.

Úspěšná žena (3) – Jak úspěšně vyhledávat obchodní příležitosti a řídit lidi



AKCELERACE
PROGRAM PODPORY PODNIKÁNÍ
NA ÚZEMÍ HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY



ROZVOJOVÉ
PROJEKTY
PRAHA



PRA
PRA
PRA
PRA
HA
GUE
GA
G

www.akcelerace-praha.cz

inovujeme náš web

již od
15. 11. 2013
v novém

Brownfieldy – jizvy na tváři města

Naše společnost Rozvojové projekty Praha, a.s., se v posledních obdobích zaměřila na zmapování a problematiku účelného využívání ploch takzvaných „brownfieldů“. Tyto prostory bývají v havarijním stavu v důsledku mnoha faktorů (změny výrobních procesů, inovace, mechanizace, vlivy krizí a válek). Souhry těchto vlivů zapříčinily postupné chátrání a opouštění velkých průmyslových areálů s množstvím dalších přidružených staveb, které sloužily k zajištění chodu těchto objektů.



montáž: vkv

V našem pojetí, které vychází z urbanistické teorie, za brownfield považujeme takový prostor, který je využíván pro pojmenování území nefunkční, nevyužívaná a zchátralá. Jedná se o obytné budovy, celé nefunkční soubory průmyslových zón a další nevyužívané stavby (nádraží, sklady, zemědělské objekty). Samostatnou kapitolou mohou být brownfieldy, ke kterým se váže ekologická zátěž. Přístup k řešení není v otázce využití zcela jednoznačný. Řada odborníků navrhuje rekultivaci prostor, naopak jiní navrhují jejich revitalizaci. Odborníci navrhují jejich úplnou likvidaci a následnou úpravu území, to znamená jejich vyčištění od všech staveb a všech konstrukcí. Tímto postupem vznikne nové území, které je dále využito pro nové investice.

Pro obyvatele Prahy mohou tyto areály působit jako naprosto zbytečná a zapomenutá území, ale právě tyto plochy jsou velmi ožehavým tématem mnoha diskusí, není totiž zcela jasně stanoven postup, jak a co možná nejlevněji a nejefektivněji vyřešit problém těchto

rozsáhlých komplexů. Jedná se o tisíce metrů čtverečních pozemků a další stovky či tisíce zastřešených ploch, staveb a konstrukcí.

Některé specifické brownfieldy můžeme zařadit do průmyslového dědictví, což do značné míry komplikuje rozhodování a navrhování dalších kroků. Právě slovo dědictví v nás evokuje pocity uchování a odpovědnosti za něco, co by se mělo udržet pro budoucí generace.

Samotné průmyslové dědictví zároveň vyžaduje vynaložení nemalých finančních prostředků pro opravy a modernizace prostor, konstrukcí, pozemků, staveb, inženýrských sítí a zeleně. Měli bychom si uvědomit, že od námi nazývaných brownfieldů (dříve prosperujících továren, skladů, nádraží, firem) se odrážela celá desetiletí historie měst a jejich vývoj byl tímto vstupem do značné míry ovlivňován architektonicky, kulturně i například demograficky.

Je velmi důležité analyzovat a zmapovat prostory před návrhem řešení jejich

využití, zdali jsou staticky vhodné, ekologicky a finančně udržitelné a nejvíce pak, zda jsou vhodné z hlediska škodlivin v okolí (to platí zejména pro bývalé chemické a výrobní komplexy).

Jako další problém v tématice brownfieldů vystupují majetkoprávní vztahy. Návrhy a jednání ohledně těchto lokalit komplikuje faktor roztržité struktury majetkoprávních vztahů, kdy objekty vlastní více vlastníků nebo zahraniční společnosti, které nemají zájem na nalezení společného konsensu v této problematice.

Na závěr bychom rádi zmínili, že velmi oceňujeme moderní trend, kde jsou právě ve výše uvedených objektech pořádány různé akce, koncerty, umělecké výstavy a divadelní inscenace. Tyto kulturní aktivity velmi pomáhají osvětlit problémů řešených ploch.

Do budoucna bychom chtěli vytvořit prostor pro diskuse, na internetových stránkách či formou dotazování, kde by se občané hlavního města Prahy mohli vyjadřovat k daným lokalitám. **(red)**

Obyvatelé Prahy 8 mohou hlasovat o nejlepší podnikatele

Radnice Městské části Praha 8 vyhláší první ročník ankety o nejlepší firmy a živnostníky Prahy 8. Obyvatelé městské části budou moci až do konce dubna 2014 hlasovat o nejlepší podnikatele také prostřednictvím internetových stránek www.nejlepsinaosmicce.cz. Anketa, kterou vyhláší Městská část Praha 8, má za cíl podpořit místní podnikatele a ocenit ty nejlepší. Partnerem ankety je ERA účet od Poštovní spořitelny.



Anketa „Nejlepší na Osmičce“ je jedním ze způsobů, jak podpořit místní řemeslníky, restaurace a další živnostníky a pomoci jim s propagací. Jejich aktivní zapojení do ankety může přinést větší povědomí o jejich službách a využítí pozitivních zkušeností zákazníků, které se promění v hlasy do ankety. Od poloviny června mohli tito podnikatelé propagovat sebe, svoje služby a možnost hlasování v anketě prostřednictvím tištěných letáků a brožur nebo samolepek vylepených ve výlohách provozoven. Městská část Praha 8 zajistí internetovou propagaci formou bannerů na vybraných webových stránkách.

Hlasování do ankety je možné pomocí anketních lístků v Osmičce a také prostřednictvím internetových stránek www.nejlepsinaosmicce.cz. První ročník bude probíhat do dubna 2014. Po ukončení hlasování se výsledky vyhodnotí a následně se zveřejní na internetových stránkách ankety a také na webu městské části Praha 8 – www.praha8.cz. Vyvrcholením celé ankety bude slavnostní vyhlášení vítězů a předání cen

těm podnikatelům, kteří se umístí na prvních třech místech v každé kategorii. Hlavní cenu věnuje ERA účet od Poštovní spořitelny a bude jí vedení ERA účtu po dobu jednoho roku zdarma. Na oceněné budou také čekati dárkové koše a samozřejmě je jejich propagace prostřednictvím tištěných a elektronických kanálů.

„Na internetových stránkách www.nejlepsinaosmicce.cz jsou k dohledání informace o soutěži a podrobná pravidla i možnost stažení propagačních materiálů. Návštěvníci zde mohou také zaregistrovat svou oblíbenou firmu a dát jí rovnou hlas,“ upřesňuje radní MČ Praha 8 Tomáš Slabihoudek, který anketu uvedl v život. Hlasující budou mít možnost ohodnotit živnostníky v kategoriích restaurace a bary, kavárny a cukrárny, krása a relaxace, kultura, ubytování, květiny a dekorace, sport, řemeslníci, auto-moto, neziskové organizace. Městská část Praha 8 si od vyhodnocení ankety slibuje, že její výsledky budou sloužit k lepší orientaci občanů ve službách, které jsou na Praze 8 k dispozici.

První ročník ankety se inspiroval v podobných anketách, které vyhláší státní instituce či městské samosprávy. Anketu „Nejlepší na Osmičce“ vyhláší Městská část Praha 8 za podpory ERA účtu od Poštovní spořitelny a probíhá od dubna 2013 do dubna 2014. (mčp8)

foto: dt





Nová tvář Ortenova náměstí již brzy udělá radost obyvatelům Prahy 7

Počátkem dubna tohoto roku byl zahájen jeden z klíčových rozvojových projektů Prahy 7 a zároveň největší investiční akce roku 2013 – rekonstrukce Ortenova náměstí. Rozsáhlé úpravy největšího náměstí v sedmé městské části pokračují v souladu s harmonogramem stavby. V případě bezproblémového průběhu by většina prací mohla být završena již do konce letošního roku.



foto: MCP7

Přestavba Ortenova náměstí běží na plné obrátky

foto: vkv

Nová podoba Ortenova náměstí v pražských Holešovicích

„V rámci všech kontrolních dnů a jednání se zhotovitelem se snažíme tlačit jak na kvalitu odvedené práce, tak na rychlý postup stavby. Jsme si vědomi toho, že stavební práce takového rozsahu jsou pro danou lokalitu značnou zátěží. Budeme proto činit maximum, aby vše nadále probíhalo bez zdržení dle naplánovaného harmonogramu,“ uvedl zástupce starosty MUDr. Tomáš Kaštovský.

Do současné doby již byly v rámci úprav Ortenova náměstí provedeny veškeré pod povrchové práce, v rámci kterých došlo ke koordinaci několika stavebních akcí. V této fázi byly realizovány kompletní rozvody elektřiny, vody a kanalizace. Zároveň byly realizovány přípojky pro závlahový systém, pítka, fontánu a nové osvětlení. Provedena byla také nová část přípojky teplovodu procházející parkem do základní školy. Instalována byla dvě stanoviště



s podzemními velkoobjemovými kontejnery na tříděný odpad a samozavlažovací systém pro zeleň. V koordinaci s Dopravním podnikem a Technickou správou komunikací bylo řešeno přesunutí trakčního vedení a osvětlovacích těles. Ve východní části náměstí bylo zahájeno osazení fontány a pokládka chodníků. Přednostně již byl dokončen přístupový chodník k základní škole a nový pruh zeleně před školou. Dodáno bylo také veřejné osvětlení a začala rekonstrukce dětského hřiště.

„Zatímco první měsíce stavby se práce odehrávaly z velké části pod zemí, nyní již občané mohou sledovat, jak Ortenovo náměstí postupně dostává nový kabát. V koordinaci se zhotovitelem se snažíme zajistit, aby povrchové práce, které místní občané nejvíce pocítí, postupovaly co možná nejrychleji,“

řekl zástupce starosty MUDr. Tomáš Kaštovský.

V následujících měsících čeká Ortenovo náměstí úprava a dosadba zeleně, pokládka povrchu chodníků, dodání herních prvků a oplocení dětského hřiště, osazení odpadkových košů a laviček, vybudování parkovacího zálivu, osazení fontány a sochy Garden Butterfly. Paralelně s tím budou realizovány úpravy komunikací.

„Oficiální termín dokončení stavby byl do poloviny příštího roku. Pokud však nastanou výraznější komplikace, pevně věřím, že bychom většinu prací na Ortenově náměstí mohli stihnout dokončit ještě letos,“ doplnil místostarosta MUDr. Tomáš Kaštovský.

(mčp7)



foto: vkv

Petr Beran, podnikatel

„Myslím, že Ortenovo náměstí je svým způsobem centrem dolních Holešovic a nějaký větší revitalizační zásah již zasloužilo. Provozují zde již několik let denní bar a náměstí s přerostlými dřevinami, houštím a poškozeným dětským hřištěm bylo akorát útočištěm pro zvláštní existence včetně feťáků. To mělo vliv na výsledky mého podnikání a jistě i jiných podnikatelů v této lokalitě. Zejména pak na kvalitu bydlení.

Já to rozhodně vítám, protože moji zákazníci tak budou mít mnohem hezčí výhled a bezpečnější cestu domů přes park.“

Nová podoba Ortenova náměstí v pražských Holešovicích

foto: MČP7



Markéta Hinková: Úspěšná žena pomáhá ženám



Markéta Hinková je jednatelkou společnosti Motherboard - Consulting for Management and Business Excellence s.r.o. Firma se zaměřuje na profesionální rozvoj manažerů a firem. Realizuje projekty v oblasti interim managementu pro start - up, restrukturalizační aj. projekty v různých segmentech trhu, dále v oblasti rozvoje osobnosti, manažerského vzdělávání a akcelerace byznysu firem.



foto: archiv MH

Lektorka Markéta Hinková

Dosáhla jste velkých zkušeností na poli koučingu a konzultingu, jak vnímáte disciplínu a přístup českých podnikatelů k sebevzdělávání?

Postoj k sebevzdělávání je otázkou jasné vnitřní motivace, je tedy přímo ovlivněn hodnotovým schématem, výchovou, schopností vnímat svět kolem sebe v souvislostech...

Pokud motivace chybí, efekt se nedostaví. Potkávám se s podnikateli, kteří dobře chápou, že vlastní rozvoj je investicí

s vysokou návratností. Potkávám se ale i s těmi ostatními, pro které je investice do lidí a sebe samých zbytečným nákladem, ohrožením vlastního ega nebo ztrátou času.

Pokud mluvíme obecně o vzdělávání ve firmách, výsledný efekt závisí na několika klíčových faktorech. Předpokladem je transparentní a reálná vize a strategie firmy, kterým zaměstnanci rozumí a se kterými se ztotožňují. Rozvoj lidí pak musí být designován v přímé souvislosti s touto vizí a strategií tak, aby přímo podpořil cíle a core-business firmy.

Důležitým faktorem je byznysově orientovaný HR manažer. Tedy HR manažer v roli byznysového partnera. Takový člověk chápe svá zadání v přímém kontextu vize a strategie firmy. Je schopen a ochoten podílet se na stra-

tegickém řízení firmy, je výraznou a respektovanou osobností, která má ve výsledku spoluodpovědnost za výsledky. Vzhledem ke známému faktu, že klíčovým driverem byznysu jsou vždy lidé a jejich kvalita, by měl být HR manažer jednou z nejdůležitějších osob v managementu firmy s plnou zodpovědností a kompetencemi.

Významnou roli hraje i „osvěcnost“ majitele nebo TOP manažera firmy. Pokud si neuvědomuje význam pozice HR manažera, zůstává řízení lidských zdrojů, pokud je vůbec ve firmě zastoupeno, jen administrativní služkou bez jakéhokoliv přímého vlivu na chod firmy. Vzdělávání v takové společnosti je často vytržené z kontextu, nepodporuje rozvoj skutečného potenciálu lidí, zaměstnanci jsou opakovaně školeni z obecných témat, která přímo nepodporují core - byznys firmy. Zaměstnanci pak přistupují ke vzdělávání jako k nutnému zlu, rozvoji se vyhýbají, nevidí v něm logicky přidanou hodnotu, považují ho za ztrátu času, a to často oprávněně.



foto: vkv

První z pěti workshopů Úspěšná žena pod vedením Markéty Hinkové

Pokud není forma rozvoje cíleně zaměřena na aktivity, praxi, výsledek, opět zůstává bez efektu na chod firmy. Negativním příkladem jsou obecná a teoretická školení obchodníků v komunikačních a obchodních dovednostech, která zůstávají bez výsledku – tedy nezvyšují reálně výkon a produkci obchodníků. Také rozvoj manažerů musí přímo podporovat jejich konkrétní manažerská a byznysová zadání a být přímo navázán na firemní praxi.

Velký vliv má i mentální nastavení. Svět, podnikání, formy rozvoje nekončí na hranicích ČR. Inspiraci lze najít v západní Evropě a v USA, kde skvěle fungují různé rozvojové trendy, seberozvoj je běžnou, často privátní, investicí.

V čem jsou čeští podnikatelé specifičtí, jací jsou a kde vidíte jejich rezervy ve srovnání s podnikateli v jiných zemích?

Brzdou mnoha českých podnikatelů je strach a nedostatek přiměřené sebejistoty. Projevuje se např. absencí odvahy akceptovat riziko a rozhodovat, obavami z novinek, strachem o vlastní pozici – tudíž neochotou obklopit se špičkovými spolupracovníky, nedostatečnou schopností

pracovat s oponenturou, chovat se dospěle, tedy přímo, jasně transparentně a s vědomím vlastní hodnoty.

Setkávám se i s fenoménem, kdy tito lidé zaměňují řešení problémů za konflikt, tudíž problémy neřeší. Chybí dovednost přímé a „dospělé“ argumentace, schopnost aktivního rozvíjení vztahů, debatní a prezentační obratnost.

Neschopnost nebo neochotu dodržovat dohody bychom měli už považovat za téma za hranici vkusu a dobrého vychování.

Typickým českým fenoménem, který popisuje i zahraniční literatura, je takzvaná česká malost. Neschopnost pochválit, ocenit, nedostatek pokory, osobní velkorysosti, naopak vysoká schopnost závidět úspěch – to vše je sociálním handicapem, který bere těmto lidem energii, příležitosti, byznys, nabourává jim vtahy a je paradoxně opět projevem slabého sebevědomí.

Jak lze lidem citlivě vysvětlit, co dělají špatně, a hlavně, jak je přesvědčit, aby vystoupili ze zaběhlých kolejí a opravdu byli lepší?

Například u intenzivního osobního rozvoje je to na vstupu detailní a otevřený rozhovor o způsobu společné práce. Takový rozvoj funguje při splnění několika nutných podmínek. Těmi je již zmíněná motivace koučovaného, schopnost a ochota přinášet na sezení důležitá témata, odvaha s těmito tématy pracovat a jistá dlouhodobost společné práce jako předpoklad změn.

Extrémně důležitým faktorem je osobnost kouče, kvalita a typ jeho výcviku, rozsah vlastních zkušeností z byznysu, managementu, psychologie. Driverem celého procesu je důvěra mezi oběma stranami. Předpokladem jsou charakterové vlastnosti kouče, jeho charisma, motivace pomoci, dodat odvahu ke změně, podpořit klienta a etický přístup za každých okolností.

Kde vidíte největší rozdíl mezi ženou podnikatelkou a mužem podnikatelem?

V odvaze, ve schopnosti organizovat si čas, v umění navazovat a rozvíjet vztahy a přikládat jim důležitost, v pracovitosti a houževnatosti dosáhnout cíle. Zejména ženy, které mají děti a rodinu, zvládají umění organizace a logistiky a bývají v tomto směru schopnými manažerkami. (red)

BUSINESS BOJOVNÍK

Výjimečná kombinace marketingových dovedností ve spojení se sportem.



*Naučte se naslouchat vlastnímu instinktu ve stresových situacích. Zachovejte chladnou hlavu i pod tím největším tlakem.
Postavte se s námi strachu a bojujte fér.*

*Staňte se vítězi i v osobním životě. Ukážeme Vám cestu. Nové myšlenky i pravidla si rovnou zažijete doslova na vlastní kůži.
Jak získáte energii ze správných pokrmů, které u nás ochutnáte.*

Dozvíte se v celodenním kurzu

Marta Kriegelová, telefon: 605 270 027, e-mail: marta@faststars.cz

Vinotéka **ALMA**

*Vynikající stáčená vína z Moravy
a zahraničí*

*Lahvová vína z Moravských vinných
sklípků a rodinných vinařství*

*Lahvová vína z Francie, Itálie,
Španělska*

*Exkluzivní vína z Alsaska Jean Geiler,
Vin's d'Alsace*

Pochoutky k vínu a mini-dezerty

**Těšíme se na Vaši návštěvu
Osadní 33, Praha - Holešovice**

Naši partneři

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

www.amsp.cz

Centrum pro regionální rozvoj ČR

www.crr.cz

Technologické inovační centrum ČKD Praha

www.tic-ckd.cz

Sdružení podnikatelů a živnostníků České republiky

www.spzcr.cz

Regionální rozvojová agentura Střední Čechy

www.rra-strednicechy.cz

Komora pro hospodářské styky se SNS, speciální obchodní komora

www.komorasns.cz

Agentura pro podporu podnikání a investic – CzechInvest

www.czechinvest.org

Česká agentura na podporu obchodu – CzechTrade

www.czechtrade.cz

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.

www.egap.cz

Česká exportní banka, a.s.

www.ceb.cz

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.

www.cmzrb.cz

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

www.mpo.cz

Asociace inovačního podnikání České republiky

www.aipcr.cz

Společnost vědeckotechnických parků ČR

www.svtp.cz

Czech ICT Alliance

www.czechict.cz

Unie malých a středních podniků ČR

www.amsp.cz

Hospodářská komora ČR

www.hkcr.cz

Sdružení pro zahraniční investice – AFI

www.afi.cz

Úřad průmyslového vlastnictví

www.upv.cz

Technologické centrum AV ČR

www.tc.cz

Cech malířů a lakýrníků

www.cechmal.cz

Cech klempířů, pokrývačů a tesařů ČR

www.cech-kpt.cz

Asociace kadeřníků ČR

www.akcz.info

AVO – Asociace výzkumných organizací

www.avo.cz

Česká inovace

www.ceskainovace.cz

Inovacentrum

www.inovacentrum.cvut.cz

SNÍTE O VLASTNÍM PODNIKÁNÍ?

PŘIPOJTE SE KE SVĚTOVÉ JEDNIČCE V REALITÁCH!

Základní výhody podnikání s CENTURY 21

- od začátku znáte know-how úspěšné a silné realitní sítě
- sdílená marketingová a PR strategie – TV kampaně, přední česká média, bannery a další
- referenční systém a spolupráce makléřů
- nejnovější technologie
- benefity a množstevní slevy
- světově oceňovaná vzdělávací akademie pro franšizanty i makléře
- globální nabídka vašich nemovitostí a přístup ke všemu co CENTURY 21 nabízí na této zeměkouli

**V CENTURY 21 JSTE SAMOSTATNÝ PODNIKATEL,
ALE NA SVĚ PODNIKÁNÍ NEJSTE NIKDY SÁM!**



 **800 21 21 21**
www.century21.cz
fransiza@century21.cz

