

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

*Analýza farmaceutického trhu v ČR
Analysis of pharmaceutical market in CZ*

Markéta Müllerová

Plzeň 2011

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: Analýza farmaceutického trhu v ČR zpracovala sama na základě studia doporučené literatury a konzultací s vedoucí práce a s pracovníky společnosti Grünenthal, s.r.o. Veškeré literární zdroje použité v této práci jsou uvedeny v seznamu literatury.

V Plzni dne

.....

podpis autora

Zadání práce

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2011/2012

Studijní program: Ekonomika a management
Forma: Kombinovaná
Obor/komb.: Podniková ekonomika a management (6208R086/0)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
MÜLLEROVÁ Markéta	Kaznějovská 17, Plzeň - Bolevec	K10B0095K

TÉMA ČESKY:

Analýza farmaceutického trhu v ČR

NÁZEV ANGLICKY:

Analysis of pharmaceuticalmarket in CZ

VEDOUcí PRÁCE:

Ing. Jana Hinke, Ph.D. - KFU

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Zvolte cíl a metodický postup řešení.
2. Charakterizujte farmaceutický trh v ČR.
3. Proveďte analýzu ekonomiky a financí farmaceutických společností.
4. Proveďte analýzu personalní politiky a marketingu farmaceutických společností.
5. Shrňte problematiku farmaceutických společností a vypracujte závěr.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

1. METYŠ, K.; BALOG,P. Marketing ve farmacii. Praha: Grada Publishing a.s., 2006. ISBN 80-247-0830-2
2. KOLEKTIV AUTORŮ. Pharmindex Breviř. Praha: Medical Tribune, 2008. ISBN 978-80-87135-05-1
3. VLČEK, J.; PALECKÁ, R. Vybraná farmaceutická odvětví. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-84619-69-X
4. www.grunenthal.com
5. www.farmakologie.net

Podpis studenta:

Datum:

Podpis vedoucího práce:

Datum:

Poděkování:

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí mé práce Ing. Janě Hinke, Ph.D. za odborné vedení a dále pracovníkům společnosti Grünenthal, s.r.o. za možnost zpracovávat u této společnosti bakalářskou práci s přispěním interních materiálů a informací z oblasti účetnictví, financí, personalistiky a marketingu.

Obsah:

Úvod	7
1 Cíl a metodický postup řešení	8
2 Charakteristika farmaceutického trhu.....	9
2.1 Obecné teze o farmaceutickém trhu	9
2.2 Vývoj farmaceutického trhu.....	11
3 Charakteristika vybrané společnosti.....	13
4 Analýza farmaceutické společnosti z pohledu marketingové politiky	16
4. 1 Výrobek (Product)	16
4.1.1 Charakteristika produktů společnosti.....	16
4.1.2 Analýza produktů společnosti	18
4.2 Cena (Price).....	20
4.3 Distribuce (Placement).....	21
4.4 Propagace (Promotion)	23
4.4.1 Reklama.....	23
4.4.2 Podpora prodeje	26
4.4.3 Public relations	27
4.4.4 Osobní prodej	29
4.5 Zhodnocení analýzy marketingové politiky vybrané společnosti	30
5 Analýza farmaceutické společnosti z pohledu personální politiky	30
5.1 Proces vyhledávání a přijímání zaměstnanců.....	33
5.2 Motivační politika zaměstnanců.....	35
5.2.1 Péče o pracovníky	35
5.2.2 Politika odměňování	35
5.3 Podniková kultura, podniková komunikace.....	37

5.4	Hodnocení efektivnosti zaměstnanců, proces propouštění zaměstnanců	38
5.5	Zhodnocení analýzy marketingové politiky vybrané společnosti	38
6	Analýza farmaceutické společnosti z pohledu financí a účetnictví.....	40
6.2	Analýza účetních metod a postupů.....	43
6.3	Analýza výkazů finančního účetnictví.....	46
6.4	Stručné hodnocení finanční pozice společnosti.....	50
6.5	Formulace doporučení vyplývající z analýzy účetnictví a financí	52
7	Závěr	54
	Seznam tabulek	55
	Seznam použité literatury	56
	Seznam příloh	58

Úvod

Farmaceutický průmysl je velmi specifickým odvětvím díky produkci a službám, které kladou důraz na vědecko-výzkumnou i výrobní činnost. Jedná se o odvětví vyznačující se vysokou mírou investic do výzkumu a vývoje nových preparátů, které mají zlepšit kvalitu života, zdraví populace a prodloužit tím život.

Na druhé straně je však nutno konstatovat, že činnost tohoto průmyslu je regulována, neboť je nezbytné zajistit, aby se pacientům podávaly pouze léky, které jsou bezpečné, kvalitní a účinné.

Specifičnost farmaceutického průmyslu tkví také v několika dalších aspektech:

- jedná se o odvětví s nároky na vysoce kvalifikovanou pracovní sílu,
- jedná se o odvětví, ve kterém (na rozdíl od většiny spotřebního zboží či služeb) není rozhodovatel, plátce a spotřebitel zboží či služby jedna a tatáž osoba, neboť volbu o produktu či službě provádí zdravotník, úhradu provádí zdravotní pojišťovna (plně nebo zčásti) a pouze spotřebu zajišťuje pacient. Díky tomu může docházet k ovlivňování subjektů, které provádějí volbu, aby byly upřednostňovány produkty či služby určité společnosti.
- jedná se o trh s vysokými obraty i zisky. V České republice představuje farmaceutický trh obrat více než 50 miliard Kč ročně [1]. Přitom spotřeba léčiv, léčivých doplňků, zdravotnických prostředků a jiných preparátů neustále roste a tento trend lze očekávat i do budoucna, proto lze farmaceutický průmysl řadit k nejperspektivnějším a nejrentabilnějším odvětvím národního hospodářství.

Z výše uvedených specifik vyvstal i obsah této bakalářské práce, která se bude zabývat personální a marketingovou politikou vybrané farmaceutické společnosti a dále analýzou v oblasti vedení účetnictví a účetního výkaznictví.

1 Cíl a metodický postup řešení

Cílem této práce bude

- 1) v rovině teoretické: obecně charakterizovat farmaceutický trh, popsat vývoj farmaceutického průmyslu a dále charakterizovat vybranou farmaceutickou společnost.
- 2) v rovině praktické:
 - analyzovat personální a marketingovou politiku vybrané farmaceutické společnosti, nalézt případné nedostatky a navrhnout opatření, která tyto nedostatky odstraní či zmírní.
 - Dalším cílem bude zhodnocení ekonomických výsledků vybrané farmaceutické společnosti a zejména analýza finančního účetnictví resp. účetního výkaznictví vedeného dle právních norem České republiky.

Při zpracování bakalářské práce bude využito několika **metod**. Teoretická část bude využívat výsledků získaných studiem literatury (odborných knih, časopisů, internetu, interních zdrojů poskytnutých vybranou farmaceutickou společností).

V rámci praktické aplikace bude prováděna komparace marketingových a personálních aktivit vybrané farmaceutické společnosti s aktivitami obvyklými pro toto odvětví. V této části práce bude využito vlastních zkušeností z farmaceutické praxe.

V rámci účetního výkaznictví budou analyzovány účetní metody a postupy použité při sestavování výkazů vybranou farmaceutickou společností a komparovány s ustanoveními právních norem upravujících účetnictví v České republice.

Nakonec bude použita metoda syntézy poznatků, jejímž výsledkem bude zhodnocení farmaceutické společnosti a případný návrh změn vedoucích ke zlepšení dosavadního stavu.

2 Charakteristika farmaceutického trhu

2.1 Obecné teze o farmaceutickém trhu

Farmaceutický trh je trhem, na němž vedle konsignačních skladů, distributorů, prodejních míst (lékáren a výdejen) a lékařů působí zejména originální a generické farmaceutické firmy. Společný rys originálních farmaceutických firem tvoří jejich úzká vazba na výzkum a vývoj nových léků, jejichž cílem je zachraňovat život, zkvalitnit léčbu nemocí, prodlužovat délku života a zlepšovat kvalitu života pacientů globálně na celém světě. Generické farmaceutické firmy, které mají na farmaceutickém trhu své nezastupitelné místo, se zaměřují již na výrobu kopií originálních léků, a to vždy po uplynutí patentu, tzn. po uplynutí doby, po kterou může konkrétní lék vyrábět a prodávat jenom společnost, která léčivý přípravek vyvinula a patentovala. Tyto kopie, tzv. „generika“ bývají mnohem levnější než originální produkty, neboť do kalkulace ceny nevstupují žádné náklady na výzkum.

Největší podíl na světovém trhu s léčivy zauímají farmaceutické firmy jako: Pfizer, GlaxoSmithKline (GSK), Novartis, Sanofi-Aventis, Merck & Co. Na českém trhu jsou farmaceutickými společnostmi s největším podílem: Zentiva, Novartis, Sanofi-Aventis, GSK a Pfizer [12].

V současné dynamické době mezi farmaceutickými firmami dochází k procesům fúzí, akvizicí a aliancí, jejichž výsledkem jsou různá spojení, jejichž cílem je posílit pozice na trhu, zintenzivnit aktivity ve výzkumu a vývoji, výrobě produktů, marketingových aktivitách či optimalizaci daňového zatížení tak, aby byl zajištěn ekonomický růst farmaceutických společností.

Mezi konkrétní příklady spojení farmaceutických společností v několika posledních letech jsou: Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, Astra/Zeneca, Léčiva, a.s./Slovakofarma,a.s. = Zentiva, Teva/Ivax, Pliva/Lachema atd. [12].

Výše uvedená spojení mohou být realizována horizontálně – pokud jsou spojovány originální firmy mezi sebou, generické firmy mezi sebou, nebo vertikálně – např. spojení výrobce s dodavatelem atd.

Dle Rheapharmu [12] jsou dalšími formami spolupráce licenční dohody a smlouvy o spolupráci při výzkumu a vývoji nových léčiv. Stále více dochází ke vzniku různých

forem kooperací a strategických aliancí mezi farmaceutickými a biotechnologickými firmami jako nejrychlejší cesta k novým technologiím.

V České republice vznikají také mnohé asociace farmaceutických společností. Mezi nejvýznamnější patří např:

ČAFF (Česká asociace farmaceutických firem)

- Předmětem činnosti ČAFF je sjednocovat a hájit společné zájmy firem, které se zabývají výzkumem, vývojem, výrobou, obchodem, propagací, marketingem v oblasti humánních léčivých přípravků a dále informatikou v oblasti farmaceutického průmyslu a užití léčivých přípravků [13].
- zahrnuje 26 originálních i generických farmaceutických firem fungujících v České republice (např.: Zentiva, Krka, Mylan Pharmaceuticals, Teva, Apotex a další),
- zabezpečuje kontinuitu subjektů s obdobným předmětem činnosti, a to Sdružení výrobců léčivých přípravků (SVLP) a Sdružení českého farmaceutického průmyslu (SČFP)

MAFS (Mezinárodní asociace farmaceutických společností)

- Mezinárodní asociace farmaceutických společností (MAFS), sdružující výzkumně orientované výrobce inovativních léků podnikající v ČR, se od 3. června 2008 přejmenovala na **Asociaci inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP)**.
- hlavní funkcí asociace je propagovat zájmy členských organizací, posilovat vhodné prostředí v českém zdravotnictví, zlepšovat zdravotní péči o občany České republiky, a to prostřednictvím inovací a uvádění nových léků na trhu,
- dlouhodobě prosazuje zrovnoprávnění podmínek podnikání v rámci farmaceutického trhu ČR pro všechny subjekty,
- vznikla v roce 1993,
- v rámci České republiky sdružuje 32 výzkumně orientovaných farmaceutických společností – společnosti této asociace tedy cíleně investují do výzkumu a vývoje nových léčivých produktů.

SVOPL (Sdružení výrobců volně prodejných léčivých přípravků)

- sdružuje 24 společností,

- propaguje zmenšování administrativních bariér bránících rozšíření volně prodejných léčiv na farmaceutickém trhu České republiky, zajišťuje komunikaci s orgány státní správy jako i se zástupci lékařů, lékárníků a širokou veřejností,

Cílem sdružení je [14]:

- a) sladit zájmy veřejnosti a zdravotního systému (zdravotníků),
 - b) nabídnout veřejnosti i lékařům dostatečně široký sortiment volně prodejných léků a prostředků, které pomohou při léčbě běžných (akutních) nemocí nebo přispějí ke zdravějšímu způsobu života,
 - c) zakotvit a uplatnit principy samoléčby do české praxe.
- vzniklo v roce 2000.

Organizační struktura farmaceutických společností v České republice, stejně tak jako v okolních státech závisí na velikosti firmy, funkcích, které musí plnit a stupni vývoje. Ve farmaceutické praxi bývají nejčastěji aplikovaná dvě níže uvedená schémata[12]:

- 1) organizační struktura založená na rozdělení do oddělení podle funkce, kterou plní. V rámci firmy funguje finanční, medicínské, personální, marketingové a obchodní oddělení. Výhodou je možnost specializace zaměstnanců pro určitou funkci, nevýhodou může být problematická komunikace mezi jednotlivými odděleními, zejména pokud je počet zaměstnanců vyšší a počet produktů v portfoliu firmy velký,
- 2) organizační struktura založená na rozdělení do produktových linií. V rámci farmaceutických společností se uplatňuje zejména v organizaci salesu (prodejných týmů) a marketingu, ostatní oddělení zůstávají zpravidla zachována v nezměněné struktuře. Výhodou je menší počet přípravků propagovaných jedním reprezentantem a tím i větší koncentrace na určitou terapeutickou oblast.

Ve farmaceutické praxi se vyskytují různé varianty, které se týkají počtu zaměstnanců na určitých pozicích. Může docházet také ke slučování pozic nebo k posunu v kompetencích zaměstnanců.

2.2 Vývoj farmaceutického trhu

Stejně jako trh s ostatními druhy zboží, také farmaceutický trh prochází změnami, které vyplývají z konkrétních podmínek. Tyto podmínky vhodně popisuje studie společnosti

Roland Berger Strategy Consultants [15], která pracovala s předními farmaceutickými firmami. Výsledkem výzkumu je názor, že se tyto společnosti do budoucna neobejdou bez diverzifikace zejména v oblasti generických léků. Dokonce celá polovina dotázaných společností očekává zápornou návratnost investic do výzkumu a vývoje v resortu originálních léků.

Výše uvedená studie [15] se zaměřila na sedm z deseti největších farmaceutických společností, které reprezentují celkem 40% celkových celosvětových příjmů. Na základě analýzy názorů vrcholových manažerů ověřila společnost Roland Berger výsledky studie a z ní vyplývající rozhodnutí strategického rázu.

Podmínkami působícími na tento vývoj jsou zejména: omezení veřejných výdajů, obtížný vstup na trh, velké množství patentů – a co je důležité: tyto patenty v krátkém časovém horizontu (většinou během následujících tří let) vyprší. Tyto podmínky diktují nutnost přehodnotit tradiční obchodní model farmaceutických společností a obrátit se směrem k rozsáhlejší diverzifikaci.

Dle tohoto výzkumu [15] se šedesát procent dotazovaných společností odklání od původní strategie zaměřené na produkci patentovaných léků s vysokými maržemi. Tato strategie je opouštěna ze dvou hlavních důvodů:

- očekává se, že marže plynoucí z originálních léků budou podléhat stále většímu tlaku regulace,
- masivní investice do výzkumu a vývoje nebudou dále přinášet očekávanou návratnost.

Z tohoto důvodu řada farmaceutických společností začíná diverzifikovat své portfolio, a to buď cestou akvizicí nebo sloučením se společnostmi, které vyrábějí volně prodejné léky, vakcíny či generika. Příkladem mohou být společnosti Pfizer, Novartis, Sanofi Aventis či GSK. Další cestou k řešení situace je zaměření na klíčový segment, tzn. především na výrobu originálních léků na předpis – např. u společnosti Roche.

Diverzifikace činnosti může mít dle vrcholových manažerů farmaceutických společností zahrnutých do výzkumu [15] tři různé formy

- snížení rizik,
- inovace,
- integrace.

Z těchto uvedených forem volí většina farmaceutických společností konzervativní přístup, tzn. minimalizaci rizik. Akvizicemi firem vyrábějících především generické léky a volně prodejné léky chce trh docílit rychlého růstu a také využít možností, které nabízí nově se rozvíjející trh Brazílie, Ruska, Indie a Číny [15].

Z uvedených forem diverzifikace zaujímá druhé místo inovace, která je realizována zejména v oblasti personalizovaného zdravotnictví a diagnostických zařízení. Dle uvedeného výzkumu [15] se diverzifikace nejvíce dotkne generických léků (45%), diagnostických zařízení (43%) a vakcín (37%).

3 Charakteristika vybrané společnosti

Za účelem zpracování této bakalářské práce byla vybrána farmaceutická společnost Grünenthal, neboť tato společnost je jednou ze stálých firem působících na trhu

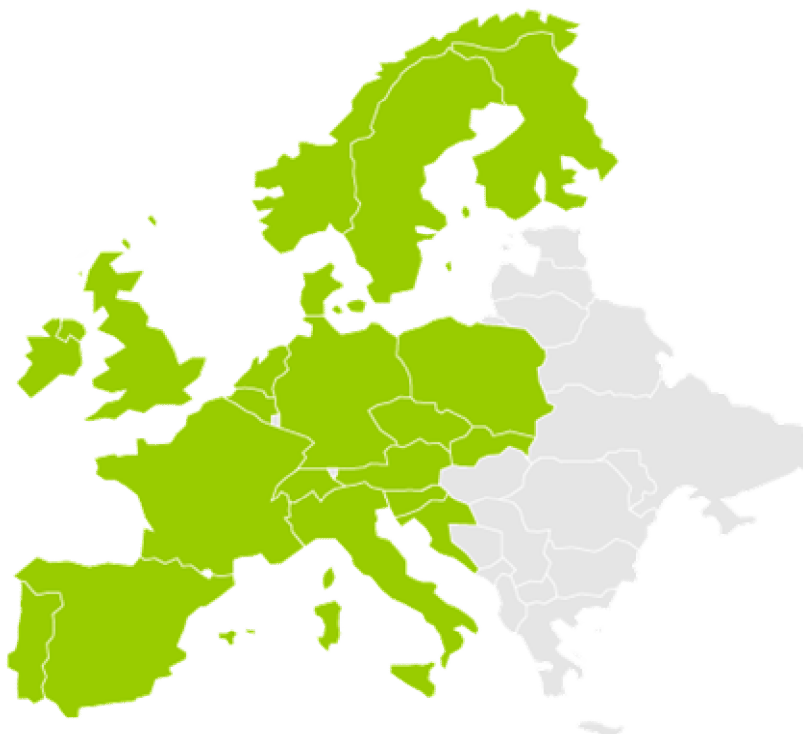
s farmaceutickými produkty jak v České republice, tak v zahraničí. Dalším důvodem pro volbu této společnosti je dostupnost informačních zdrojů.

Předmětem podnikání společnosti je zprostředkování obchodu a služeb, reklamní činnost, marketing a velkoobchod. Identifikační číslo společnosti je 270 63 623. Společnost je dle vlastního rozhodnutí vedení společnosti členěna na oddělení:

- marketingu,
- medicíny,
- financí,
- prodeje a
- rozvoje.

Společnost Grünenthal je nezávislá farmaceutická společnost s vlastním výzkumem a s mezinárodní působností. Od založení v roce 1946 je v rodinném vlastnictví. Veškeré produkty této společnosti jsou distribuovány do více než 100 zemí světa a počet těchto odbytových míst trvale roste. Obchodní zastoupení se nalézá v Evropě, Americe, Asii i Austrálii. Obchodní síť v Evropě je zobrazena níže uvedeným obrázkem, zobrazení ostatních obchodních sítí je součástí přílohy B.

Obr. č. 1 Obchodní zastoupení společnosti Grünenthal v Evropě



Zdroj: [4]

V roce 2011 má společnost Grünenthal po celém světě přibližně 5300 zaměstnanců, kteří mají velký podíl na úspěchu společnosti [3].

Grünenthal Czech je společností s ručeným omezeným a tvoří tak samostatnou pobočku německé rodinné společnosti Grünenthal GmbH. Jejím cílem je být vysoce respektovanou farmaceutickou společností díky výsledkům vlastního výzkumu, vyvinutých produktů i získaných obchodních značek.

Vize společnosti Grünenthal:

"Stát se preferovaným partnerem pro naše klienty, dodavatele a zaměstnance dodržáním všech našich slibů."[3]

4 Analýza farmaceutické společnosti z pohledu marketingové politiky

Dle Kotlera je marketing definován jako sociální proces, při kterém jednotlivci a skupiny získávají to, co si přejí a co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními.[5]

„Farmaceutický marketing“ lze chápat především jako nástroj pro přenos informací ke zdravotnickým profesionálům. Co nejdokonalejší informovanost o působení a správném užití léku vede pak následně ke správnému rozhodování lékařů a lékárníků o volbě konkrétního léčiva podle specifické potřeby konkrétního pacienta. Léčivo musí především naplňovat potřebu pacienta, jinak nemůže být komerčně úspěšné i přes jakoukoli snahu marketingového oddělení.[1]

Každá společnost působící na farmaceutickém trhu je založena na poskytnutí informací a znalostí. Předpokladem k tomuto předání je snaha zdravotnického personálu o neustálé doplňování a rozšiřování odborných znalostí.

Na každém (nejen na farmaceutickém) trhu je však nutné informovat o produktech, zdůraznit výhody konkrétních preparátů, porovnat je s nabídkou konkurenčních společností a rozšířit tím „obzory“ lékaře či lékárníka při rozhodování o vhodném preparátu pro individuálního pacienta.

„Princip marketingového mixu platí i ve farmacii. I zde funguje kombinace jednotlivých prvků mixu pro sestavení takového marketingového plánu a vytvoření optimální taktiky a strategie, které budou maximalizovat podnikatelský zisk.“[1]

Dále se bude tato kapitola věnovat struktuře marketingového mixu u zvolené farmaceutické společnosti Grünenthal.

4. 1 Výrobek (Product)

4.1.1 Charakteristika produktů společnosti

Zaldiar

Je fixní kombinace skládající se z 37,5 mg tramadolu a 325 mg paracetamolu a využívá se na léčbu střední a až silné bolesti. Od tohoto roku nově i v rozpustné formě Zaldiar effervescent.

Tab. č. 1 Dostupné formy Zaldiaru na trhu

Produkt	Forma
Zaldiar	tbl. flm. 10
Zaldiar	tbl. flm. 20
Zaldiar	tbl. flm. 30
Zaldiar Effervescens	tbl. 10

Zdroj: vlastní zpracování, 2011

Transtec

Jsou matrixové transdermální náplasti obsahující buprenorfin. Jsou určeny k léčbě střední až těžké bolesti nereagující na neopioidní analgetika. Transtec není vhodný na léčbu akutní bolesti.

Tab. č. 2 Dostupné formy Transtecu na trhu

Produkt	Forma
Transtec 35 µg/h	drm emp tdr 5x20mg
Transtec 52,5 µg/h	drm emp tdr 5x30mg
Transtec 70 µg/h	drm emp tdr 5x40mg
Transtec 35 µg/h	drm emp tdr 10x20mg
Transtec 52,5 µg/h	drm emp tdr 10x30mg
Transtec 70 µg/h	drm emp tdr 10x40mg

Zdroj: vlastní zpracování, 2011

Versatis

Versatis je lokálně působící hydrogelová náplast (10x14cm), která obsahuje 700 mg 5ti % lidokainu.

Je indikován k symptomatické léčbě neuropatické bolesti po předchozím prodělaní pasového oparu (postherpetická neuralgie, PHN).

Na trhu dostupný pouze v jedné formě v balení po 20ti náplastech.

Tramal

Analgetikum obsahující účinnou látku tramadol. Je určen na léčbu střední až silné bolesti.

Tab. č. 3 Dostupné formy Tramalu na trhu

Produkt	Forma
Tramal	caps.20x50mg
Tramal	supp.5x100mg
Tramal	gtt 10ml
Tramal	gtt 96ml
Tramal 50	inj.5x1ml/50mg
Tramal 100	inj.5x2ml/100mg
Tramal retard 100	tbl.ret.30x100mg
Tramal retard 150	tbl.ret.30x150mg
Tramal retard 200	tbl.ret.30x200mg
Tramal retard 100	tbl.ret.10x100mg
Tramal retard 150	tbl.ret.10x150mg
Tramal retard 200	tbl.ret.10x200mg

Zdroj: vlastní zpracování, 2011

4.1.2 Analýza produktů společnosti

Specifičnost farmaceutického produktu spočívá v účelu, pro který byl vyroben – pro léčení. Z toho také vyplývá šíře zásahů, které do výroby vkládají jednotlivé státy či uskupení (např. Evropská unie). Zásahy se týkají nároků na obal, jakost či dobu použitelnosti.

Obal

Obal má zaručit kontaminaci či znehodnocení léčiva při distribuci od výrobce k pacientům. V České republice jsou povinné údaje vymezené zákonem o léčivu č. 378/2007 Sb. a dále registrační vyhláškou o léčivých přípravcích č. 228/2008 Sb. Dle těchto právních norem [6,7] jsou povinnými údaji: název přípravku, určení účinné látky a množství přípravku resp. objem v mililitrech, hmotnost v gramech, počet kusů tablet a

doba expirace. Přičemž údaje uvedené na obalu musí být snadno čitelné, srozumitelné a nesmazatelné. Veškeré informace musí být uvedeny v českém jazyce.

Každý léčivý přípravek musí být také vybaven příbalovou informací, která obsahuje název přípravku, složení, indikační skupinu, charakteristiku účinné látky, indikaci k použití, kontraindikaci, seznam nežádoucích účinků, lékové interakce, dávkování a způsob užití, upozornění, předávkování, uchovávání, varování, balení, adresu držitele rozhodnutí o registraci, adresu místa výroby.[1]

Veškerá léčiva produkovaná společností Grünenthal jsou distribuována v papírových krabičkách zabraňující znehodnocení léčiva. Krabičky jsou opatřeny všemi povinnými údaji a vždy je přiložen příbalový leták. Ukázka krabičky a příbalového letáku přípravku Zaldiar je uveden v příloze C.

Na trhu farmaceutických výrobků jsou rozlišovány dva druhy léčiv

1) originální léčiva

- jsou výsledkem výzkumné činnosti některé z farmaceutických společností, a proto jsou chráněny patentem.

2) generická léčiva

- tvoří ekvivalent k originálním léčivům. Farmaceutické společnosti s nimi mohou vstoupit na trh až po skončení patentové či jiné ochrany originálního léčiva. Nespornou výhodou je příznivější cena, která se může pohybovat na úrovni 80ti až 20ti procent ceny originálního léčiva.

Dle Matyše a Baloga [1] je podíl generik na celkovém obratu léčiv v zemích EU různý. Na českém trhu mají generická léčiva přibližně 76 % podíl, pokud hovoříme o počtech balení, ale jenom 47 % podíl ve finančním vyjádření.

Všechny již zmíněné produkty společnosti Grünenthal patří mezi originální produkty.

V portfoliu firmy se nenachází žádné volně prodejné přípravky.

4.2 Cena (Price)

Cena výrobků či služeb je v rámci farmaceutického průmyslu pod silným vlivem zásahů státu. U originálních preparátů je limitována především vysokými náklady na výzkum a vývoj, u generických léků je cena určována silou konkurence.

Každé nové léčivo na předpis musí projít před vstupem na trh administrativní procedurou, jejímž výsledkem je zařazení léčiva do anatomicko-terapeuticko-chemického (ATC) klasifikačního systému léčiv a stanovení maximální ceny a úhrady.

Pro stanovení ceny jsou rozhodující tři proměnné:

- cena, za kterou farmaceutická společnost prodává léčivo distributorovi, do níž se promítají její náklady na výzkum a vývoj, výrobu, náklady spojené s registrací, náklady na propagaci a také ziskové rozpětí.
- Obchodní marže, kterou si připočítává distributor při prodeji léčiva lékárně.
- Obchodní marže, kterou si připočítává lékárna při prodeji pacientovi.[1]

Ministerstvo financí určuje u léčivých přípravků na předpis na žádost navrhovatele, což je firma léčivo vyrábějící či dovážející, tzv. maximální cenu (MFC), která je horní hranicí, za kterou může farmaceutická firma prodat přípravek distributorovi. Cenový výměr Ministerstva financí dále stanovuje, že obchodní marže připočtená k léčivu nesmí překročit 32 % z ceny výrobce.[1]

Vzhledem k faktu, že léky jsou hrazeny z veřejného zdravotního pojištění, konečného spotřebitele zajímá především výše doplatku, který je rozdílem mezi cenou léku v lékárně a úhradou. Úhradou léčiva se rozumí subvencování části ceny z veřejného zdravotního pojištění. Úhradu léčiva na předpis doporučuje Ministerstvu zdravotnictví kategorizační komise složená ze zástupců Ministerstva zdravotnictví, Svazu pacientů, odborných komor lékařů a lékárníků, odborných společností, Státního ústavu pro kontrolu léčiv a zdravotních pojišťoven. V ČR se uskutečňuje úhrada na bázi systému referenčních úhrad, kdy se výše úhrady odvíjí od ceny nejlevnějšího přípravku z ATC skupiny. Zákon o veřejném zdravotním pojištění č. 48/1997 Sb., ukládá pojišťovně povinnost uhradit plně jeden lék v každé ATC skupině.[1]

Přehled cen produktů vybrané farmaceutické společnosti, spolu s analýzou cen hlavních konkurenčních produktů demonstruje tabulka č. 4

Tab. č. 4 Komparace cen (uvedených v Kč) vybraného produktu společnosti Grünenthal s konkurenčním produktem stejné účinné látky – Doreta (Krka)

Produkt Grünenthal	Cena výrobce v Kč	Předpokl. cena v lékárně	Úhrada v Kč	Hlavní konkurent	Cena výrobce v Kč	Předpok. cena v lékárně	Výše úhrady v Kč
Zaldiar tbl. flm. 10	47,88	71,63	42,41	Doreta tbl.10	32,95	49,29	19,3
Zaldiar tbl. flm. 20	106,34	159,08	84,82	Doreta tbl.20	65,9	98,58	38,59
Zaldiar tbl. flm. 30	153,27	229,18	127,22	Doreta tbl.30	98,86	147,89	57,89

Zdroj: vlastní zpracování, 2011

Konečný spotřebitel či lékárník pod vlivem konečného spotřebitele v některých případech zaměňuje lék předepsaný pacientovi za produkt jiné společnosti v rámci stejné účinné látky, avšak s nižším doplatkem. Z toho důvodu je zapotřebí neustále analyzovat výši doplatku nabízených produktů s výší doplatků hlavních konkurentů.

Analýzu výše doplatků u produktů vybrané farmaceutické společnosti demonstruje tabulka č. 5

Tab. č. 5 Analýza výše doplatků produktů společnosti Grünenthal a konkurenčního produktu stejné kategorie

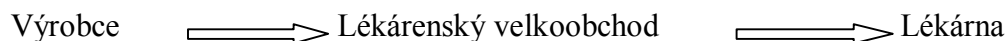
Produkt Grünenthal	Výše doplatku v Kč	Hlavní konkurent	Výše doplatku v Kč
Zaldiar tbl. flm. 10	29,22	Doreta tbl.10	29,33
Zaldiar tbl. flm. 20	74,26	Doreta tbl.20	59,99
Zaldiar tbl. flm. 30	101,96	Doreta tbl.30	90,00

Zdroj: vlastní zpracování, 2011

4.3 Distribuce (Placement)

V distribučním řetězci farmaceutického průmyslu jsou zainteresovány převážně 3 mezičlánky:

Obr. č. 2 Mezičlánky distribuce léčiv

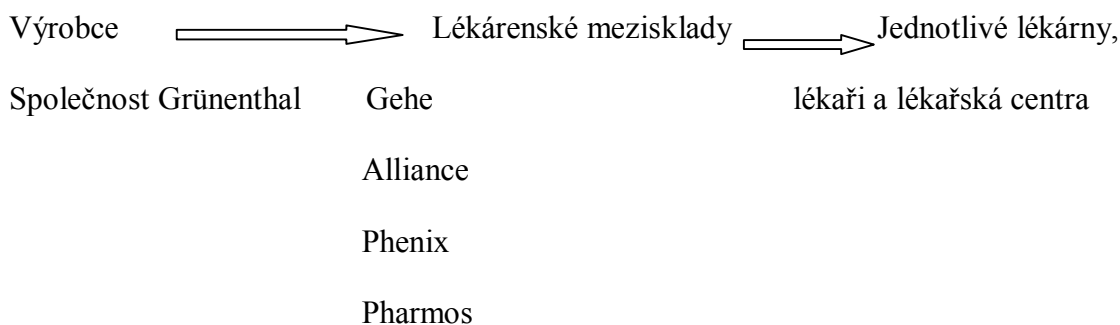


Zdroj: vlastní zpracování, 2011

Organizaci resp. komunikaci mezi jednotlivými mezičlánky zajišťuje buď product manager nebo obchodní zástupce, jehož snahou je rovněž vyvolat poptávku po portfoliu léčiv jejich prezentací u lékařů či lékárníků. Činnost obchodních zástupců však spadá spíše do oblasti podpory prodeje (viz níže uvedená kapitola).

Konkretizace distribučního řetězce společnosti Grünenthal je uvedena v následujícím schématu:

Obr. č. 3 Distribuční řetězec léčiv společnosti Grünenthal v ČR



Zdroj: vlastní zpracování, 2011

Výhody distribuční cesty přes mezičlánek velkoobchod jsou z marketingového hlediska následující:

- Nákup je ve velkém a dodávky jsou v malém – dosahuje se tak úspor při nákupu.
- Velkoobchod je blíže maloobchodu (lékárně) než výrobce, a tak zajišťuje rychlejší dodávky. Velkoobchod je schopen zásobit lékárny během pár hodin po obdržení objednávky a závozy se mohou uskutečnit i dvakrát či vícekrát denně.
- Velkoobchod přebírá rizika spojená se skladováním.
- Výrobce může využít informačních aktivit velkoobchodu. Velkoobchody zasílají pravidelně do lékáren nabídkové katalogy s informacemi o nabízených léčivech a také organizují pro lékárníky odborné a vzdělávací semináře, na nichž mají možnost se prezentovat i zástupci farmaceutických firem se svým sortimentem. [1]

4.4 Propagace (Promotion)

4.4.1 Reklama

Reklama je dle Kotlera [5] jakákoli placená forma neosobní prezentace a propagace myšlenek, zboží nebo služeb konkrétním investorem.

Reklama na farmaceutickém poli na humánní léčivé přípravky je v České republice regulována zákonem o regulaci reklamy č. 40/1995 Sb. a to zvláštním ustanovením o reklamě mířené na širokou odbornou veřejnost a zvláštním řešením na reklamu pro odborníky.

Za reklamu na humánní léčivé přípravky zákon považuje nad rámec obecného vymezení také:

- „všechny informace, přesvědčování, nebo pobídky určené k podpoře předepisování, dodávání, prodeje, výdeje nebo spotřeby humánních léčivých přípravků,
- Návštěvy obchodních zástupců s humánními léčivými přípravky u osob oprávněných je předepisovat, dodávat nebo vydávat,
- dodávání vzorků humánních léčivých přípravků,
- podporu předepisování, výdeje a prodeje humánních léčivých přípravků pomocí daru, spotřebitelské soutěže a nabídkou nebo příslibem jakéhokoli prospěchu nebo finanční či věcné odměny,
- sponzorování setkání konaných za účelem podpory předepisování, prodeje, výdeje nebo spotřeby humánních léčivých přípravků a navštěvovaných odborníky,
- sponzorování vědeckých kongresů s účastí odborníků a úhrada nákladů na cestovné a ubytování související s jejich účastí.“ [8]

- Reklama zaměřená na širokou veřejnost

„Předmětem reklamy určené široké veřejnosti mohou být humánní léčivé přípravky, které jsou podle svého složení a účelu uzpůsobeny a koncipovány tak, že mohou být použity bez stanovení diagnózy, předpisu nebo léčení praktickým lékařem, popřípadě na radu lékárníka.“ [8]

Zakazuje se poskytování vzorků humánních léčivých přípravků široké veřejnosti. Reklama zaměřená na širokou veřejnost musí

- a) být formulována tak, aby bylo zřejmé, že výrobek je humánním léčivým přípravkem,
- b) obsahovat název humánního léčivého přípravku tak, jak je uveden v rozhodnutí o registraci. Pokud humánní léčivý přípravek obsahuje jen jednu léčivou látku, musí reklama obsahovat i běžný název tohoto humánního léčivého přípravku,
- c) obsahovat informace nezbytné pro správné použití humánního léčivého přípravku,
- d) obsahovat zřetelnou, v případě tištěné reklamy dobře čitelnou, výzvu k pečlivému pročtení příbalové informace.

Reklama zaměřená na širokou veřejnost nesmí:

- a) vyvolávat dojem, že porada s lékařem, lékařský zákrok nebo léčba nejsou potřebné, zvláště nabídkou stanovení diagnózy nebo nabídkou léčby na dálku,
- b) naznačovat, že účinky podávání humánního léčivého přípravku jsou zaručené, nejsou spojeny s nežádoucími účinky nebo jsou lepší či rovnocenné účinkům jiné léčby nebo jiného humánního léčivého přípravku,
- b) naznačovat, že používáním humánního léčivého přípravku selepší zdraví toho, kdo jej užívá,
- c) naznačovat, že nepoužitím humánního léčivého přípravku může být nepříznivě ovlivněn zdravotní stav osob, s výjimkou vakcinačních akcí schválených Ministerstvem zdravotnictví,
- d) být zaměřena výhradně na osoby mladší 15 let,
- e) doporučovat humánní léčivý přípravek s odvoláním na doporučení vědců, zdravotnických odborníků nebo osob, které jimi nejsou, ale které by díky svému skutečnému nebo předpokládanému společenskému postavení mohly podpořit spotřebu humánních léčivých přípravků,
- f) naznačovat, že humánní léčivý přípravek je potravinou nebo kosmetickým přípravkem nebo jiným spotřebním zbožím,
- g) naznačovat, že bezpečnost či účinnost humánního léčivého přípravku je zaručena pouze tím, že je přírodního původu,
- h) popisem nebo podrobným vylíčením konkrétního průběhu určitého případu vést k možnému chybnému stanovení vlastní diagnózy,
- i) poukazovat nevhodným, přehnaným nebo zavádějícím způsobem na možnost uzdravení,

- j) *používat nevhodným, přehnaným nebo zavádějícím způsobem vyobrazení změn na lidském těle způsobených nemocí či úrazem nebo působení humánního léčivého přípravku na lidské tělo nebo jeho části.*“ [8]

Společnost nepodniká v rámci reklamy zaměřené na širokou veřejnost žádné aktivity.

- Reklama zaměřená na odborníky

„Reklama na humánní léčivé přípravky zaměřená na odborníky může být šířena pouze prostřednictvím komunikačních prostředků určených převážně pro tyto odborníky (například odborných neperiodických publikací, odborného periodického tisku, odborných audiovizuálních pořadů).“ [8]

„Takováto reklama musí obsahovat:

- a) přesné, aktuální, prokazatelné a dostatečně úplné údaje umožňující odborníkům vytvořit si vlastní názor o terapeutické hodnotě humánního léčivého přípravku. Údaje převzaté z odborných publikací nebo z odborného tisku musí být přesně reprodukovány a musí být uveden jejich zdroj,*
- b) základní informace podle schváleného souhrnu údajů o přípravku, včetně data schválení nebo poslední revize,*
- c) informaci o způsobu výdeje humánního léčivého přípravku podle rozhodnutí o registraci,*
- d) informaci o způsobu hrazení z prostředků veřejného zdravotního pojištění.*“ [8]

„Obchodní zástupce musí při každé návštěvě provedené za účelem reklamy humánního léčivého přípravku předat navštívenému odborníkovi souhrn údajů o každém humánním léčivém přípravku, který je předmětem reklamy, a informaci o způsobu hrazení těchto humánních léčivých přípravků. Obchodní zástupce je povinen bez zbytečného odkladu předávat příslušnému držiteli rozhodnutí o registraci, informace o významných skutečnostech, o kterých se při výkonu své činnosti dozví, týkajících se použití léčivého přípravku, pro který provádí reklamu, a to zejména o všech nežádoucích účincích jemu ohlášených navštívenými osobami.“ [8]

„V souvislosti s reklamou na humánní léčivé přípravky zaměřenou na odborníky se zakazuje jim nabízet, slibovat nebo poskytovat dary nebo jiný prospěch, ledaže jsou nepatrné hodnoty a mají vztah k jimi vykonávané odborné činnosti.“ [8]

Vyjádření „nepatrná hodnota“ může být označena velmi široce. Z tohoto důvodu Státní ústav pro kontrolu léčiv blíže specifikoval tuto hodnotu v pokynu UST 16 tak, že se jedná o dary nebo jiný prospěch poskytnutý v průběhu jednoho kalendářního roku jednou firmou jednomu odborníkovi, které odpovídají částce 1500 Kč. Při posuzování hranice nepatrnosti je přihlíženo ke skutečnosti, zda je hodnota daru tak velkým stimulem, který by v dané konkrétní situaci mohl ovlivnit objektivitu odborníka při předepisování či výdeji léčiv. [9]

V rámci reklamy pro odbornou společnost podniká firma Grünenthal několik aktivit. Jedná se zejména:

- návštěvy obchodních zástupců s humánními léčivými přípravky u osob oprávněných je předepisovat nebo vydávat (lékař & lékárník),
- dodávání vzorků humánních léčivých přípravků,
- sponzorované setkání navštěvovaných odborníky (kongresy...),
- zadávání neintervenečních poregistračních studií,
- publikace do odborných časopisů.

4.4.2 Podpora prodeje

Podpora prodeje je na farmaceutickém trhu zastoupena činnostmi, jako jsou:

- 1) konference a kongresy,
- 2) semináře a výstavy.

Metyš a Balog [1] vytyčují zásady pro realizaci účasti farmaceutických společností na kongresech, konferencích a seminářích:

- a) naplánovat účast na akcích na jeden rok dopředu.
- b) Vypracovat specifický cíl pro každou akci, na které se farmaceutická společnost účastní.
- c) Vypracovat rozpočet.
- d) Rozhodnout o podobě stánku.
- e) Naplánovat a zajistit veškeré podpůrné materiály a pomůcky, včetně pozvánek, registračních formulářů, žádostí o vzorky apod.

- f) Naplánovat účast relevantních osob z farmaceutické společnosti podle cílů a programů pro danou akci.
- g) Pečlivě vyhodnotit výsledek z účasti na každé akci – včetně doplnění databáze o získané informace.

Podpora prodeje je ve společnosti Grünenthal prezentována následujícími činnostmi:

Společnost se účastní většiny důležitých kongresů zaměřujících se na léčbu bolesti.

V tomto roce to byly například akce jako:

- 7 th Congress of EFIC , 21.-24.9.2011, Hamburk,
- XIII. Česko-Slovenské dialogy o bolesti, 6.-8.10.2011, Košice,
- XVIII. Jihočeské onkologické dny, 13.-15.10.2011, Český Krumlov,
- III. Česko-slovenská konference paliativní medicíny, 23.-24.11.2011, Olomouc,
- 25. Český a Slovenský neurologický sjezd, 23.-26.11.2011, BVV Brno,
- menší regionální semináře pořádané samotnými obchodními zástupci, pobíhající většinou v prostorách nemocnic v rámci edukačních setkání na jednotlivých odděleních.

4.4.3 Public relations

Nejen ve farmaceutickém průmyslu lze Public relations rozdělit na dva typy: korporátní public relations a public relations podpory specifických značek společnosti. Je velmi těžké stanovit mezi těmito dvěma typy ostrou hranici, protože dobré a známé jméno farmaceutické společnosti pomáhá prodeji a předepisování jejich značek a naopak dobré jméno značky podporuje jméno a prestiž společnosti, která ji má v portfoliu. [1]

Produktové public relations, ve kterém jde o podporu konkrétní značky je zaměřeno na několik cílových skupin. Těmito skupinami jsou:

- *Orgány státní správy – Ministerstvo zdravotnictví, Ministerstvo financí, SÚKL, zdravotní pojišťovny,*
- *Odborníci ve zdravotnictví – distributoři, nemocnice, názoroví vůdci – Key Opinion Leaders, profesní společnosti, lékaři, nižší zdravotní personál, lékárny*
- *Veřejnost – spotřebitelé, pacienti,*
- *Zájmové a nátlakové organizace – př. Svaz pacientů ČR, ...*

- *Média.* [1]

Farmaceutické společnosti se často snaží oslovit špičkové odborníky v příslušné oblasti, ve které se daný podporovaný přípravek uplatňuje. Častou praxí bývá pozvání na zahraniční konference, kde se prezentují výsledky klinických studií nebo také přednostní dodání vzorků přípravku a začlenění těchto odborníků do klinických studií probíhajících na území ČR. Následně společnost tyto odborníky využívá pro vystoupení na lokálních konferencích a seminářích pro lékaře dané specializace. Navíc tito odborníci jsou v mnoha případech významnými a důvěryhodnými zdroji jak pro odborná, tak pro laická média, takže jejich osobní názor a kladný vztah k přípravku může být nástroji public relations zprostředkován nejen dalším specialistům, ale také široké veřejnosti. [1]

Účinným nástrojem komunikace v rámci distribučního řetězce (zejména komunikace s konečným spotřebitelem) je internet.

Aktivita v oblasti internetu lze rozdělit hned do několika skupin.

- *V první řadě jsou to obecné www stránky jednotlivých společností, kde jsou dostupné informace o působení a době trvání firmy, obecné informace o aktivitách firmy, kontaktní údaje. Jsou zde také odkazy, které umožní vstup do dalších okruhů komunikace – př. www stránky pro odborníky. Tyto úvodní stránky jsou také prostorem, kde jsou zveřejňovány oznámení, upozornění a sdělení, která se týkají například změny balení, varování před nežádoucími účinky apod.*
- *Další skupinu tvoří www stránky pro odborníky. Příslušná www stránka musí být jasně označena jako médium pro odborníky a před vstupem na ni musí být uvedeno varování, že uživatel internetu vstupuje na stránky určené pro odbornou veřejnost. Nicméně farmaceutická společnost nezodpovídá za to, že informace určené odborníkům se nedostanou i k laické veřejnosti, proto také tyto stránky jsou vítaným legálním prostorem pro umístění lékové reklamy.*
- *Třetí oblastí je veřejně přístupná odborná informační služba. Zákon o léčivech její zřízení přímo nařizuje. Farmaceutické společnosti jsou povinny prostřednictvím této služby informovat veřejnost o léčivých přípravcích, ke kterým mají rozhodnutí o registraci. V rámci této odborné informační služby můžou farmaceutické společnosti provozovat i poradnu se spotřebiteli, čehož také využívají.*

- Čtvrtá oblast je v oblasti PR snad nejdůležitější, jde o www stránky zaměřené na obecné informace o zdraví a nemocech. I zde je jako nástroj komunikace se spotřebitelem často realizována on-line poradna.[1]

Právě zde lze spatřit mezeru resp. možnost zlepšení společnosti Grünenthal, s.r.o. na trhu v České republice. Webové stránky této společnosti [3] na českém trhu obsahují:

- Veřejně přístupnou odbornou informační službu (VPOIS)

Veřejně přístupná odborná informační služba obsahuje informace o léčivých přípravcích společnosti Grünenthal GmbH registrovaných v České republice.

Povinnost zřídit VPOIS vyplývá ze zákona č. 378/2007 Sb. - Zákon o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů (zákon o léčivech).

- Informace pro zdravotnické odborníky.

Avšak chybí jakákoli další nadstavba, např. odborná telefonická poradna, či podobná služba.

Mezi nástroje v rámci public relations patří také sponzorství kulturních, sportovních či společenských akcí.

4.4.4 Osobní prodej

Osobní prodej je osobní prezentací reprezentanta společnosti s cílem vyvolat prodej a vybudovat současně dlouhodobé vztahy se zákazníkem. Osobní prodej je nejpřesvědčivějším nástrojem pro realizaci prodeje, ale současně také nejdražším. V České republice stojí jedna návštěva reprezentanta u lékaře farmaceutickou společností částku více než 500,- Kč.[1]

U společnosti Grünenthal je možno provést analýzu finanční náročnosti reklamy odvozeně, dle vzorce:

Denní náklady na reprezentanta / Denní počet návštěv

Příčemž denní náklady reprezentanta tvoří nejen hrubá mzda včetně odvodů na zdravotní pojištění a sociální zabezpečení hrazené zaměstnavatelem, ale i náklady na dopravu (většinou leasing automobilu + pohonné hmoty), náklady na reprezentaci a ostatní náklady (parkovné, telefonní a poštovní poplatky apod.).

Dle stanoveného vzorce lze konkretizovat výpočet společnosti Grünenthal takto:

5600 Kč / 8 návštěv = 700 Kč na 1 návštěvu

Nicméně i přes svou nákladnost je osobní prodej v oblasti farmacie základním pilířem marketingové komunikace, vzhledem k nutnosti kvalifikovaně obeznámit odbornou veřejnost s léčivými přípravky. [1] Návštěva reprezentanta společnosti u lékaře je považována dle zákona o reklamě za reklamu a podle toho je také náležitě regulována (viz výše).

4.5 Zhodnocení analýzy marketingové politiky vybrané společnosti

Z výše uvedených skutečností a dále také z dlouhodobého osobního porovnávání marketingové politiky vybrané farmaceutické společnosti s hlavními konkurenty v odvětví lze konstatovat, že společnost Grünenthal:

- má vhodně zvolené portfolio výrobků,
- využívá výhod z převážné části originálních produktů,
- respektuje právní předpisy v oblasti regulace reklamy i regulace léčiv,
- využívá standardního distribučního řetězce,
- vhodně diverzifikuje reklamu cílenou na širokou odbornou veřejnost i reklamu zaměřenou na odborníky,

Neopomíjí podporu prodeje prostřednictvím pořádání konferencí a seminářů,

- pečlivě analyzuje formu a efektivnost osobního prodeje.

Marketingová politika společnosti Grünenthal je na vysoké odborné úrovni, proto lze jen těžko nalézt nedostatky. Navrhnout lze např. provozování odborné telefonické poradny, která ve společnosti prozatím nebyla zavedena.

5 Analýza farmaceutické společnosti z pohledu personální politiky

Personální politika má být vnímána jako soubor opatření, jimiž se subjekt personální politiky snaží ovlivňovat oblast práce a lidského činitele a usměrňovat chování a jednání lidí tak, aby přispívalo k efektivnímu plnění úkolů a záměrů organizace [16].

Kleibl a kolektiv [17] uvádí, že „personální politika vychází z určitých zásad (principů, směrnic) a směřuje k dosažení stanovených cílů (výkonnosti, spokojenosti)“. Autoři připomínají, že personální politiku je nutno zasadit do širšího kontextu, který tvoří právní normy, prostředí a tržní hospodářství. Personální politika musí tyto objektivní vlivy nejen respektovat, ale i absorbovat a začlenit v podobě příslušných principů, směrnic a zásad do nástrojů personálního řízení. Tyto nástroje musí být konstruovány tak, aby zabezpečily dva hlavní cíle personální politiky z hlediska organizace jako celku, a to nezbytnou výkonnost organizace pro její existenci a rozvoj a spokojenost zaměstnanců.

Společnost Grünenthal aplikuje personální politiku na následujícím počtu a složení zaměstnanců (viz následující tabulka a schéma):

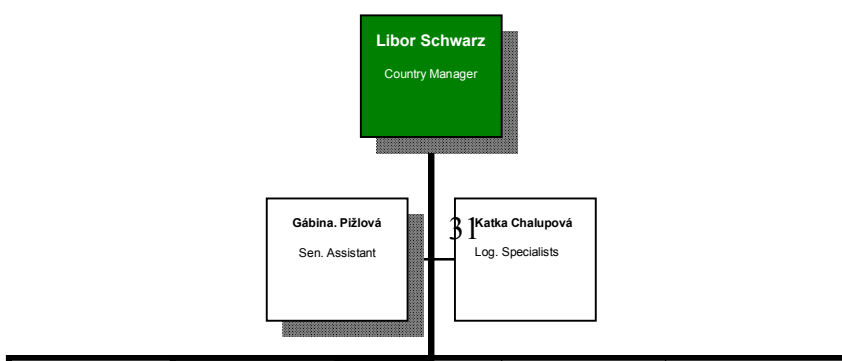
Tab. č. 6 Průměrný počet zaměstnanců společnosti Grünenthal během roku

Rok	2006	2007	2008	2009	2010
Vedení společnosti	10	10	8	8	8
Ostatní zaměstnanci	22	22	24	24	24
Celkem	32	32	32	32	32

Zdroj: vlastní, 20011, dle podkladů z účetních závěrek společnosti [1]

Z výše uvedené tabulky je patrná změna v poměru mezi vedoucími pracovníky a ostatními zaměstnanci společnosti, ke které došlo v roce 2008. Dále je patrný „limit“ počtu zaměstnanců, který je dlouhodobě fixován.

Obr. č. 4 Organizační diagram společnosti Grünenthal, s.r.o. v ČR



Zdroj: [3]

Dle výše uvedeného schématu se management firmy Grünenthal s.r.o. skládá ze:

- dvou team-leaderů,
- dvou produktových manažerů,
- finančního manažera,
- generálního manažera,

příčemž každý z těchto manažerů má pod sebou určitou skupinu podřízených, které musí vhodně motivovat k jejich práci.

Dle Koubka [16] bývají obecné zásady personální politiky rozpracovány do jednotlivých dílčích personálních politik, které zahrnují různé personální činnosti. Mezi dílčí prvky personální politiky lze zahrnout následující politiky:

- Politika přijímání a nábory zaměstnanců,
- Politika v oblasti péče o pracovníky a odměňování,
- Politika zaměstnaneckých vztahů či vztahů s odbory.

Dle výše uvedeného členění budou dále analyzovány personální činnosti ve společnosti Grünenthal, s.r.o.

5.1 Proces vyhledávání a přijímání zaměstnanců

Dle autorů Foot, Hook [18] zahrnuje tato sekce personální politiky návrh procedur pro spravedlivý nábor a výběr zaměstnanců s ohledem na to, aby tito zaměstnanci přispívali k naplňování korporační strategie organizace. Jedná se o provádění pohovorů nebo informování o termínech a podmínkách zaměstnání.

„Hlavním požadavkem v tomto případě je při získávání, rozvoji a vzdělávání lidí zabezpečovat správnou kombinaci specifických znalostí specialistů a širokých dovedností a přístupů, které vyžadují měnící se podmínky podnikání“ [19].

Proces získávání nových pracovníků a jejich výběr má ve společnosti Grünenthal dvojitý rozměr. Horní pozice uvedené v organigramu (viz výše) vykazují nižší fluktuaci, a proto proces vyhledávání a přijímání zaměstnanců není tak obvyklý. Čím blíže je hledaná pozice vrcholu organigramu, tím vyšší je participace mateřské společnosti na procesu přijímání zaměstnance.

Druhá rovina vyhledávání a přijímání zaměstnanců se nachází na úrovni farmaceutických reprezentantů. Jejich výběr je zcela v kompetenci area manažerů, kteří jsou odpovědní za tvorbu a další vedení týmů ve svých regionech. Výhodou tohoto postupu je, že každému area manažerovi je poskytnuta volnost při tvorbě svého týmu. Nevýhoda však spočívá ve skutečnosti, že area manažeři nemusí mít ekonomické vzdělání, resp. vzdělání v oblasti personalistiky. Velmi často to bývají lidé s farmaceutickým či lékařským vzděláním. V takovém případě nezbyvá nic jiného, než spoléhat na zkušenosti a „cit“ při výběru vhodných zaměstnanců. Tato nevýhoda bývá u farmaceutických společností do jisté míry stírána faktem, že zaměstnanci na pozicích farmaceutických reprezentantů se ve většině případů „rekrutují“ ze zaměstnanců, kteří dříve pracovali na stejných pozicích u jiné farmaceutické společnosti, a proto mají s touto prací zkušenosti. V každém případě však takovýto proces náběru nezaručuje, že bude vybrán zaměstnanec, který je schopen a ochoten převzít firemní návyky a cíle organizace a zajistit tak výkonnost organizace.

Jako zdroj nových pracovníků jsou využívány reference stávajících zaměstnanců, dále inzerce na internetu či v tisku a v některých případech jsou využívány také služby personálních agentur zaměřených na nábor zaměstnanců v oboru farmacie. Na dalším místě je doporučení potenciálních zaměstnanců od klientů společnosti.

Pokud dojde k doporučení uchazeče od stávajícího zaměstnance, má společnost Grünenthal dle své vnitropodnikové směrnice finanční motivaci k doporučení kvalitních zaměstnanců:

při podepsání smlouvy na dobu neurčitou (standardně po půl roce), dostává dotyčný, který nového zaměstnance doporučil odměnu ve výši 10 000 Kč[3].

Při náborových pohovorech je kladen důraz zejména na odborné znalosti, praxi, příjemné vystupování a dobrý vzhled.

Přijímací řízení není standardizované, ale většinou probíhá ve třech kolech:

1. kolo – pohovor s dotyčným area manažerem,
2. kolo – pohovor s produkt manažerem,
3. kolo – pohovor s generálním ředitelem.

Při přijímání nových zaměstnanců nejsou prověřovány jazykové znalosti či etické principy. Uchazeči nejsou ani testováni psychologickými testy ani testy analyzujícími počítačovou gramotnost.

Přesto se area manažer, produkt manažer i generální ředitel společnosti snaží doplňovat svůj tým zkušenými a vzdělanými uchazeči s potenciálem dalšího rozvoje, tzn. zaměstnance spolehlivé, samostatné, odpovědné, flexibilní a schopné týmové spolupráce.

Společnost Grünenthal tedy nemá vlastní náborové oddělení, noví zaměstnanci jsou ostatním představováni na firemním meetingu.

Slabým místem politiky přijímání a náborem zaměstnanců ve společnosti Grünenthal lze tedy považovat absenci personálního vzdělání area manažerů, kteří se náborem nových zaměstnanců zabývají, a z toho vyplývající důsledky – například v absenci psychotestů, testů na počítačovou gramotnost a dalších nástrojů k identifikaci potenciálu uchazeče. Ke zlepšení stavu by mohlo přispět například zavedení tzv. Assessment Center či Development Center, kterých je v mnoha farmaceutických společnostech již využíváno.

5.2 Motivační politika zaměstnanců

5.2.1 Péče o pracovníky

Tato složka personální politiky obsahuje praxe a postupy správy zaměstnaneckých záležitostí, tj. pracovní podmínky; záležitosti spojené s povyšování, přemístování, s disciplínou, stížnostmi a nadbytečností zaměstnanců; uplatňování přijatých principů v takových záležitostech, jako je rovnost příležitostí, řízení rozmanitosti, sexuální obtěžování, vztahy mezi rasami, věk, užívání škodlivých látek a kouření - souhrnně zabezpečení zákonných a sociálních povinností organizace [19].

Hlavním požadavkem je udržovat a zlepšovat fyzickou i duševní pohodu pracovníků sil vytvářením vhodných pracovních podmínek a rozvojem iniciativy v oblasti ochrany zdraví a bezpečnosti při práci [19].

Ve společnosti Grünenthal jsou v oblasti péče o pracovníky deklarovány mnohé činnosti. Na intranetu společnosti je například uveden manuál pro nového zaměstnance, ve kterém může nalézt informace o společnosti a další užitečné rady. Každý area manažer má na starosti adaptační program pro nového zaměstnance, což znamená, že způsob jeho zaškolení je vždy řešen individuálně v rámci jednotlivých regionů. Pro zaškolování je však společností vytvořen komplexní plán.

Činnosti spojené s bezpečností a ochranou zdraví při práci, včetně evidence a řešení pracovních úrazů, kategorizace prací, zdravotních rizik, stejně jako nasmlouvávání a správa vztahů se závodními lékaři, agenda preventivní závodní péče – veškeré tyto činnosti má na starosti administrativní úsek společnosti Grünenthal.

5.2.2 Politika odměňování

Dle autorů Foot, Hook [18] je předmětem této politiky zavedení takových přeměřených systémů odměňování a odměn zaměstnanců, jež by přispívaly k naplnění strategických cílů organizace, dále sledování jejich úspěšnosti, sběr srovnatelných údajů o jiných organizacích v zemi, řešení individuálních problémů týkajících se odměňování, zapojení do vyjednávání o systémech odměňování a odměn. Obsahem jsou též rozhovory s jednotlivými zaměstnanci o úrovni jejich odměňování, když nastupují do organizace nebo mění pracovní místo, zabývání se jednotlivými problémy nebo stížnostmi,

týkajícími se odměny, zavádění vhodného systému zaměstnaneckých výhod v soulasu s cíli organizace a sledování nákladů a efektivnosti těchto opatření.

„Hlavní požadavky tedy jsou navrhovat, zavádět a řídit systémy odměňování a hodnocení pracovního výkonu pracovníků tak, aby spojovaly a motivovaly lidi, v zájmu dosahování priorit a výsledků organizace“ [19].

Zaměstnanci společnosti Grünenthal jsou motivováni několika finančními i nefinančními faktory:

✓ **Finanční stránka**

- při dlouhodobém prospívání ve firmě a plnění svých povinností – možnost navýšení měsíčního platu – záleží hlavně na přímém nadřízeném a individuální domluvě,
- při splnění pololetního prodejního plánu jednotlivých produktů – jednorázový bonus (viz. příloha D – bonusové schéma),
- každý měsíc vyhodnocení tří nejlepších prodejců – předání nepeněžní odměny v podobě dárkových poukázek (v hodnotě 2000,-; 1500,- a 1000,- Kč).

✓ **Profesní růst, další vzdělání**

- Možnosti profesního růstu jsou ve společnosti Grünenthal vzhledem k velikosti firmy omezené,
- Další vzdělání – absolvování různých školení, ať už povinných nebo na přání zaměstnance a finanční příspěvek na výuku cizích jazyků.

✓ **Další motivační faktory**

- přátelské nestresující prostředí,
- samostatnost a využití vlastní kreativity,
- při plnění povinností lze hovořit i o relativní jistotě zaměstnání.

Ve společnosti Grünenthal je v rámci politiky odměňování aplikován bonusový systém (celé znění viz příloha D), který je založen nejen na plnění individuálních prodejních cílů a plnění celkového prodejního cíle, ale je složen i z kvalitativní složky, v rámci

kteře jsou zaměstnanci odměňováni za produktové znalosti, administrativní činnosti a znalosti prověřené testováním.

Systém odměňování ve společnosti je tedy různorodý, existují zde však jasná pravidla, na co má zaměstnanec nárok při splnění konkrétních podmínek. Tyto podmínky kontrolují manažeři, nikoli personální či mzdové oddělení.

Mzdová hladina se v rámci republikového průměru jeví spíše jako nadprůměrná, nicméně uvnitř společnosti Grünenthal dochází k velkým diferenciacím na základě výkonu zaměstnance.

Fixní mzdu mají stanovenou pouze pracovníci administrativy – sekretářky, mzdové a jiné účetní zaměstnankyně. Výše mzdy se také liší v době zkušební lhůty a po jejím uplynutí. Třináctý plat jako takový společnost nevyplácí. K valorizaci mezd dochází nárazově, bez vazby na výkon a nasazení zaměstnanců.

5.3 Podniková kultura, podniková komunikace

„Jedná se o zapojování a participaci zaměstnanců, tedy informování zaměstnanců a jejich zapojování do rozhodování o záležitostech, které se týkají obou stran, a dále o komunikaci - zpracování a předávání příslušných informací zaměstnancům [19]. Dále do této politiky spadá definování práv a povinností dvou zúčastněných stran, tedy tzv. „psychologická smlouva“ [18].

Účelem podnikové komunikace a obecně podnikové kultury vůbec je řízení pracovních (resp. zaměstnaneckých) vztahů v kolektivech tak, aby byla udržena ve vědomí jednotlivců oddanost a sounáležitost k zaměstnávající společnosti v době probíhajících změn [18].

Společnost Grünenthal si zakládá na dobrých mezilidských vztazích v rámci firmy. Poměrně malý počet zaměstnanců umožňuje bližší poznání jednotlivých kolegů ať už v rámci pravidelných setkání na meetinzích, kongresech nebo různých firemních akcích.

Komunikace v rámci společnosti je na dobré úrovni. Díky její velikosti probíhá velice rychle a přátelské úrovni.

Formy komunikace jsou:

- telefonování,
- používání emailů,

- minimálně jednou za měsíc osobní komunikace na meetingu nebo individuálním setkání,
- používání intranetu = vnitropodniková síť, na které se nacházejí veškeré potřebné informace a novinky o firmě,
- používání internetových stránek.

5.4 Hodnocení efektivnosti zaměstnanců, proces propouštění zaměstnanců

Hodnocení zaměstnanců ve společnosti Grünenthal je prováděno v souvislosti s bonusovým systémem. Analýzu výsledků má v kompetenci area manažer, vždy v rámci svého regionu. Kromě ročního hodnocení je u všech farmaceutických reprezentantů vyhodnocováno pololetní prodejní úsilí. Tito zaměstnanci však mohou sami vyhodnocovat jednotlivé prodeje v rámci sledování objemů prodeje v distributorských centrech.

Před ukončením zkušební doby vyhodnocuje area manažer s každým zaměstnancem jeho činnost, úspěchy a slabá místa. Dle zákoníku práce může v tomto období ukončit pracovní poměr bez udání důvodů zaměstnanec i zaměstnavatel, proto se zaměstnancem, který odchází v rámci zkušební lhůty, nejsou prováděny žádné výstupní pohovory analyzující příčiny odchodu zaměstnance. Nelze však tvrdit, že by area manažeři neposkytovali vedení společnosti zpětnou vazbu o tom, z jakých důvodů zaměstnanci společnost opouštějí.

Společnost v rámci své vnitřní agendy vede záznamy o fluktuaci zaměstnanců a má tedy o této problematice zpracovanou statistiku. Údaje z této statistiky však nejsou volně zveřejňovány, proto nemohou být ani součástí této práce.

5.5 Zhodnocení analýzy marketingové politiky vybrané společnosti

Ve firmě Grünenthal se nachází velice dobré sociální prostředí. Dobré vztahy jsou jak na úrovni vertikální, tak na úrovni horizontální. Několikrát do roka jsou pořádány různé společenské akce, na kterých dochází k bližšímu poznávání kolegů i managementu. Tyto akce bývají jak formální – spojené s různými školeními, kde se velice dobře poznávají povahy jednotlivých kolegů. Probíhají však i akce neformální – vánoční večírky, teambuildingy atd.

Důležitým článkem dobře fungující personální politiky ve společnosti Grünenthal je kvalitní management, který dokáže své podřízené správně motivovat a zajistit příjemné nestresující prostředí pro vykonávání jejich povinností.

Slabým místem politiky přijímání a náborem zaměstnanců ve společnosti Grünenthal je absence personálního vzdělání area manažerů, kteří se náborem nových zaměstnanců zabývají, a z toho vyplývající důsledky – například v absenci psychotestů, testů na počítačovou gramotnost a dalších nástrojů k identifikaci potenciálu uchazeče. Ke zlepšení stavu lze tedy navrhnout zavedení např. Assessment Center či Development Center, kterých je v mnoha farmaceutických společnostech již využíváno.

6 Analýza farmaceutické společnosti z pohledu financí a účetnictví

Společnost Grünenthal Czech s.r.o. je právnickou osobou, která má sídlo na území České republiky, proto je účetní jednotkou, která musí vést účetnictví dle právních norem ČR, tzn. dle

- Zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví,
- Vyhlášky č. 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, které jsou podnikateli účtujícími v soustavě podvojného účetnictví,
- Českých účetních standardů pro podnikatele.

V neposlední řadě se však musí řídit i pokyny a informacemi Ministerstva financí ČR a daňovými zákony ČR v platném znění.

Jakožto účetní jednotka společnost Grünenthal s.r.o.:

- musí vést „**podvojně**“ účetnictví, tzn. účetnictví založené na akruálním principu. Proto společnost nevede daňovou evidenci, ani nikdy dříve nevedla „jednoduché“ účetnictví.
- Musí vést **účetnictví v plném rozsahu**, neboť není občanským sdružením, církví, náboženskou společností, obecně prospěšnou společností, honebním společenstvím, nadačním fondem, společenstvím vlastníků jednotek, bytovým družstvem bez povinnosti auditu, příspěvkovou organizací či ostatní účetní jednotkou, o níž to stanoví zvláštní zákon [10]. Vedení účetnictví v plném rozsahu zahrnuje povinnost účtovat na základě účetních dokladů prostřednictvím syntetických účtů, používat zvlášť deník a hlavní knihu, účtovat o rezervách, opravných položkách, přeceňovat na reálnou hodnotu (pokud k tomu je příležitost) a sestavovat účetní závěrku v plném rozsahu. Neboť je společnost Grünenthal, s.r.o. podnikatelským subjektem a nikoli vybranou účetní jednotkou dle znění Zákona o účetnictví [10], je nutnou součástí účetní závěrky pouze rozvaha a výkaz zisku a ztráty spolu s vysvětlující přílohou. Další výkazy: přehled o peněžních tocích a přehled o změnách vlastního kapitálu jsou fakultativními tzn. dobrovolnými zveřejňovanými informacemi. Z účetní závěrky vybrané účetní jednotky (zveřejněné v příloze, ale i z ostatních účetních závěrek společnosti) je však zřejmé, že účetní jednotka sestavuje a

zveřejňuje i přehled o změnách vlastního kapitálu (každoročně) a přehled o peněžních tocích (naposledy zveřejněný za účetní období roku 2010) s využitím nepřímé metody, přičemž peněžní ekvivalenty představují krátkodobý likvidní majetek, který lze snadno a pohotově převést na předem známou částku v hotovosti.

- Musí vést **účetnictví dle českých právních norem** (viz výše), neboť sama není emitentem cenných papírů přijatých k obchodování na regulovaném trhu se sídlem v jakémkoli členském státě Evropské unie. Pokud by byla tímto emitentem, musela by vedle účetnictví sestavovaného dle právních norem ČR účtovat a vykazovat je účetního systému IAS/IFRS [10]. Společnost však pro účely konsolidace účetních výkazů s mateřskou společností reportuje některá účetní data ve shodě s IAS/IFRS. Jak je zřejmé z přílohy k účetní závěrce (viz příloha A) v případě možnosti volby účetní politiky si ve většině případů společnosti Grünenthal, s.r.o. volí takovou metodu, která není v rozporu s Mezinárodními standardy účetního výkaznictví IAS/IFRS.
- Musí vést účetnictví **v českém jazyce a v českých korunách** (dle § 4 odst. 12 a 13 [10]), neboť jí to určuje Zákon o účetnictví, a to i přesto, že mateřská společnost účtuje a vykazuje finanční výkazy v eurech.
- Musí vést účetnictví tak, aby účetní závěrka, která je sestavena na jeho základě podávala **věrný a poctivý obraz** předmětu účetnictví a finanční situace účetní jednotky. Věrný a poctivý obraz je tedy základním principem finančního účetnictví. Konkrétní smysl tohoto principu je popsán v § 7 Zákona o účetnictví.
- Musí vést účetnictví **správně, úplně, průkazně, srozumitelně, přehledně a způsobem zaručujícím trvalost účetních záznamů**, a to dle § 8 Zákona o účetnictví [10].
- Musí vést účetnictví **ode dne svého vzniku až do dne svého zániku** (dle § 4 Zákona o účetnictví [10]). Vznik společnosti Grünenthal je datován na 26. května 2003. Od tohoto data je tedy řádně vedeno finanční účetnictví. Účetním obdobím byl od počátku zvolen kalendářní rok, proto první účetní období bylo mimořádně kratší.
- Musí ověřovat **účetní závěrku auditorem**, pokud ke konci rozvahového dne účetního období, za nějž se účetní závěrka ověřuje a účetního období bezprostředně předcházejícího, překročila nebo již dosáhla alespoň dvou ze tří kritérií [10]:

- 1) aktiva celkem více než 40 000 000 Kč, přičemž aktivy celkem se pro účely zákona o účetnictví rozumí úhrn zjištěný z rozvahy v ocenění neupraveném o opravné položky a odpisy – tzn. ve sloupci brutto,
- 2) roční úhrn čistého obratu více než 80 000 000 Kč, přičemž ročním úhrnem čistého obratu se pro účely zákona o účetnictví rozumí výše výnosů snížená o prodejní slevy a dělená počtem započatých měsíců, po které trvalo účetní období, a vynásobená dvanácti,
- 3) průměrný přepočtený stav zaměstnanců v průběhu účetního období více než 50, zjištěný způsobem stanoveným na základě zvláštního právního předpisu (Zákon č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě, ve znění pozdějších předpisů).

Jak je patrné z účetní závěrky sestavené na účetní období shodné s kalendářním roce 2010, společnost Grünenthal, s.r.o. nesplňuje kritéria auditu, přesto však svoji účetní závěrku každoročně nechává auditovat – a to konkrétně společností PriceWaterhouseCoopers Audit, s.r.o. Praha 2. Úkolem statutárního orgánu společnosti Grünenthal je sestavit účetní závěrku, která podává věrný a poctivý obraz v souladu s českými účetními předpisy a ustanovit takovou vnitřní kontrolu, která by zamezila významným nesprávnostem způsobeným podvody nebo chybami. Úkolem auditora je provést kontrolu tak, aby byla získána přiměřená jistota, že účetní závěrka neobsahuje významné nesprávnosti. Audit též zahrnuje posouzení vhodnosti použitých účetních pravidel, přiměřenost účetních odhadů provedených vedením i posouzení celkové prezentace účetní závěrky. Každoročně je proces auditu účetní závěrky společnosti Grünenthal, s.r.o. zakončen výrokem bez výhrad.

- **Zveřejňovat účetní závěrku ve Sbírce listin.** Po kontrole této povinnosti lze konstatovat, že společnost Grünenthal tuto povinnost plní. Neboť jsou dokumenty předkládané do Sbírky listin v současné době již digitalizovány, je možnost získat údaje o účetní závěrce v pdf. formátu, tzn. že uživatelé účetní závěrky mají k výstupům z účetnictví přímý přístup.

6.2 Analýza účetních metod a postupů

Dle výše uvedených skutečností je účetní závěrka společnosti Grünenthal sestavena v souladu s účetními předpisy platnými v České republice a je proto sestavena v historických cenách.

Dlouhodobý majetek společnosti je definován jako majtková složka s dobou použitelnosti delší než jeden rok a hodnotou pořizovací ceny od 40 000 Kč u hmotného a 60 000 Kč u nehmotného majetku. Hranice pořizovací ceny již nejsou uvedeny v žádném účetním předpisu, účetní jednotka si je zvolila na základě zákona o daních z příjmů tak, aby nebyl rozdíl v položkách majetku, které se pro účely daně z příjmu již odepisují, avšak pro účely účetnictví nikoli (může však nastat i opačná situace). Výše uvedené určení hranice pořizovací ceny pro uznání položek DHM a DNM lze spatřovat u většiny účetních jednotek, ani vybraná farmaceutická společnost tedy není výjimkou. Jiná hranice pořizovací ceny než ta, jež je určena daňovými předpisy, by byla přínosem pouze v případě jejího určení mateřskou společností za účelem sladění účetních postupů za účelem snazšího procesu konsolidace.

Opravné položky k majetku jsou společností tvořeny v případě, že zůstatková hodnota aktiva přesahuje jeho odhadovanou zpětně získatelnou částku, přičemž zpětně získatelná částka je stanovena na základě očekávaných budoucích peněžních toků vygenerovaných daným aktivem. Určení této očekávané hodnoty je v mnoha případech velmi subjektivní, tento způsob však vychází z Mezinárodních standardů účetního výkaznictví, kde je stanovení očekávané hodnoty popsáno a běžně používáno [11].

Náklady na opravy a údržbu dlouhodobého hmotného majetku se účtují přímo do nákladů. Aktivováno je pouze technické zhodnocení dlouhodobého hmotného majetku přesahující 40 000 Kč. Tento postup je také v souladu s IAS/IFRS, avšak pouze do té míry, že běžné opravy a údržba ovlivňují výsledek hospodaření toho účetního období, ve kterém byly vynaloženy. Aktivovat se mají pouze generální opravy či zhodnocení, které má za následek zvýšení výkonnosti aktiva či prodloužení doby životnosti aktiva [11]. V tomto smyslu je definování hranice 40 000 Kč zjednodušením.

Majetek pořízený formou finančního či operativního leasingu nevchází do rozvahy společnosti (nájemce). Leasingové splátky jsou účtovány do nákladů rovnoměrně po celou dobu trvání leasingu, časově je rozlišována pouze první mimořádná navýšená splátka. Budoucí leasingové splátky, které nejsou k rozvahovému dni splatné, jsou

vykázány v příloze k účetní závěrce, ale nejsou zachyceny v rozvaze. Nájemce – společnost Grünenthal je tedy neúčtuje na účet – Náklady příštích období, a proto o ně nezvyšuje časové rozlišení resp. celkovou bilanční sumu.

Pohledávky společnost vykazuje v jejich nominální hodnotě snížené o případnou opravnou položku k pochybným pohledávkám, přičemž opravná položka k pohledávkám je vytvořena na základě věkové struktury pohledávek a individuálního posouzení bonity dlužníků. Vybraná účetní jednotka nevytváří opravné položky k pohledávkám za spřízněnými stranami.

Výše uvedený způsob oceňování pohledávek je sice v souladu s českými právními normami upravujícími účetnictví podnikatelů v České republice, nepřispívá však k věrnému obrazu vykazovaných skutečností, neboť oceňování pohledávek v nominální hodnotě i u dlouhodobých pohledávek (a na pasivní straně rozvahy – závazků) nebere v úvahu časovou hodnotu této majetkové složky a může tím pádem vést ke zkreslení vypovídací schopnosti o skutečné hodnotě majetku společnosti. Při reportování dat mateřské společnosti vykazující dle Mezinárodních standardů účetního výkaznictví IAS/IFRS musí společnost Grünenthal své dlouhodobé pohledávky (stejně tak jako dlouhodobé závazky) vykazovat v současné hodnotě budoucích peněžních toků.

V oblasti **přepočtu cizích měn na českou korunu** je společností zvolen způsob přepočtu devizovým kurzem platným v den transakce. Nedochozí tudíž k využití možnosti pevného kurzu fixovaného na předem dané delší období. Na konci účetního období dochází k přepočtení veškerých zůstatků peněžních aktiv, pohledávek a závazků vedených v cizích měnách devizovým kurzem zveřejněným Českou národní bankou k rozvahovému dni.

K zúčtování **výnosů** dochází k datu poskytnutí služeb a tyto výnosy jsou vykazovány po odečtení případných slev a daně z přidané hodnoty. Výnosy, stejně tak jako náklady, jsou tříděny na provozní, finanční, případně mimořádnou činnost. Neboť společnost dlouhodobě nevykazuje žádný náklad ani výnos z mimořádné činnosti, je základní členění nákladů a výnosů ve výkazu zisku a ztráty shodné s účetním systémem IAS/IFRS. Výsledek hospodaření za běžnou činnost je tedy ve shodné výši jako výsledek hospodaření za účetní období.

Rezervy jsou tvořeny společnostmi, pokud má současný závazek, je pravděpodobné, že bude na vypořádání tohoto závazku třeba vynaložit vlastní zdroje a existuje spolehlivý odhad výše závazků [20]. Společnost dlouhodobě tvoří závazky pouze na dva tituly:

- rezervu na daň z příjmů,
- rezervu na nevybranou dovolenou zaměstnanců.

Společnost vypočítává, oceňuje a vykazuje **odloženou daň z příjmů**, což je povinností každé účetní jednotky, která vedení účetnictví v plném rozsahu (dle § 59 Vyhlášky č. 500/2002 Sb. [10]). Odloženou daň společnost vykazuje u všech přechodných (nikoli trvalých) rozdílů mezi zůstatkovou hodnotou aktiva nebo pasiva v rozvaze a jejich daňovou hodnotou. Odložená daň je tedy společností vyčíslena na základě rozvahového přístupu. Daňová sazba použitá pro výpočet odložené daně vždy koresponduje s daňovou sazbou příštího účetního období. Odložená daňová pohledávka je (rovněž v souladu s právními normami, zejména Českým účetním standardem č. 003 – Odložená daň [10]) zaúčtována, pokud je pravděpodobné, že ji bude možné daňově uplatnit v budoucnosti [20].

Dalším účetním postupem je **určení spřízněných stran**, kterými se dle přílohy k účetní závěrce společnosti Grünenthal rozumí [20]:

- strany, které přímo nebo nepřímo mohou uplatňovat podstatný nebo rozhodující vliv u společnosti, a společnosti, kde tito společníci mají rozhodující vliv,
- členové statutárních, dozorčích a řídicích orgánů společnosti, nebo její mateřské společnosti a osoby blízké těmto osobám, včetně podniků, kde tito členové a osoby mají podstatný nebo rozhodující vliv.

Společnost přitom v souvislosti se spřízněnými stranami zveřejňuje konkrétní výše rozvahových položek vzniklých v důsledku spřízněných stran, tzn. výše nákladů, výnosů a pohledávek, případně závazků vůči spřízněným stranám.

V příloze k účetní závěrce za účetní období končící datem 31. prosince 2009 je překvapující ustanovení (zařazené na prvním místě mezi účetními postupy):

Pokračující globální ekonomická krize vedla krom jiného k nízké úrovni obchodování na kapitálovém trhu, snížení likvidity v bankovním sektoru, ke zvýšení mezibankovních úrokových měr a velmi vysoké nestabilitě na kapitálových trzích. Nejistota na globálních finančních trzích vedla také k bankrotu bank a státní pomoci bankám v USA,

západní Evropě, Rusku a jiných zemích. Jak se ukazuje, je nemožné spolehlivě předvídat další vývoj současné ekonomické krize a chránit se před jejími dopady. Vedení společnosti není schopno spolehlivě odhadnout dopady dalšího možného zhoršení likvidity na finančních trzích a zvýšení volatility měnových a kapitálových trhů na finanční pozici společnosti. Vedení společnosti je přesvědčeno, že činí všechna nezbytná opatření na podporu udržitelnosti a rozvoje Společnosti za současných okolností [20].

Uvedené ustanovení o pokračující globální finanční krizi je uvedeno zřejmě za účelem odůvodnění, proč se v účetnictví nevytvářejí nástroje k vyjádření budoucích rizik (např. rezerva na podnikatelská rizika).

6.3 Analýza výkazů finančního účetnictví

Při rozboru základních částí rozvahy je nutné věnovat pozornost:

1) Dlouhodobému majetku

Pro klasifikaci dlouhodobého hmotného majetku zvolila společnost Grüenthal hranici pořizovací ceny 40 000 Kč, u dlouhodobého nehmotného majetku je tato hranice stanovena ve výši 60 000 Kč. Jedná se o (účetními jednotkami v ČR) běžně stanovované hranice, a to z důvodů:

- existence shodných hranic v zákoně o dani z příjmů,
- bývalé existence těchto limitů v zákoně o účetnictví.

Dlouhodobý hmotný, stejně tak jako nehmotný majetek je odpisován metodou rovnoměrných odpisů na základě jeho předpokládané doby životnosti. Společnost Grüenthal pro výpočet účetních odpisů používá roční odpisové sazby, které jsou totožné se sazbami odpočitatelnými pro daňové účely dle zákona o dani z příjmů. Tímto postupem se však účetní jednotka dopouští určité nepřesnosti, neboť sazby určené daní z příjmů jsou stanoveny dle průměrného opotřebení majetku v rámci národního hospodářství. Účetní odpisy však mají dle právních norem o účetnictví vyjadřovat skutečné opotřebení majetku, které se od průměrného opotřebení zcela určitě neshoduje u veškerých majetkových složek.

V rámci dlouhodobého hmotného majetku jsou ve společnosti evidovány tzv. samostatné movité věci a soubory movitých věcí, konkrétně se jedná zejména o osobní automobily a počítačová zařízení. Celkové přírůstky dlouhodobého hmotného majetku (v pořizovacích cenách) činily v roce 2010 509 tis. Kč. Oproti předcházejícímu roku, kdy DHM nebyl pořizován vůbec, se jedná o velký skok

v investicích. V roce 2008 byl přírůstek DHM minimální – 44 tis. Kč. Společnost Grünenthal neměla v letech 2008 – 2010 žádný úbytek majetku (DHM ani DNM).

V rámci dlouhodobého nehmotného majetku jsou ve společnosti evidovány softwarové produkty. V letech 2008 - 2010 nebyly na tomto majetku zaznamenány žádné přírůstky. Jedná se o zcela odepsaný majetek, který nebyl vyřazen z rozvahy, neboť je ještě používán. V takovém případě lze však namítnout, že došlo k chybě při odhadu doby životnosti majetku, který měl být zpřesňován, resp. prodlužován. V případě používání již zcela opotřebovaného majetku dochází k nedodržení jednoho z účetních principů – přiřazení nákladů k výnosům v rámci účetního období.

2) Oběžným aktivům

Společnost Grünenthal je společností zabývající se zprostředkováním služeb, proto nemá ve svém majetku žádné zásoby materiálu, zboží, výrobků ani dalších položek zásob.

V rámci oběžného majetku jsou vykazovány pohledávky v členění na krátkodobou a dlouhodobou část. Obě kategorie pohledávek jsou oceňovány v nominální (nediskontované) hodnotě.

Dlouhodobé pohledávky jsou v porovnání s pohledávkami krátkodobými v minimální výši. Součástí dlouhodobých pohledávek je i odložená daňová pohledávka z titulu vypočtené odložené daně, o které účetní jednotka musí účtovat.

Krátkodobé pohledávky jsou z převážné části tvořeny pohledávkami z obchodních vztahů. Dalšími kategoriemi jsou pohledávky z titulu přeplatku daní, poskytnutých záloh a jiné pohledávky.

Nezaplacené pohledávky z obchodních vztahů nejsou zajištěny a žádná z nich nemá delší splatnost než 5 let. Pohledávky po splatnosti k 31. 12. 2010 činily 6 000 Kč [20].

V rámci krátkodobého finančního majetku vykazuje společnost Grünenthal pokladní hotovost, a to pouze v nezbytné výši (prosinec 2010: 37 tis. Kč, prosinec 2009: 67 tis. Kč). Dále jsou zaznamenány stavy na bankovních účtech s klesající tendencí (prosinec 2010: 2 280 tis. Kč, prosinec 2009: 5 820 tis. Kč, prosinec 2008: 7 772 tis. Kč).

3) Vlastnímu kapitálu

Vlastní kapitál je tvořen zejména základním kapitálem, který dlouhodobě zůstává na hodnotě 8 200 tis. Kč. Je tvořen peněžitým vkladem společníka – konkrétně společností Grünenthal GmbH, zapsané ve Spolkové republice Německo a mateřskou společností skupiny je společnost Grünenthal Pharma GmbH & Co. KG, zapsaná rovněž ve Spolkové republice Německo.

V souladu s ustanoveními obchodního zákoníku a v souladu s příslušnými ustanoveními společenské smlouvy účetní jednotka tvoří zákonný rezervní fond ve výši 10% základního kapitálu. V rozvaze je tedy vykazována výše 820 tis. Kč.

Výsledek hospodaření uvedený v rozvaze koresponduje s výsledkem hospodaření uvedeným ve výkazu zisku a ztráty. Jedná se o zisk po zdanění ve výši 3 404 tis. Kč. Zisk předešlého účetního období ve výši 5 282 tis. Kč byl schválen a rozdělen rozhodnutím jediného společníka dne 30. června 2010.

4) Cizím zdrojům

V rámci rezerv jsou dlouhodobě vykazovány rezervy vytvořené zejména na:

- daň z příjmů,
- nevybranou dovolenou.

V rámci krátkodobých závazků jsou největší položkou dohadné účty pasivní a závazky z obchodních vztahů. Závazkový vztah existuje však i vůči zaměstnancům – z titulu nevyplacených mezd za měsíc prosinec, vůči státu z titulu daní, sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění.

Výše závazků z obchodních vztahů se oproti předcházejícímu roku velmi snížila. Tato skutečnost je však v jisté míře rušena existencí dohadných účtů pasivních, které se naopak oproti předešlému roku navýšily.

Společnost Grünenthal nemá žádné závazky po splatnosti ze sociálního nebo zdravotního pojištění ani žádné jiné závazky po splatnosti k finančním úřadům či jiným státním institucím [20].

Společnost ve své rozvaze neeviduje dlouhodobé pohledávky ani bankovní úvěry a výpomoci.

5) Časovému rozlišení

Časové rozlišení je v aktivech tvořeno zejména náklady příštích období z titulu předplacených služeb. Časové rozlišení pasivního charakteru není evidováno.

Výkaz zisku a ztráty je u společnosti Grünenthal reprezentován následujícími položkami:

1) Provozní výsledek hospodaření

Provozní výsledek hospodaření je tvořen především výkony, které jsou dlouhodobě na stabilní výši kolem 100 mil. Kč. Po odečtení výkonové spotřeby reprezentované zejména placenými službami a dále spotřebou materiálu a energie, je vykazována přidaná hodnota, která je v průběhu času rovněž stabilní. Dle těchto významných položek by bylo zřejmé, že i provozní výsledek hospodaření by měl být ve stabilní výši. V roce 2010 však došlo oproti roku 2009 k poklesu z hodnoty 7018 tis. Kč na 4 279 tis. Kč. Po analýze jednotlivých položek je zřejmé, že příčinou je růst odpisů v roce 2010 a tržby z dlouhodobého majetku a materiálu v roce 2009.

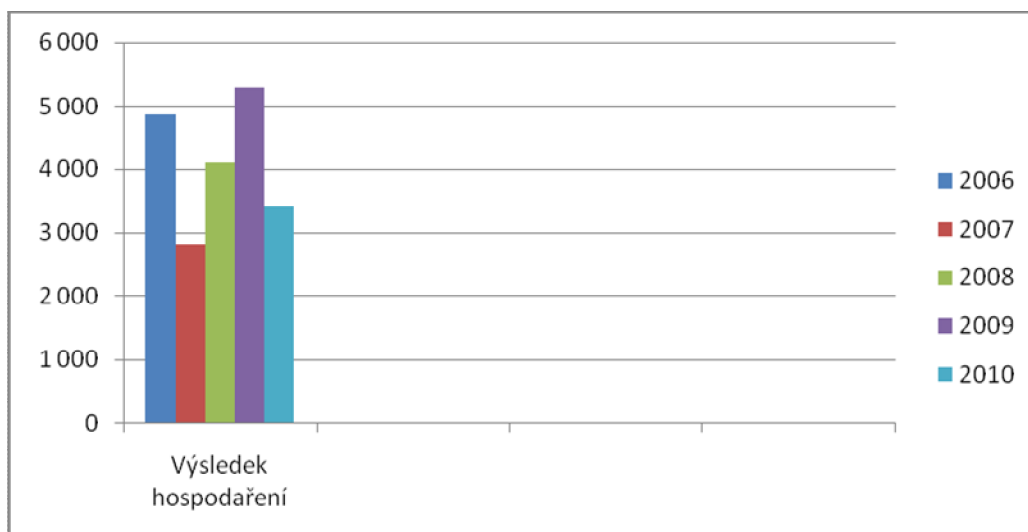
2) Finanční výsledek hospodaření

Finanční výsledek hospodaření je v posledních letech záporný. Dominantní složkou jsou ostatní finanční náklady, které jsou představovány kurzovými ztrátami.

3) Výsledek hospodaření za běžnou činnost

Výsledek hospodaření za běžnou činnost je souhrnem výsledku hospodaření z provozní a finanční činnosti po odečtu daně z příjmů splatné a odložené. Vývoj výsledku hospodaření společnosti Grünenthal v posledních letech je kolísající, jak ukazuje následující graf.

Obr č. 5 Vývoj výsledku hospodaření za běžnou činnost společnosti Grünenthal v letech 2008 – 2010 (v tis. Kč)



Zdroj: vlastní, 2011, zpracováno dle údajů z účetních závěrek společnosti [20]

4) Výsledek hospodaření za mimořádnou činnost

Pro tuto položku v posledních letech společnost Grünenthal nemá náplň. Podle Mezinárodních standardů účetního výkaznictví IAS/IFRS již tato kategorie vykazována být ani nesmí.

6. 4 Stručné hodnocení finanční pozice společnosti

Z výkazů finančního účetnictví byly sestaveny základní ukazatele finanční analýzy, které jsou uvedeny v následující tabulce:

Tab. č. 7 Základní ukazatele finanční analýzy společnosti Grünenthal, s.r.o. za rok 2010

Ukazatel	Vzorec	Výsledek	Očekávaná hodnota
ROA	Zisk*/celková aktiva	0,13	Čím vyšší hodnota,

			tím vyšší výnosnost vloženého majetku
ROE	Zisk/vlastní kapitál	0,27	Vyšší, než při vkladu do banky
Celková likvidita	Oběžná aktiva/Krátkodobé dluhy	1,95	Přiměřený je interval 1,5 – 2,5
Obrat celkových aktiv	Celková aktiva/tržby x 100	0,28	Zrychlení obratu v čase
Obrat dlouhodobých aktiv	Dlouhodobá aktiva/tržby x 100	0,005	Co nejnižší hodnota, tj. s dl.majetkem dosahovat co nejvyšších tržeb
Ukazatel věřitelského rizika	Celkové dluhy/celková aktiva	0,50	Pokles znamená pokles rizika ztráty vloženého vkladu při platební neschopnosti

Pozn. Zisk = čistý zisk obsahující nákladové úroky, tzn. zisk s vlivem cizích zdrojů a s vlivem daňové soustavy.

Zdroj: vlastní, 2011

Ve výše uvedené tabulce byly vypočítány základní ukazatele hodnotící finanční sílu vybrané farmaceutické společnosti. Detailní rozbor ukazatelů finanční analýzy ani další hodnocení finanční výkonnosti společnosti nebylo prováděno, neboť není cílem bakalářské práce uvedené v metodice. Obecně však lze konstatovat, že výsledky finanční analýzy jsou uspokojivé. Některé ukazatele by však bylo nutno analyzovat v časové řadě.

Z výkazů finančního účetnictví je dále možné analyzovat vývoj důležitých položek v čase. Mezi tyto důležité položky, ukazující na finanční stabilitu a zdraví společnosti, lze zařadit velikost výsledku hospodaření, disponibilní stav peněz v hotovosti a na běžném účtu a další údaje, jež komparuje následující tabulka.

Tab. č. 8 Vývoj základních položek výkazů finančního účetnictví společnosti Grünenthal, s.r.o. v čase (uvedeno v tis. Kč)

Položka	Účetní období
---------	---------------

	2006	2007	2008	2009	2010
Bilanční suma	47 060	21 499	31 315	33 820	26 184
Pokladní hotovost k 31. 12.	261	223	110	67	37
Stav na BÚ k 31. 12.	7 114	6 849	7 772	5 820	2 280
Přidaná hodnota	38 435	36 949	38 393	43 529	43 678
VH z provozní činnosti	6 520	4 093	4 886	7 018	4 279
VH z finanční činnosti	- 163	- 267	16	- 482	- 179
Výsledek hospodaření za účetní období	4 815	2 812	4 092	5 282	3 404

Zdroj: vlastní zpracování z účetních závěrek společnosti Grünenthal, s.r.o., 2011

Bilanční suma prezentující velikost majetku společnosti se po roce 2006 stabilizuje kolem 30 mil. Kč. Změny jsou zapříčiněny zejména pohyby ve výši dlouhodobého hmotného majetku, pohledávek (jak krátkodobých, tak dlouhodobých) a peněz na bankovních účtech.

Pokladní hotovost, stejně tak jako bezhotovostní stav peněz na bankovních účtech je v průběhu času značně redukována.

Přidaná hodnota je stabilizována na hodnotě pohybující se kolem 40 mil. Kč.

Výsledek hospodaření z provozní činnosti je kolísající, příznivý rok byl 2009, v ostatních letech bylo dosahováno zisku kolem 4 mil. Kč.

Finanční výsledek hospodaření je (až na výjimku roku 2008) záporný, a to zejména z důvodu kurzových ztrát.

Vývoj výsledku hospodaření za účetní období byl již analyzován a prezentován grafem (viz obrázek č. 5).

6. 5 Formulace doporučení vyplývající z analýzy účetnictví a financí

Z výše uvedeného lze konstatovat, že vybrané účetní metody a postupy jsou v souladu s ustanoveními právních norem upravujících vedení finančního účetnictví podnikatelů. Nedostatek lze spatřit snad pouze ve zjednodušeném postupu odpisování majetku, kdy společnost při odpisování jednotlivých položek dlouhodobého nehmotného i dlouhodobého hmotného majetku volí metodu rovnoměrných odpisů s použitím roční

odpisové sazby, která je totožná se sazbou odpočitatelnou pro daňové účely. Tento postup usnadňuje vyčíslení daňového základu, neboť výše účetních odpisů je rovna odpisům uznatelným dle zákona o dani z příjmů. O použití rovnoměrných odpisů lze však spekulovat, a to zejména u dlouhodobého hmotného majetku, kde například u automobilů lze v průběhu doby životnosti sledovat klesající využívání tohoto majetku.

V rámci dlouhodobého nehmotného majetku jsou ve společnosti evidovány softwarové produkty. Jedná se o zcela odepsaný majetek, který nebyl vyřazen z rozvahy, neboť je ještě používán. V takovém případě lze však namítnout, že došlo k chybě při odhadu doby životnosti majetku, který měl být zpřesňován, resp. prodlužován. V případě používání již zcela opotřebovaného majetku dochází k nedodržení jednoho z účetních principů – přiřazení nákladů k výnosům v rámci účetního období.

7 Závěr

Z uvedené bakalářské práce vyplývá, že farmaceutické společnosti vykazují specifika jak v oblasti marketingové činnosti, personální činnosti, tak v oblasti účetnictví. Zmíněné oblasti byly analyzovány ve společnosti Grünenthal, s.r.o. Z rozboru vyplynula mnohá zjištění, ke kterým byla navržena řešení vedoucí ke zlepšení současného stavu.

Z pohledu marketingové politiky je společnost Grünenthal na vysoké odborné úrovni, proto lze jen těžko nalézt nedostatky. Navrhnout lze např. provozování odborné telefonické poradny, která ve společnosti prozatím nebyla zavedena.

Slabým místem personální politiky ve společnosti Grünenthal je absence personálního vzdělání area manažerů, kteří se zabývají náborem nových zaměstnanců, a z toho vyplývající důsledky – například v absenci psychotestů, testů na počítačovou gramotnost a dalších nástrojů k identifikaci potenciálu uchazeče. Ke zlepšení stavu lze tedy navrhnout zavedení např. Assessment Center či Development Center, kterých je v mnoha farmaceutických společnostech již využíváno.

V oblasti účetnictví bylo prokázáno, že vybrané účetní metody a postupy společnosti Grünenthal jakožto účetní jednotky jsou v souladu s ustanoveními právních norem upravujících vedení finančního účetnictví podnikatelů. Nedostatek lze spatřit pouze ve zjednodušeném postupu odpisování majetku, kdy společnost při odpisování jednotlivých položek dlouhodobého nehmotného i dlouhodobého hmotného majetku volí metodu rovnoměrných odpisů s použitím roční odpisové sazby, která je totožná se sazbou odpočitatelnou pro daňové účely. Tento postup sice usnadňuje vyčíslení daňového základu, neboť výše účetních odpisů je rovna odpisům uznatelným dle zákona o dani z příjmů, nevyjadřuje však skutečné opotřebení majetku. Další nepřesnost byla zjištěna v rámci dlouhodobého nehmotného majetku, který je stále evidován v rozvaze, i když je již zcela odepsán.

Seznam tabulek

Tab. č. 1 Dostupné formy Zaldiaru na trhu.....	17
Tab. č. 2 Dostupné formy Transtecu na trhu.....	17
Tab. č. 3 Dostupné formy Tramalu na trhu.....	18
Tab. č. 4 Komparace cen (uvedených v Kč) vybraného produktu společnosti Grünenthal s konkurenčním produktem stejné účinné látky – Doreta (Krka).....	21
Tab. č. 5 Analýza výší doplatků produktů společnosti Grünenthal a konkurenčního produktu stejné kategorie.....	21
Tab. č. 6 Průměrný počet zaměstnanců společnosti Grünenthal během roku.....	31
Tab. č. 7 Základní ukazatele finanční analýzy společnosti Grünenthal, s.r.o. za rok 2010.....	51
Tab. č. 8 Vývoj základních položek výkazů finančního účetnictví společnosti Grünenthal, s.r.o. v čase (uvedeno v tis. Kč).....	52

Seznam obrázků

Obr. č. 1 Obchodní zastoupení společnosti Grünenthal v Evropě	15
Obr. č. 2 Mezičlánky distribuce léčiv.....	22
Obr. č. 3 Distribuční řetězec léčiv společnosti Grünenthal v ČR.....	22
Obr. č. 4 Organizační diagram společnosti Grünenthal, s.r.o. v ČR.....	32
Obr. č. 5 Vývoj výsledku hospodaření za běžnou činnost společnosti Grünenthal v letech 2008 – 2010 (v tis. Kč).....	50

Seznam použitých zkratk

ATC	Anatomicko-terapeuticko-chemický
ČR	Česká republika
DHM	Dlouhodobý hmotný majetek
DNM	Dlouhodobý nehmotný majetek

IAS/IFRS	Mezinárodní standardy účetního výkaznictví
Kč	Koruny české
MFC	Maximální cena
PR	Public relations
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným
SÚKL	Státní ústav pro kontrolu léčiv
UST	Ústav
VPOIS	Veřejně přístupná odborná informační služba

Seznam použité literatury

- [1] Metyš, K., Balog, P. Marketing ve farmacii. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. ISBN 80-247-0830-2.
- [2] Vlček, J., Palecká, R. Vybraná farmaceutická odvětví. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-84619-69-X.
- [3] <http://www.grunenthal.cz> [online]. 2011 [cit. 2011-11-01]. [Http://www.grunenthal.cz/cw/cs_CZ/html/cw_cs_cz_index.jhtml](http://www.grunenthal.cz/cw/cs_CZ/html/cw_cs_cz_index.jhtml). Dostupné z WWW: <http://www.grunenthal.cz/cw/cs_CZ/html/cw_cs_cz_index.jhtml>.
- [4] www.grunenthal.com [online]. 2011 [cit. 2011-11-14]. Dostupné z WWW: <www.grunenthal.com>.
- [5] KOTLER, P. Marketing management. 10. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 24 s. ISBN: 80-247-0016-6.
- [6] Česká republika. Zákon č. 378/2007 Sb., o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů . In Sbíрка zákonů . 2007, 115/2007, s. 5342. Dostupný také z WWW: <http://eagri.cz/public/web/ws_content?contentKind=regulation%C2%A7ion%3D1&id=65289&name=378%2F2007>

- [7] Česká republika. VYHLÁŠKA ze dne 23. června 2008 o registraci léčivých přípravků. In Sbírka zákonů. 2008, 73. Dostupný také z WWW: <<http://www.sagit.cz/pages/sbirkatxt.asp?cd=76&typ=r&zdroj=sb08228>>
- [8] Česká republika. Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy. In Sbírka zákonů. 1995, s. 467. Dostupný také z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-40-1995-zakon-o-regulaci-reklamy/cele-zneni/>>
- [9] NOVAKOVÁ, E.; JANDOVÁ, V. Reklama a její regulace. 1.vyd. Praha: Linde Praha, 2006. 208 s. ISBN 80-72016-016.
- [10] ÚZ Účetnictví podnikatelů, Audit k 10.1.2011. Ostrava : Sagit, 2011. ISBN 978-7208-835-5.
- [11] HINKE, J. *Účetní systém IAS/IFRS*. Praha: Kernberg Publishing, 2007. ISBN 978-80-903962-2-7
- [12] [Http://www.rheapharm.cz/](http://www.rheapharm.cz/) [online]. 2011 [cit. 2011-11-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.rheapharm.cz/>>.
- [13] [Http://www.aff.cz/clenove](http://www.aff.cz/clenove) [online]. 2009 [cit. 2011-11-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.aff.cz/clenove>>.
- [14] <http://www.svopl.cz> [online]. 2011 [cit. 2011-11-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.svopl.cz>>.
- [15] <http://www.e15.cz> [online]. 2.11.2010[cit.2011-11-14].
<http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/farmaceuticke-firmy-se-nachazeji-ve-strategicke-krizi>. Dostupné z WWW: <<http://www.e15.cz/>>.
- [16] KOUBEK, J. Řízení lidských zdrojů. Praha: Management Press, 2001. 368 stran. ISBN 80-7261-033-3
- [17] KLEIBL a kol. *Personální řízení 2*. Praha: Oeconomica, 2005. 94 stran. ISBN 80-245-0411-1
- [18] FOOT, M., HOOK, C. *Personalistika*. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-7226-515-6
- [19] ARMSTRONG, M. *Personální management*. Praha: Grada Publishing, 1999. 963 stran. ISBN 80-7169-614-5 2.
- [20] Ministerstvo spravedlnosti ČR. Sbírka listin společnosti Grünenthal [online]. 2011 [cit. 2011-11-01]. Dostupné z <http://www.justice.cz/xqw/xervlet/>

insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentList&vypisListin.@cEk
Sub=547677&sysinf.klic=478c7bcc3cc235884f33887c6391be10&sysinf.spis.@o
ddil=C&sysinf.spis.@vlozka=93593&sysinf.spis.@soud=M%ECstsk%FDm%20s
oudem%20v%20Praze&sysinf.platnost=02.12.2011

Seznam příloh

Příloha A: Zpráva auditora a účetní závěrka společnosti Grünenthal, s.r.o. za rok 2009 a
2010

Příloha B: Zastoupení společnosti Grünenthal ve světě

Příloha C: Krabička a příbalový leták přípravu Zaldiar

Příloha D: Bonusové schéma finanční motivace zaměstnanců společnosti Grünentha

Přílohová část

**Příloha A: Zpráva auditora a účetní závěrka společnosti Grünenthal, s.r.o. za rok
2009 a 2010**

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

VÝROČNÍ ZPRÁVA

31. PROSINCE 2009

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

ZPRÁVA NEZÁVISLÉHO AUDITORA

SPOLEČNÍKOVI SPOLEČNOSTI GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

Ověřili jsme účetní závěrku společnosti Grünenthal Czech s.r.o., identifikační číslo 27063623, se sídlem Roztoky, Tiché údolí 79 (dále „Společnost“) za rok končící 31. prosince 2009, ke které jsme dne 5. března 2010 vydali výrok.

Zpráva o výroční zprávě

Ověřili jsme soulad ostatních informací obsažených ve výroční zprávě Společnosti za rok končící 31. prosince 2009 s výše uvedenou účetní závěrkou. Za správnost výroční zprávy odpovídá jednatel Společnosti. Naším úkolem je vydat na základě provedeného ověření výrok o souladu výroční zprávy s účetní závěrkou.

Úloha auditora

Ověření jsme provedli v souladu s Mezinárodními standardy auditu a související aplikační doložkou Komory auditorů České republiky. V souladu s těmito předpisy jsme povinni naplánovat a provést ověření tak, abychom získali přiměřenou jistotu, že ostatní informace obsažené ve výroční zprávě, které popisují skutečnosti, jež jsou též předmětem zobrazení v účetní závěrce, jsou ve všech významných ohledech v souladu s příslušnou účetní závěrkou. Jsme přesvědčeni, že provedené ověření poskytuje přiměřený podklad pro vyjádření našeho výroku.

Výrok

Podle našeho názoru jsou ostatní informace uvedené ve výroční zprávě Společnosti za rok končící 31. prosince 2009 ve všech významných ohledech v souladu s výše uvedenou účetní závěrkou.

Společník Grünenthal Czech s.r.o.
Zpráva nezávislého auditora

Zpráva o prověrce zprávy o vztazích

Dále jsme provedli prověrku příložené zprávy o vztazích mezi Společností a její ovládající osobou a mezi Společností a ostatními osobami ovládanými stejnou ovládající osobou za rok končící 31. prosince 2009 (dále „Zpráva“). Za úplnost a správnost Zprávy odpovídá jednatel Společnosti. Naší úlohou je prověřit správnost údajů uvedených ve Zprávě.

Rozsah prověrky


Prověrku jsme provedli v souladu s Mezinárodním standardem pro prověrky č. 2410 a související aplikační doložkou Komory auditorů České republiky k prověrce zprávy o vztazích. V souladu s těmito předpisy jsme povinni naplánovat a provést prověrku s cílem získat střední míru jistoty, že Zpráva neobsahuje významné nesprávnosti. Prověrka je omezena především na dotazování zaměstnanců Společnosti, na analytické postupy a výběrovým způsobem provedené prověření věcné správnosti údajů. Proto prověrka poskytuje nižší stupeň jistoty než audit. Audit jsme neprováděli, a proto nevydáváme auditorský výrok.

Závěr

Na základě naší prověrky jsme nezjistili žádné významné věcné nesprávnosti v údajích uvedených ve Zprávě sestavené v souladu s požadavky §66a obchodního zákoníku.

5. března 2010


PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o.
zastoupená ředitelem


Ing. Jiří Koval
statutární auditor, osvědčení č. 1491

Grünenthal Czech, s.r.o.**Úvodní slovo jednatele společnosti**

Společnost Grünenthal Czech, s.r.o. vznikla v polovině roku 2003 jako servisní společnost mateřské společnosti Grünenthal GmbH, Spolková republika Německo a její činností je propagace a marketing léčivých přípravků mateřské společnosti na českém trhu. Jedná se především o originální léčivé přípravky proti bolesti Tramal, Transtec, Zaldiar a hormonální antikoncepci Belara a dále partnersky propagované zdravotnické prostředky Suplasyn (viskosuplementace) a Gelclair (orální mukozitida) a léčivý přípravek Flexove (osteoartróza).

Tržní podíl prodeje společnosti na českém trhu tvoří 0,5 % a zaujímá 29. místo (Zdroj: IMS dataview leden-prosinec 2009).

V roce 2003 začínala společnost s 11 zaměstnanci, kdy v současné době zaměstnává 33 zaměstnanců.

Základní kapitál společnosti byl vytvořen ve výši 8 200 tis. Kč.

Společnost sídlí v najatých kancelářských prostorách a využívá vozový park formou operativního leasingu.

V roce 2008 došlo ke změně kancelářských prostor lépe vyhovujícím potřebám společnosti a počtu zaměstnanců a zároveň došlo ke změně sídla společnosti.

Vedení společnosti prohlašuje, že po konci rozvahového dne nenastaly žádné jiné významné skutečnosti, které by ovlivnily účetní závěrku za rok 2009.

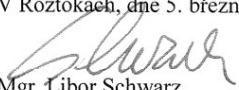
Společnost plánuje v nejbližším období uvedení nových léčivých přípravků z vlastního výzkumu pro oblast léčby bolesti a plánuje rovněž uvedením nových forem stávajících přípravků z důvodu rozšíření portfolia a jako strategii posílení pozice a získání konkurenční výhody proti příchodu generické konkurence. Uvedení nových přípravků bude spojeno s vyššími marketingovými investicemi, které bude částečně vyváženo nižšími investicemi do již zavedeného portfolia. Rovněž se snaží rozšířit portfolio o přípravky partnerských společností, zejména zavedením nových forem viskosuplementačních prostředků.

Další vývoj společnosti na českém trhu bude rovněž významně ovlivněn praktickými dopady nového systému hrazení léčivých přípravků z prostředků veřejného zdravotního pojištění, který je založen na nejnižších cenách v evropských zemích referenčního koše a systému referenčních úhrad terapeuticky vzájemně zaměnitelných léčivých látek. Toto přehodnocení provádí SÚKL alespoň jednou ročně a je k tomu vázán zákonem. Dosavadní zkušenosti napovídají, že změny cen, ale především úhrad, mohou být velmi výrazné a mohou mít zcela zásadní dopad na strukturu portfolia.

Z našeho pohledu může mít negativní dopad snaha o vyšší regulaci úhrad nebo podmínek předepisování zdravotnických prostředků, jak tomu bylo i zavedením nutnosti souhlasu revizního lékaře při předepsání viskosupplementačních prostředků od ledna 2009.

Postavení společnosti za rok 2009 a za uplynulé srovnatelné období je zřejmé z účetní závěrky přiložené k výroční zprávě a tvoří její nedílnou součást.

V Rostkách, dne 5. března 2010


Mgr. Libor Schwarz
generální ředitel, jednatel Společnosti

**ZPRÁVA O VZTAZÍCH MEZI PROPOJENÝMI OSOBAMI ZA ROK KONČÍCÍ
31. PROSINCE 2009 DLE USTANOVENÍ §66A ODSTAVCE (9)
OBCHODNÍHO ZÁKONÍKU**

Vedení společnosti Grünenthal Czech, s.r.o. (dále jen „Společnost“ nebo „osoba ovládaná“) se sídlem Tiché údolí 79, 252 63 Roztoky, identifikační číslo 27063623, předkládá ve smyslu ustanovení paragrafu 66a odstavce (9) obchodního zákoníku (zákon č. 513/1991 Sb. ve znění pozdějších předpisů, dále jen „OZ“) zprávu o vztazích mezi osobou ovládající a osobou ovládanou a mezi osobou ovládanou a ostatními osobami ovládanými osobou ovládající (dále jen „propojené osoby“) za účetní období 2009 (dále jen „účetní období“).

Vztahy jsou popsány způsobem přihlížejícím k nutnosti vyhovět § 17-§20 OZ, týkajícímu se obchodního tajemství.

Osoba ovládající byla v účetním období jediným vlastníkem ovládané osoby a měla tomu odpovídající podíl na rozhodovacích právech.

Propojenými osobami se Společností jsou:

Osoby ovládající

Přímá osoba ovládající:

Grünenthal GmbH
Zieglerstrasse 6
52078 Aachen
Spolková republika Německo

Nepřímá osoba ovládající, která je přímým vlastníkem osoby ovládající:

Grünenthal Pharma GmbH & Co KG
Zieglerstrasse 6
52078 Aachen
Spolková republika Německo

Jiné osoby ovládané osobami ovládajícími

Grünenthal Central Europe, GmbH, Campus 21, Liebermannstr. A01/501,
A-2345 Brunn am Gebirge, Rakousko
Grünenthal GmbH, Campus 21, Liebermannstr. A01/501, A-2345 Brunn am Gebirge,
Rakousko
Grünenthal Slovakia, s.r.o., Bajkalská 17, 821 02 Bratislava, Slovenská republika
Protochemie AG, Mitlödi
Grünenthal Pharma AG, Mitlödi
Glaropharm AG, Mitlödi

GRÜNENTHAL CZECH S. R. O.



Proto Chemicals AG, Mitlödi
Protopharm AG, Mitlödi
Grünenthal Iberia SL, Madrid
Laboratorios Andrómaco S.A., Madrid
Grünenthal S.A., Madrid
Librapharm S.A., Madrid
Laboratorios Medicamentos Internacionales S.A., Torrejón de Ardoz (Madrid)
Grünenthal S.A., Anafora, Portugal
Farmaceutici Formenti S.p.A., Mailand
Prodotti Formenti S.r.l., Mailand
Dottor Formenti S.p.A., Mailand
Laboratoires Grünenthal S.A.S., Levallois-Perret
S.A. Grünenthal N.V., Sint-Stevens-Woluwe
Grünenthal B.V., Bunnik
Grünenthal Ltd., London
Grünenthal Pharma Ltd., Dublin
Grünenthal d.o.o., Ljubljana
Grünenthal d.o.o., Zagreb
Grünenthal Sp.z o.o., Warschau
OOO Grünenthal, Moskau
Grünenthal de México S.A. de C.V., Mexico
Grünenthal Venezolana F.C.A., Caracas
Grünenthal Colombiana S.A., Bogota
Grünenthal Ecuatoriana C. Ltda., Quito
Tecnandina S.A., Suito
Grünenthal Peruana S.A., Lima
Grünenthal Chilena Ltda., Santiago
Farmaceutova Danés S.A., Santiago
Inmobiliaria Grünenthal Chilena Ltda., Santiago
Dancas S.A., Santiago
Grünenthal Pharmaceutical (China) Co. Ltd., Shanghai
Grünenthal Hong Kong Ltd., Hong Kong

**ZPRÁVA O VZTAZÍCH MEZI PROPOJENÝMI OSOBAMI ZA ROK KONČÍCÍ
31. PROSINCE 2009 DLE USTANOVENÍ §66A ODSTAVCE (9)
OBCHODNÍHO ZÁKONÍKU (pokračování)**

V účetním období byly mezi ovládanou osobou a osobami ovládajícími a mezi ovládanou osobou a jinými osobami ovládanými osobami ovládajícími uzavřeny tyto následující smlouvy, uskutečněna plnění a poskytnuta protiplnění:

Nákup služeb (na základě dříve uzavřených kupních smluv či objednávek)

Grüenthal GmbH, Campus 21, Liebermannstr. A01/501, A-2345 Brunn am Gebirge, Rakousko
Grüenthal Slovakia, s.r.o., Bajkalská 17, 821 02 Bratislava, Slovenská republika
Grüenthal GmbH, Zieglerstrasse 6, 52078 Aachen, Spolková republika Německo

Prodej služeb (na základě dříve uzavřených kupních smluv či objednávek)

Grüenthal Central Europe, GmbH, Campus 21, Liebermannstr. A01/501, A-2345 Brunn am Gebirge, Rakousko
Grüenthal Slovakia, s.r.o., Bajkalská 17, 821 02 Bratislava, Slovenská republika
Grüenthal GmbH, Zieglerstrasse 6, 52078 Aachen, Spolková republika Německo

	2009 tis. Kč	2008 tis. Kč
Výnosy - Poskytování marketingových služeb	<u>98 659</u>	<u>97 009</u>
Náklady – Placené poplatky	<u>74</u>	<u>146</u>

Vyplacené podíly na zisku (na základě rozhodnutí valné hromady)

V roce 2009 byly vyplaceny mateřské společnosti na základě rozhodnutí valné hromady ze dne 1.6.2009 podíly na zisku za uplynulá účetní období ve výši 6 904 tis. Kč.

Vedení Společnosti prohlašuje, že v průběhu účetního období nebyly ve prospěch osob ovládajících nebo propojených osob učiněny žádné další právní úkony mimo rámec běžných právních úkonů uskutečňovaných ovládajícími osobami v rámci výkonu jejich práv jako společníka ovládané osoby.

V průběhu účetního období nebyla v zájmu či na popud osoby ovládající nebo propojených osob ze strany ovládané osoby přijata či uskutečněna žádná jiná opatření mimo rámec

**ZPRÁVA O VZTAZÍCH MEZI PROPOJENÝMI OSOBAMI ZA ROK KONČÍCÍ
31. PROSINCE 2009 DLE USTANOVENÍ §66A ODSTAVCE (9)
OBCHODNÍHO ZÁKONÍKU (pokračování)**

běžných opatření uskutečňovaných ovládanou osobou ve vztahu k osobami ovládajícím jako společníkovi ovládané osoby.

Ovládané osobě nevznikla z titulu uzavření výše uvedených smluv, výše uvedených jiných právních úkonů, ostatních opatření a poskytnutých plnění či přijatých protiplnění žádná újma.

V Praze dne 5. března 2010



Mgr. Libor Schwarz
generální ředitel, jednatel Společnosti

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

**ZPRÁVA NEZÁVISLÉHO AUDITORA
A ÚČETNÍ ZÁVĚRKA**

31. PROSINCE 2009

ZPRÁVA NEZÁVISLÉHO AUDITORA

SPOLEČNÍKOVI SPOLEČNOSTI GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

Ověřili jsme přiloženou účetní závěrku společnosti Grünenthal Czech s.r.o., identifikační číslo 270 63 623, se sídlem Roztoky, Tiché údolí 79 (dále „Společnost“), tj. rozvahu k 31. prosinci 2009, výkaz zisku a ztráty, přehled o změnách vlastního kapitálu a přehled o peněžních tocích za rok 2009 a přílohu, včetně popisu podstatných účetních pravidel (dále „účetní závěrka“).

Odpovědnost jednatele Společnosti za účetní závěrku

Za sestavení a věrné zobrazení účetní závěrky v souladu s českými účetními předpisy odpovídá jednatel Společnosti. Součástí této odpovědnosti je navrhnout, zavést a zajistit vnitřní kontroly nad sestavováním a věrným zobrazením účetní závěrky tak, aby neobsahovala významné nesprávnosti způsobené podvodem nebo chybou, zvolit a uplatňovat vhodná účetní pravidla a provádět dané situaci přiměřené účetní odhady.

Úloha auditora

Naší úlohou je vydat na základě provedeného auditu výrok k této účetní závěrce. Audit jsme provedli v souladu se zákonem o auditorech platným v České republice, Mezinárodními standardy auditu a souvisejícími aplikačními doložkami Komory auditorů České republiky. V souladu s těmito předpisy jsme povinni dodržovat etické požadavky a naplánovat a provést audit tak, abychom získali přiměřenou jistotu, že účetní závěrka neobsahuje významné nesprávnosti.

Společník společnosti Grünenthal Czech s.r.o.
Zpráva nezávislého auditora

Úloha auditora (pokračování)

Audit zahrnuje provedení auditorských postupů, jejichž cílem je získat důkazní informace o částkách a informacích uvedených v účetní závěrce. Výběr auditorských postupů závisí na úsudku auditora, včetně posouzení rizika významné nesprávnosti údajů uvedených v účetní závěrce způsobené podvodem nebo chybou. Při posuzování těchto rizik auditor zohledňuje vnitřní kontroly relevantní pro sestavení a věrné zobrazení účetní závěrky. Cílem tohoto posouzení je navrhnout vhodné auditorské postupy, nikoli vyjádřit se k účinnosti vnitřních kontrol. Audit též zahrnuje posouzení vhodnosti použitých účetních pravidel, přiměřenosti účetních odhadů provedených vedením i posouzení celkové prezentace účetní závěrky.

Jsme přesvědčeni, že získané důkazní informace poskytují dostatečný a vhodný základ pro vyjádření našeho výroku.

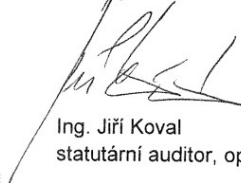
Výrok

Podle našeho názoru účetní závěrka podává věrný a poctivý obraz finanční pozice Společnosti k 31. prosinci 2009, jejího hospodaření a peněžních toků za rok 2009 v souladu s českými účetními předpisy.

5. března 2010



PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o.
zastoupená ředitelem



Ing. Jiří Koval
statutární auditor, oprávnění č. 1491

Firma: Grüenthal Czech s.r.o.

Identifikační číslo: 27063623

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: Zprostředkování obchodu a služeb, reklamní činnost a marketing

Rozvahový den: 31. prosince 2009

Datum sestavení účetní závěrky: 5. března 2010

ROZVAHA

(v celých tisících Kč)

Označení a	AKTIVA b	31.12.2009			31.12.2008
		Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	34 506	- 686	33 820	31 315
B.	Dlouhodobý majetek	711	- 686	25	40
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek				
B. I. 1.	Software	139	- 139		
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	572	- 547	25	40
B. II. 1.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	572	- 547	25	40
C.	Oběžná aktiva	33 677		33 677	31 164
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	187		187	282
C. II. 1.	Jiné pohledávky	100		100	100
	2. Odložená daňová pohledávka	87		87	182
C. III.	Krátkodobé pohledávky	27 603		27 603	23 000
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	23 987		23 987	19 761
	2. Stát - daňové pohledávky	2 584		2 584	2 099
	3. Krátkodobé poskytnuté zálohy	593		593	1 140
	4. Dohadné účty aktivní	180		180	0
	5. Jiné pohledávky	259		259	0
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	5 887		5 887	7 882
C. IV. 1.	Peníze	67		67	110
	2. Účty v bankách	5 820		5 820	7 772
D. I.	Časové rozlišení	118		118	111
D. I. 1.	Náklady příštích období	118		118	111

Označení a	PASIVA b	31.12.2009	31.12.2008
		6	7
	PASIVA CELKEM	33 820	31 315
A.	Vlastní kapitál	14 302	15 924
A. I.	Základní kapitál	8 200	8 200
A. I. 1.	Základní kapitál	8 200	8 200
A. III.	Rezervní fondy a ostatní fondy ze zisku	820	820
A. III. 1.	Zákonný rezervní fond	820	820
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let		2 812
A. IV. 1.	Nerozdělený zisk minulých let		2 812
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	5 282	4 092
B.	Cizí zdroje	19 518	15 391
B. I.	Rezervy	1 077	791
B. I. 1.	Rezerva na daň z příjmů	136	
2.	Ostatní rezervy	941	791
B. III.	Krátkodobé závazky	18 441	14 600
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	7 988	4 984
2.	Závazky k zaměstnancům	3 581	2 055
3.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	915	461
4.	Stát - daňové závazky a dotace	700	360
5.	Dohadné účty pasivní	5 216	6 609
6.	Jiné závazky	41	131

IDENTIFIKACE AUDITORA
PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o.
Kateřinská 40/466
120 00 Praha 2
IČ 40765521, auditorské osvědčení 021

Firma: Grünenthal Czech s.r.o.

Identifikační číslo: 27063623

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: Zprostředkování obchodu a služeb, reklamní činnost a marketing

Rozvahový den: 31. prosince 2009

Datum sestavení účetní závěrky: 5. března 2010

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

(v celých tisících Kč)

Označení a	TEXT b	Skutečnost v účetním období	
		2009 1	2008 2
II.	Výkony	98 709	97 122
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	98 709	97 122
B.	Výkonová spotřeba	55 180	58 729
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	5 105	5 965
B. 2.	Služby	50 075	52 764
+	Přidaná hodnota	43 529	38 393
C.	Osobní náklady	35 776	32 885
C. 1.	Mzdové náklady	28 623	26 063
C. 2.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	6 722	6 393
C. 3.	Sociální náklady		
D.	Daně a poplatky	431	429
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	7	18
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	15	15
III. 1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	35	15
III. 2.	Tržby z prodeje materiálu	3	
G.	Zvýšení (+) / snížení (-) rezerv a opravných položek v provozní oblasti	32	15
IV.	Ostatní provozní výnosy	150	- 28
H.	Ostatní provozní náklady	16	29
*	Provozní výsledek hospodaření	614	661
X.	Výnosové úroky	7 018	4 886
XI.	Ostatní finanční výnosy	54	192
O.	Ostatní finanční náklady	4	96
*	Finanční výsledek hospodaření	540	272
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	- 482	16
Q. 1.	- splatná	1 254	810
Q. 2.	- odložená	1 159	992
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	95	- 182
***	Výsledek hospodaření za účetní období	5 282	4 092
***	Výsledek hospodaření před zdaněním	6 536	4 902

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘEHLED O ZMĚNÁCH VLASTNÍHO KAPITÁLU
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

	Základní kapitál tis. Kč	Zákonný rezervní fond tis. Kč	Nerozdělený zisk tis. Kč	Celkem tis. Kč
Zůstatek k 1. lednu 2008	8 200	820	2 812	11 832
Výsledek hospodaření za běžné období	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>4 092</u>	<u>4 092</u>
Zůstatek k 31. prosinci 2008	<u>8 200</u>	<u>820</u>	<u>6 904</u>	<u>15 924</u>
Vyplacené podíly na zisku	0	0	6 904	6 904
Výsledek hospodaření za běžné období	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>5 282</u>	<u>5 282</u>
Zůstatek k 31. prosinci 2009	<u>8 200</u>	<u>820</u>	<u>5 282</u>	<u>14 302</u>

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘEHLED O PENĚŽNÍCH TOCÍCH
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
	tis. Kč	tis. Kč
<u>Peněžní toky z provozní činnosti</u>		
Účetní zisk z běžné činnosti před zdaněním	6 536	4 902
A.1 Úpravy o nepeněžní operace:		
A.1.1 Odpisy stálých aktiv	15	15
A.1.2 Změna stavu opravných položek a rezerv	150	28
A.1.3 Zisk z prodeje stálých aktiv	-3	0
A.1.4 Vyúčtované výnosové úroky	<u>- 54</u>	<u>- 192</u>
A* Čistý peněžní tok z provozní činnosti před zdaněním a změnami oběžných prostředků	6 644	4 697
A.2 Změny stavu nepeněžních složek pracovního kapitálu:		
A.2.1 Změna stavu pohledávek a přechodných účtů aktiv	- 4 783	- 8 501
A.2.2 Změna stavu krátkodobých závazků a přechodných účtů pasiv	<u>3 388</u>	<u>5 700</u>
A** Čistý peněžní tok z provozní činnosti před zdaněním	5 249	1 896
A.3 Úroky přijaté	54	192
A.4 Zaplacená daň z příjmu za běžnou činnost a za doměrky daně za minulá období	<u>- 397</u>	<u>- 1 234</u>
A *** Čistý peněžní tok z provozní činnosti	<u>4 906</u>	<u>854</u>

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

PŘEHLED O PENĚŽNÍCH TOCÍCH (pokračování)

ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

	<u>2009</u>	<u>2008</u>	
	tis. Kč	tis. Kč	
<u>Peněžní toky z investiční činnosti</u>			
B.1	Výdaje spojené s nabytím stálých aktiv	0	- 44
B.2	Příjmy z prodeje stálých aktiv	<u>3</u>	<u>0</u>
B***	Čistý peněžní tok z investiční činnosti	<u>3</u>	<u>- 44</u>
<u>Peněžní toky z finanční činnosti</u>			
C.1	Změna stavu vlastního kapitálu:		
C.1.1	Vyplacené podíly na zisku	<u>- 6 904</u>	<u>0</u>
C***	Čisté peněžní toky z finanční činnosti	<u>- 6 904</u>	<u>0</u>
	Čisté snížení/zvýšení peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů	- 1 995	810
	Stav peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů na počátku roku	<u>7 882</u>	<u>7 072</u>
	Stav peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů na konci roku	<u>5 887</u>	<u>7 882</u>

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

1 VŠEOBECNÉ INFORMACE

Grünenthal Czech s.r.o. (dále „Společnost“) byla zapsána do obchodního rejstříku dne 26. května 2003 a její sídlo je v Roztokách, Tiché údolí 79. Předmětem podnikání Společnosti je zprostředkování obchodu a služeb, reklamní činnost, marketing a velkoobchod. Identifikační číslo Společnosti je 270 63 623.

Jednatelům Společnosti k 31. prosinci 2009 a k 31. prosinci 2008 byl Mgr. Libor Schwarz.

Společnost je členěna na oddělení marketingu, medicíny, financí, prodeje a rozvoje.

2 ÚČETNÍ POSTUPY

(a) Základní zásady zpracování účetní závěrky

Účetní závěrka je sestavena v souladu s účetními předpisy platnými v České republice. Účetní závěrka je sestavena v historických cenách.

Pokračující globální finanční krize

Pokračující globální ekonomická krize vedla kromě jiného k nízké úrovni obchodování na kapitálovém trhu, snížení likvidity v bankovním sektoru, ke zvýšení mezibankovních úrokových měr a velmi vysoké nestabilitě na kapitálových trzích. Nejistota na globálních finančních trzích vedla také k bankrotu bank a státní pomoci bankám v USA, západní Evropě, Rusku a jiných zemích. Jak se ukazuje, je nemožné spolehlivě předvídat další vývoj současné ekonomické krize a chránit se před jejími dopady.

Vedení Společnosti není schopno spolehlivě odhadnout dopady dalšího možného zhoršení likvidity na finančních trzích a zvýšení volatility měnových a kapitálových trhů na finanční pozici Společnosti. Vedení Společnosti je přesvědčeno, že činí všechna nezbytná opatření na podporu udržitelnosti a rozvoje Společnosti za současných okolností.

(b) Dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek

Nehmotný (hmotný) majetek, jehož doba použitelnosti je delší než 1 rok a pořizovací cena převyšuje 60 tis. Kč (40 tis. Kč) za položku, je považován za dlouhodobý nehmotný (hmotný) majetek a je odepisován na základě jeho předpokládané doby životnosti.

Nakoupený dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek je vykázán v pořizovacích cenách, které zahrnují cenu pořízení a náklady s jeho pořízením související.

2 ÚČETNÍ POSTUPY (pokračování)

(b) Dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek (pokračování)

Dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek je odepisován metodou rovnoměrných odpisů na základě jeho předpokládané životnosti. Společnost uplatňuje roční odpisové sazby, které jsou totožné se sazbami odpočitatelnými pro daňové účely.

Pokud zůstatková hodnota aktiva přesahuje jeho odhadovanou zpětně získatelnou částku, je jeho zůstatková hodnota snížena na tuto částku prostřednictvím opravné položky.

Náklady na opravy a údržbu dlouhodobého hmotného majetku se účtují přímo do nákladů. Technické zhodnocení dlouhodobého hmotného majetku přesahující 40 tis. Kč je aktivováno.

(c) Pohledávky

Pohledávky jsou vykázány v nominální hodnotě snížené o opravnou položku k pochybným pohledávkám. Opravná položka k pohledávkám je vytvořena na základě věkové struktury pohledávek a individuálního posouzení bonity dlužníků. Společnost nevytváří opravné položky k pohledávkám za spřízněnými stranami.

(d) Přepočítání cizích měn

Transakce prováděné v cizích měnách jsou přepočteny a zaúčtovány devizovým kursem platným v den transakce.

Všechny zůstatky peněžních aktiv, pohledávek a závazků vedených v cizích měnách byly přepočteny devizovým kursem zveřejněným Českou národní bankou k rozvahovému dni. Všechny kurzové zisky a ztráty z přepočtu peněžních aktiv, pohledávek a závazků jsou účtovány do výkazu zisku a ztráty.

(e) Výnosy

Tržby jsou zaúčtovány k datu poskytnutí služeb a jsou vykázány po odečtení slev a daně z přidané hodnoty.

(f) Leasing

Požizovací cena majetku získaného formou finančního nebo operativního leasingu není aktivována do dlouhodobého majetku, leasingové splátky jsou účtovány do nákladů rovnoměrně po celou dobu trvání leasingu. Budoucí leasingové splátky, které nejsou k rozvahovému dni splatné, jsou vykázány v příloze k účetní závěrce, ale nejsou zachyceny v rozvaze.

2 ÚČETNÍ POSTUPY (pokračování)

(g) Rezervy

Společnost tvoří rezervy, pokud má současný závazek, je pravděpodobné, že bude na vypořádání tohoto závazku třeba vynaložit vlastní zdroje a existuje spolehlivý odhad výše závazku.

(h) Odložená daň

Odložená daň se vykazuje u všech přechodných rozdílů mezi zůstatkovou hodnotou aktiva nebo pasiva v rozvaze a jejich daňovou hodnotou. Odložená daňová pohledávka je zaúčtována, pokud je pravděpodobné, že ji bude možné daňově uplatnit v budoucnosti.

(i) Spřízněné strany

Spřízněnými stranami Společnosti se rozumí:

- společníci, kteří přímo nebo nepřímo mohou uplatňovat podstatný nebo rozhodující vliv u Společnosti, a společnosti, kde tito společníci mají rozhodující vliv;
- členové statutárních, dozorčích a řídicích orgánů Společnosti, nebo její mateřské společnosti a osoby blízké těmto osobám, včetně podniků, kde tito členové a osoby mají podstatný nebo rozhodující vliv;
- dceřiné a přidružené společnosti.

Významné transakce a zůstatky se spřízněnými stranami jsou uvedeny v poznámce 11.

(j) Přehled o peněžních tocích

Společnost sestavila přehled o peněžních tocích s využitím nepřímé metody. Peněžní ekvivalenty představují krátkodobý likvidní majetek, který lze snadno a pohotově převést na předem známou částku v hotovosti.

(k) Následné události

Dopad událostí, které nastaly mezi rozvahovým dnem a dnem sestavení účetní závěrky, je zachycen v účetních výkazech v případě, že tyto události poskytly doplňující informace o skutečnostech, které existovaly k rozvahovému dni.

V případě, že mezi rozvahovým dnem a dnem sestavení účetní závěrky došlo k významným událostem zohledňujícím skutečnosti, které nastaly po rozvahovém dni, jsou důsledky těchto událostí popsány v příloze účetní závěrky, ale nejsou zaúčtovány v účetních výkazech.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

3 DLOUHODOBÝ NEHMOTNÝ A HMOTNÝ MAJETEK

Společnost neměla v roce 2009 a 2008 žádné přírůstky a úbytky dlouhodobého nehmotného majetku.

Celkové přírůstky dlouhodobého hmotného majetku (v pořizovacích cenách) činily v roce 2009: 0 tis. Kč (v roce 2008: 44 tis. Kč). Společnost neměla v roce 2009 a 2008 žádné úbytky dlouhodobého majetku.

4 POHLEDÁVKY

Nezaplacené pohledávky z obchodních vztahů nejsou zajištěny a žádná z nich nemá delší splatnost než 5 let.

Pohledávky po splatnosti k 31. prosinci 2009 činily 6 tis. Kč (2008: 107 tis. Kč).

5 VLASTNÍ KAPITÁL

Společnost je plně vlastněna společností Grünenthal GmbH, zapsané ve Spolkové republice Německo a mateřská společnost skupiny je společnost Grünenthal Pharma GmbH & Co. KG, zapsaná ve Spolkové republice Německo.

V souladu s příslušnými ustanoveními společenské smlouvy a obchodního zákoníku Společnost vytvořila zákonný rezervní fond ve výši 10% základního kapitálu. Zákonný rezervní fond nelze rozdělit společníkovi, ale lze jej použít výhradně k úhradě ztrát.

Zisk po zdanění ve výši 4 092 tis. Kč za rok 2008 a nerozdělený zisk minulých let ve výši 2 812 tis. Kč byl schválen a rozdělen rozhodnutím jediného společníka dne 1. června 2009.

6 REZERVY

	<u>31. prosince 2009</u>	<u>31. prosince 2008</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Rezerva na daň z příjmů	136	0
Rezerva na nevybranou dovolenou	941	751
Ostatní rezervy	<u>0</u>	<u>40</u>
Konečný zůstatek	<u>1 077</u>	<u>791</u>

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

6 REZERVY (pokračování)

Celková vypočtená daňová povinnost ve výši 1 156 tis. Kč k 31. prosinci 2009 (2008: 963 tis. Kč) byla ve finančních výkazech započtena s daňovou pohledávkou z titulu zaplacených záloh a výsledný závazek je vykázán na řádku Rezerva na daň z příjmů, neboť Společnost zaplatila nižší zálohy, než je celková daňová povinnost za rok 2009.

7 ZÁVAZKY A BUDOUCÍ ZÁVAZKY

Závazky z obchodních vztahů a jiné závazky nebyly zajištěny žádným majetkem Společnosti a nemají splatnost delší než 5 let.

Závazky po splatnosti k 31. prosinci 2009 činily 1 243 tis. Kč (2008: 1 645 tis. Kč). Společnost nemá žádné závazky po splatnosti ze sociálního nebo zdravotního pojištění ani žádné jiné závazky po splatnosti k finančním úřadům či jiným státním institucím.

Celková výše závazků nezahrnutých v rozvaze, která vychází z uzavřených smluv o operativním pronájmu aut a pronájmu kanceláří k 31. prosinci 2009, činila 15 212 tis. Kč (2008: 10 988 tis. Kč).

8 DAŇ Z PŘÍJMŮ

Daňový náklad zahrnuje:

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Splatnou daň (2009: 20 %, 2008: 21%)	1 156	963
Odložená daň	95	- 182
Úpravu daňového nákladu předchozího období podle skutečně podaného daňového přiznání	<u>3</u>	<u>29</u>
Celkem daňový náklad	<u>1 254</u>	<u>810</u>

Odložená daň k 31. prosinci 2009 je vypočtena sazbou daně ve výši 19 % (daňová sazba pro roky 2010 a následující). Odložená daň k 31. prosinci 2008 byla vypočtena s použitím sazby daně 20 % (daňová sazba pro rok 2009) a 19 % (daňová sazba pro roky 2010 a následující) v závislosti na období, ve kterém je očekáváno vyrovnání přechodných rozdílů.

Odložená daňová pohledávka k 31. prosinci 2009 se skládá z přechodných rozdílů představujících především dohadné položky.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
 PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
 ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

9 ČLENĚNÍ VÝNOSŮ PODLE ODVĚTVÍ

Výnosy z běžné činnosti byly tvořeny následujícím způsobem:

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Poskytování marketingových služeb - zahraničí	98 659	97 009
Poskytování marketingových služeb - tuzemsko	50	113
Ostatní výnosy - tuzemsko	<u>109</u>	<u>332</u>
Celkem	<u>98 818</u>	<u>97 454</u>

Ostatní výnosy v roce 2009 představují především úroky plynoucí z bankovního účtu, tržby z prodeje materiálu a ostatní provozní výnosy.

10 ANALÝZA ZAMĚSTNANCŮ

	<u>Osobní náklady</u>		<u>Průměrný počet zaměstnanců během roku</u>	
	<u>2009</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2008</u>
	tis. Kč	tis. Kč		
Vedení Společnosti	21 108	18 268	8	8
Ostatní zaměstnanci	<u>14 668</u>	<u>14 617</u>	<u>24</u>	<u>24</u>
Celkem	<u>35 776</u>	<u>32 885</u>	<u>32</u>	<u>32</u>

Vedení Společnosti zahrnuje ředitele / jednatele a ostatní vedoucí zaměstnance.

11 TRANSAKCE SE SPŘÍZNĚNÝMI STRANAMI

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Výnosy - Poskytování marketingových služeb	<u>98 659</u>	<u>97 009</u>
Náklady – Placené poplatky	<u>74</u>	<u>146</u>

(6)

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2009

11 TRANSAKCE SE SPŘÍZNĚNÝMI STRANAMI (pokračování)

Společnost vykazovala tyto zůstatky se spřízněnými stranami:

	<u>31. prosince 2009</u>	<u>31. prosince 2008</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Pohledávky z obchodního styku	<u>23 987</u>	<u>19 739</u>
Závazky z obchodního styku	<u>0</u>	<u>9</u>

Některým vedoucím pracovníkům Společnosti jsou k dispozici služební vozidla.

Kromě výše uvedeného nebylo v průběhu roku 2009 a 2008 společníkovi, jednateli a vedoucím pracovníkům poskytnuto žádné další plnění jak v peněžní tak v naturální formě.

12 ODMĚNA AUDITORSKÉ SPOLEČNOSTI

Celková odměna auditorské společnosti PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o za audit účetní závěrky, výroční zprávy a prověrky zprávy o vztazích činila 447 tis. Kč.

13 POTENCIÁLNÍ ZÁVAZKY

Vedení Společnosti si není vědomo žádných potenciálních závazků Společnosti k 31. prosinci 2009.

14 NÁSLEDNÉ UDÁLOSTI

Po rozvahovém dni nedošlo k žádným událostem, které by měly významný dopad na účetní závěrku k 31. prosinci 2009.

5. března 2010


Mgr. Libor Schwarz

generální ředitel,
jednatel Společnosti



Ing. Barbora Mandelíková

finanční manažer

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

**ZPRÁVA NEZÁVISLÉHO AUDITORA
A ÚČETNÍ ZÁVĚRKA**

31. PROSINCE 2010



Zpráva nezávislého auditora

společníkovi společnosti Grünenthal Czech s.r.o.

Ověřili jsme příloženou účetní závěrku společnosti Grünenthal Czech s.r.o., identifikační číslo 270 63 623, se sídlem Roztoky, Tiché údolí 79 (dále „Společnost“), tj. rozvahu k 31. prosinci 2010, výkaz zisku a ztráty a přehled o změnách vlastního kapitálu za rok 2010 a přílohu, včetně popisu podstatných účetních pravidel (dále „účetní závěrka“).

Odповідnost statutárního orgánu Společnosti za účetní závěrku

Statutární orgán Společnosti odpovídá za sestavení účetní závěrky podávající věrný a poctivý obraz v souladu s českými účetními předpisy a za takové vnitřní kontroly, které považuje za nezbytné pro sestavení účetní závěrky tak, aby neobsahovala významné nesprávnosti způsobené podvodem nebo chybou.

Úloha auditora

Naší úlohou je vydat na základě provedení auditu výrok k této účetní závěrce. Audit jsme provedli v souladu se zákonem o auditorech platným v České republice, Mezinárodními standardy auditu a souvisejícími aplikačními doložkami Komory auditorů České republiky. V souladu s těmito předpisy jsme povinni dodržovat etické požadavky a naplánovat a provést audit tak, abychom získali přiměřenou jistotu, že účetní závěrka neobsahuje významné nesprávnosti.

*PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o., Kateřinská 40/466, 120 00 Praha 2, Česká republika
Tel.: +420 251 151 111, fax: +420 251 156 111, www.pwc.com/cz*

PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o., se sídlem Kateřinská 40/466, 120 00 Praha 2, IČ: 40765521, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 3637 a v seznamu auditorských společností u Komory auditorů České republiky pod oprávněním číslo 021.

© 2011 PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o. Všechna práva vyhrazena. "PwC" je značka, pod níž členské společnosti PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) podnikají a poskytují své služby. Společně tvoří světovou síť společností PwC. Každá společnost je samostatným právním subjektem a jednotlivé společnosti nezastupují síť PwCIL ani žádnou jinou členskou společnost. PwCIL neposkytuje žádné služby klientům. PwCIL neodpovídá za jednání či opomenutí jednotlivých společností síť PwC, ani nemůže kontrolovat výkon jejich profesionální činnosti či je jakýmkoli způsobem ovlivňovat.



**Společník společnosti Grünenthal Czech s.r.o.
Zpráva nezávislého auditora**

Úloha auditora (pokračování)

Audit zahrnuje provedení auditorských postupů, jejichž cílem je získat důkazní informace o částkách a informacích uvedených v účetní závěrce. Výběr auditorských postupů závisí na úsudku auditora, včetně posouzení rizika významné nesprávnosti údajů uvedených v účetní závěrce způsobené podvodem nebo chybou. Při posuzování těchto rizik auditor zohledňuje vnitřní kontroly relevantní pro sestavení účetní závěrky podávající věrný a poctivý obraz. Cílem tohoto posouzení je navrhnout vhodné auditorské postupy, nikoli vyjádřit se k účinnosti vnitřních kontrol. Audit též zahrnuje posouzení vhodnosti použitých účetních pravidel, přiměřenosti účetních odhadů provedených vedením i posouzení celkové prezentace účetní závěrky.

Jsme přesvědčeni, že získané důkazní informace poskytují dostatečný a vhodný základ pro vyjádření našeho výroku.

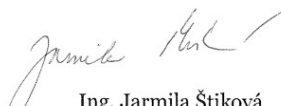
Výrok

Podle našeho názoru účetní závěrka podává věrný a poctivý obraz finanční pozice Společnosti k 31. prosinci 2010 a jejího hospodaření za rok 2010 v souladu s českými účetními předpisy.

31. ledna 2011


PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o.
zastoupená


Ing. Petr Podlipný
ředitel


Ing. Jarmila Štiková
statutární auditor, oprávnění č. 1903

Firma: Grünenthal Czech s.r.o.

Identifikační číslo: 27063623

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: Zprostředkování obchodu a služeb, reklamní činnost a marketing

Rozvahový den: 31. prosince 2010

Datum sestavení účetní závěrky: 31. ledna 2011

ROZVAHA

(v celých tisících Kč)

Označení a	AKTIVA b	31.12.2010			31.12.2009
		Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	26 966	- 782	26 184	33 820
B.	Dlouhodobý majetek	1 220	- 782	438	25
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	139	- 139	0	0
B. I. 1.	Software	139	- 139	0	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	1 081	- 643	438	25
B. II. 1.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	1 081	- 643	438	25
C.	Oběžná aktiva	25 590	0	25 590	33 677
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	357	0	357	187
C. II. 1.	Jiné pohledávky	100	0	100	100
2.	Odložená daňová pohledávka	257	0	257	87
C. III.	Krátkodobé pohledávky	22 916	0	22 916	27 603
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	20 774	0	20 774	23 987
2.	Stát - daňové pohledávky	1 942	0	1 942	2 584
3.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	159	0	159	593
4.	Dohadné účty aktivní	0	0	0	180
5.	Jiné pohledávky	41	0	41	259
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	2 317	0	2 317	5 887
C. IV. 1.	Peníze	37	0	37	67
2.	Účty v bankách	2 280	0	2 280	5 820
D. I.	Časové rozlišení	156	0	156	118
D. I. 1.	Náklady příštích období	156	0	156	118

Označení a	PASIVA b	31.12.2010	31.12.2009
		6	7
	PASIVA CELKEM	26 184	33 820
A.	Vlastní kapitál	12 424	14 302
A. I.	Základní kapitál	8 200	8 200
A. I. 1.	Základní kapitál	8 200	8 200
A. III.	Rezervní fondy a ostatní fondy ze zisku	820	820
A. III. 1.	Zákonný rezervní fond	820	820
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	3 404	5 282
B.	Cizí zdroje	13 760	19 518
B. I.	Rezervy	609	1 077
B. I. 1.	Rezerva na daň z příjmů	0	136
B. I. 2.	Ostatní rezervy	609	941
B. III.	Krátkodobé závazky	13 151	18 441
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	2 426	7 988
B. III. 2.	Závazky k zaměstnancům	186	3 581
B. III. 3.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	647	915
B. III. 4.	Stát - daňové závazky a dotace	471	700
B. III. 5.	Dohadné účty pasivní	9 386	5 216
B. III. 6.	Jiné závazky	35	41

IDENTIFIKACE AUDITORA
PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o.
Karmelitská 40/466
101 00 Praha 2
IČ 40765521, auditní osvědčení 021

Firma: Grünenthal Czech s.r.o.

Identifikační číslo: 27063623

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: Zprostředkování obchodu a služeb, reklamní činnost a marketing

Rozvahový den: 31. prosince 2010

Datum sestavení účetní závěrky: 31. ledna 2011

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

(v celých tisících Kč)

Označení a	TEXT b	Skutečnost v účetním období	
		2010 1	2009 2
II.	Výkony	91 925	98 709
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	91 925	98 709
B.	Výkonová spotřeba	48 247	55 180
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	4 024	5 105
B. 2.	Služby	44 223	50 075
+	Přidaná hodnota	43 678	43 529
C.	Osobní náklady	38 975	35 776
C. 1.	Mzdové náklady	29 961	28 623
C. 2.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	8 602	6 722
C. 3.	Sociální náklady	412	431
D.	Daně a poplatky	9	7
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	96	15
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	0	35
III. 1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	0	3
III. 2.	Tržby z prodeje materiálu	0	32
G.	Snížení (-) / zvýšení (+) rezerv a opravných položek v provozní oblasti	- 331	150
IV.	Ostatní provozní výnosy	0	16
H.	Ostatní provozní náklady	650	614
*	Provozní výsledek hospodaření	4 279	7 018
X.	Výnosové úroky	4	54
XI.	Ostatní finanční výnosy	11	4
O.	Ostatní finanční náklady	194	540
*	Finanční výsledek hospodaření	- 179	- 482
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	696	1 254
Q. 1.	- splatná	866	1 159
Q. 2.	- odložená	- 170	95
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	3 404	5 282
***	Výsledek hospodaření za účetní období	3 404	5 282
***	Výsledek hospodaření před zdaněním	4 100	6 536

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

PŘEHLED O ZMĚNÁCH VLASTNÍHO KAPITÁLU

ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2010

	<u>Základní kapitál</u> tis. Kč	<u>Zákonný rezervní fond</u> tis. Kč	<u>Nerozdělený zisk</u> tis. Kč	<u>Celkem</u> tis. Kč
Zůstatek k 1. lednu 2009	<u>8 200</u>	<u>820</u>	<u>6 904</u>	<u>15 924</u>
Vyplacené podíly na zisku	0	0	6 904	6 904
Výsledek hospodaření za běžné období	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>5 282</u>	<u>5 282</u>
Zůstatek k 31. prosinci 2009	<u>8 200</u>	<u>820</u>	<u>5 282</u>	<u>14 302</u>
Vyplacené podíly na zisku	0	0	5 282	5 282
Výsledek hospodaření za běžné období	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>3 404</u>	<u>3 404</u>
Zůstatek k 31. prosinci 2010	<u>8 200</u>	<u>820</u>	<u>3 404</u>	<u>12 424</u>

1 VŠEOBECNÉ INFORMACE

Základní informace o Společnosti

Grünenthal Czech s.r.o. (dále „Společnost“) byla zapsána do obchodního rejstříku dne 26. května 2003 a její sídlo je v Roztokách, Tiché údolí 79. Předmětem podnikání Společnosti je zprostředkování obchodu a služeb, reklamní činnost, marketing a velkoobchod. Identifikační číslo Společnosti je 270 63 623.

Jednatelům Společnosti k 31. prosinci 2010 a k 31. prosinci 2009 byl Mgr. Libor Schwarz.

Společnost je členěna na oddělení marketingu, medicíny, financí, prodeje a rozvoje.

2 ÚČETNÍ POSTUPY

(a) Základní zásady zpracování účetní závěrky

Účetní závěrka je sestavena v souladu s účetními předpisy platnými v České republice. Účetní závěrka je sestavena v historických cenách.

(b) Dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek

Nehmotný (hmotný) majetek, jehož doba použitelnosti je delší než 1 rok a pořizovací cena převyšuje 60 tis. Kč (40 tis. Kč) za položku, je považován za dlouhodobý nehmotný (hmotný) majetek a je odepisován na základě jeho předpokládané doby životnosti.

Nakoupený dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek je prvotně vykázán v pořizovacích cenách, které zahrnují cenu pořízení a náklady s jeho pořízením související.

Dlouhodobý nehmotný a hmotný majetek je odepisován metodou rovnoměrných odpisů na základě jeho předpokládané životnosti. Společnost uplatňuje roční odpisové sazby, které jsou totožné se sazbami odpočitatelnými pro daňové účely.

Pokud zůstatková hodnota aktiva přesahuje jeho odhadovanou zpětně ziskatelnou částku, je jeho zůstatková hodnota snížena na tuto částku prostřednictvím opravné položky. Zpětně ziskatelná částka je stanovena na základě očekávaných budoucích peněžních toků generovaných daným aktivem.

Náklady na opravy a údržbu dlouhodobého hmotného majetku se účtují přímo do nákladů. Technické zhodnocení dlouhodobého hmotného majetku přesahující 40 tis. Kč je aktivováno.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY

ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2010

2. ÚČETNÍ POSTUPY (pokračování)

(c) Pohledávky

Pohledávky jsou vykázány v nominální hodnotě snížené o opravnou položku k pochybným pohledávkám. Opravná položka k pohledávkám je vytvořena na základě věkové struktury pohledávek a individuálního posouzení bonity dlužníků. Společnost nevytváří opravné položky k pohledávkám za spřízněnými stranami.

(d) Přepočítání cizích měn

Transakce prováděné v cizích měnách jsou přepočteny a zaúčtovány devizovým kursem platným v den transakce.

Všechny zůstatky peněžních aktiv, pohledávek a závazků vedených v cizích měnách byly přepočteny devizovým kursem zveřejněným Českou národní bankou k rozvahovému dni. Všechny kurzové zisky a ztráty z přepočtu peněžních aktiv, pohledávek a závazků jsou účtovány do výkazu zisku a ztráty.

(e) Výnosy

Tržby jsou zaúčtovány k datu poskytnutí služeb a jsou vykázány po odečtení slev a daně z přidané hodnoty.

(f) Leasing

Požizovací cena majetku získaného formou finančního nebo operativního leasingu není aktivována do dlouhodobého majetku. Leasingové splátky jsou účtovány do nákladů rovnoměrně po celou dobu trvání leasingu. Budoucí leasingové splátky, které nejsou k rozvahovému dni splatné, jsou vykázány v příloze k účetní závěrce, ale nejsou zachyceny v rozvaze.

(g) Rezervy

Společnost tvoří rezervy, pokud má současný závazek, je pravděpodobné, že bude na vypořádání tohoto závazku třeba vynaložit vlastní zdroje a existuje spolehlivý odhad výše závazku.

(h) Odložená daň

Odložená daň se vykazuje u všech přechodných rozdílů mezi zůstatkovou hodnotou aktiva nebo pasiva v rozvaze a jejich daňovou hodnotou. Odložená daňová pohledávka je zaúčtována, pokud je pravděpodobné, že ji bude možné daňově uplatnit v budoucnosti.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY

ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2010

2. ÚČETNÍ POSTUPY (pokračování)

(i) Spřízněné strany

Spřízněnými stranami Společnosti se rozumí:

- strany, které přímo nebo nepřímo mohou uplatňovat podstatný nebo rozhodující vliv u Společnosti, a společností, kde tyto společníci mají rozhodující vliv;
- členové statutárních, dozorčích a řídicích orgánů Společnosti, nebo její mateřské společnosti a osoby blízké těmto osobám, včetně podniků, kde tyto členové a osoby mají podstatný nebo rozhodující vliv.

Významné transakce a zůstatky se spřízněnými stranami jsou uvedeny v poznámce 11.

(j) Následné události

Dopad událostí, které nastaly mezi rozvahovým dnem a dnem sestavení účetní závěrky, je zachycen v účetních výkazech v případě, že tyto události poskytly doplňující informace o skutečnostech, které existovaly k rozvahovému dni.

V případě, že mezi rozvahovým dnem a dnem sestavení účetní závěrky došlo k významným událostem zohledňujícím skutečnosti, které nastaly po rozvahovém dni, jsou důsledky těchto událostí popsány v příloze účetní závěrky, ale nejsou zaúčtovány v účetních výkazech.

3. DLOUHODOBÝ NEHMOTNÝ A HMOTNÝ MAJETEK

Společnost neměla v roce 2010 a 2009 žádné přírůstky a úbytky dlouhodobého nehmotného majetku.

Celkové přírůstky dlouhodobého hmotného majetku (v pořizovacích cenách) činily v roce 2010: 509 tis. Kč (v roce 2009: 0 tis. Kč). Společnost neměla v roce 2010 a 2009 žádné úbytky dlouhodobého majetku.

4. POHLEDÁVKY

Nezaplacené pohledávky z obchodních vztahů nejsou zajištěny a žádná z nich nemá delší splatnost než 5 let.

Pohledávky po splatnosti k 31. prosinci 2010 činily 6 tis. Kč (2009: 6 tis. Kč).

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2010

5 VLASTNÍ KAPITÁL

Společnost je plně vlastněna společností Grünenthal GmbH, zapsané ve Spolkové republice Německo a mateřskou společností skupiny je společnost Grünenthal Pharma GmbH & Co. KG, zapsaná ve Spolkové republice Německo.

V souladu s příslušnými ustanoveními společenské smlouvy a obchodního zákoníku Společnost vytvořila zákonný rezervní fond ve výši 10% základního kapitálu. Zákonný rezervní fond nelze rozdělit společníkovi, ale lze jej použít výhradně k úhradě ztrát.

Zisk po zdanění ve výši 5 282 tis. Kč za rok 2009 byl schválen a rozdělen rozhodnutím jediného společníka dne 30. června 2010.

6 REZERVY

	<u>31. prosince 2010</u>	<u>31. prosince 2009</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Rezerva na daň z příjmů	0	136
Rezerva na nevybranou dovolenou	<u>609</u>	<u>941</u>
Konečný zůstatek	<u>609</u>	<u>1 077</u>

Celková vypočtená daňová povinnost ve výši 862 tis. Kč k 31. prosinci 2010 (2009: 1 156 tis. Kč) byla ve finančních výkazech započtena s daňovou pohledávkou z titulu zaplacených záloh. Vzhledem k tomu, že Společnost zaplatila vyšší zálohy než je celková daňová povinnost za rok 2010, je výsledná pohledávka ve výši 201 tis. Kč vykázána na řádku Stát – daňové pohledávky.

7 ZÁVAZKY A BUDOUCÍ ZÁVAZKY

Závazky z obchodních vztahů a jiné závazky nebyly zajištěny žádným majetkem Společnosti a nemají splatnost delší než 5 let.

Závazky po splatnosti k 31. prosinci 2010 činily 467 tis. Kč (2009: 1 243 tis. Kč). Společnost nemá žádné závazky po splatnosti ze sociálního nebo zdravotního pojištění ani žádné jiné závazky po splatnosti k finančním úřadům či jiným státním institucím.

Celková výše závazků nezahrnutých v rozvaze, která vychází z uzavřených smluv o operativním pronájmu aut a pronájmu kanceláří k 31. prosinci 2010, činila 11 372 tis. Kč (2009: 15 212 tis. Kč).

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2010

8 DAŇ Z PŘÍJMŮ

Daňový náklad zahrnuje:

	<u>2010</u> tis. Kč	<u>2009</u> tis. Kč
Splatnou daň (2010: 19 %, 2009: 20%)	862	1 156
Odložená daň	- 170	95
Úpravu daňového nákladu předchozího období podle skutečně podaného daňového přiznání	<u>4</u>	<u>3</u>
Celkem daňový náklad	<u>696</u>	<u>1 254</u>

Odložená daň byla vypočtena s použitím sazby daně 19 % (daňová sazba pro roky 2011 a následující).

9 ČLENĚNÍ VÝNOSŮ PODLE ODVĚTVÍ

Výnosy z běžné činnosti byly tvořeny následujícím způsobem:

	<u>2010</u> tis. Kč	<u>2009</u> tis. Kč
Poskytování marketingových služeb - zahraničí	91 925	98 659
Poskytování marketingových služeb - tuzemsko	0	50
Ostatní výnosy - tuzemsko	<u>15</u>	<u>109</u>
Celkem	<u>91 940</u>	<u>98 818</u>

10 ZAMĚSTNANCI

	<u>Osobní náklady</u>		<u>Průměrný počet zaměstnanců během roku</u>	
	<u>2010</u> tis. Kč	<u>2009</u> tis. Kč	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Vedení Společnosti	21 054	21 108	8	8
Ostatní zaměstnanci	<u>17 921</u>	<u>14 668</u>	<u>24</u>	<u>24</u>
Celkem	<u>38 975</u>	<u>35 776</u>	<u>32</u>	<u>32</u>

Vedení Společnosti zahrnuje ředitele / jednatele a ostatní vedoucí zaměstnance.

(5)

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2010

11 TRANSAKCE SE SPŘÍZNĚNÝMI STRANAMI

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Výnosy - Poskytování marketingových služeb	<u>91 925</u>	<u>98 659</u>
Náklady – Placené poplatky	<u>22</u>	<u>74</u>

Společnost vykazovala tyto zůstatky se spřízněnými stranami:

	<u>31. prosince 2010</u>	<u>31. prosince 2009</u>
	tis. Kč	tis. Kč
Pohledávky z obchodních vztahů	<u>20 450</u>	<u>23 987</u>

Některým vedoucím pracovníkům Společnosti jsou k dispozici služební vozidla.

Kromě výše uvedeného nebylo v průběhu roku 2010 a 2009 společníkovi, jednateli a vedoucím pracovníkům poskytnuto žádné další plnění jak v peněžní tak v naturální formě.

12 ODMĚNA AUDITORSKÉ SPOLEČNOSTI

Celková odměna auditorské společnosti PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o. za audit účetní závěrky, výroční zprávy a prověrky zprávy o vztazích za rok 2010 činila 440 tis. Kč.

13 POTENCIÁLNÍ ZÁVAZKY

Vedení Společnosti si není vědomo žádných potenciálních závazků Společnosti k 31. prosinci 2010.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
PŘÍLOHA ÚČETNÍ ZÁVĚRKY
ROK KONČÍCÍ 31. PROSINCE 2010

14 NÁSLEDNÉ UDÁLOSTI

Po rozvahovém dni nedošlo k žádným událostem, které by měly významný dopad na účetní závěrku k 31. prosinci 2010.

31. ledna 2011



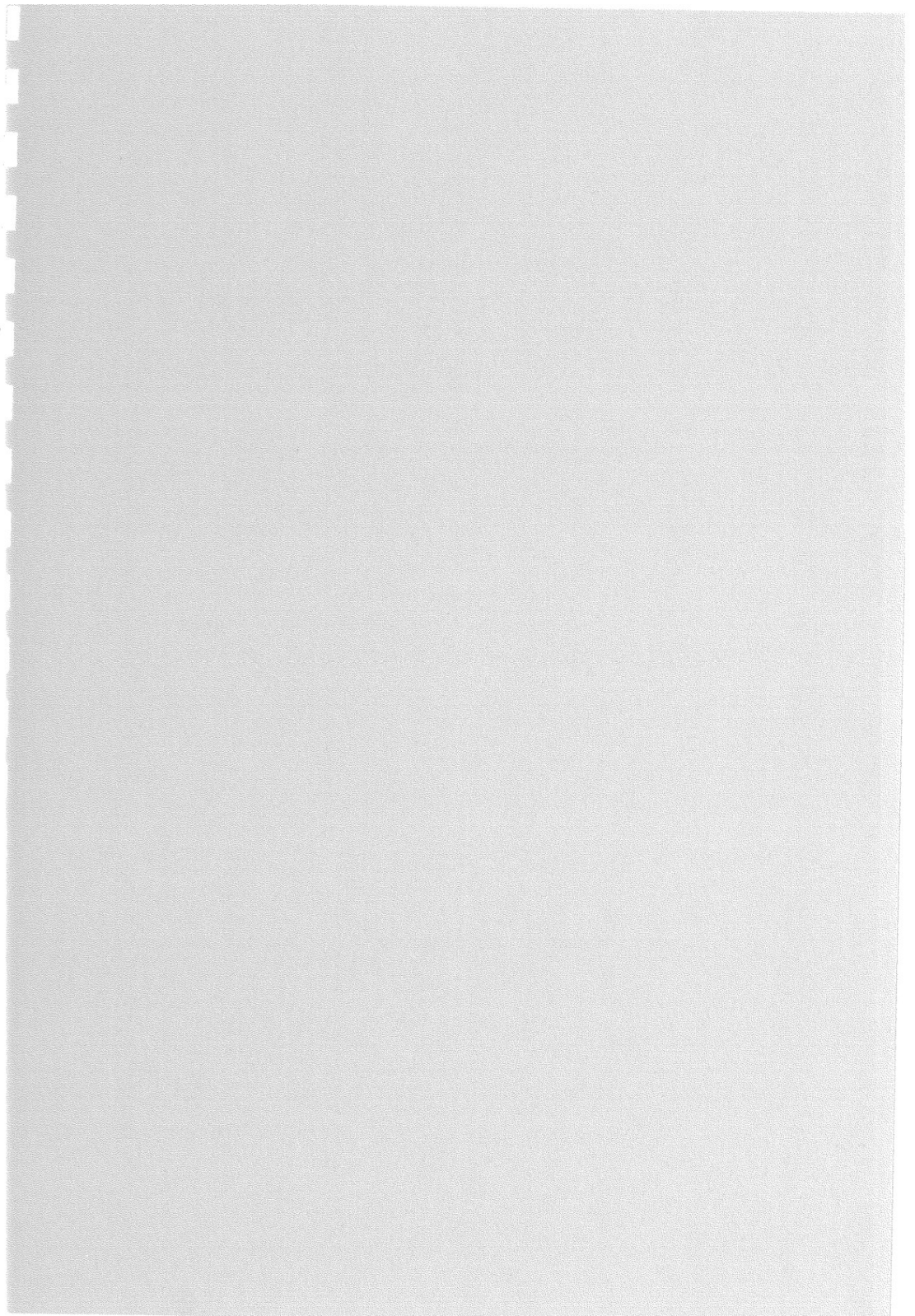
Mgr. Libor Schwarz

generální ředitel,
jednatel Společnosti



Ing. Barbora Mandelíková

finanční manažerka



GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

**INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT
AND FINANCIAL STATEMENTS**

31 DECEMBER 2010

This version of the accompanying documents is a translation from the original, which was prepared in Czech language. All possible care has been taken to ensure that the translation is an accurate representation of the original. However, in all matters of interpretation of information, views or opinions, the original language version of our report takes precedence over this translation.



English translation

Independent auditor's report **to the shareholder of Grünenthal Czech s.r.o.**

We have audited the accompanying financial statements of Grünenthal Czech s.r.o., identification number 270 63 623, with registered office at Roztoky, Tiché údolí 79 ("the Company"), which comprise the balance sheet as at 31 December 2010, the income statement for the year then ended and notes, including a summary of significant accounting policies ("the financial statements").

Statutory Representative's Responsibility for the Financial Statements

The Statutory Representative is responsible for the preparation of the financial statements that give a true and fair view in accordance with Czech accounting legislation, and for such internal controls as the Statutory Representative determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

Auditor's Responsibility

Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit. We conducted our audit in accordance with the Act on Auditors of the Czech Republic, International Standards on Auditing and the related application guidance of the Chamber of Auditors of the Czech Republic. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free from material misstatement.

PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o., Kateřinská 40/466, 120 00 Prague 2, Czech Republic
Phone: +420 251 151 111, fax: +420 251 156 111, www.pwc.com/cz

PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o., registered seat Kateřinská 40/466, 120 00 Prague 2, Czech Republic, Identification Number: 4076521, registered with the Commercial Register kept by the Municipal Court in Prague, Section C, Insert 3637, and in the Register of Audit Companies with the Chamber of Auditors of the Czech Republic under Licence No 021.

© 2011 PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o. All rights reserved. "PwC" is the brand under which member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) operate and provide services. Together, these firms form the PwC network. Each firm in the network is a separate legal entity and does not act as agent of PwCIL or any other member firm. PwCIL does not provide any services to clients. PwCIL is not responsible or liable for the acts or omissions of any of its member firms nor can it control the exercise of their professional judgment or bind them in any way.



**Shareholder of Grünenthal Czech s.r.o.
Independent auditor's report**

Auditor's Responsibility (continued)

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditor's judgment, including assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the Company's preparation of the financial statements that give a true and fair view in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the Company's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of the accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

Opinion

In our opinion, the financial statements give a true and fair view of the financial position of the Company as at 31 December 2010 and its financial performance for the year then ended in accordance with Czech accounting legislation.

31 January 2011

PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o.
represented by

Petr Podlipný
Director

Jarmila Štiková
Statutory Auditor, Licence No. 1903

Translation note

This version of our report is a translation from the original, which was prepared in the Czech language. All possible care has been taken to ensure that the translation is an accurate representation of the original. However, in all matters of interpretation of information, views or opinions, the Czech version of our report takes precedence over this translation.

Company name: Grüenthal Czech s.r.o.
 Identification number: 27063623
 Legal form: Limited Liability Company
 Primary business: Trade and provision of services, promotion and marketing activities
 Balance sheet date: 31 December 2010
 Date of preparation of the financial statements: 31 January 2011

BALANCE SHEET
 (in thousand Czech crowns)

Ref. a	ASSETS b	31.12.2010			31.12.2009
		Gross 1	Provision 2	Net 3	Net 4
	TOTAL ASSETS	26 966	(782)	26 184	33 820
B.	Fixed assets	1 220	(782)	438	25
B. I.	Intangible fixed assets	139	(139)	-	-
B. I. 1.	Software	139	(139)	-	-
B. II.	Tangible fixed assets	1 081	(643)	438	25
B. II. 1.	Equipment	1 081	(643)	438	25
C.	Current assets	25 590	-	25 590	33 677
C. II.	Long-term receivables	357	-	357	187
C. II. 1.	Other receivables	100	-	100	100
2.	Deferred tax asset	257	-	257	87
C. III.	Short-term receivables	22 916	-	22 916	27 603
C. III. 1.	Trade receivables	20 774	-	20 774	23 987
2.	Taxes and state subsidies receivable	1 942	-	1 942	2 584
3.	Short-term advances paid	159	-	159	593
4.	Anticipated assets	-	-	-	180
5.	Other receivables	41	-	41	259
C. IV.	Financial assets	2 317	-	2 317	5 887
C. IV. 1.	Cash in hand	37	-	37	67
2.	Cash at bank	2 280	-	2 280	5 820
D. I.	Accruals and deferrals	156	-	156	118
D. I. 1.	Prepaid expenses	156	-	156	118

Ref. a	LIABILITIES AND EQUITY b	31.12.2010	31.12.2009
		6	7
	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	26 184	33 820
A.	Equity	12 424	14 302
A. I.	Share capital	8 200	8 200
A. I. 1.	Share capital	8 200	8 200
A. III.	Reserve fund and other reserves	820	820
A. III. 1.	Statutory reserve fund	820	820
A. V.	Profit for the current period	3 404	5 282
B.	Liabilities	13 760	19 518
B. I.	Provisions	609	1 077
B. I. 1.	Income tax provision	-	136
B. I. 2.	Other provisions	609	941
B. III.	Short-term liabilities	13 151	18 441
B. III. 1.	Trade payables	2 426	7 988
B. III. 2.	Liabilities to employees	186	3 581
B. III. 3.	Liabilities for social security and health insurance	647	915
B. III. 4.	Taxes and state subsidies payable	471	700
B. III. 5.	Anticipated liabilities	9 386	5 216
B. III. 6.	Other payables	35	41

Company name: Grünenthal Czech s.r.o.
 Identification number: 27063623
 Legal form: Limited Liability Company
 Primary business: Trade and provision of services, promotion and marketing activities
 Balance sheet date: 31 December 2010
 Date of preparation of the financial statements: 31 January 2011

INCOME STATEMENT
 (in thousand Czech crowns)

Ref.	DESCRIPTION	Accounting period	
		2010	2009
a	b	1	2
II.	Sales of production	91 925	98 709
II. 1.	Sales of own products and services	91 925	98 709
B.	Cost of sales	48 247	55 180
B. 1.	Raw materials and consumables	4 024	5 105
B. 2.	Services	44 223	50 075
*	Added value	43 678	43 529
C.	Staff costs	38 975	35 776
C. 1.	Wages and salaries	29 961	28 623
C. 2.	Social security and health insurance costs	8 602	6 722
C. 3.	Other social costs	412	431
D.	Taxes and charges	9	7
E.	Depreciation of long-term assets	96	15
III.	Sale of long-term assets and raw materials	-	35
III. 1.	Sale of long-term assets	-	3
III. 2.	Sale of raw materials	-	32
G.	(Decrease) / Increase in operating provisions	(331)	150
IV.	Other operating income	-	16
H.	Other operating charges	650	614
*	Operating result	4 279	7 018
X.	Interest income	4	54
XI.	Other financial income	11	4
O.	Other financial expense	194	540
*	Financial result	(179)	(482)
Q.	Tax on profit or loss on ordinary activities	696	1 254
Q. 1.	- current	866	1 159
Q. 2.	- deferred	(170)	95
**	Profit on ordinary activities after taxation	3 404	5 282
***	Net profit for the financial period	3 404	5 282
***	Net profit before taxation	4 100	6 536

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.

STATEMENT OF CHANGES IN SHAREHOLDERS' EQUITY

YEAR ENDED 31 DECEMBER 2010

	Share <u>capital</u> CZK'000	Statutory reserve <u>fund</u> CZK'000	Retained <u>earnings</u> CZK'000	<u>Total</u> CZK'000
As at 1 January 2009	<u>8,200</u>	<u>820</u>	<u>6,904</u>	<u>15,924</u>
Dividends paid	-	-	6,904	6,904
Net profit for the current period	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>5,282</u>	<u>5,282</u>
As at 31 December 2009	<u>8,200</u>	<u>820</u>	<u>5,282</u>	<u>14,302</u>
Dividends paid	-	-	5,282	5,282
Net profit for the current period	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>3,404</u>	<u>3,404</u>
As at 31 December 2010	<u>8,200</u>	<u>820</u>	<u>3,404</u>	<u>12,424</u>

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
YEAR ENDED 31 DECEMBER 2010

1. GENERAL INFORMATION

Introductory information about the Company

Grünenthal Czech s.r.o. ("the Company") was incorporated at 26 May 2003, and has its registered office at Roztoky, Tiché údolí 79. The Company's business activities are intermediary activities in the area of trade and provision of services, promotion and marketing activities and wholesale. Identification number of the Company is 270 63 623.

The Statutory Representative of the Company as at 31 December 2010 and 31 December 2009 was Libor Schwarz.

The Company has marketing, medicine, finance, sales and research and development departments.

2 ACCOUNTING POLICIES

(a) Basis of preparation

The financial statements have been prepared in accordance with Generally Accepted Accounting Principles in the Czech Republic under the historical cost convention.

(b) Tangible and intangible fixed assets

All intangible (tangible) assets with a useful life longer than one year and a unit cost of more than CZK 60,000 (CZK 40,000) are treated as tangible fixed assets and are depreciated over their expected useful economic lives.

Purchased intangible and tangible assets are recorded at cost, which includes costs incurred in bringing the assets to their present location and condition.

Assets are amortised applying the straight-line basis over their estimated useful lives. The rates used are same as those allowable for taxation purposes.

A provision for impairment is established when the carrying value of an asset is greater than its estimated recoverable amount. The estimated recoverable amount is determined based on expected future cash flows generated by the certain asset.

Generally, repairs and maintenance expenditures of tangible assets are charged to expense as incurred. Property enhancements with cost of more than CZK 40,000 are capitalised.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
YEAR ENDED 31 DECEMBER 2010

2 ACCOUNTING POLICIES (continued)

(c) Receivables

Receivables are stated at nominal value less a provision for doubtful amounts. A provision for bad debts is created on the basis of an ageing analysis and individual evaluation of the recoverability of the receivables. Receivables from related parties have not been provided for.

(d) Foreign currency translation

Transactions denominated in a foreign currency are translated and recorded at the rate of exchange ruling at the date of transaction.

Cash, receivables and liabilities balances denominated in foreign currencies have been translated at the exchange rate published by the Czech National Bank as at the balance sheet date. All exchange gains and losses on cash, receivables and liabilities balances are recorded in the income statement.

(e) Revenue recognition

Sales are recognised as at the date the services are rendered and are stated net of discounts and Value Added Tax.

(f) Leases

The costs of assets held under both finance and operating leases are not capitalised as fixed assets. Lease payments are expensed evenly over the life of the lease. Future lease payments not yet due are disclosed in the notes but not recognised in the balance sheet.

(g) Provision

Provisions are recognised when the Company has a present obligation, it is probable that an outflow of resources will be required to settle the obligation, and a reliable estimate of the amount can be made.

(h) Deferred taxation

Deferred tax is recognised on all temporary differences between the carrying amount of an asset or liability in balance sheet and its tax base. Deferred tax assets are recognised if it is probable that sufficient future taxable profit will be available against which the assets can be utilised.

2 ACCOUNTING POLICIES (continued)

(i) Related parties

The Company's related parties are considered to be the following:

- parties, of which the Company is a subsidiary or an associate, directly or indirectly, and other subsidiaries and associates of these shareholders; and/or
- members of the Company's or parent company's statutory and supervisory bodies and management and parties close to such members, including entities in which they have a controlling or significant influence.

Material transactions and outstanding balances with related parties are disclosed in Note 11.

(j) Subsequent events

The effects of events, which occurred between the balance sheet date and the date of preparation of the financial statements, are recognised in the financial statements in the case that these events provide further evidence of conditions that existed at the balance sheet date.

Where significant events occur subsequent to the balance sheet date but prior to the preparation of the financial statements, which are indicative of conditions that arose subsequent to the balance sheet date, the effects of these events are disclosed, but are not themselves recognised in the financial statements.

3 INTANGIBLE AND TANGIBLE FIXED ASSETS

The Company had no additions or disposals of intangible fixed assets during 2010 and 2009.

Total additions to tangible fixed assets (at cost) during 2010 were CZK 509,000 (2009: CZK nil). The company had no disposals of tangible fixed assets during 2010 and 2009.

4 RECEIVABLES

Receivables outstanding as at 31 December 2010 have not been secured and none of them are due after five or more years.

Overdue receivables as at 31 December 2010 were CZK 6,000 (2009: CZK 6,000).

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
YEAR ENDED 31 DECEMBER 2010

5 EQUITY

The Company is fully owned by Grünenthal GmbH, incorporated in Germany, and the ultimate holding company is Grünenthal Pharma GmbH & Co. KG, incorporated in Germany.

The legal reserve fund representing 10% of the issued share capital was created from the profit of the Company according to law and may not be distributed to shareholders, but may be used to offset losses.

The net profit of CZK 5,282,000 for 2009 was approved and allocated by the by the decision of the sole shareholder on 30 June 2010.

6 PROVISIONS

	<u>31 December 2010</u> CZK'000	<u>31 December 2009</u> CZK'000
Income tax provision	-	136
Provision for untaken holiday	<u>609</u>	<u>941</u>
Total provisions	<u>609</u>	<u>1,077</u>

The income tax provision as at 31 December 2010 of CZK 862,000 (2009: CZK 1,156,000) in the financial statements is reduced by the advance payments paid and the resulting receivable is presented on the line Taxes and state subsidies receivable since the Company paid higher advances than the total tax liability for the year 2010, resulting receivable presented on the line Taxes and state subsidies receivable in amount CZK 201,000.

7 PAYABLES AND COMMITMENTS

Trade and other payables have not been secured over any assets of the Company and none of them are due after 5 or more years.

The overdue payables as at 31 December 2010 amounted to CZK 467,000 (2009: CZK 1,243,000). The Company does not have any overdue payables related to social or health insurance or any other overdue payables to tax authorities or other state institutions.

Total non-cancellable future commitments (not recorded in the balance sheet) in respect of operating leases for cars and rent of offices amounted to CZK 11,372,000 as at 31 December 2010 (2009: CZK 15,212,000).

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
 NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
 YEAR ENDED 31 DECEMBER 2010

8 TAXATION

The income tax expense is comprised of the following:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
	CZK'000	CZK'000
Current tax expense (2010: 19%, 2009: 20%)	862	1,156
Deferred tax	(170)	95
Adjustment of prior year tax expense	<u>4</u>	<u>3</u>
Total income tax expense	<u>696</u>	<u>1,254</u>

The deferred tax was calculated at 19% (the rate enacted for 2010 and subsequent years).

9 REVENUE ANALYSIS

Revenue from ordinary activities has been generated as follows:

		<u>31 December 2010</u>	<u>31 December 2009</u>
		CZK'000	CZK'000
Provision of marketing services - foreign		91,925	98,659
Provision of marketing services - domestic		-	50
Other revenues - domestic		<u>15</u>	<u>109</u>
Total		<u>91,940</u>	<u>98,818</u>

10 EMPLOYEES

	<u>Employee costs</u>		<u>Average number of employees during the year</u>	
	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
	CZK'000	CZK'000		
Members of management	21,054	21,108	8	8
Other staff	<u>17,921</u>	<u>14,668</u>	<u>24</u>	<u>24</u>
Total	<u>38,975</u>	<u>35,776</u>	<u>32</u>	<u>32</u>

Management includes the general manager/statutory director and other management employees.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
YEAR ENDED 31 DECEMBER 2010

11 RELATED PARTY TRANSACTIONS

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
	CZK'000	CZK'000
Revenues – Providing marketing services	<u>91,925</u>	<u>98,659</u>
Expense – Paid fees	<u>22</u>	<u>74</u>

Company shows these balances with the related parties:

	<u>31. December 2010</u>	<u>31. December 2009</u>
	CZK'000	CZK'000
Trade receivables	<u>20,450</u>	<u>23,987</u>

Company cars are made available for use by some specific managers.

Besides the above stated remuneration and benefits, there was no other consideration provided to the Company's shareholder, statutory representative and management in 2010 and 2009.

12 FEES PAID AND PAYABLE TO THE AUDIT COMPANY

The total fees paid and payable for audit of statutory financial statement, Annual Report and Report on Relations performed by the audit company PricewaterhouseCoopers Audit, s.r.o. for 2010 amounted to CZK 440,000.

13 CONTINGENT LIABILITIES

The management of the Company is not aware of any significant unrecorded contingent liabilities as at 31 December 2010.

GRÜNENTHAL CZECH S.R.O.
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
YEAR ENDED 31 DECEMBER 2010

14 SUBSEQUENT EVENTS

No events have occurred subsequent to year-end that would have a material impact on the financial statements as at 31 December 2010.

31 January 2011



Libor Schwarz

General Manager,
Statutory Director



Barbora Mandelíková

Finance Manager

Příloha B: Zastoupení společnosti Grünenthal ve světě

Obr. č. Zastoupení společnosti Grünenthal v Americe



Zdroj: [4]

Obr. č. Zastoupení společnosti Grünenthal v Asii



Zdroj: [4]

Obr. č. Zastoupení společnosti Grünenthal v Austrálii



Zdroj: [4]

Příloha C: Krabička a příbalový leták přípravku Zaldiar



PŘÍBALOVÁ INFORMACE

ZALDIAR
37,5 mg/325 mg
potahované tablety
Tramadoli hydrochloridum/paracetamolium

Přečtěte si pozorně celou příbalovou informaci dříve, než začnete tento přípravek užívat.

- Ponechte si příbalovou informaci pro případ, že si ji budete potřebovat přečíst znovu.
- Máte-li, případně další otázky zeptejte se, prosím, svého lékaře nebo lékárníka.
- Tento přípravek byl předepsán Vám, a proto jej nedávejte žádné další osobě. Mohl by jí ublížit, a to i tehdy, má-li stejné příznaky jako Vy.
- Pokud se kterýkoli z nežádoucích účinků vyskytne v závažné míře nebo pokud si všimnete jakýchkoli nežádoucích účinků, které nejsou uvedeny v této příbalové informaci, prosím, sdělte to svému lékaři nebo lékárníkovi.

V příbalové informaci naleznete:

1. Co je přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety a k čemu se používá
2. Čemu musíte věnovat pozornost, než začnete přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety užívat
3. Jak se přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety užívá
4. Možné nežádoucí účinky
5. Jak přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety uchovávat
6. Další informace

1. CO JE PŘÍPRAVEK ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety A K ČEMU SE POUŽÍVÁ

Přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety je složený ze dvou léčivých látek proti bolesti, tramadolu a paracetamolu, které působí společně a odstraňují bolest.

Přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety je určen k léčbě střední až těžké bolesti když lékař doporučí kombinaci tramadolu a paracetamolu jako vhodnou.

ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety je určen k léčbě bolesti pouze u dospělých a mladistvých starších 12 let.

2. ČEMU MUSÍTE VĚNOVAT POZORNOST, NEŽ ZAČNETE PŘÍPRAVEK ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety UŽÍVAT

Neužívejte přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety:

- jestliže jste měli alergickou reakci (např. kožní vyrážku, otok tváře, pískavé dýchání nebo potíže s dechem) po užití tramadolu nebo paracetamolu nebo po jakékoli pomocné látce obsažené v přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety;
- při akutní otravě alkoholem, léky na spaní, léky proti bolesti nebo jinými psychotropními léky (léky ovlivňující náladu a emoce);
- jestliže užíváte inhibitory MAO (určité léky používané k léčbě deprese nebo Parkinsonovy choroby) nebo jste je užíval(a) v posledních 14 dnech před léčbou přípravkem ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety;

- trpíte-li závažnou poruchou jater;
- trpíte-li epilepsií, která není dostatečně léčbou zvládána.

Zvláštní opatření při použití přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety je zapotřebí
Jestliže

- užíváte jiné léky, které obsahují paracetamol nebo tramadol;
- máte jaterní problémy nebo onemocnění jater nebo si všimnete, že Vaše oči a kůže žloutnou. To může být příznakem žloutenky nebo problémů se žlučovými cestami;
- když máte potíže s ledvinami;
- máte těžké potíže při dýchání, např. astma nebo závažné plicní problémy;
- máte epilepsii nebo jste již měl/a záchvaty nebo křeče;
- jste v nedávné době utrpěl(a) úraz hlavy, šok nebo úporné bolesti hlavy spojené se zvracením;
- jste závislý(á) na nějakých lécích, včetně léků proti bolesti, např. morfinu;
- užíváte jiné léky proti bolesti, které obsahují buprenorfin, nalbufin nebo pentazocin;
- máte dostat anestetika (léky k místnímu nebo celkovému znecitlivění např. při chirurgickém zákroku). Řekněte svému lékaři nebo stomatologovi, že užíváte přípravek ZALDIAR.

Jestliže se Vás týká nebo v minulosti týkal kterýkoli z výše uvedených bodů, v době kdy jste užíval(a) přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety, ujistěte se, že Váš lékař o tom ví. On pak rozhodne, zda byste měl(a) v užívání pokračovat.

Vzájemné působení s dalšími léčivými přípravky:

Prosím, informujte svého lékaře nebo lékárníka o všech lécích, které užíváte nebo jste užíval(a) v nedávné době, a to i o lécích, které jsou dostupné bez lékařského předpisu.

Důležité: Tento léčivý přípravek obsahuje paracetamol a tramadol. Seznamte svého lékaře s tím, že užíváte jakýkoli jiný lék obsahující paracetamol nebo tramadol, abyste nepřekročil(a) maximální denní dávku.

Nesmíte užívat přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety spolu s inhibitory monoaminoxidázy (IMAO) (viz oddíl „Neužívejte přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety“).

Nedoporučuje se užívání přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety s následujícími látkami:

- karbamazepínem (běžně užívaný k léčbě epilepsie nebo některých typů bolesti, jako jsou těžké záchvaty bolesti lícního nervu).
- buprenorfinem, nalbufinem nebo pentazocinem (léky proti bolesti opioidního typu). Jejich účinek na odstranění bolesti může být snížen.

Riziko vyššího výskytu nežádoucích účinků je zvýšeno při současném užívání:

- triptanů (léky na migrénu) nebo selektivních inhibitorů zpětného vychytávání serotoninu, „SSRI“ (určité léky na depresi). Jestliže se u Vás objeví zmatenost, únava, horečka, pocení, nekoordinované pohyby končetin nebo očí, mimovolné svalové záškuby nebo průjem, navštivte svého lékaře.
- Anxiolytika (léky proti úzkosti), prášky na spaní, jiná analgetika, jako je morfin a kodein (také se užívá proti kašli), baklofen (na uvolnění svalů), léky na snížení krevního tlaku, antidepresiva nebo léky na alergie. Můžete se cítit ospale nebo Vám může být na omdlení. Jestliže se tyto pocity objeví, sdělte to svému lékaři.
- antidepresiva, anestetika, neuroleptika (léky působící na stav mysli) nebo bupropion (pomáhá v odvykání kouření). Může se zvýšit riziko záchvatů. Váš lékař Vám řekne, zda je přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety pro Vás vhodný.
- warfarin nebo fenpropukon (k ředění krve). Účinnost těchto léků může být změněna a může se objevit krvácení. Jakékoli prodloužené nebo neočekávané krvácení by mělo být okamžitě hlášeno lékaři.

Účinnost přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety může být také změněna při současném

užívání

- metoklopramidu, domperidonu nebo ondansetronu (léky používané proti nuceání na zvracení a zvracení),
- kolestyraminu (lék snižující cholesterol v krvi),
- ketokonazolu nebo erytromycinu (léky proti infekci).

Váš lékař Vám řekne, užívání kterého léku je bezpečné s užíváním přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety .

Užívání přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety s jídlem a pitím

Po přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety se můžete cítit otupělý(á). Po požití alkoholu můžete cítit výraznější otupělost, proto je nevhodnější vyvarovat se pití alkoholu po dobu užívání přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety.

Těhotenství a kojení

Jelikož přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety obsahuje tramadol, neměl by se v těhotenství užívat. Pokud otěhotníte v průběhu léčby přípravkem ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety, poraďte se se svým lékařem nebo lékárníkem před tím, než budete užívat nějaké další léky.

Malé množství tramadolu přechází do mateřského mléka. Proto by se tento lék neměl užívat během kojení.

Řízení dopravních prostředků a obsluha strojů

Přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety může způsobit, že se cítíte otupěle, a to může mít vliv na schopnost bezpečně řídit a obsluhovat stroje.

3. JAK SE PŘÍPRAVEK ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety UŽÍVÁ

Vždy užívejte přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety přesně podle pokynů svého lékaře. Pokud si nejste jistý(á), poraďte se se svým lékařem nebo lékárníkem.

Přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety byste měl(a) užívat co nekratší dobu. Užívání u dětí mladších 12-ti let není doporučeno.

Neurčí-li lékař jinak, obvyklá počáteční dávka pro dospělé a mladistvé nad 12 let jsou 2 tablety.

V případě potřeby, je-li to doporučeno Vaším lékařem, je možné užít další dávky. Nejkratší doba mezi dávkami musí být nejméně 6 hodin.

Za den užíjte maximálně 8 tablet přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety.

Neužívejte přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety častěji, než Vám řekne lékař.

Váš lékař může prodloužit dávkovací interval

- jste-li starší než 75 let
- máte problémy s ledvinami
- máte problémy s játry.

Způsob podání

Tablety jsou pro perorální podání (tj. užívají se ústy).

Polykejte tablety celé s dostatečným množstvím tekutiny. Tablety se nesmí lámat nebo žvýkat.

Když si myslíte, že účinek přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety je příliš silný (jestliže se cítíte velmi otupělý/á nebo máte potíže s dýcháním) nebo příliš slabý (nedostatečně tlumí bolest), poraďte se se svým lékařem.

Jestliže jste užil(a) více přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety, než jste měl(a):

V takovém případě kontaktujte okamžitě svého lékaře, i když se cítíte dobře. Existuje riziko poškození jater, které se může projevit později.

Jestliže jste zapomněl(a) užít přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety:

Pokud jste si zapomněli vzít tabletu, pravděpodobně se bolest vrátí. Nezdvojujte následující dávku, abyste doplnil(a) zapomenutou dávku, ale pokračujte v užívání tablet jako předtím.

Jestliže jste přestal(a) užívat přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety:

Obecně se po ukončení léčby přípravkem ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety neobjeví žádné příznaky z vysazení. Avšak, ve vzácných případech, lidé, kteří nějakou dobu užívali tramadol, se mohou po jeho náhlém vysazení cítit nesví (viz „Možné nežádoucí účinky“). Jestliže jste přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety nějakou dobu užívali, měli byste seznámit lékaře s úmyslem přerušit léčbu, protože se mohl u Vás vyvinout návyk.

Máte-li jakékoli další otázky, týkající se užívání tohoto přípravku, zeptejte se svého lékaře nebo lékárníka.

4. MOŽNÉ NEŽÁDOUCÍ ÚČINKY

Podobně jako všechny léky, může mít i přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety nežádoucí účinky, které se ale nemusí vyskytnout u každého.

Velmi časté: vyskytují se u více než u 1 z 10 léčených osob;

- nauzea (pocity na zvracení)
- ospalost, závratě

Časté: vyskytují se méně než u 1 z 10, ale více než u 1 ze 100 léčených osob;

- zvracení, zažívací problémy (zácpa, plynatost, průjem), bolesti žaludku, sucho v ústech,
- svědění, pocení,
- bolesti hlavy, třesavka,
- zmatenost, poruchy spánku, změny nálady (úzkost, nervozita, pocit povznesené nálady).

Méně časté: vyskytují se méně než u 1 ze 100, ale více než u 1 z 1 000 léčených osob;

- zvýšení tepu nebo krevního tlaku, poruchy srdečního tepu nebo rytmu,
- potíže nebo bolesti při močení
- kožní reakce (např. vyrážka, kopřivka)
- brnění, necitlivost, mravenčení v končetinách, zvonění v uších, mimovolní svalové záškuby
- deprese, noční můry, halucinace (sluchové, zrakové vjemy nebo pocity, které ve skutečnosti neexistují), výpadky paměti,
- polykací potíže, krev ve stolici,
- třesavka, návaly, bolesti na hrudi,
- potíže s dýcháním.

Vzácné: vyskytují se méně než u 1 z 1 000, ale více než u 1 z 10 000 léčených osob;

- záchvaty, potíže s koordinací pohybů,
- závislost
- rozmazané vidění.

Následující nežádoucí účinky byly zaznamenány v průběhu léčby přípravky, které obsahovaly buď pouze tramadol nebo paracetamol. Nicméně byste měli informovat svého lékaře, pokud by se u Vás projevil v průběhu léčby přípravkem ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety následující obtíže:

- pocity na omdlení při vstávání z polohy vleže nebo vsedě, pomalou srdeční akci, mdloby, změny chuti k jídlu, svalovou slabost, pomalejší nebo mělčí dýchání, změny nálady, změny aktivity, změny vnímání, zhoršení astmatu.
- v některých vzácných případech kožní vyrážky, svědčící o alergické reakci, se může rozvinout náhlý otok obličeje a krku, dýchací potíže nebo pokles krevního tlaku a mdloby. Příhodí-li se Vám to, okamžitě přerušete léčbu a navštivte neodkladně lékaře. Přípravek už nesmíte znovu užít.

Ve vzácných případech, při užívání přípravků typu tramadolu se můžete stát na léku závislý(á), což způsobuje obtíže s ukončením užívání.

Ve vzácných případech lidé, kteří po nějakou dobu užívali tramadol, se mohou po náhlém přerušení léčby cítit nesví. Mohou se cítit rozrušení, úzkostní, nervózní a roztrženi. Mohou být hyperaktivní, mít potíže se spaním a žaludeční a střevní potíže. U velmi malého počtu se mohou dostavit záchvaty paniky, halucinace, neobvyklé vnímání pocitů, brnění, znečtivění, pískot v uších (tinnitus). Jestliže se po přerušení léčby u Vás některý z příznaků objeví, poraďte se se svým lékařem.

Ve výjimečných případech mohou krevní testy odhalit jisté abnormality, např. nízký počet krevních destiček, což může vést ke krvácení z nosu nebo dásní. Užívání přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety spolu s přípravky na ředění krve (např. fenpropion, warfarin) může zvýšit riziko krvácení. Jakékoli děletrvající nebo neočekávané krvácení by mělo být okamžitě ohlášeno lékaři.

Pokud se kterýkoli z nežádoucích účinků vyskytne v závažné míře nebo pokud si všimnete jakýchkoli nežádoucích účinků, které nejsou uvedeny v této příbalové informaci, prosím, sdělte to svému lékaři nebo lékárníkovi.

5. JAK PŘÍPRAVEK ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety UCHOVÁVAT

Uchovávejte mimo dosah a dohled dětí.

Nepoužívejte přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety po uplynutí doby použitelnosti vyznačené na krabičce nebo na okraji blistry (datum uvedené za zkratkou EXP). Doba použitelnosti se vztahuje k poslednímu dni uvedeného měsíce.

Tento léčivý přípravek nevyžaduje žádné zvláštní podmínky uchovávání.

Léčivé přípravky se nesmí vyhazovat do odpadních vod nebo domácího odpadu. Zeptejte se svého lékárníka, jak máte likvidovat přípravky, které již nepotřebujete. Tato opatření pomáhají chránit životní prostředí.

6. DALŠÍ INFORMACE

Co přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety obsahuje

- Léčivými látkami jsou tramadol hydrochloridum a paracetamolum.
Jedna potahovaná tableta obsahuje 37,5 mg tramadolu hydrochloridum a 325 mg paracetamolum.
- Pomocnými látkami jsou
Jádro tablety: celulosový prášek, předbobtnalý škrob, sodná sůl karboxymethylškrobu, kukuřičný škrob, magnesium-stearát.
Potahová soustava OPADRY YS-1-6382 G žlutá: hypromelosa, oxid titaničitý (E171), makrogol 400, žlutý oxid železitý (E172), polysorbát 80, karnaubský vosk.

Jak přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety vypadá a co obsahuje toto balení
Světle žluté podlouhlé potahované bikonvexní tablety, na jedné straně vyraženo logo společnosti Grünenthal, na druhé straně T5, přípravku ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety jsou baleny

v blistrech.

Přípravek ZALDIAR 37,5 mg/325 mg potahované tablety je dodáván v krabičkách se 2, 10, 20, 30, 40, 50, 60 tabletami.

Na trhu nemusí být všechny velikosti balení.

Držitel rozhodnutí o registraci

Grünenthal GmbH, Aachen, Německo

Výrobce

Grünenthal GmbH, Stolberg, Německo

Tento léčivý přípravek je v členských státech EHP registrován pod těmito názvy:

Rakousko	Zaldiar Tilalgin
Belgie	Zaldiar
	Pontalsic
Česká rep.	Zaldiar
Estonsko	Zaldiar
Francie	Zaldiar
	Ixprim
Německo	Zaldiar
	Tilalgin
Island	Zaldiar
	Tilalgin
Lotyšsko	Zaldiar
Lucembursko	Zaldiar
	Pontalsic
Nizozemsko	Tilalgin
	Zaldiar
Polsko	Zaldiar
Portugalsko	Tilalgin
	Zaldiar
Slovenská rep.	Zaldiar
Slovinsko	Zaldiar
Španělsko	Zaldiar
	Pazital
	Pontalsic
Velká Británie	Tramacet

Tato příbalová informace byla naposledy schválena:

29.10.2008

Příloha D: Bonusové schéma finanční motivace zaměstnanců společnosti

Grünenthal

- až 30% hrubé roční mzdy (základní částka 30% měs.hrubé mzdy)...=100%
- **Kvalitativní (2x ročně).....20%**
 - 50% - produktové znalosti, administrativa
 - 50% - recall test
- **Individuální prodejní cíl (2x ročně).....60%**
 - Plnění indiv.prodejního plánu (po jedn.produktech)
 - **Každý produkt hodnocen zvlášť**
 - **Viz.tabulka níže**
- **Celkový prodejní cíl (1x ročně).....20%**

Výše pololetního bonusu se vypočítá z následující tabulky, kde se do horního rámečku zadá výše měsíčního hrubého platu a dále už je vyhledá aktuální splnění plánu u jednotlivého produktu.

plat		Vyplácí se při splnění regionálního pololetního plánu kalendářního roku							Vyplácí se při splnění ročního PP	
zákl.č./C (30%)									BP 2011	
35 000									20%	
63 000									25 200	
Plnění plánu	Bonus	kvantita	TTC	ZLD	VERS	FLX	SPS/GEL/VST	kvalita		
		60%	40%	40%	10%	10%	spec.bonus	20%		
		37 800	15 120	15 120	3 780	3 780		100%	12 600	
95%	10%		1 512	1 512	3 591	378		50%	6 300	
96%	20%		3 024	3 024	3 629	756		50%	6 300	
97%	40%		6 048	6 048	3 667	1 512				
98%	60%		9 072	9 072	3 704	2 268				
99%	80%		12 096	12 096	3 742	3 024				
100%	100%		15 120	15 120	3 780	3 780				
101%	102%		15 422	15 422	3 818	3 856				
102%	104%		15 725	15 725	3 856	3 931				
103%	106%		16 027	16 027	3 893	4 007				
104%	108%		16 330	16 330	3 931	4 082				
105%	110%		16 632	16 632	3 969	4 158				
106%	112%		16 934	16 934	4 007	4 234				
107%	114%		17 237	17 237	4 045	4 309				
108%	117%		17 690	17 690	4 082	4 423				
109%	120%		18 144	18 144	4 120	4 536				
110%	123%		18 598	18 598	4 158	4 649				
111%	126%		19 051	15 120	4 196	4 763				
112%	129%		19 505	15 120	4 234	4 876				
113%	132%		19 958	15 120	4 271	4 990				
114%	135%		20 412	15 120	4 309	5 103				
115%	139%		21 017	15 120	4 347	5 254				
116%	143%		21 622	15 120	4 385	5 405				
117%	147%		22 226	15 120	4 423	5 557				
118%	151%		22 831	15 120	4 460	5 708				
119%	155%		23 436	15 120	4 498	5 859				
120%	159%		24 041	15 120	4 536	6 010				
							0			

Abstrakt

MÜLLEROVÁ, Markéta. *Analýza farmaceutického trhu v ČR*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická, ZČU v Plzni, 2011. 51 s.

Klíčová slova: farmaceutická společnost, marketing, personalistika, účetnictví, trh.

Tato práce se zabývá problematikou farmaceutických společností. V práci je nejprve uvedena obecná charakteristika farmaceutického trhu spolu s obecným popisem vývoje farmaceutického průmyslu. Obecnou část následuje analýza vybrané farmaceutické společnosti. V praktické rovině byla analyzována personální a marketingová politika této společnosti a zhodnoceny její ekonomické výsledky. Zkoumány byly rovněž účetní metody a postupy, použité při sestavování finančních výkazů. Tyto metody a postupy byly následně porovnány s ustanoveními právních norem, upravujících účetnictví v České republice.

Farmaceutický průmysl je velmi specifickým odvětvím díky produkci a službám, které kladou důraz na vědecko-výzkumnou i výrobní činnost. Specifičnost tohoto průmyslu však byla shledána i v oblastech marketingu, personalistiky a finančního účetnictví.

Abstract

MÜLLEROVÁ, Markéta. *Analysis of the Pharmaceutical Market in the Czech Republic*. Bachelor thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia, 2011. 51 pages.

Key words:

Pharmaceutical company, Marketing, Human Resources, Accounting, Market

This thesis focuses on the issues of pharmaceutical companies. It provides a general overview of the pharmaceutical market and the evolution of the pharmaceutical industry and follows with the description of the selected pharmaceutical company. The practical part provides an analysis of human resources and marketing policies of the selected pharmaceutical company. It also contains an evaluation of economic results of this company and an analysis of its accounting methods and processes used to create financial statements. These methods and processes were compared with the legal provisions that regulate accounting in the Czech Republic.

The pharmaceutical industry is a very specific sector due to the products and services, which emphasize research and development activities as well as production. However, it has been discovered that this sector is also quite specific in the fields of marketing, human resources and financial accounting.