

Vážení čtenáři,

Co přinesl rok 2010 anonymním společnostem?

Radost, že ušetří za pozvánky na valné hromady v tištěných denících (<http://aktualne.centrum.cz/finance/podnikani/clanek.phtml?id=655355>).

Obavy, že poslanci učiní jejich majitele méně neviditelnými kvůli korupci (http://www.novinky.cz/ekonomika/193177_snemovnapodporilnavrhnazrusenianonymnichakcii.html).

Úlevu, když návrh na zrušení akcií na majitele neprošel. (<http://www.euro.cz/id/0lhzyt77y3/detail.jsp?id=4040>)

Přístup k veřejným zakázkám (http://ekonomika.idnes.cz/poslanci-napodruhe-pustili-velke-firmy-k-verejnym-tendrum-po1-/ekonomika.aspx?c=A101207_153138_ekonomika_spi).

Na www.valnehromady.cz měly v roce 2010 anonymní společnosti stejné cenové podmínky, jaké platí od ledna 2001; systém certifikovaný podle ISO 9001; rychlý a prvotřídní zákaznický servis. Zejména pro advokáty anonymních společností jsme připravili **prémiový účet**. Pro majitele společností jsme pak jako novinku připravili nabídku **firemních služeb**.

Děkujeme všem zákazníkům za využívání služeb VALNEHROMADY.CZ a do roku 2011 jim přejeme dravá podnikatelská rozhodnutí, obratné využívání digitálních technologií a bohaté odškodnění podstoupených rizik.

Firemní procesy pro blesková**a efektivní rozhodnutí**

Úspěch už ve většině průmyslových odvětví nezakládají jen tradiční pilíře konkurenční výhody, jakými jsou dominantní pozice, geografický rozsah trhu a odpovídající technologie. Je stále více odvislý od rozvíjení obchodních aktivit rychlými a dobrými rozhodnutími, která jsou podložena nejaktuálnějšími, relevantními a přesnými informacemi. Podle studie EIU z léta 2009 se přesná a pohotová rozhodovací schopnost řadí na stejnou úroveň, jakou při vytváření konkurenční výhody hrají mimořádně kvalitní manažerské vedení a inovace. Přitom jen 3 % dotázaných si myslí, že jejich společnost umí vytěžít z obchodních informací lepší podnikatelská rozhodnutí a jen 27 % souhlasí, že jejich firma se umí rozhodovat lépe a rychleji než jejich hlavní konkurent.

Firemní výkon je tak stále závislejší na obratnosti, s jakou firma vyhodnocuje aktuální podnikatelské prostředí a důsledky alternativních kroků, které by v dané situaci mohla podniknout. Společnosti s rozvinutou rozhodovací schopností se lépe přizpůsobují tržním změnám a mají proti svým konkurentům lepší šanci zvětšit svůj tržní podíl.

Ke klíčovému zjištění výzkumu EIU patří:

- Rozhodovací procesy se zrychlují a soustřeďují z regionů a pobočných závodů do hlavních centrál na nejvyšší úroveň vedení společností.
- Správné a včasné rozhodnutí je sice všeobecně považováno za kritický faktor úspěchu, většina dotázaných však přiznává slabiny ve schopnosti svých firem dělat dobrá rozhodnutí.
- Hlavní problémovou oblast představuje kontakt se zákazníky. Informace od zákazníků a o zákaznících by měly tvořit jádro podnikových strategií, ale ve skutečnosti je to velmi zanedbávaný informační zdroj.
- Jen výjimečně existují formální procedury, které

by garantovaly konzistenci, integritu a přesnost dat. V ještě omezenější míře firmy investují do takové analýzy a zpracování informací, která by umožňovala jejich adekvátní zohlednění v konkrétních firemních aktivitách.

Doporučení ředitelům společností, jak rozvíjet efektivní a inteligentní rozhodovací schopnost:

- podporujte spolupráci a sdílení informací mezi jednotlivými odděleními
- přistupujte k informacím jako k důležitému firemnímu aktivu
- zlepšete vyhodnocování informací od zákazníků a o zákaznících
- poskytněte nástroje a nastavte procesy pro zpracování dat tak, aby podporovaly rychlá a efektivní rozhodnutí napříč celou společností.

Celou studii najdete ke stažení [zde](#).

Nejrozvinutější digitální ekonomiky

Internet je nyní vnímán jako základní nástroj komerčního úspěchu a sociální prosperity. Ústředním motivem digitálních ekonomik je přesvědčení, že nové technologie mohou pomoci celé společnosti, aby rychleji dosahovala cílů, které jsou ve veřejném zájmu.

Po deseti letech monitorování internetové gramotnosti se letos EIU rozhodla upravit indikátory a přejmenovat své pravidelné meziroční srovnání tak, aby lépe vystihovalo současný stav. Nemluví už o žebříčku „epřipravenosti“, protože se domnívá, že 70 zemí, které žebříček zahrnuje, již tohoto stavu dosáhlo s ohledem na úroveň digitalizace, rozsah internetové populace a zapojení firem a vlád do celého procesu. Nově pojmenovaný žebříček digitálních ekonomik by měl odrážet schopnost jednotlivých zemí maximalizovat přínos informačních a komunikačních technologií (ICT). Nehodnotí se už jen dostupnost internetového připojení, ale také jeho kvalita. Tato změna zamíchala pořadím nejvýše hodnocených ekonomik. Tratily zejména euroamerické ekonomiky, kde je potřeba rozvoje vysokorychlostního připojení nejvyšší. Naopak země jako Taiwan, Jižní Korea a Japonsko se na žebříčku posunuly výše díky rozsáhlým investicím do příští generace internetové

infrastruktury.

Na prvním místě žebříčku digitálních ekonomik se v roce 2010 umístilo Švédsko následované loňským vítězem z Dánska. Obě země mají vysokou internetovou konektivitu a bodují na všech frontách: od kvality podnikatelského a právního prostředí po sociální a kulturní faktory digitálního rozvoje; disponují velmi slušným vládním programem na podporu rozvoje ICT; vysoká je i úroveň penetrace a čerpání digitálních služeb v podnikatelském sektoru a mezi koncovými spotřebiteli. Výsledek je potvrzením dlouhodobého předpokladu, že cesta k plně digitální ekonomice vyžaduje soustředěné úsilí ve všech oblastech, které hodnocení pokrývá. Česká republika obsadila 31. místo.

K poněkud překvapivým zjištěním patří, že inovativní praktiky a aplikace digitální ekonomiky jsou zaváděny a rozšiřovány mnohem rychleji v rozvojových zemích než ve vyvinutých ekonomikách. Důraz na větší digitalizaci však žádné zemi nedává jinou volbu, než aby k tomu použila jakákoliv dostupná aktiva. Proto jsou například nástroje a služby mobilního internetu mnohem používanější v afrických zemích stejně jako platformy pro elektronické vzdělávání. Celý žebříček a zprávu v plném znění najdete [zde](#).

Co budou bohatí lidé dělat se svými

penězi

Sedm trendů, které by neměly ujít vaší pozornosti.

Studie EIU z dubna 2010 uvádí následujících sedm hlavních trendů finančního chování jednotlivců, kteří disponují investičními prostředky v objemu přesahujícím jednu miliardu korun:

1. Finanční krize vyvolala značnou nedůvěru extrémně bohatých jednotlivců vůči investičním poradcům. Ve střednědobém horizontu z toho vyplývá mnohem důslednější prověřování expertů a angažovanější zapojení bohatých.

Po ztrátách utrpěných během krize už bohaté lidi nebudou zajímat sliby vysokých výnosů, ale spolehlivost partnerů a transparentnost transakcí. Před příští investicí budou klást mnohem více

otázek a v řadě případů převezmou mnohem aktivnější roli při řízení svých investic.

2. V otázce kam velmi bohatí investují své peníze, se kyvadlo přehouplo od extrémní komplexity nabízené hedge fondy a deriváty k extrémní jednoduchosti, jakou představuje držení hotovosti. Touha po lepších výnosech je postupně přivede zpátky ke komplexnějším investicím, ale ty budou muset být naprosto průhledné, aby dokázaly čelit zarytému konzervativismu.

Velmi bohatí lidé počítají s poklesem výnosů, když jde celý trh dolů. Problémem současné krize však je, že se investice chovají nepředvídatelným způsobem a v některých případech jdou zcela proti zamýšleným záměrům. Od svých poradců proto požadují stručnější výkazy, jasnější analýzu a mnohem komplexnější pohled na jejich potřeby.

3. Recese se projevila sestupným trendem příspěvků na dobročinnost, ale většina nejbohatších jednotlivců hodlá udržet nebo zvýšit částky věnované neziskovým účelům.

Krize jasně snížila objem prostředků, které většina příjmových kategorií může věnovat na dobročinné účely. Na vrcholku příjmové pyramidy však setrvává odhodlání přispívat v nezměněné nebo vyšší míře. V některých případech to souvisí s nadacemi, které bohatí lidé založili a jejichž výstup je nezávislý na ekonomickém cyklu. Většina nejbohatších považuje filantropii za stav mysli, spíše než aby ji odvozovala od toho, kolik v daném období celkově vydělají nebo prodělají.

4. Při zachování úrovně dobročinných příspěvků se většina velmi bohatých lidí snaží prosadit takový přístup k filantropii, který mnohem více ověřuje pozitivní společenské výstupy a oprávněnost aktivit neziskového sektoru. Tento trend byl patrný již dříve a krize ho dále posílila.

Extrémně bohatí lidé chtějí mít jistotu, že jejich peníze se dostanou k lidem, kteří pomoc potřebují nejvíce, což se během posledních dvou dekad ne vždy úplně povedlo. Recese je také donutila mnohem více sledovat společenský přínos podobných aktivit. Jako skupina obecně věnují

mnohem více času podporovaným projektům.

5. V rozvíjejících se ekonomikách je filantropie velmi bohatých v plenkách.

Nejistota nově zbohatlých lidí v rozvíjejících se ekonomikách se projevuje opatrností a omezením dobročinných příspěvků mezi členy své náboženské nebo nejbližší společenské skupiny či příslušníkům stejné kasty.

6. Tzv. nové odříkání pro velmi bohaté neplatí. Budou i nadále utrácet víceméně stejné množství peněz jako před krizí, ale budou přitom jednat s mnohem menší nápadností.

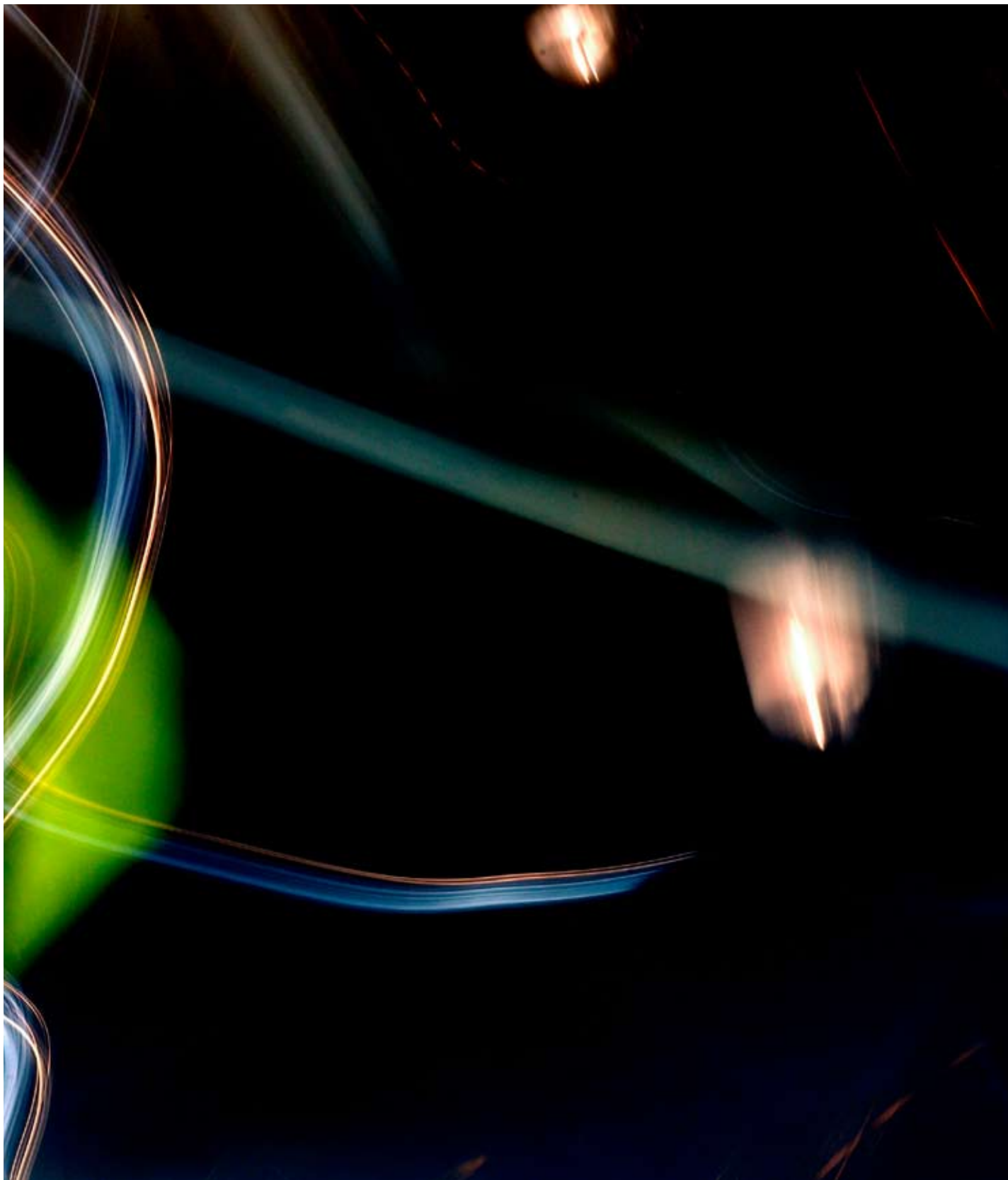
Přijít o polovinu z třímiliardového majetku nemusí nutně znamenat, že vám zbude méně peněz na luxusní zboží. V souladu s tímto tvrzením se zdá, že se většina velmi bohatých nemusela nijak omezit. Jejich nákupní zvyky se však dost podstatně změnilo hlavně proto, že je krize donutila přehodnotit, co pro ně má skutečnou hodnotu (kvalita zážitku nebo trpělivý lesk) a že nechtějí provokovat s ohledem na celkové ekonomické poměry.

7. Velmi bohatí lidé chtějí, aby jim výrobci luxusního zboží prodávali kvalitu a něco, díky čemu se budou cítit výjimeční, což už nutně nemusí být jenom exkluzivní cenovka. Tento trend se formuloval již před krizí, ale recese tento „útek ke kvalitě“ v nákupních zvyklostech ještě urychlila.

Nákupní chování velmi bohatých lidí se s pokračující krizí obrací k lepším, trvalejším a zeleným výrobkům. Mnohem raději zaplatí za zážitky a službu než jen za výrobky. Otázkou zůstává, jak dlouho bude tento trend pokračovat. Mnozí se domnívají, že touha po okázalém luxusu se vrátí s příštím vzestupem ekonomiky.

Celá studie je ke stažení [zde](#).





Internetový deník www.valnehromady.cz

Tištěné vydání 1-2 / 2010

šéfredaktorka: PhDr. Jana Lešikarová

vydavatel: LAAR, a.s., Vančurova 2904,

P.O.BOX 13, Tábor; IČ 26018748; DIČ

CZ26018748

evidenční číslo: MK ČR E 11035

ISSN elektronické: 1213-2519

ISSN tištěné: 1213-3272

Místo vydání: Tábor

Tel. redakce: +420 381 210 393,

fax: +420 381 210 440

e- mail: redakce@valnehromady.cz