

říjen 2014

fresh[®]
TIME
PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Vladimír Feix

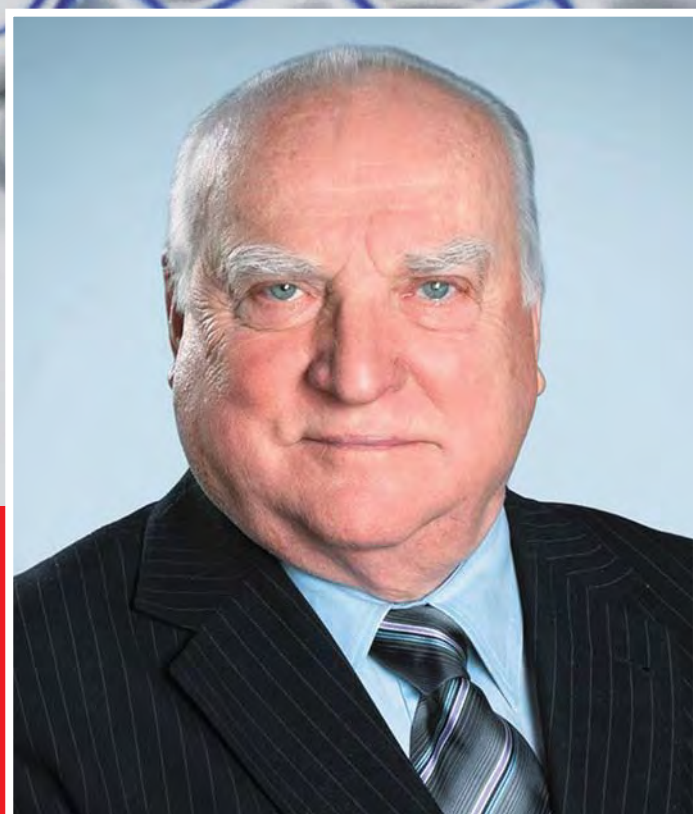
Josef Černý

Martin Kršňák

Ladislav Francouz

Radka Buriánková

Robert Chvátal



Vladimír Feix

Cibulák je nejen
porcelán generací

rozhovor na stranách 2–3

Cibulák

je nejen porcelán generací



Ing. Vladimír Feix, dr. h. c.

Generální ředitel porcelánky, která letos oslavila 150. narozeniny, se nechlubil svojí odvahou, podle lékařského konzilia spíše nerozvážností, jen konstatoval, jak to bylo, a potutelně se usmíval. Věděl, že profesor Pirk se už nezlobí a že ostatně jako vždy vsadil na vůli a optimismus, protože to má vyzkoušené. Nepatří k těm, kteří hlídají každý škrábanec. A když už v podniku vydržel 67 let, z toho 43 roků jako šéf, musí zvládnout cokoli. A nějaká operace srdce? Co je to proti tomu, když chyběly zakázky a on se rozhodl, že nebude propouštět, ale udrží zaměstnanost!

Vladimír Feix je generálním ředitelem, jehož svět nemůže neobdivovat. Jeho moudrost daná zkušenostmi a nápady, jimiž žije, jsou pokladnicí úspěchu, poučením pro exportéry, příkladem pro ty, kteří do businessu vstupují.

„Profesor Pirk, náš přední kardiochirurg, se na mě zlobil, a pořádně,“ řekl mi Ing. Vladimír Feix 25. září na veletrhu For Dekor & Present v pražských Letňanech ve chvíli, kdy si slavný lékař přišel expozici Českého porcelánu, a.s., z Dubí prohlédnout. Nechtěla jsem se ptát, ale Vladimír Feix věděl, že odpovědět tak jako tak musí. „To víte, najednou jsem se ocitl na operačním stole, prý to bylo nutné, i když mi nic, soudě podle pocitů, nebylo. No – dělali mi pětinasobný bajpas. Před Vánoci mě z nemocnice pustili domů a začátkem ledna jsem měl nastoupit do lánů v Poděbradech. Nastoupil jsem, ale rovnou u nás do fabriky. Ta mě potřebovala víc.“

Prosluli jste zejména modro-bílým cibulákem a technikou malování pod glazuru, která je svým způsobem unikátní. Pouze čtyři firmy na světě právě tímto know-how disponují. Společnost Český porcelán je jednou z nich. Ale to není jediná odlišnost od konkurence...

Cibulák má nespočet benefitů. Dnes si můžete do své domácnosti z kolekce s cibulákovým vzorem pořídit v podstatě cokoli, nač si pomyslete: od podložky po příbor až po krbové nářadí, od nástěnných hodin až po hmoždír nebo dózu na bonbony. Ale i anděla nebo celý betlém. Sortiment cibuláku se rok co rok rozšiřuje, a to nejen o hrnečky a šálky všemožných tvarů a účelů. Cibulák v Dubí vyrábíme od roku 1885.

Sem tam slychávám, že cibulák už zastaral a že se nehodí do ultramoderních interiérů a je to nostalgje babiček. Jak to vnímáte vy?

Zcela jistě je to porcelán generací, dědí se z pokolení na pokolení, ale také se až se sběratelskou vášní doplňuje novými kusy v rodinách, kde jsou na něj zvyklí a kde jim dobře slouží. Tím, že je dekorován pod glazuru, snáší prostředí myčky na nádobí i mikrovlnné trouby. Je tedy uplatnitelný v běžném denním rytmu a civilizačním spěchu, je navýsost praktický. Tím se stává univezálnějším než jakýkoli jiný porcelán. Ale pozor – filozofie cibuláku není o tom, aby se jen vystavoval ve vitrinách. Cibulový vzor je honosný, ale zároveň použitelný v různorodém interiéru a při rozmanitě laděném stolování, potěší jednotlivce při snídani i celou příbuzenskou sešlost na odpolední rodinné slavnosti. Není pravdou, jak se někteří lidé domnívají, že je určen jen ke slavnostním příležitostem, ale

je vítaný při servírování na chatě stejně tak jako na zámku nebo v restauraci, v diplomatických prostorách i v kanceláři zcela neznámé malé firmy. A právě firmy jsou prostorem, do kterého bychom rádi více pronikli. Podnikatelské prostředí se u nás rok od roku kultivuje, pro mnoho společností je image a firemní kultura zrcadlem vlastní úspěšnosti. V řadě z nich se stále častěji i při prostém podávání kávy a čaje s cibulákem setkáte. Naším přáním však je, aby se objevoval hojněji.

Před pár lety jste překvapili užitečným nápadem – nabídli jste cibulákové vánoční ozdoby. Základní řadu stále doplňujete dalšími kousky. Líbí se zákazníkům?

Takovou otázku ani nepokládejte! Líbí se, jinak bychom nepokračovali, a neztráceli tím čas. Vánoční ozdoby je cesta, jak odborné i široké veřejnosti v České republice cibulák při-



Z české tradice mají radost v Japonsku, Rusku i v Anglii

Rodinná firma s tradicí, moudrem, a hlavně květinami. Vlastně takový kvetoucí business. Vyšlechtit podnikání na osivu není vůbec špatná myšlenka. Prodává se velké know-how, zúročená letitá zkušenost, k úspěchu dovedený experiment. Efekt je ohromný a dobře viditelný – rozkvetlé kousky naší planety. Voňavé emocemi nabyté radosti, které čerpáme z barevných záhonů, truhlíků, květináčů pestrých petunií a begonií nám mění pohled na svět. Vnímáme nádheru a těšíme se z ní. Jaroměřská rodinná firma Černý je významným exportérem voňavého řemesla. Kytičky z jejího osiva krásně rozmanité kouty u nás i za hranicemi už 150 let. Dnes je specializovaným šlechtitelským a semenářským podnikem, který každou sezonu překvapuje novinkami. Od roku 1934 zde bylo vyšlechtěno více než 125 původních odrůd petunií, begonií, bramboříků, konvalinek a dalších druhů květin. Ing. Josefa Černého, ředitele, jsem se zeptala:



Ing. Josef Černý

Pokračovat v tradici rodinné firmy je dost velký závazek. Připouštíte si to někdy?

Samozřejmě, že je to velký závazek. Na druhou stranu je však výborné, když můžete pokračovat v díle, do kterého dali vaši předci to nejlepší. Je to velká výzva obstát a posunout firmu dál.

Šlechtitelství je obor, kdy se na výsledky čeká dlouho. Jak je to s vaší největší chloubou, petuniemi? Kolik roků trvá vykouzlit novou odrůdu?

Šlechtění je, jak se říká, běh na dlouhou trať. Nejdříve

po osmi až deseti letech pečlivé práce se můžete těšit s novou odrůdou. Dnešní doba takovému projektům moc nepřeje. Když se vám ale podaří vyšlechtit skutečně něco zajímavého, tak to stojí za to.

Vím, že jste hrdý i na převislé begonie, takové, jaké se zatím nikomu nepodařilo vypěstovat. Proč jste zvolil tuto květinu?

Můj dědeček a babička, kteří v 30. letech minulého století začali se šlechtěním květin, si vybrali dva

hlavní druhy – petunie a begonie. Měli skutečně šťastnou ruku, petunie je celosvětově třetí nejdůležitější letničkou a begonie je v kontextu Evropy na podobném místě. Disponujeme jak znalostmi, tak i genetickým materiálem, a proto můžeme šlechtění těchto druhů úspěšně rozvíjet.

Firma však nemůže žít jen z experimentů, musí mít jak zaplatit zaměstnance, energii, investovat. Co je tedy hlavním zdrojem příjmů? Export?

Obchod s osivou květin je skutečně mezinárodní. Umělých bariér typu různých dovozních kvót a omezení je pro tuto komoditu minimálně. Vyšlechtění nové odrůdy je finančně náročné a tato práce by se prodejem osiv v tuzemsku nezaplatila. V současné době více než 80 % našich osiv směřuje do zahraničí.



Copacabana bílá

Kde všude z vašeho osiva vyrůstají kytičky? Vyvážíte i do zámoří?

Největší radost máme z toho, že naše odrůdy pěstují čeští zahradníci a že kvetoucí rostliny potkáváme v truhlících a na záhonech po celé naší republice. Důležitější jsou pro nás trhy v unijních státech, jako je např. Anglie, Německo. Oblíbené jsou naše odrůdy v Ruské federaci, v Bělorusku, na Ukrajině i jinde. Nejdále vyvážíme osiva do USA a Japonska. Když se spočítá, kolik rostlin se dá vypěstovat z každoročně exportovaného osiva, tak nás těší, že jsme přispěli ke zkrášlení naší planety.

Kolik novinek jste letos uvedli na trh a nač si broušíte zuby v roce 2015?

Hitem letošní sezony byly tři odrůdy zcela nové begonie bolivijské. Podobají se hlíznaté begonii, ale snesou i přímé slunce. Po celou dobu vegetace jsou obsypány květy. Několikrát byly oceněny na výstavách. Pro příští rok uvá-



Salmon Velvet F1



Copacabana lososová



Rose Vein Velvet F1

díme novou odrůdu, která rozšíří tuto skupinu pod názvem Copacabana Bílá F1.

Už víte, co vás čeká v prosinci? Bude ve znamení Vánoc, tedy vánočních hvězd, bramboříků, výzdoby, svícnů, svátečních vazeb?

Prosinec je pro semenářské firmy obdobím pilné práce. Rozesíláme osiva tuzemským zahradníkům i do zahraničí. Pro zahradníka začíná pěstitelský rok již v prosinci výsevy begonií.

Jaké moudro předků-zahradníků jste přebrali?

Zakladatel naší firmy, můj pradědeček, říkal: „Obchod s osivy je obchod s důvěrou.“ Je to tak. Zahradník pěstuje několik měsíců rostlinu z osiva a bez důvěry v semenářskou firmu, že mu zaslala kvalitní osiva, by to nešlo. Tuto myšlenku jsme pevně zabudovali do firemní kultury. Asi jenom proto můžeme více než 150 let působit právě na trhu s osivy.

otázky připravila Eva Brixl

Sportovci i rodiny ocení pojištění PROSPORTY



Do tradičních podzimních bojů o české řidiče přišla Kooperativa se zajímavou novinkou – pojištěním PROSPORTY. Co představuje? Tak tedy:

Spadlo vám někdy při nakládání kolo na střechu auta? A když už jste ho tam dostali, vjeli jste s ním do podzemní garáže? Ukradli někomu ze známých raket i s lyžemi? To jsou všechno jistě velmi nepříjemné situace, které ale Kooperativa díky novému produktu PROSPORTY umí vyřešit. „Rekreační sporty, zejména cyklistika a lyžování, jsou v dnešní době skutečným fenoménem. Proto jsme se rozhodli připravit pojištění, které našim sportovně založeným klientům může ušetřit spoustu starostí,“ upozornil ředitel Úseku pojištění vozidel Václav Runštuk.

Toto doplňkové pojištění sportovní výbavy Kooperativa nabízí pro veškerá standardní osobní a užitková vozidla, i pro obytné automobily do osmi tun. „Předmětem pojištění jsou nejen kola, lyže, sportovní nářadí či výstroj, jako jsou sportovní ochranné přilby, horolezecká a potápěčská výstroj, ale také demontovatelné nosiče, zejména tzv. rakve, a to včetně upevňovacích



prvků,“ upřesnil Václav Runštuk. Pojištění kryje riziko havárie, živlu i odcizení. U vozidla, kterým je sportovní výbava přepravována, kryje PROSPORTY i riziko poškození vnější části způsobené pádem sportovní výbavy při montáži či demontáži, nakládání i vykládání do nebo z vozidla anebo při jízdě vozidla. A protože o peníze jde vždy až na prvním místě, doplníme, že

roční limit pojistného plnění je 20 000–80 000 Kč, spoluúčast 10 %, minimálně 1000 Kč, a roční pojistné pro klienty Kooperativy, kteří získají automaticky slevu 60 %, se pohybuje od 444 Kč do 1066 Kč. Nabídka Kooperativy tedy pro sportovně založené motoristy určitě stojí za zvážení!

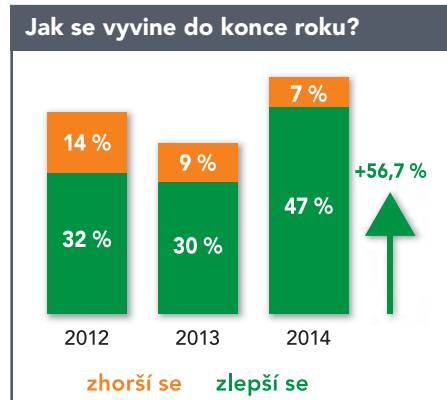
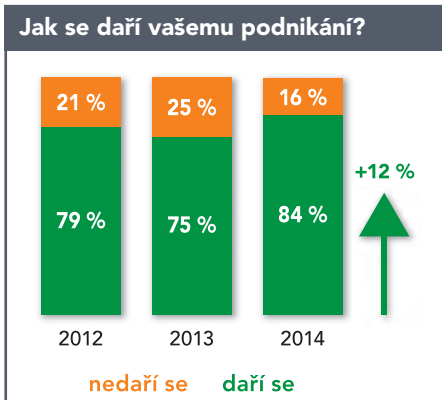
(red) ■■■

www.kooperativa.cz

Podnikatelé a malé firmy jsou optimističtější

Podnikatelé a malé firmy s obratem 0,5–25 milionů korun jsou neoptimističtější za poslední tři roky. Mnohem více než loni a předloni očekávají lepší obchody, řada z nich plánuje investice a chystá nabírat zaměstnance. Vyplývá to z exkluzivního průzkumu prováděného Sberbank CZ od roku 2012. „Změny ve vnímání ekonomické situace, a hlavně výhledů do budoucna jsou zásadní. Jestliže loni očekávalo lepší následující rok jen 45 % firem, letos je to již 60 %. Nárůst je tedy téměř přesně o třetinu,“ uvedl Michal Pitucha, manažer výzkumu Sberbank CZ.

Smyslem výzkumu je pravidelně mapovat postoje, očekávání a nálady mezi podnikateli a malými firmami (s obratem do 25 milionů korun), a ukazovat tak na měnící se náladu ve světě podnikání. „V tomto smyslu se letošek jeví oproti dvěma předchozím letům jako zlomový. Že se podnikání daří, uvedlo 84 % respondentů, oproti 75 % v loňském roce a 79 % v roce 2012. Téměř 40 % firem či podnikatelů čeká, že jim příští rok poroste obrat,“ upřesnil Michal Pitucha. Průzkum také ukázal, že 43 % z firem, které plánují investice, na ně hodlá použít cizí zdroje. Sberbank CZ proto pro letošní podzim připravila akce pro podnikatele a malé firmy v podobě nezajištěného, neúčelového investičního úvěru za cenu od 5,99 % ročně.



Pozitivní odpovědi v průzkumu

	2012	2013	2014
Jak se daří Vašemu podnikání?	79 %	75 %	84 %
Zlepší se Vaše situace do konce roku?	32 %	30 %	47 %
Jaký je Váš výhled pro rok následující?	41 %	45 %	60 %
Zvyšoval se obrat v posledních dvou letech?	25 %	34 %	31 %
Zvýší se obrat v roce následujícím?	25 %	26 %	39 %
Zvyšujete počet zaměstnanců?	11 %	8 %	13 %
Chystáte expanzi, rozšiřování výroby...?	32 %	20 %	37 %

„Vycházíme tak vstříc aktuální potřebě řady menších podnikatelů a živnostníků financovat investice úvěrem. Jeho dostupnost patří mezi nejdůležitější požadavky tohoto segmentu vůči bankám,“ uvedl Jiří Kubát, segmentový manažer Sberbank CZ. K dalším požadavkům náleží možnost zvolit si na míru výhodné konto pro podnikatele a dobře zhodnotit vol-

né finanční prostředky na spořicí účet. „Těmto potřebám naše standardní nabídka plně odpovídá. Klient si může přesně podle svých požadavků vybrat ze tří různých variant FÉR konta. A spořicí účty, opakovaně vyhodnocené médii jako nejvýhodnější na trhu, jsou k dispozici také podnikatelům a firmám,“ dodal Jiří Kubát. (tz)

INZERCE

REVOLUČNÍ POMOCNÍK OD VORWERKU ČISTIČ OKEN VG100

ČISTÁ OKNA V JEDNOM KROKU

- Okna bez šmouh za méně než polovinu obvyklé doby
- Na jedno naplnění zvládne vyčistit zhruba 20m² skleněné plochy
- Spotřeba jen 80 ml vody a 5 ml detergentu
- Vhodný nejen k mytí oken, ale také skleněných stolů, zrcadel, sprechových koutů a dalších pevných a rovných povrchů

Další informace naleznete na www.vorwerk.cz.



VORWERK

Nezávazné předvedení si lze objednat na zelené lince 800 168 987.

kobold

Barevný milenec po 20 letech

Dvacet let po premiéře Twinga přišla jeho třetí generace. Výsledkem je hravé městské vozidlo s vynikající manévrovatelností. Barevný mrňous s velkými ambicemi. Budí velkou zvědavost všech generací. Zda více žen, či mužů, je otázkou. Muži totiž stále raději jezdí i s malými auty.

Nové Twingo v roli potomka je důkazem know-how značky Renault ve filozofii, designu i výrobě malých automobilů. Díky poloměru otáčení 4,30 m ho lze zaparkovat velmi úsporně. Vyšší pozice za volantem nabízí nejlepší výhled vpřed v této kategorii vozidel. Oproti svému předchůdci je o 10 cm kratší, ale délka interiéru narostla o 33 cm. Tento automobil nabízí poprvé ve své historii pět dveří. Pětidveřová karoserie a modularita se zcela rovnou podlahou umožňují pohodlnou přepravu čtyř dospěláků. Díky rekordní ložné délce 2,31 m je jediným městským vozidlem, které je schopno přestěhovat skříň, a dokonce se v něm může natáhnout třeba basketbalista.

Twingo je poháněno dvěma inovovanými motory, opět se snižuje spotřeba paliva a množství emisí. Spořádá 4,3–4,5 litru na 100 km. Řidič může jízdu ještě optimalizovat a další benzin ušetřit až o 10 % využitím palubních nástrojů eco-řízení. Interval výměny oleje představuje jeden rok nebo 20 000 km. Autíčko má spousty vychytávek multimediálního systému – všechno s ním intuitivně zvládnete přes svůj mobil. Chytrý telefon se stal druhou palubní deskou.

Koncepce tohoto Twinga vznikla ve spolupráci se společností Daimler. Auto se vyznačuje hravostí a barevností – barva hraje důležitou úlohu zevnějšku stejně jako v interiéru či úložném prostoru. Čtyři barevné odstíny Twingu sluší: modrá Dragée, červená Flamme, žlutá Eclair a bílá Cristal. Doplnuje je modrá Pacifique, černá Etoile a hnědá Cappuccino. Díky široké nabídce barevných odstínů, polepů karoserie a vzhledu interiéru se auto přizpůsobí osobnosti každého, ať je to muž, nebo žena. Lze ho individualizovat použitím vnějších i vnitřních

dekoracích prvků,

kteří jsou barevně sladěny s odstíny karoserie.



Twingo dostalo do vínku různé varovné systémy pro bezpečnější jízdu. Je to parkovací asistent s kamerou pro couvání a bezpečné manévrování, upozorňovací systém na opuštění jízdního pruhu a asistent při záběru do kopce. Ten se spustí automaticky při rozjezdu do svahu o sklonu větším než 3 %. Brání couvnutí vozidla po dobu dvou sekund, což je čas pro řidiče, aby uvolnil brzdový pedál a sešlápl pedál akcelerace. Pokud řidič po těchto dvou sekundách plyn nepřidá, systém uvolní brzdy a nechá vozidlo lehce couvnout.



Království Profiland vás zve na návštěvu

Dobry den, dovolte mi, abych se vám predstavil. Já jsem Král Profík a vládu království Profiland. Naše království bylo nebylo za devatero horami a devatero řekami, a bylo nebylo to normální zaostalé království.

Potýkali jsme se se spoustou problémů. Nemohli jsme nic najít, ztráceli jsme dokumenty. Měli jsme nepořádek v klíčiích, pomalu každý obejda mohl vlézt až do královských komnat. Uplynulo moře vody, než se někdo s někým domluvil. Vypravit poštovního holuba do sousedního království trvalo věky. Tak jsme zkusili zavést informační systémy. A řeknu vám, motala se u nás spousta mudr-

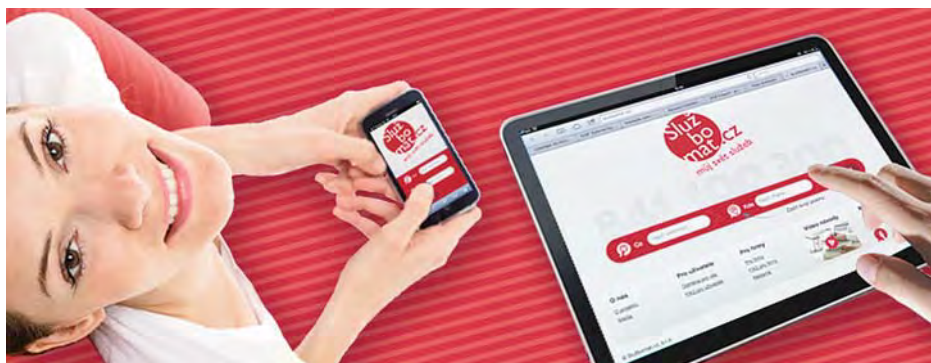


ců. Většinou nevěděli, co dělají, kdy to bude hotovo, neposlouchali, co potřebujeme. Nakonec jsme si ale vybrali pořádnou firmu, která má víc než 23 let zkušeností s řízením velkých IT projektů. A pak už nás stíhal jeden úspěch za druhým.

A děláme všechno už jen úplně profi. Napsali jsme o tom spoustu příběhů. Pojďte k nám na www.profiland.cz a přečtěte si je!

váš Král Profík ■■■
www.profiland.cz

Nejpodivnější služby vyhledávané na českém internetu: trpasličí striptérky, ufolog nebo hovnocuc



10 nejbizarnějších služeb

1. Všeuměl
2. Nahý úklid
3. Hovnocuc
4. Trpasličí striptérky
5. Odsávání
6. Buzení
7. Ufolog
8. Šička
9. Psychotesty
10. Mario hry

Hledání služeb na internetu je v Česku stále více populární. Kromě klasických řemesel však mají lidé často velmi bizarní požadavky – čas od času touží po službách ufologa nebo nahém úklidu. Katalogový portál Službomat.cz eviduje od roku 2013 sedm set tisíc uskutečněných vyhledávání a nyní zveřejnil výběr toho nejzvláštnějšího, co lidé za poslední rok a půl na portálu poptávali.

Služby na internetu Češi hledají hlavně v pondělí, úterý a ve čtvrtek, vedou především kadeřníci, instalatéri nebo advokáti. Zcela nezávisle na dnech či denní době se hledají ty netradiční služby – v seznamu hesel zadaných na portálu Službomat.cz se objevily požadavky třeba na všeuměla, odsávání, hovnocuc, šičku nebo zmiňovaného ufologa.

Značnou část vyhledávání tvoří samozřejmě zájem o erotické služby, společnosti nebo o výuku tantrického sexu. Skutečně nečekaný požadavek ovšem poptával trpasličí striptérky, celkem často je i hledání „nahého úklidu“.

Katalogový portál Službomat eviduje po roce a půl od založení 21 500 firem. Šedesát pro-

cent uživatelů tvoří ženy ve věku 25–45 let. Češi nejčastěji vyhledávají pomocí prohlížeče Chrome, celá pětina uživatelů pak hledá služby pomocí chytrých telefonů.

Portál Službomat.cz nabízí na jednom místě možnost vyhledání a porovnání všech druhů služeb a firem na území České republiky.

Od svého spuštění v květnu 2013 registruje 20 000 firem a pomohl Čechům již 400 000krát najít potřebnou službu. Uživatelům umožňuje hledání podle kategorie služeb, přesné lokace či dle hodnocení předchozích uživatelů.

Službomat.cz funguje nejen jako webová stránka, ale také ve verzi pro chytré telefony. Více na www.sluzbomat.cz. (tz)

Helios One

jednoduchý a komplexní zároveň

Takového premianta, jakým je cloudový ekonomický nástroj Helios One, hned tak v každé škole nenajdete. Ačkoli se sotva vyklubal na svět, už zatápí osvědčeným a „fousatým“ systémům. Dostal totiž do vínku vlastnosti, které jsou svým způsobem unikátní, a zejména velmi potřebné. O nich jsme si povídali s tím, kdo stál u jeho „kolébky“, Martinem Kršňákem, vedoucím týmu partnerské sítě HELIOS, Asseco Solutions.

Před několika dny jste novinářům představili horkou novinku Helios One jako premianta v třídě podnikových softwarových řešení. V čem vyniká nejvíce nad ostatními a proč?

Dnes je na trhu mnoho ekonomických systémů, ze kterých můžete vybírat. Všechny umí plus minus totéž. Co je však u HELIOS One unikátní, je jiný pohled pro podnikatele a jiný pro jeho účetního. Zatímco podnikatel má ihned po přihlášení k dispozici aktivní dashboard, kde přehledně vidí všechny důležité informace o svém podnikání, účetnímu se zobrazí komplexní přehled funkcionalit pro běžnou práci. Podnikatel se tak nemusí vůbec nic učit a díky online propojení s jeho účetním má všechny informace kdykoliv a kdekoliv k dispozici bez nutnosti kamkoliv volat či čekat na e-mail.

Co přináší Helios One malým středním firmám? Může si podnikatel předem spočítat i návratnost takové investice?

Mnoho malých firem již dnes vnímá výhody řešení dostupných odkudkoliv z terénu. Ať již to jsou obchodníci, rozježdění majitelé, či externí spolupracovníci. Aby i malá firma na takové řešení dosáhla se standardním softwarem nainstalovaným uvnitř firmy, čekají ji investice v řádu desítek až stovek tisíc do infrastruktury. S HELIOS One nic takového neřešíte. Jednoduše se zaregistrujete, zřídíte přístupy svým spolupracovníkům a pracujete. Nic víc. A Investice? Nula! Opravdu. Platíte pouze měsíční paušál jako např. u svého mobilního telefonu.

Helios má i mezinárodní ambice. Kam má namířeno nejdříve a čím může vyhrát nad konkurenčními nabídkami?

V současné době je pro nás důležitý český a slovenský trh, kde vidíme obrovskou šanci na úspěch. Dalšími trhy, kam máme namířeno,

jsou německy mluvící země. Zde sázíme na zkušenosti našich kolegů ze skupiny Asseco, kteří v tomto produktu vidí rovněž příležitost. To, čím HELIOS One poráží ostatní ekonomické systémy, je jednoduchost použití na straně jedné a komplexnost funkcionality na straně druhé.

Asseco vsadilo také na spolupráci s operátorem T-Mobile CZ. Co je jejím smyslem, jaké už přinesla výsledky a jaké jsou její další záměry?

HELIOS One je cloudová služba. Představme si, co vše za základní nástroje dnes potřebujeme k podnikání. Telefon, internet a ideálně ně-



Martin Kršňák

jaký software pro vystavení faktury. Telefon a internet již máme. Poskytuje nám jej přeci T-Mobile. Váš operátor pro vás ale může zajistit kompletní podporu vašeho podnikání, a to nejen HELIOS One, ale i další služby. Myslím, že toto dává smysl všem třem stranám. A výsledky? Odstartovali jsme teprve před pár dny. Zepněte se mě za rok. Ale jednu věc vám prozradím. Na

českém a slovenském trhu je potenciál v řádu desítek tisíc potenciálních uživatelů. Věříme, že naši společní zákazníci HELIOS One ocení a bude pro ně každodenním pomocníkem.

**hodně štěstí horké novince
popřál Pavel Kačer ■■■**

Křest cloudové „jedničky“ z rodiny HELIOS

Nový internetový ekonomický systém HELIOS One slavnostně uvedla na trh společnost Asseco Solutions letos 17. září. Role jeho patrona se ujal úřadující mistr Evropy v závodech cestovních vozů Petr Fulín, kterého Asseco Solutions již třetím rokem podporuje.

Slavnostní prezentace byla organizátory pojata s nadsázkou jako „třídní schůzka“, při níž byl HELIOS One prezentován jako neúspěšnější žák v historii školy, který má na vysvědčení samé jedničky (na rozdíl od předchozích žáků školy, kteří zdaleka neuměli to co on). Proto také byl jako patron cloudové „jedničky“ vybrán Petr Fulín, který je jedničkou v oblasti motorsportu.

„Jsem velmi šťastný, že přicházíme s takto moderním řešením právě nyní, kdy je cloud computing jedním z neaktuálnějších trendů. Do podnikové sféry přináší dvě naprosto zásadní výhody – méně starostí s provozem IT a flexibilní řízení nákladů na výpočetní techniku. To dává podnikům



A tak se křtilo...

možnost se soustředit na svůj business, což je zejména v segmentu malých firem a účetních firem naprosto zásadní,“ řekl Jiří Hub, výkonný ředitel a místopředseda představenstva Asseco Solutions. HELIOS One je v současnosti bodem číslo jedna mezinárodní spolupráce uskupení Asseco Solutions. Jde o ucelené cloudové řešení ekonomického systému. Spojuje komplexní funkcionalitu pro účetního s unikátním přehledným dashboardem (grafická uživatelská plocha) pro podnikatele. Oproti jiným systémům nabízí podnikateli ucelený pohled na jeho firmu bez nutnosti se cokoliv učit a nastavovat. Základní vlastností systému je spolupráce podnikatele s jeho účetním. Jakmile podnikatel vystaví doklad, účetní o tom ví. Ba co víc, mobilní aplikace HELIOS One umožní podnikateli doklady rovnou nafotit a do systému okamžitě odeslat. HELIOS One díky tomu šetří mnoho času oběma stranám. A to vše odkudkoliv a kdykoliv.

Kromě standardních funkcionalit ekonomických systémů, jako je účetnictví, DPH, fakturace, sklady, majetek apod., jsou nejdůležitějšími vlastnostmi HELIOS One aktivní dashboardy, online odesílání faktur, včetně QR kódů, mobilní přístup, česká i slovenská legislativa a její aktualizace zcela automaticky bez nutnosti se o cokoliv starat. Seznam všech funkcionalit najdete na www.heliosone.eu/p/cs-cenik (pod ceníkem). HELIOS One se rovněž stal součástí nabídky cloudových služeb T-Mobile pro zákazníky z podnikové sféry. (tz)

Od začátku jdu cestou kvality, po níž se zákazník vrací



Ladislav Francouz

Ladislava Francouze jsem potkala na tiskové konferenci k letošimu ročníku soutěže Česká chuťovka. Pořádal ochutnávku, uzeniny z papírových táček rychle mizely. Aby ne, když voněly přenádherně a chutnaly ještě lépe. Častá otázka zněla: A kde se to dá sehnat? A nebyla od věci. I když se v Česku ještě hodně nakupuje podle ceny, ne každý má žaludek na to, aby jedl to nejlevnější. Raději méně a kvalitně, to je trend, který má smysl. Muže tohoto krásného příjmení jsem brzy oslovila, abych nejen zjistila, proč se jmenuje právě takto, ale i proto, abyste se o jeho podnikání dověděli více a to podstatné:

Jste majitelem české potravinářské firmy, příjmením jste Francouz. A francouzská kuchyně, jak známo, je delikatesní, stejně jako česká ve své sytosti a lahodnosti. Jak to všechno jde dohromady? Tedy s trochou nadsázky: Čech, a přitom Francouz...

Jsem opravdu Čech, ale také Francouz. S nadsázkou i bez ní. Můj předek byl totiž národností Francouz. Usadil se na našem území kvůli zranění, které utřil během napoleonských válek. Kořeny jsou tedy jasné. O kvalitách francouzské kuchyně jsem se několikrát přesvědčil i při návštěvě Francie. Pardubickým krajem jsem byl požádán o propagaci výrobků na mezinárodní zemědělské výstavě v Tours ve

Je to spousta hodin práce, které nejsou vůbec nikde vidět. Také je třeba zariskovat a věřit sám sobě, že to dokážete.

Francii. Nevím, zda troška francouzské krve, která mi koluje v žilách, byla příčinou, že moje výrobky obstály v konkurenci velmi dobře. Obdržel jsem poděkování za reprezentaci od představitelů města Pardubic, Tours a české velvyslankyně ve Francii.

Podnikáte v oboru, kde je dnes značná konkurence. Nevadí vám to?

Již od začátku podnikání, to je od roku 1992, jsem se držel zásady dělat výrobky jen z masa. To se mi vyplácí, lidé se vracejí. Konkurence mi nevadí, snažím se udržet si konstantní kvalitu svých produktů.

Než se menší společnost etabluje na trhu, chvíli to trvá. Čím jste se zavedl a čím jste zákazníky zaujal?

Pevně věřím, že právě kvalitou celého sortimentu. Začínal jsem asi s 10–15 výrobky, postupně jsem doplňoval další. Můj nejprodávavější výrobek je Radní rolka. Na trh jsme s ní vyšli v roce 1994. K jeho nabídce mě vlastně přinutil přebytek vepřových pečení a boků. A vidíte, udržela se na výsluní už 20 let.

Gurmáni tvrdí, že máte nejlepší klobásky široko daleko, řada ocenění to dokládá. V čem je tajemství? V lásce k řemeslu, povtivosti, dobrém marketingu?

Bude to tím, že obsahují 80–95 % masa, a dále výběrem kvalitních surovin, využíváním no-



vých druhů koření a na závěr pozměněnou technologií tepelného opracování.

Jak vám na cestě k úspěchu pomohlo štěstí? Existuje vůbec?

O štěstí bych asi nemluvil. Vše záleží na pevné vůli, že něčeho chcete dosáhnout a tvrdě si jdete za svým cílem. Je to spousta hodin práce, které nejsou vůbec nikde vidět. Také je třeba zariskovat a věřit sám sobě, že to dokážete.

Letos poprvé jste přijal účast v soutěži Česká chuťovka. Proč jste se rozhodl?

Začínal jsem se prosazovat v regionu, kde se výrobky prodávají. První soutěž byla Mls Pardubického kraje, kde bylo oceněno 15 výrobků během sedmi let. Pak jsem se přihlásil do soutěže Regionální potravina, kde jsem vyhrál dva ročníky. Můj výrobek Farmářská klobása byl vyhlášen v testu MF Dnes jako nejlepší klobása farmářských trhů v České republice. Nyní jsem se tedy přihlásil do celorepublikové soutěže Česká chuťovka. Každé ocenění napomůže firmě i výrobkům k jejich zviditelnění. Zkusím a uvidím...

Otevřel jste spousty prodejen, a to není levná záležitost...

Je to trochu jinak – já mám pouze dvě prodejny – v Sobětuchách a ve Skupicích. Ostatní prodejny jsou mého syna, který se jmenuje stejně jako já Ladislav, takže často dochází k záměně. Já se věnuji hlavně zpracování masa, a to moji seberealizací dosta-

A při tom všem nezapomenout, že práce není v životě to nejhlavnější. Je potřeba žít i svůj osobní život, věnovat se vlastní rodině a vnímat problémy okolí.

tečně naplňuje. V Pardubickém kraji má syn prodejny v Hlinsku, Slatiňanech, Chrudimi a tři v Pardubicích, které zásobujeme masem z naší porážky a výrobky z naší výroby. V nejbližší době bude také otevřít prodejnu v Praze v Dlouhé ulici. Hledáme si cestu, jak být k zákazníkům blíž, opačně by to sotva fungovalo.

Vím, že do jedněch párků přidáváte jogurt. Pro laika to zní až záhadně...

V tomto záhadě nehledejte. Už i v dřívějších dobách se do výrobků přidávalo sušené mléko. Základ jogurtových párků tvoří kvalitní maso a jogurt dodává specifickou chuť a jemnost výrobku. Tento produkt si k zákazníkům nacházel cestu delší dobu, ale teď už je velice žádaný.

Hodně se poslední dobou diskutuje o tom, co je zdravé a co nikoli, jak se stravovat rozumně a nepodléhat různým nesmyslným strategiím při konzumaci toho či onoho, nepřehánět to s bylinkami ani sýry, stejně tak jako s bílým pečivem nebo s nadměrným příjmem vitaminů. Co vy na to?

Já upřednostňuji klasickou zásadu: Od každého něco, ale všeho s mírou.

Podnikání je nejen o houževnatosti, ale také o srdci, vztahu k lidem, nápadech i optimizmu. Stačí to?

Pokud vám bylo dopřáno vše výše zmíněné v plné míře... Navíc je třeba ještě doplnit jedno podstatné: schopnost řešit problémy, které se na nás neustále valí, a chuť bojovat s byrokracií, konkurencí, závistí. A při tom všem nezapomenout, že práce není v životě to nejhlavnější. Je potřeba žít i svůj osobní život, věnovat se vlastní rodině a vnímat problémy okolí.

otázky připravila Eva Brixí



Nechceme být továrnou na letenky

Zítřka letíte do Moskvy a pak vás čeká Řím a Londýn, musíte jednání stihnout během dvou dnů, zařídíte si to, jak chcete – celkem obvyklý požadavek šéfa na členy managementu. Klient nečeká a o zakázky je boj. Vše je třeba řešit okamžitě. Tím spíš se vyplácí spoléhat na partnera, sázet na jistotu. Mít po ruce službu s přidanou hodnotou. Na tomto jednoduchém principu funguje pražská cestovní letecká agentura INVESTA TRAVEL spol. s r.o. více než dvě desítky let. Cestu zařídí okamžitě, starosti můžete pustit z hlavy. Ukazuje se, že je velmi často užitečnější i rychlejší spoléhat na osobní komunikaci než pracně vyhledávat přes internet, byť z pohodlí kanceláře či domova. Proč? Na to jsem se zeptala ředitelky Radky Buriánkové:

Jste leteckou agenturou s českým kapitálem postavenou na dobrých základech – důvěře klientů. Na trhu působíte 22 let. Jak charakterizovat vaše konkurenční schopnosti?

Jsmo ryze česká agentura, tedy bez zahraničního kapitálu a na trhu jsme opravdu již 22 let. Nevkládáme obrovské prostředky do reklam, tak jak to činí konkurenční agentury a cestovní kanceláře, ale naopak do zkušených pracovníků a odborníků přes leteckou dopravu. Všechny naše pracovnice mají diplom IATA-UFTA, což je důkaz o velmi obtížné zkoušce z letecké dopravy a praxi minimálně 15 let. Plyne z toho, že se každému klientovi mohou maximálně a hlavně profesionálně věnovat. Ve velkých agenturách a cestovních kancelářích to tímto způsobem tolik nefunguje a právě reklama a nikoliv odbornost má přilákat klienty.

Zejména mladší generace se naučila svůj život převádět na internet. Jeho prostřednictvím se nejen nakupuje, ale také vyučuje, seznamuje, rodí se partnerské vztahy na celý život, přes internet se léčí, diskutuje, sdílí se zábava, šíří umění. Takřka každý si dokáže sestavit itinerář zahraniční cesty z pohodlí domova, zdánlivě vaše služby nejsou potřeba. Ale má to přece jen háček...

Máte pravdu, internet vládne světu a koupě letenek přes internet se řadí na první místo v nákupu zboží online. Mladí lidé hodně využívají možnost koupit nejlevnější letenky přes různé webové vyhledávače a musím souhlasit, že mnohdy ušetří velmi pěknou částku. Bohužel však internetové prohlížeče nabídnou tu nejlevnější variantu, nikoliv však neoptimalnější. Klient si tak pořídí nejlevnější dostupnou letenku, ale již si nepřečte podmínky tarifu. Takže se běžně stává, že si zakoupí letenku bez nároku na zavazadlo, které si poté musí doplatit u checkinu a letenka se najednou prodraží, anebo že chce termín cesty změnit či letenku refundovat, ale má zakoupenou letenku se 100% stornem a bez možnosti změny. A to jsou ta úskalí koupě zboží na internetu. Mnohdy nejlevnější řešení není to neoptimalnější.

Naznačila jste – koupit letenky, to není jen o nich, ale o určitých znalostech. Hledat na internetu je znalostně i časově docela náročné. Kdo není zběhlý, ne vždy hned najde, co potřebuje. V čem je ještě vaše pomoc klientovi zajímavější než prostředí online?

Naše agentura se zabývá především zahraničními služebními cestami. Klientům se tedy letecké spojení hledá přímo dle jejich přesných požadavků, dle termínů jednání a dbá se především na komfort cestování. Není možné, aby cestující čekal v přestupním bodě několik hodin nebo aby přiletěl na jednání pozdě, protože je letenka o 2000 Kč levnější. Klienti jsou v dnešní době velmi nároční, pracují i během cesty, jak na letišti, tak i v letadle. Mají bonusové programy různých leteckých společností, využívají speciální služby před odletem i na palubě letadla. Žádají o nadvalu zavazadel, přepravu golfových bagů, sportovního vybavení, přepravu zvířat, upgrade do business třídy a další nadstandardní služby. A to je právě výhoda naší agentury, všechny tyto požadavky jim splníme prostřednictvím jednoho telefonátu či jednoho e-mailu.

Nejdražší fenomén v životě člověka je právě čas. Vaše agentura ho umí lidem dobře ušetřit. Jak?

Toho jsme si vědomi a umíme to. Stačí zaslat jeden jediný e-mail s termínem a destinací zahraniční cesty a my již zajistíme optimální letenku, vízum – pokud je potřeba, ubytování, pronájem auta a cestovní pojištění. Klient od nás obdrží vše v jednom balíčku a nemusí hledat a kombinovat donekonečna na internetu, a hlavně nemusí stát frontu na ambasádě při podání žádosti a následně při vyzvednutí dokladů.

Proč se k vám tedy klienti vrací – přebírají jejich starosti, mohou se na vás spolehnout? Určitě máte v rukávu ještě nějaký trumpf.

Máme velkou radost, že jsou nám klienti stále věrní a noví přibývají. Vždyť s některými z nich komunikujeme přes 20 let, známe jejich rodiny, jejich radosti i problémy, posílají nám fotky narozených dětí a vnoučat, dostáváme pozdravy z dovolených. Je hrozně milé, když v dnešní uspěchané a přetechnizované době si na vás zákazník vzpomene, přijde na návštěvu nebo vám přiveze pozornost z cesty. Nechceme být „továrnou na letenky“, kdy klient neví, s kým momentálně hovoří a je neustále přepojován na někoho jiného či mluví s automatem. Naši klienti nás znají a my známe je. Stačí, aby klient vyslovil jméno, a my již víme, že nejčastěji létá do Shanghaie, bude chtít sedadlo u okna a bude požadovat vegetariánskou stravu.

Co byste poradila firmám, které zatím nemají zkušenosti s vysíláním pracovníků do ciziny, ale v blízké době je to čeká? Mohou se s vámi osobně poradit? Doporučíte i to, jak jim pobyt v zahraničí vašim prostřednictvím zpříjemnit?

Každému klientovi rádi poradíme. Může se s námi spojit buď telefonicky na čísle 234 063 113, nebo stačí zaslat e-mail na naši adresu letenky@investa-travel.cz s požadavkem (termín cesty, destinace, počet osob a zda požaduje ubytování či další služby) a my se s ním okamžitě

spojíme a zašleme optimální nabídku, včetně informací o vízových povinnostech. Klient od nás vždy obdrží několik nabídek, takže má možnost výběru.

Do jakých destinací můžete zájemce přepřavit?

Letenky zajišťujeme po celém světě. Nejvíce prodávanou destinací je momentálně Shanghai. Stále častěji se ale létá do zemí v bývalém Sovětském svazu a samozřejmě z Evropy je nejvíce prodávanou destinací Paříž a Brusel. Nemožu ale ani vynechat Nový Zéland, kam jsme tento rok přepravili velmi mnoho klientů. A pro ty, kteří směřují do USA, je patrně nejžádanějším místem New York.

otázky připravila Eva Brixí
www.investa-travel.cz



Radka Buriánková

Riskujete ztrátu svých digitálních vzpomínek?

Soukromé fotografie, korespondence a kontakty může navždy ztratit více než polovina Čechů. Průzkum společnosti Intel odhalil, že lidé zálohují data na svých mobilních zařízeních jen sporadicky.

Více než pětina Čechů (22 %) již přišla o svůj mobilní telefon. „Přesto si 60 % uživatelů nikdy nezalohuje obsah svého chytrého telefonu ani tabletu (67 %), a může tak navždy přijít o své drahocenné vzpomínky: fotografie, videa a SMS korespondenci. Obě mobilní zařízení totiž mohou být snadno ztracena nebo odcizena,“ shrnul výsledky alarmujícího průzkumu Martin Vařbucha, manažer společnosti Intel. V případě stolních a přenosných počítačů je situace jen o něco lepší: v průměru je nezalohuje 30 procent Čechů.

Respondenti, kteří svá data zálohují, tak ale nečiní s dostatečnou frekvencí: na bezpečné místo data ukládá častěji než jednou za měsíc v průměru pouze 12 % uživatelů, pravidelně každý den pouze 4 %. Čísla svědčící o ležérním přístupu soukromých uživatelů k datům prezentovala společnost Intel na základě průzkumu mezi více než 1000 uživateli internetu v České republice. Množství dat ukládaných v mobilech, tabletech a počítačích přitom závatně stoupá. Zatímco před pěti lety lidé přišli v nejhorším případě o kontakty a SMS zprávy, dnes riskují ztrátu velmi osobních, či dokonce intimních dat: „V mobilních zařízeních uchovávají stovky fotek, videí a řadu dalších velmi osobních a citlivých údajů. Jejich cenu si většinou uvědomí až v okamžiku ztráty,“ řekl Jiří Palyza, ředitel Národního centra bezpečnějšího internetu (NCBI).

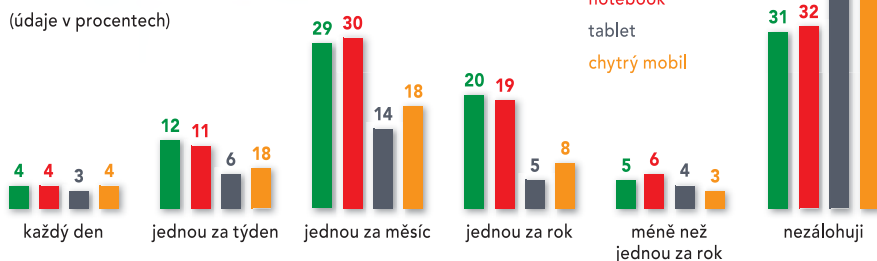
Data je třeba zálohovat pravidelně, jednou za 14 dní je minimum

Frekvence zálohování by měla být podle Národního centra bezpečnějšího internetu závislá na způsobu využívání mobilního zařízení nebo počítače. „Pokud je využíváno ke služebním účelům a data se neustále mění, záloho-



Jak často zálohujete data?

(údaje v procentech)



vání musí probíhat denně. Domácí uživatelé by měli zálohovat týdně či alespoň každých čtrnáct dní. Nejlepší je si pořídit bezpečnostní software či aktivovat v mobilu funkce, který zálohování či obnovu dat provádí automaticky,“ sdělil Jiří Palyza. Z průzkumu nicméně vyplynulo, že týdně data zálohuje v průměru jen desetina respondentů a každých čtrnáct dní zhruba pětina.

A jaký je způsob zálohování? Podle průzkumu společnosti

Intel je nejpreferovanější externí harddisk: data na něj ukládá více než polovina uživatelů počítačů, telefonů a tabletů. Do online úložišť v cloudu zálohuje zatím jen 12,4 % uživatelů. Pevný disk jako bezpečné úložiště doporučuje i Národní centrum bezpečnějšího internetu.

Smazat data na dálku? Většina o tom neví

Z průzkumu Intel dále vyšlo najevo, že v případě ztráty mobilního zařízení běžní koncoví uživatelé nevyužívají programy, které dokážou smazat data na dálku, nejspíše proto, že o nich nevědí. „Přestože programy či způsoby mazání dat na dálku existují pro soukromé použití prakticky u všech mobilních operačních systémů, reálně by je v případě ztráty využilo jen 18 % majitelů mobilních telefonů a 12 % majitelů tabletů,“ rekapituloval výsledky Martin Vařbucha, manažer společnosti Intel.

U zařízení využívaných pro pracovní činnost je funkce ovládní telefonu na dálku, včetně možnosti mazání dat, nutností. „Od loňského roku zaznamenáváme prudce rostoucí zájem větších firem o softwarové řešení, které v případě ztráty mobilního zařízení – chytrého telefonu či tabletu – dokáže na dálku zajistit bezpečnost firemních dat, včetně smazání uložených dat,“ uvedl Martin Hnízdil z technologické společnosti truconneXion. Příkladem dalších bezpečnostních opatření ve firmách je například šifrování dat či povinnost zadávat silné heslo, které se mění každé tři měsíce.

(tz)

Robot, který má cit a člověku ani omylem neublíží

Robotika v novém rozměru? Ano. Robot blíže člověku a člověk blíže robotu. Do slova i do písmene. Pomocník s další přidanou hodnotou. KUKA Roboter, světový lídr průmyslové robotiky, představil na brněnském Mezinárodním strojírenském veletrhu ve výstavní premiéře regionu CEE průmyslový robot LBR iiwa. Tento, na světě první, sériově vyráběný průmyslový robot s citem umožňuje přímou spolupráci s člověkem. Vystaven byl na stánku firmy KUKA.

Co je to za kouzelníka? Jde o prvního průmyslového robota, který nemusí pracovat za ochranným oplocením, přitom ale poskytuje naprostou bezpečnost obsluze. Robot vnímá své okolí. V případě, že se v jeho dráze bude neočekávaně nacházet překážka, což může být i ruka nebo část těla, robot tuto interakci vnímá a ihned na ni reaguje. Například tím, že zastaví svou činnost a čeká na další povel.

Robota můžete vést podobně jako malé děcko, když je seznamujete s okolním prostředím. Jeho pohyby a činnosti můžete naprogramovat tím, že uchopíte jeho přírubu, na které je připevněn pracovní nástroj, a pomocí vašich rukou mu přesně vymezíte činnost, kterou bude provádět. On sám si pak vytvoří algoritmus pro prováděnou operaci, kterou bude na povel provádět. S citem, a přitom mno-

hem rychleji a přesněji, než by to zvládl člověk. „Našemu vývoji a výrobě se podařil převratný krok v zapojení robotů do pomoci člověku. Dnes už není rozhraní mezi strojem a člověkem. Stroj se stal třetí rukou člověka, kterou ovládá. Ale ta ruka má násobnou sílu, cit, vytrvalost a přesnost,“ představil robot KUKA LBR iiwa Radek Velebil, zástupce společnosti KUKA Roboter CEE GmbH pro Českou a Slovenskou republiku.

Představte si pomocníka, jehož paže obsahuje sedm stupňů volnosti a jeho pohyb je možné programovat snadno i s pomocí dodávaného dotykového ovladače Smart Pad. Snadno, jednoduše, s okamžitou kontrolou výsledků prováděné činnosti a s možností ihned opravit operace, které robot provádí. Stejně tak snadná může být i změna v prováděném sledu operací. Může se jednoduše prodloužit o další vložené činnosti, stejně tak zase na druhou stranu i zkrátit.

Taková již je dnešní realita. Robot KUKA LBR iiwa ukazuje na budoucnost robotiky, jejíž přelom právě sledujeme. Společnost KUKA uvedla na český trh robota LBR iiwa jen několik týdnů po jeho světové premiéře na výstavě Automatica v Mnichově. Odbornou veřejnost zaujal díky zcela novým možnostem nasazení do spolupráce s člověkem v montážních linkách a kompletačních provozech. Zaslouženě si z veletrhu odvezl tento exponát zlatou medaili.

(tz, rix)



Do zajištěných a strukturovaných fondů ČSOB už investoři vložili 100 miliard korun

Do zajištěných a strukturovaných fondů ČSOB již investoři vložili 100 miliard korun. Historického milníku dosáhla banka po 14 letech. ČSOB vždy hrála v zajištěných fondech klíčovou roli a nabídla jich nejvíce na trhu. Čechy naučila touto cestou investovat – ochrana vložených peněz na zajištěných fondech pro ně byla lákavou vstupní branou do světa podílových fondů. Průměrný výnos nesplaceného zajištěného/strukturovaného fondu od vzniku je 5,11 % ročně. Osm fondů má dokonce výnos přes 10 % ročně.

ČSOB byla první bankou, která zajištěné fondy svým klientům přinesla, a velmi rychle si získala jejich důvěru. Aktuálně je v nich podle statistik AKAT uloženo přes 35 miliard korun, ČSOB dlouhodobě drží klíčový 80% podíl. Od roku 2000 společnost svým klientům nabídla 430 fondů, 265 z nich již dosáhlo splatnosti. „Obľiba tohoto typu fondů stále roste. Přináší vyšší zisk než běžné bankovní produkty s garancí návratnosti vložených prostředků,“ řekl Jan Barta, předseda představenstva společnosti ČSOB Asset Management, a. s., investiční společnost, a dodal: „Právě zajištěné fondy jsou ideální pro vstup do světa investování a jsou variantou pro ty, kteří chtějí svou budoucnost zabezpečit s dobrým výnosem za přijatelného rizika.“

Historicky nejvýkonnější fond tohoto druhu, Optimum Fund ČSOB Private Banking Buffer Jumper 1, svým klientům na konci upisovací-

ho období vyplatil 100 % investované částky a roční zhodnocení 11,56 %. Dva fondy dosáhly ke dni splatnosti absolutního výnosu přes 50 % – ČSOB Private Banking Europe Declining Jumper 1 (55,3 % = 9,7 % ročně) a ČSOB Evropský lookback 1 (53,6 % = 7,99 % ročně). Co do objemu vložených prostředků pak v portfoliu ČSOB dominoval zajištěný fond Optimum fund ČSOB Duo bonus 1, který byl podkladovým fondem pro kapitálové životní pojištění Maximal Invest. Do něj investoři vložili 1,51 miliardy korun.

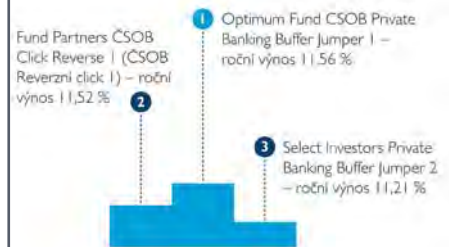
V současnosti ČSOB nabízí zajištěné a strukturované fondy v českých korunách, eurech a amerických dolarech. Průměrný výnos dosud nesplaceného zajištěného/strukturovaného fondu od vzniku je 5,11 % ročně.

Nejvíce fondů (65) upsali klienti v roce 2007 v objemu téměř 16 miliard korun. „Zajištěné fondy splnily svou historickou úlohu. Na nich jsme naučili Čechy investovat a ukázali jim, že vedle tradičních možností, jako jsou spořicí a termínované účty, existují i další varianty zajištění jejich budoucnosti. Nyní se u klientů začíná projevovat ochota jít do většího rizika, postupně objevují akcie a dluhopisy,“ vysvětlil Jaroslav Mužík, předseda dozorčí rady společnosti ČSOB Asset Management, a. s., investiční společnost.

Zajištěné fondy již prošly dvěma krizemi v letech 2000–2002 a 2007–2009. Přestože akciové trhy padaly v těchto dobách i o 50 %, klienti z fondů neutíkali – zafungovala zde ochrana investice. Krize výnosům ze zajištěných fondů totiž nahrávají.

Zajištěné fondy se také může vyplácet prodat před splatností. Reinvesticí fondu s nárůstem hodnoty před splatností si investor zajistí

Nejúspěšnější splacené zajištěné/strukturované fondy



Nejúspěšnější strukturované fondy před splatností existující déle než rok (k 16. 9. 2014)



mavý, již dosažený výnos. Například fond Fund Partners ČSOB World Growth 2 (ČSOB Světového růstu 2) bylo možné 2,5 roku po úpisu prodat s výnosem 60 % (přes 20 % ročně) od vzniku. Fond byl nakonec splatný na konci května 2010 a vyplatil výnos 19,39 % (2,94 % ročně). (tz)

INZERCE

A3 barevná multifunkční tiskárna
Xerox WorkCentre 7835/55



I vy můžete mít Xerox!

S námi budete mít

nižší provozní náklady
více času díky chytrým funkcím
lepší přehled s účtováním Xerox Standard Accounting

Navíc dostanete

tisk z mobilu a tabletu na rok zdarma
každé čtvrtletí 1 500 černobílých tisků zdarma
dárek Apple iPad Mini 16GB

A to vše

již od **1726 Kč** měsíčně
0,19 Kč za černobílý tisk
1,00 Kč za barevný tisk

Tato nabídka platí na nákup zařízení od 1. 9. 2014 do 31. 12. 2014.
Změna podmínek vyhrazena.

www.xerox.cz

xerox

Miliardářská loterie:

šťěstí, náhoda, adrenalin? Je to tady!



Přemýšlíte o vlastním štěstí? Co to je, jaké by mělo být, co by mohlo přinést? Jestli je vůbec vidět, zda se dá pohládit, pozdržet, předat, zhodnotit? Pokládáme si takové otázky? Možná někdy, když nám osud přivane do cesty něco, s čím si neumíme poradit. Ale doopravdy je štěstí pořád s námi. Jen o tom nevíme. Ale – může ho být ještě více, když se podaří, dejme tomu, vyhrát. Třeba v loterii. Ať už to přinese

jakýkoli obnos – ten můžeme darovat, určit na výzkum léků, užít si ho po svém, rozdělit dětem, přidat sousedovi, založit novou firmu. Budete na to mít. Na začátek změny, která má mysl. Pak to kousek štěstí přece jen je.

Eurojackpot, miliardářskou loterií s největšími výhrami na tuzemském trhu, si Češi mohou vsadit na terminálech Sazky od letošního 4. října. Garantovaný jackpot dosahuje 10 milionů eur, maximální výše se může vyšplhat až na 90 milionů eur. V závislosti na aktuálním kurzu tak sázející mo-

hou vyhrát až přes 2,5 miliardy korun. Miliardářská loterie Eurojackpot je teď sdílená ve 14 zemích, na výhry se skládají všichni sázející.

Od 4. října do miliardářské loterie přistoupily také další státy, kromě České republiky Maďarsko a Slovensko. „Počet obyvatel ze-



PENÍZE NA VÝZKUM NEMÁME, ZATÍM JEN ZKOUMÁME, KDE NA NĚJ VZÍT.

mi, kde se provozuje Eurojackpot, je více než 270 milionů. Právě díky vysokému celkovému počtu obyvatel v těchto státech je možno hrát až o miliardové částky,“ vysvětlil Robert Chvátal, generální ředitel Sazky. Výhra bude přepočítána podle aktuálního kurzu platného v den losování, Češi v případě výhry obdrží částky v českých korunách. Nejvyšší výhry v Eurojackpotu zatím padly ve Finsku. Ta první v přepočtu skoro 1,7 miliardy korun, druhá přes 1,5 miliardy a třetí i čtvrtá pak v Německu. Ve Slovinsku, které má jen přibližně o polovinu obyvatel víc než Praha, už Jackpot padl od roku 2012 dokonce dvakrát.

Losování Eurojackpotu probíhá každý pátek mezi 20. a 21. hodinou ve finských Helsinkách. Výsledky budou k dispozici na webových stránkách www.sazka.cz, tikety si budou moci lidé zkontrolovat také v mobilní aplikaci Sazky nebo na terminálech. V loterii Eurojackpot stačí vyplnit sázenku a uhodnout celkem sedm čísel. Jeden sloupec stojí 60 korun, přičemž sázející tipuje pět čísel z padesáti a dvě z deseti. Na jedné sázence je možnost vsadit maximálně šest sloupců. Předplatné lze zaplatit až na šest slosování dopředu.

Společně s Eurojackpotem je možné vsadit i doplňkovou hru Extra 6, která se hraje na stejném principu jako Šance u Sportky. Do hry jde tedy šestimístný kód (výrobní číslo) sázenky. Cena účasti v doplňkové hře Extra 6 činí 40 Kč, výhry jsou pevně dané podle tabulky. Platí, že uhodnuté počty čísel musejí být od konce.

(rix, tz)

Tři otázky pro generálního ředitele Sazky

Roberta Chvátala:

Než jste informovali o nové loterii, měl jste připravená svá čísla?

Ne, to jsem neměl. Žádná svá čísla nemám. Když si vsadím, tak zcela náhodně, prostě zaškrtnu, co mne napadne. Držet se dat narození, svátků, výročí, to je příliš jednotvárné. Navíc je prokázáno, že tento způsob moc nefunguje. Více vyhrávají ta čísla, která v životě člověka vlastně nic neznamenají.

Můžete jako šéf Sazky ale vlastně sázet?

Ani management ani mne jako generálního ředitele nic neomezuje, platí pro nás stejná pravidla jako pro kohokoli jiného. Takže i já sázím. Co kdyby...

A propadal jste třeba ve škole nějakým klukovským sázkám? Třeba – že nejhezčí spolužačka s vámi bude „chodit“?

S určitostí mohu potvrdit, že ne. Byl jsem pilný žák gymnázia a tahle zábava šla mimo mne. Nebo lépe – nebyl to můj styl.





Každý třetí papírový dokument putuje do koše už v den tisku

Ačkoliv dochází ke globální elektronizaci, klasický papír má v kancelářském provozu stále nezastupitelnou roli. Za uplynulé čtvrtstoletí se jeho spotřeba ztrojnásobila a průměrný Čech jej ročně využije na 130 kilogramů. Proto se i v Česku začínají objevovat firmy, které se snaží jeho spotřebu korigovat a usměrňovat, případně se stát kanceláří se statusem bez papíru. Tyto pokusy však nemusí nutně vést ani k úsporám. V tomto článku představíme, proč je papír i v dnešní době nenahraditelný, jaký účinek má na lidský mozek a kterými kroky mohou firmy spotřebu papíru efektivně snížit.

Ruční podpis na papírové dokumentaci je symbol prestiže a čtení z papíru je efektivnější

Většina vědců a pedagogů se shoduje, že čtení z papíru je efektivnější než čtení z monitoru. Při čtení z papíru lidský mozek důkladně promyslí obsah sdělení a zároveň prožívá emoce. Fyzickým kontaktem s papírem si mozek také dokáže lépe upořádat a ukládat informace. Z výzkumů také vyplývá, že při čtení papírových dokumentů mají lidé menší sklon k únavě než při čerpání informací z elektronických publikací. Mechanická podstata papíru a psacích pomůček navíc podporuje tvůrčí práci a stimuluje kreativní myšlení. Předávání hotových dokumentů je pak ze společenského hlediska součástí sociální interakce ve firmě, při které mnohdy probíhají diskuze, jež by pracovníci v rámci e-mailu neřešili. Zajímavostí je, že i v době elektronických podpisů preferují manažeři fyzickou existenci stěžejních dokumentů a smluv. Vlastnoruční podpis je i v současnosti stále obecně považován za symbol prestiže a důstojnosti. Neklesající oblibu využívání papíru dokazují i statistiky. V průběhu posledních 25 let se podle informací společnosti Activa spotřeba papíru v České republice více než ztrojnásobila a výdaje za něj ve firemním sektoru neklesají. Ročně jej Activa prodá na 7500 tun, což představuje jednu miliardu a 500 milionů listů papíru. Průměrný Čech podle údajů Activy za rok využije zhruba 130 kg papíru. Do této hodnoty spadá veškeré papírenské zboží jako hygiena, balení, noviny, šanony, složky, štítky, paragony a podobně. U xerografického papíru pak připadá na každého občana České republiky přibližně 1200 listů, což představuje zhruba 6 kg. V západní Evropě využívají ob-

čané průměrně o 3 kg papíru více, což potvrzuje snahu Čechů o ekologičnost. Největšími konzumenty kancelářského papíru jsou státní úřady a administrativně-analytické společnosti. Právě tyto subjekty zavádějí jako první programy redukující papírování, ať už je nazývají úspornými opatřeními, či zeleným úřadováním. Podle dostupných statistik mohou firmy snížit spotřebu papíru o 10 až 30 %.

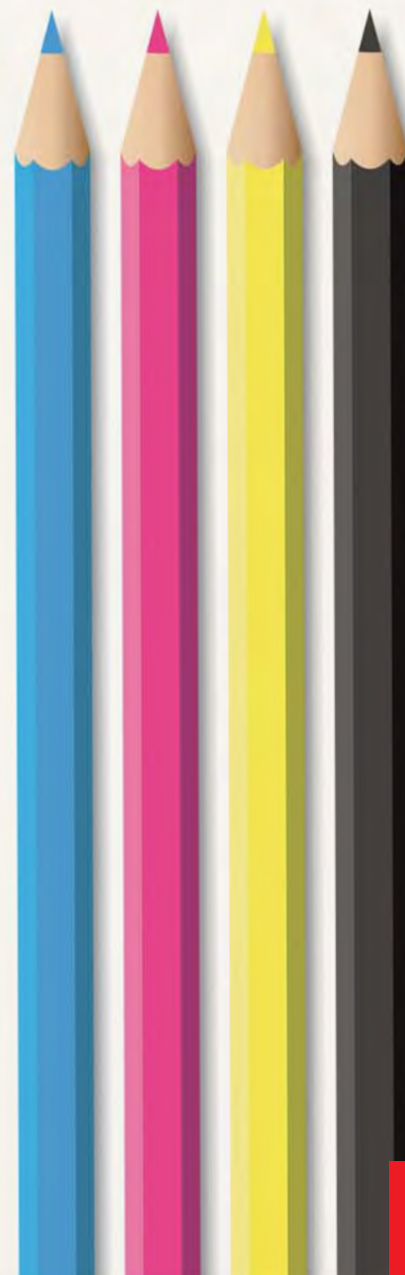
Oboustranný tisk sníží náklady až o pětinu

Až čtvrtinu prostoru na papíře lze ušetřit úpravou okrajů dokumentů před tiskem či využitím prostorově úsporných fontů, jako je například Arial. Významné úspory v oblasti tisku může firmám i jednotlivcům přinést správné formátování dokumentů a kontrola v náhledech tisku. Například jen zavedení oboustranného tisku ušetří při používání v interních dokumentech i pětinu nákladů. Neméně důležité je správné nastavení tiskáren a centrální systém správy tisku. Do redukce nákladů na papírování by měly firmy také vždy aktivně zapojit své zaměstnance. Ti by měli být vyškoleni v používání všech funkcí tiskáren a komunikačních kanálů, a zároveň pamatovat na to, aby netiskli dokumenty zbytečně. Podle odhadů dnes totiž každý třetí dokument skončí v koši ve stejný den, kdy byl vytištěn.

Levnější papíry se paradoxně mohou prodražit

Při nákupu papíru by měl hrát vždy hlavní roli poměr kvality a ceny ve vztahu k funkci, ke které budou firmy papír využívat. „Nákupy levných nekvalitních papírů s vysokou prašností mohou skončit zanesením tiskáren, což ve výsledku vyjde firmu mnohonásobně draž. Špatné

optické vlastnosti papíru zase ústí v rozmazání výsledného tisku,“ objasnil Martin Holoubek ze společnosti Activa, která je jedničkou na trhu v oblasti poskytování služeb a vybavení pro kanceláře. Velmi zajímavou cestou, jak snížit náklady na papír, je volit listy s nižší gramáží. Zatímco v České republice mají standardní papíry gramáž 80 g/m², ve Spojených Státech si kanceláře při zachování stejné tiskové kvality vystačí s papírem o 5 gramů lehčím. Mistry v rozumném kancelářském využívání papíru jsou pak Japonci, kteří nejčastěji úřadují na listech s plošnou hmotností 64 g/m². Úspora při snížení gramáže papíru přitom činí řádově několik procent na každých 10 gramů. (tz)





Žádné špatné skóre

I zákon schválnosti má své dny. Jeho rozmary jsou nevyočitatelné a zasáhnou vás vždy v nejméně příhodnou chvíli. Stalo se mi onehdy, že jsem spoléhala především na vlastní intuici a zemskou přitažlivost zákona schválnosti jsem jaksi opomněla. Dostala jsem přes prsty hned poté, co jsem byla pochválena. V okamžiku, kdy jsem si vy-

chutnávala radost, štěstí, pomíjivé vítězství. Pumpička sinusoidy pracovala na dvě stě procent. Výtka od člověka, před nímž jsem si tu pusou nechtěla nikdy nabít a pro kterého jsem byla ochotna nasadit do boje i vlastní čest. Nemávla jsem nad tím rukou, jedno mi to nebylo. Sebeobrana však přinesla nikoli zoufalství, ale řešení. Několik nápadů, které mi naznačily, co udělat, jak to udělat i proč. Žádné špatné skóre. Trumfy byly v mých rukách. Znovu jsem si uvědomila, že stopy chyb člověka zavedou na stezky osudu, o nichž netušil, že existují. Omyly pomáhají definovat změnu pohybu. Není zač se stydět. Ne každé pochybení je fatální. Víím, že nezbývá než si poradit. A nebojím se.

Eva Brixi, šéfredaktorka

čtete s námi

Stamiliony ze svého provozu dává pojišťovna na léčení klientů

Stamiliony korun, určené do provozního fondu, nechává největší zaměstnanecká zdravotní pojišťovna, Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR (ZP MV ČR), ve prospěch léčby svých klientů.

V letošním roce plánuje věnovat na léčbu přes 200 milionů korun. Od roku 2008 už to bude téměř 640 milionů korun, které ponechala v základním fondu na léčení klientů. „ZP MV ČR má, stejně jako všechny ostatní zdravotní pojišťovny, možnost tvořit svůj provozní fond v průměru ve výši necelých 3,5 % z celkových příjmů. Tuto hranici však, díky dobrému hospodaření, již několik let za sebou nenapřňuje. Proto mohou být uspořené peníze v základním fondu na léčení klientů,“ řekl generální ředitel ZP MV ČR Jaromír Gajdáček.

Měsíční provozní náklady této zaměstnanecké zdravotní pojišťovny, která se stará o jeden a čtvrt milionu pojištěnců, činí v přepočtu na jednoho klienta necelých 50 Kč.

„Provoz ZP MV ČR je v přepočtu na jednoho klienta výrazně levnější než například provoz bank,“ dodal ekonomický ředitel ZP MV ČR Václav Slovák. Provozní náklady českých zdravotních pojišťoven jsou nejnižší v Evropě, například v Německu dosahují 6,8 %, ve Švýcarsku 6,6 a ve Francii 5,5 procenta. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, říjen 2014

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: Eva Brixi, e-mail: bixi@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: H.R.G., spol. s r. o., Distribuce: 5 P Agency

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Dvě třetiny manažerů podporují ohlašovací povinnost při převodu do daňového ráje

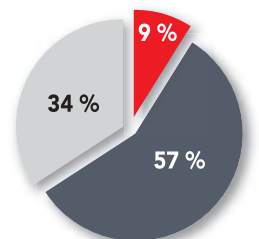
Pokud vláda zavede pro podnikatele ohlašovací povinnost při převodu peněz do takzvaných daňových rájů, bude to mít pozitivní efekt v boji s daňovými úniky. Pro podobné opatření se v exkluzivním průzkumu provedeném společností Mazars vyjádřily téměř dvě třetiny dotázaných manažerů. Odpovídalo celkem 102 respondentů, většina z nich v českých firmách zastává posty výkonných a finančních ředitelů.

„Průzkum ukázal, že dvoutřetina většina respondentů se k ohlašovací povinnosti staví kladně. Nutno však dodat, že 57 % respondentů sice zvažované opatření podpořilo, ale myslí si, že bude mít jen omezený efekt. Dalších 9 % manažerů naopak vyjádřilo přesvědčení, že toto opatření dá kontrolorům účinný nástroj k identifikaci podezřelých transakcí,“ řekl Pavel Klein, vedoucí partner daňového oddělení Mazars. Podle zbývající třetiny respondentů by ohlašovací povinnost měla jen minimální nebo žádný dopad. Jako daňové ráje se označují země s výhodným (tedy nízkým nebo žádným) zdaněním zahraničních firem. Cílem jejich vlády je přilákat zahraniční kapitál a vytvořit z příslušné země – většinou s malou rozlohou a nízkým počtem obyvatel – významné finanční centrum. Firmy a jednotlivci, kteří svá sídla a daňovou povinnost z pragmatických důvodů přesouvají, dělají vrasky mnoha evropským ekonomikám. Peníze pak totiž chybí ve státním rozpočtu země, kde tyto firmy působí. V Česku se o stěhování za nižším zdaněním v poslední době hovořilo například v souvislosti s tenistkou Petrou Kvitovou a jejím bydlištěm v Monaku.

Obliba daňových rájů stoupá celosvětově

Významné mezinárodní korporace vykazují v daňových rájích rekordní zisky. Řada mezinárodních společností si pomocí daňových přesunů snižuje daňové zatížení a zvyšuje svou konkurenceschopnost na celosvětovém trhu. Daňové ráje umožňují výrazně snížit daňové odvody na dani z příjmu právnických osob a na dani z příjmu fyzických osob. Na omezení daňových úniků a vyhýbání se daňovým povinnostem se však zaměřují členské země OECD, pravidelně bývá například zveřejňována „černá listina“ daňových rájů. Mezi daňové ráje patří řada ostrovů či malých zemí. Tradičními daňovými ráji jsou země jako Bermudy, Barbados, Kajmanské ostrovy, Maledivy nebo Seychely. V posledních letech však značně stoupá i obliba Singapuru, Hongkongu nebo Švýcarska, sídlo společnosti na malém ostrovu nemusí být totiž pro některé obchodní partnery dostatečně věrohodné. (tz)

Podporujete ohlašovací povinnost při převodech peněz do daňových rájů?



■ Ano, bezvýhradně podporuji
■ Ano, ale myslím, že bude mít omezený účinek
■ Ne, ohlašovací povinnost by měla jen minimální nebo žádný dopad

Dvacítku oblíbených daňových rájů

(řazeno abecedně)

Antiqua a Barbuda
Bahamy
Barbados
Belize
Bermudy
Britské Panenské ostrovy
Gibraltar
Jersey
Kajmanské ostrovy
Kypr
Lucembursko
Maledivy
Mauricius
Monako
Nizozemsko
Nizozemské Antily
Panama
San Marino
Singapur
Seychely

Diverzita na pracovištích vede k inovacím a lepším finančním výsledkům

Stále rozšířenějším trendem v oblasti zaměstnávání je skládání co možná nejpestřejších pracovních týmů z hlediska pohlaví, věku, rasy, zájmů či sexuální orientace. Diverzita totiž vede podle studie newyorského inovačního centra Center for Talent Innovation (CTI) ke kreativnějšímu pracovnímu prostředí, přináší nové pohledy na problémy a vede k inovacím.

Letošní průzkum, který CTI provedlo mezi 1800 profesionály, zkoumal dva druhy diverzity: vrozenou a získanou. Vrozenou diverzitou je myšleno pohlaví, etnický původ nebo sexuální orientace. Takzvaná získaná diverzita pramení z životních zkušeností člověka, například ze vzdělání, zájmů a nabytých zkušeností, mezi něž patří také například pracovní pobyt v zahraničí. Obě společně pak tvoří takzvanou dvoudimenzionální diverzitu. Výhodou diverzifikovaných pracovních kolektivů je skutečnost, že v nich nepřevládá žádný většinový názor, a tak mohou být vyslyšeny i menšinové názory a nápady, což vede k inovacím. „V českém prostředí, donedávna prakticky stoprocentně homogenním, už máme také fir-

my, které začínají diverzitu na pracovišti uplatňovat. Jde zejména o lokální pobočky mezinárodních firem, v jejichž managementu pracují lidé z různých zemí světa a kde je zcela běžné do nejvyšších pozic jmenovat ženy. Ne všechny ženy chtějí tyto funkce vykonávat kvůli velkému vytížení. Naopak je spousta žen, které mají kvalifikaci, zkušenosti a zájem o vysoké funkce a umí si zařídit život tak, aby se těmto funkcím mohly věnovat stoprocentně. Pořád mají méně šanci než muži v českém prostředí, ale i toto se pomalu mění,“ říká Jozef Papp, Managing Director pražské pobočky společnosti Stanton Chase, která se věnuje vyhledávání manažerů na nejvyšší řídicí místa (Executive Search).

Podle průzkumu CTI prozradilo přes 78 % dotazovaných, že pracují v prostředí, v němž diverzitu postrádají. Výsledky rovněž ukázaly, že ženy mají oproti mužům bělochům o 20 % menší šanci, že budou vyslyšeny jejich názory, u LGBT (lesby, gayové, bisexuálové a transgender osoby) o 21 %. U lidí jiných ras je to dokonce o 24 % méně.

„V lidech v tuzemsku stále zůstávají stereotypy myšlení, že ženy by se měly starat o děti a rodinu. U LGBT jsou předsudky ještě výraznější, i když Česká republika nepatří k nábožensky založeným zemím, naopak prostředí je velmi otevřené a kosmopolitní, zejména v Praze. Rasový problém ve firmách u nás tolik nevidáme,“ řekl Jozef Papp.



Foto Shutterstock

Diverzifikované firmy slaví úspěchy. Téměř polovina respondentů (45 %), kteří podle jejich mínění pracují v inovativním prostředí, prohlásila, že jejich firma si v aktuálním roce vedla lépe než v tom předchozím. Celých 70 % dokonce prozradilo, že se jejich společnosti podařilo v uplynulém roce prosadit na novém trhu. (tz)

INZERCE



www.maso-francouz.cz

**Přesvědčte se o kvalitě, které věříme!
Ochutnejte klobásy, párky, salámy i jitrnice – co si přát ještě více?**

GASCONTROL – dodavatel energetických celků

Společnost GASCONTROL, společnost s r. o. – tradiční výrobce a dodavatel plynových a energetických zařízení – obohatil své nabídkové portfolio o dodávky plnicích technologií stlačeného zemního plynu (CNG) a dodávky technologických zařízení pro výrobu elektrické energie, tepla a chladu.



- Naše činnosti:**
- Dodávky a servis plynárenských zařízení
 - Regulace a měření plynu, odorizace, dálkové měření odorantu
 - Plynové expanzní turbíny
 - Plynovody, speciální práce na plynovodech, jiné produktovody
 - Průmyslová klimatizace a chladicí systémy
 - Důlní investiční a technologické celky
 - Výstavba a rekonstrukce kotelen a výměňkových stanic
 - Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů
 - Výstavby, dodávky plnicích technologií a servis CNG stanic
 - Přestavby vozidel na CNG pohon
 - Dodávky turbín CAPSTONE do 5 MW a ORC zařízení
 - Dodávky bioplynových stanic od 20 kWe do 5 MWe, včetně výstavby
 - Výzkum a vývoj v oblasti energií a plastů
 - Inovace produktů a technologických procesů



GASCONTROL, společnost s r. o.
 Nový Svět 1407/59a, 735 Havířov-Prostřední Suchá
tel.: +420 596 496 411, **fax:** +420 596 412 397
e-mail: gascontrol@gascontrol.cz
www.gascontrol.cz

