

květen 2016

fresh[®]
TIME
PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

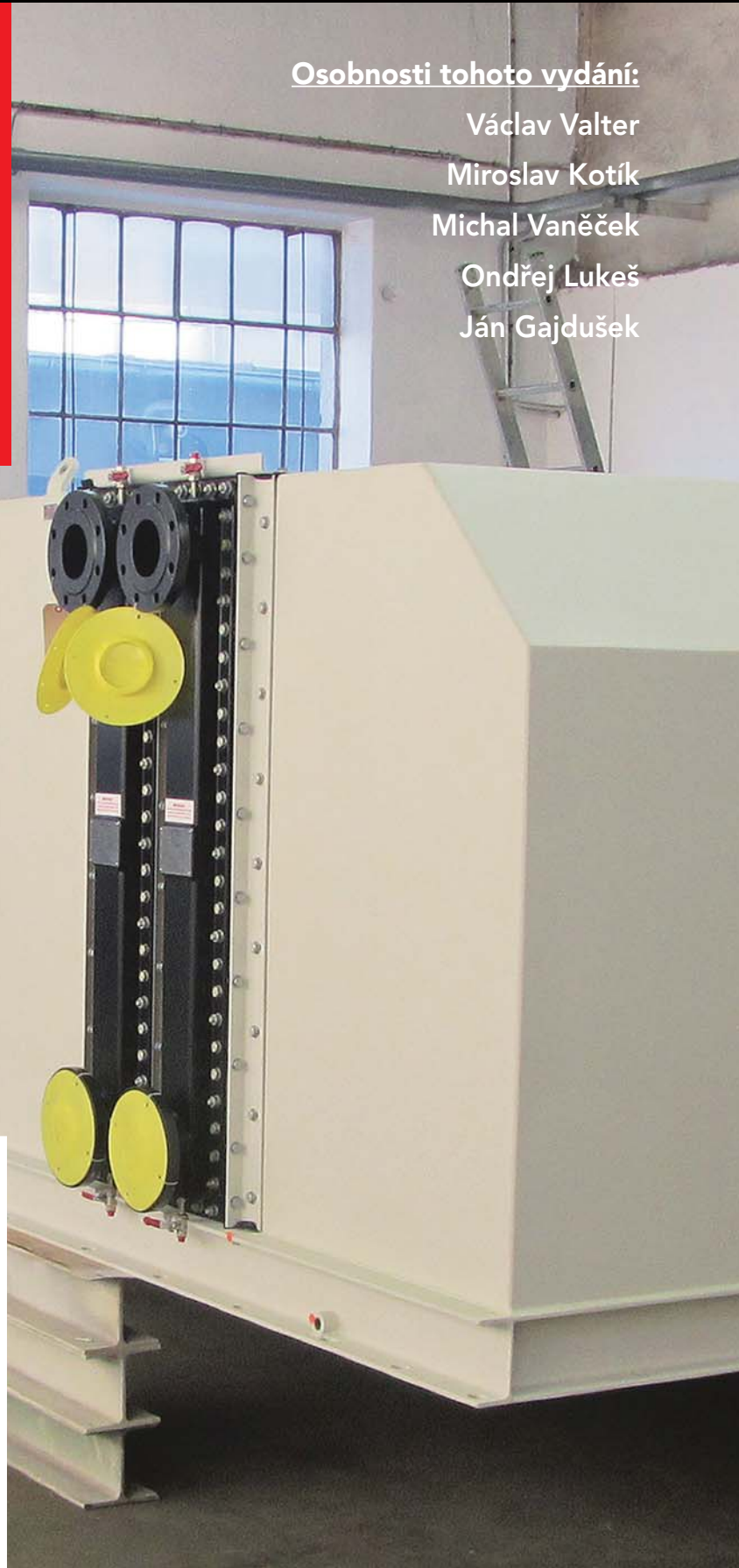
Václav Valter

Miroslav Kotík

Michal Vaněček

Ondřej Lukeš

Ján Gajdušek



Václav Valter

**Je velký závazek
úspěch zopakovat**

rozhovor na stranách 2–3

Je velký závazek úspěch zopakovat



Ing. Václav Valter

Ocenění letité práce vždy hřeje u srdce. Člověka na okamžik zastaví, donutí přemýšlet jinak než v mezích každodenní rutiny. Někdo tomu říká bilance, jiný rekapitulace, další „jen“ radost, také vnitřní dialog, a jistě by se našlo mnoho a mnoho dalších pojmenování. Řada osobností přiznává, že krásné umístění v soutěži MANAŽER ROKU vnese do profesního pohledu i jiný úhel, snad méně či jinak kritický, než jaký dotyčný znal doposud. A to je dobře. Jak zhodnotil umístění v prestižním žebříčku Ing. Václav Valter, předseda představenstva Kovodružstvo, v.d. Strážov, o tom jsou následující řádky:

Soutěž MANAŽER ROKU je jedním z měřítek úspěšnosti šéfů a firem na trhu. Vy jste letos získal dva stupínky k další slávě: Stal jste se Manažerem odvětví a uspěl jste v Top 10. Jaké myšlenky vám běžely hlavou, když jste ocenění přebíral?

Na začátku finále jsem pozorně sledoval prezentace všech 70 finalistů a říkal jsem si, že s Českou republikou to není tak špatné, když má tolik kvalitních a zkušených manažerů z různých oborů podnikání. Sám pro sebe jsem si tipoval, kdo získá hlavní ocenění a kdo se umístí v Top 10. O to více jsem byl překvapen, když jsem při vyhlášení slyšel své jméno. Především mne velice příjemně zaskočilo umístění v Top 10. V první chvíli mi blesko hlavou, že toto ocenění je odměna za moji dlouholetou každodenní práci, ale hned na to mi bylo jasné, že je to zároveň i velký závazek tento úspěch opět zopakovat.

A jak jste se o pocity radosti rozdělil s kolegy, se svým týmem?

Na začátek musím samozřejmě říct, že toto ocenění nevnímám pouze jako osobní ocenění, ale také jako ocenění a úspěch mých kolegů a celé firmy. Žádný manažer, který řídí firmu, by nemohl dosáhnout jakéhokoliv úspěchu bez svého kvalitního týmu. Kolegy jsem s tímto báječným úspěchem samozřejmě seznámil, ale na větší oslavy nebyl prostor. Zároveň, prostřednictvím internetových stránek, jsme se také pochlubili našim partnerům a zákazníkům.

Jste česká společnost, tedy český kapitál a loni Kovodružstvo oslavilo 70. narozeniny. Myslíte si, že české firmy mají šanci na přežití, že nemusí časem hledat zahraničního investora?

Vždy záleží na konkrétní firmě a konkrétním odvětví podnikání, buď firma dokáže být konkurenceschopná, nebo ne. V některých oborech musí výrobní firmy čelit celosvětové konkurenci, což je mnohdy neřešitelné. Například levné dovozy z Asie, v těchto případech nepomůže ani vstup zahraničního investora, viz textilní průmysl. Nicméně věřím, že české firmy vždy měly svoji kvalitu a tradici, a když ne všem, tak většině se určitě podaří přežít bez zahraničního kapitálu. Naše firma měla v minulosti již dvě nabídky na vstup zahraničního

vlastníka. Vždy jsme odmítli a šli vlastní cestou. A vidíte, bylo to dobré rozhodnutí.

Ono se to stalo tak trochu módní, že se u nás prodává, co jen lze, a investoři jsou velebeni, protože přinášejí okamžité peníze, pracovní příležitosti, a někdy snad i méně starostí než těžký život bez nich. Je to jediná cesta existence pro drobnější podniky u nás? Není zajímavější hledat výhodnou lokální spolupráci, synergie?

Myslíte stát, že prodává, co se dá, především strategické podniky? Tak to je jistě obrovská chyba. Jinak si myslím, že na volném trhu, v celosvětovém měřítku je běžné, když silnější firma koupí slabší firmu. Souvisí to s konkurenceschopností, o které jsme mluvili v předchozí otázce. Pro malé a střední podniky to určitě, v dlouhodobém hledisku, správnou cestou není. Malé a střední podniky mají obrovskou výhodu, a tou je flexibilita. Dokážou se okamžitě přizpůsobit požadavkům trhu ať už s vlastním know-how, nebo spoluprací se silnějším partnerem. A to je asi jediná logická cesta.

Na 65 procent z obrátu exportujete, a to také do zámoří, do USA a Kanady. Co bylo podnětem k tomu, abyste vstoupili do těchto zemí? Náhoda, služby CzechTrade, nějaký veletrh?

Služby agentury CzechTrade poměrně často využíváme a získali jsme přes tuto agenturu již několik velmi zajímavých kontaktů. Ale v tomto případě to byla trochu náhoda. V roce 2002 nás, na největším evropském veletrhu zahradní techniky GAFA Köln, oslovil americký zákazník našeho německého zákazníka a dodnes mu zasláme jednu až dvě dodávky dětského zahradního nářadí ročně. Ale jak se říká, každému štěstí se musí jít naproti.

Výrobní program sestává například z radiálních ventilátorů, vzduchotechniky, průmyslových filtrů, dodáváte sušárny obilí, průmyslové chladiče pro elektrárny, umíte se přizpůsobit zakázkové výrobě z oceli. Kde hledáte příležitosti k uplatnění? Pracujete zejména s věrnými odběrateli, působíte tam, kde vás znají? Funguje reklama či osobní kontakty?

Současná obchodní situace je diametrálně odlišná od doby po roce 1989, kdy se totálně zapadl tuzemský trh a všichni stejně jako naše firma museli začít od nuly. Za uplynulých 26 let se vyprofiloval výrobní program i portfolio zákazníků do dnešní podoby. V současné době stavíme naše úspěchy především na spolupráci s dlouholetými a trvalými zákazníky. Samozřejmě pro své aktivity využíváme reklamu a prezentaci na veletrzích, ale vždy platí, že osobní kontakt je osobní kontakt.

Umíte odmítat obchodní nabídky, pokud nejsou výhodné pro obě strany? Anebo riskujete s vidinou toho, že každé zlo je k něčemu dobré?

Riskuji minimálně, jakmile mi na daném obchodu od začátku něco vadí, jdu většinou od toho. Samozřejmě jsou situace, kdy musím určité riziko podstoupit, ale snažím se vždy co nejvíce rizik eliminovat. Mám zkušenosti, že když berete zakázku pod tlakem, prostě ji potřebujete, tak jsou z toho většinou nepřijemnosti.

Družstvo je známé také sortimentem zahradního nářadí, jako jsou motyky, hrábě, a spousty jiných pomocníků pro zahrádkáře. Je taková výroba rentabilní? Nebo slouží spíše pro radost a image?

Po roce 1989 jsme byli největšími výrobci zahradního nářadí v ČR, tato výroba tvořila více než 50 % našeho obrátu. Po roce 2003 začalo evropský trh zaplavovat levné zahradní nářadí z Asie a my jsme byli nuceni zredukovat výrobu a zaměřit se na specializovanou výrobu s větší přidanou hodnotou, která se jen tak snadno z Asie nedoveze. V současné době představuje výroba zahradního nářadí pouze 5 % z našeho obrátu. Tato výroba je pro nás již jen tradicí a nepředstavuje hlavní zdroj příjmů.

Ostatně – podle čeho dnes hodnotíte, co se vám vyplácí vyrábět, a co ne? Je to o velkých kompromisech?

Jak už jsem říkal, začali jsme se orientovat na specializované výrobky s vyšší přidanou hodnotou, než je práce ve mzdě, nebo výroba zahradního nářadí. Především se staráme o vývoj vlastních výrobků v oblasti průmyslové vzduchotechniky, vyrábíme radiální ventilátory

pro různé, specializované aplikace a realizujeme průmyslovou filtraci od projektu až po konečnou montáž. Máme také dvě lukrativní licencované výroby pro zahraniční zákazníky, ale nic nenahradí vlastní know-how.

Uspěli jste v Operačním programu podnikání a inovace, pořídili moderní technologii CNC řezací zařízení pro dělení plechů. Bylo to hodně složité? Jaké argumenty jste museli předložit?

Ano, obdrželi jsme evropskou dotaci z projektu Technologie a se zpracováním žádosti nám velmi pomohl Svaz českých a moravských výrobních družstev z Prahy. Byla to pro nás jediná možnost, jak získat dotaci na pořízení nového stroje, neboť tento program je určen pouze pro regiony s vysokou mírou nezaměstnanosti. Ale na konci dotačního období zbyly v tomto programu peníze, proto byla účinnost tohoto projektu rozšířena na další regiony, tedy i na nás. Moc dobře nechápu, proč si ČR stanoví takové podmínky pro čerpání dotací, při kterých se dotace nedají nebo nestihnou vyčerpat. Je to velká chyba pro celou českou ekonomiku.

V čele Kovodružstva stojíte už hezkou řádku let – jak se za tu dobu proměnilo družstevní podnikání? A v čem jsou jeho výhody?

Je to tak, v čele Kovodružstva jsem již od roku 1993 a musím přiznat, že jsem zpočátku nevěřil, že družstevní podnikání, které je založené na společném vlastnictví a společném rozhodování může dobře fungovat v rozvinuté tržní ekonomice. Postupem času jsem zjistil, že to je stejné jako v jiných obchodních společnostech. Konečně všechna výrobní družstva v ČR jsou toho důkazem. Myslím, že družstevní podnikání se za ta léta téměř nezměnilo, funguje stále na stejných principech a doufám, že fungovat bude i dále.

ptala se Eva Brix



První českou chytrou solární lavičku využijí obyvatelé Litoměřic

Město Litoměřice si jako první pořídilo českou chytrou solární lavičku CapaSitty, kterou může ode dneška každý vidět a využívat v litoměřickém parku Václava Havla. Jde o první sériový kus vylepšené lavičky, jejíž prototyp byl představen loni před Národní technickou knihovnou v pražských Dejvicích a dále na výstavě EXPO 2015 v Miláně.

Litoměřice se dlouhodobě věnují oblasti udržitelné energetiky, která patří mezi hlavní rozvojové priority města. Solární lavička je tak další aktivitou zapadající do mozaiky činností města na poli energetických úspor či využívání alternativních zdrojů. Její instalaci chtějí Litoměřice přispět k popularizaci využití solární energie ve veřejném prostoru.

Lavičku CapaSitty v aktuální podobě vyvinul tým ze společnosti Full CapaCity ve spolupráci s mladým designérem Janem Vítkem a odborníky z ČVUT.

„Jde o první ‚chytrou‘ lavičku určenou nejen k odpočinku. Nabízí totiž možnost bezplatného připojení k internetu a dobíjení mobilních telefonů, tabletů, čteček i fotoaparátů, a to pouze s využitím solární energie. Dále monitoruje výrobu energie, spotřebu při do-

bíjení a kvalitu ovzduší,“ vyjmenoval její předností energetický manažer města Litoměřice Jaroslav Klusák.

Lavička nabíjí přístroje pomocí USB zásuvek a nabízí také indukci pro telefony, které bezdrátově nabíjení podporují. Má zabudovanou baterii, díky níž systém funguje, i když zrovna slunce nesvítí. Na délku měří 2,2 metru a vysoká je necelý metr. Solární panel je umístěn za opěradlem. Lavička váží zhruba 350 kilogramů a je vyrobena z oceli, betonu a dřeva.

„Lavička v Litoměřicích má oproti loňskému prototypu vylepšený a ještě odolnější design. V této podobě jsme připraveni na její sériovou výrobu. V současné době jednáme s několika zájemci i partnery pro distribuci v České republice i v zahraničí. Kromě lavičky připravujeme další projekty v oblasti chytrého mobiliáře jak pro veřejná místa, tak například do kancelářských komplexů,“ řekl Jan K. Rolník, kreativní ředitel ze společnosti Full CapaCity.

Náklady na pořízení lavičky do Litoměřic byly uhrazeny z projektu Ready 21 z programu Švýcarsko-české spolupráce. „Díky své funkci zapadá solární lavička do koncepce propagace a osvěty udržitelné energetiky realizované městem Litoměřice,“ doplnil starosta Litoměřic Ladislav Chlupáč.

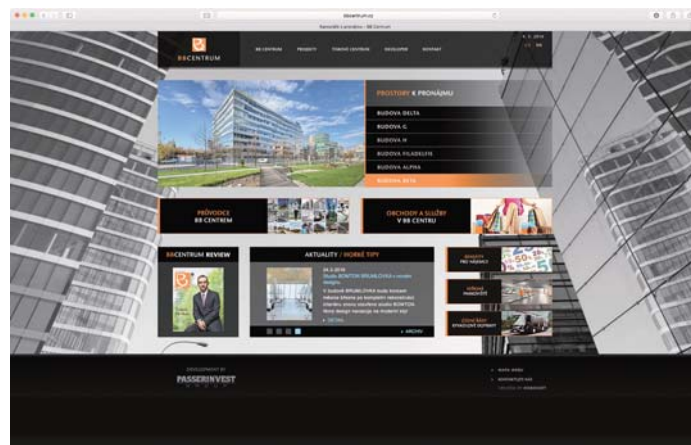
Více informací o první české chytré lavičce a jejich tvůrcích naleznete na následujících webových stránkách: www.capsitty.com. (tz)



BB Centrum je adresou úspěšných firem

BB Centrum, multifunkční areál v Praze 4, je adresou hned několika společností, které se umístily v žebříčku 100 obdivovaných firem v České republice, Czech Top 100. Společnost Passerinvest Group, a.s., která za projektem BB Centrum stojí, se letos poprvé probojovala do první desítky tohoto projektu.

Passerinvest Group, přední česká developerská a investiční společnost, se v žebříčku 100 obdivovaných firem České republiky roku 2016 umístila v první desítce – All stars. Mezi dalšími nejúspěšnějšími v hodnocení Czech Top 100 jsou mimo jiné i společnosti ČEZ, a. s., Škoda Auto a.s., Microsoft s. r. o. nebo O2 Czech Republic a. s., které mají svoji adresu v multifunkčním areálu BB Centrum na Praze 4. Zásahu na tom, že si BB Centrum vybraly právě jedny z nejúspěšnějších společností, má nejenom kvalita realizovaných projektů a vysoká úroveň poskytovaných služeb, ale i smysl pro fair-play, vstřícný vztah k nájemcům-uživatelům budov a zodpovědnost vůči společnosti i životnímu prostředí. BB Centrum je projektem společnosti Passerinvest Group, a.s. Tento multifunkční areál nabízí špičkové administrativní a retailové prostory k pronájmu, zároveň jej doplňují dva rezidenční projekty, společenské centrum, unikátní wellness a fitness centrum, základní a mateřská škola a také Baarův park a park Brumlovka s velkým dětským hřištěm a relaxačními, zelenými plochami. (tz)



Legendární postavička pro další generace dětí i dospěláků

Igráček je figurka, s níž si hrála generace, která dnes pomalu předává své zkušenosti nástupcům. Mnozí na ni s láskou i slzou v oku vzpomínají, neboť provázela jejich dětství od nejtajnějších snů až po velká naplnění. Miroslava Kotíka, nominované osobnosti v soutěži MANAŽER ROKU 2015 a majitele firmy Efko-Karton, s.r.o., z Nového Veselí, která dala Igráčkovi v tomto století novou tvář, jsem se na pár milníků v historii panáčka zeptala:



Miroslav Kotík

Jak to bylo v době, kdy jste Igráčka doslova zachraňoval?

Od roku 2010 vlastní ochrannou známku pro název hračky Igráček (včetně původních forem) již naše společnost, která majetek zkrachovalé Igrý odkoupila od společnosti All Toys Jaroslava Novozámského. Samotné obstarání veškerých náležitostí však nebylo vůbec snadné. Šlo přibližně o 150 různých vstřikovacích forem nutných k výrobě jednotlivých částí figurky. Největší potíž byla v tom, že k těmto různým starým formám neexistovala žádná výkresová dokumentace a technické listy. Řada z nich navíc již nebyla v dobrém technickém stavu, a tak nezbylo než každou z forem řádně otestovat a rozhodnout o jejím dalším využití nebo případné náležitě drahé opravě. Obnova a výroba forem je totiž závislá na řadě technických detailů, které ve výsledku mohou vést k vzájemné nekompatibilitě vylisků. Na rozdíl od smutných příběhů sešrotovaných forem jiných známých československých hraček se ale nakonec společnosti Efko-Karton podařilo Igráčka zachránit a v rámci remodelingu učinit atraktivním i pro další generace dětí. Byl to však kus mého života.

Z toho máte velkou radost, kdykoli se o Igráčkovi hovoří. Ve vašem případě tedy každý den...

Celý proces renovace nás stál nespočet hodin, mnoho finančních prostředků i nervů. Do doby a funkčnosti figurky jsme však výrazně nezasahovali. Ověřili jsme si, že velikost a možnosti „seberealizace“ postavičky jsou optimální. Zaměřili jsme se tedy na vylepšení. Velkou technickou úpravu jsme provedli u rukou. Paže i zápěstí jsou zcela nové a Igráček může zápěstím otáčet, což bylo pro využití Igráčka velmi důležité, ostatně jen formy na nové ruce nás vyšly na 400 000 Kč. Úpravou prošla také hlava, u které jsme vyřešili problém zásadní, totiž s jejím od-

padáváním. Nadále je otočná o 360 stupňů a zůstal také typický nos a sundavací vlasy. K potisku obličejů již nepoužíváme původní techniku termotisku, ale velmi přesnou technologii potisku, tzv. tampo print. Dále jsme se potýkali s problémem, který mrzel nás i děti – figurka se často samovolně rozpadávala. Museli jsme to vyřešit. Udělali jsme to úpravou forem hlavy a zacvakávacího mechanismu uvnitř postavičky. Jak s oblibou říkám, každý Igráček tak má svou duši.

To ale ještě nebylo všechno...

Od počátku jsme věděli, že Igráček musí mít pěkné auto, a také že mu chybí prostředí, ve kterém si děti s postavičkou hrají. Zapojili jsme do projektu zkušeného designera Miloše Hábu a z jeho návrhu následně vznikly nové formy na auto a jednotlivá prostředí, např. policejní stanice, zdravotní středisko atd., která jsou jednoduše složitelná do kompaktních kufříků nabízejících předškolním dětem nový pohled na prostor přes půdorysné řešení, které rozvíjí prostorovou orientaci. Soubor forem se tím rozšířil na téměř 170, i když některé staré formy nevyužíváme z technických důvodů nebo protože se nám do moderních konceptů nehodí. Výrobu jsme rozjžděli ještě na starých vstřikovacích lisech. Následně jsme pořídili nové plně elektrické vstřikolisy od rakouské společnosti Wittman Battenfeld a německé Boy. Celá produkce se dnes odehrává na lisech od 25 do 240 tun uzavírací síly.

Jaká je koncepce výroby nyní?

Hlavní zacílení Igráčka, coby hračky přinášející dětem nové stimuly při hře s vlastní fantazií, se promítá zejména u nové sady nákladních aut a traktorů Igráček MultiGo s unikátním systémem otočného bajonetu pro snadnou výměnu korbiček. S každou novou korbou dítě získá jiné auto, a může si tak velmi snadno proměnit popelářský vůz za auto s funkční sklopkou nebo např.

stavební deskou kompatibilní s Lego Duplo. Igráčka lze přitom jednoduše umístit do kabiny vozu nebo sedadla traktoru. Celý koncept sady Igráček MultiGo navazuje na původní myšlenku – seznamování dětí se světem profesí od útlého věku. Tato auta, stejně jako postavičky a ostatní doplňky, jsou vyráběna z velmi kvalitního a houževnatého plastu ABS. Sada aut a traktorů s výměnnými korbičkami Igráček MultiGo představuje největší inovaci ve světě Igráčka za celou jeho historii. Pouze samotná investice do nových forem dosáhla více než 7 milionů korun. Zcela unikátní systém výměny nástaveb je přitom chráněn průmyslovým vzorem. Kufříky Igráček Handy a auta a traktory Igráček MultiGo se navíc mohou pyšnit oceněním Správná hračka.

Letos slaví Igráček 40. narozeniny, přesto nezestárnul a naopak postupně zavítal do řady zemí nejen v Evropě.

Při příležitosti 40. výročí vzniku této figurky dochází ke kompletnímu redesignu všech Igráčků a jejich obalů. Nové moderní úbory a oblečení, oživující bílá tečka v očích a v neposlední řadě nové sady vlasů představují další milník v proměně legendární postavičky v moderní hračku. Kvalita použitých materiálů a samotné zpracování si v ničem nezaďá se světoznámými výrobci plastových hraček. Tuzemští zákazníci a zahraniční partneři oceňují kompletní výrobu v České republice, která je pro ně známku zmiňované kvality. Igráček se těší oblibě také na Slovensku, v Maďarsku, Rusku, Polsku, Německu, Španělsku, Itálii, Rumunsku, Jižní Koreji nebo také Kanadě. Nově si s postavičkou mohou hrát také děti v Jižní Americe. Pro destinace „západního“ trhu se od roku 2012 z důvodu výslovnosti a lepšího ztotožnění dětí s hračkou používá název Pokeeto – hračka do kapsičky.

K historii patří i pár čísel. Jaká jsou to ve vašem případě?

Celkem Efko za pět let vyrobilo 168 typů Igráčka, včetně speciálních edic, jako je např. sýrař Sedlčanského hermelínu nebo edice pro dívky s licencí Hello Kitty. V průběhu pěti let celkový počet vyrobených Igráčků od Efka v letošním roce překonal jeden milion kusů.

připravila Eva Brixi



Proč vyrábět informační systém na míru



Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA

Žijeme ve světě neúprosně se řítícím do sfér takových informačních technologií, na něž jsou i bůhvíjaké science fiction krátké. Technologie nakládají na bedra člověka takové požadavky, které přerůstají fantazii kreativců.

V nadsázce – člověk vytvořil systémy, které do našich životů přinesly nadhodnotu, s níž si mnozí z nás zatím neví rady. A začínáme hledat řešení – toužíme mít dokonale fungující IT, jemuž rozumíme a které nám dá jedinečnou a užitečnou platformu jako výchozí zdroj komunikace směrem k zákazníkům i uvnitř firmy. Optimální řešení není vždy jednoduché sestavit. Společnost T-SOFT a.s. to umí. Jako jednu z hlavních činností její webové stránky uvádějí vývoj a výrobu informačních systémů na míru. Co to dnes vlastně znamená, jsem se zeptala spolujednatelky Ing. Michala Vaněčka, Ph.D., MBA:

Má dnes ještě smysl vyvíjet informační systém na míru? Není už všechno hotové, standardní? Není všechno naprogramováno?

S tím šitím něčeho na míru jsem si vzpomněl na Horníčkovy Hovory H. Víte, jak říká: „Jednou jsem si nechal ušít boty na míru. Na koho jiného taky, když jsem Miroslav?“ Ta otázka stojí úplně stejně – má dnes smysl nechat si nechat šít boty nebo šaty na míru, nebo je lepší koupit v konfekci? S oblečením je to ale mnohem jednodušší. Konfekce vás vyjde nepochybně levněji. Když si necháte ušít na zakázku oblek, můžete si vybrat všechno přesně tak, jak se vám to líbí. Ale, a to je hlavní, šaty vám perfektně sedí, a co je nejdůležitější – cítíte se v nich dobře. Avšak samozřejmě za tu cenu, že zaplatíte většinou víc než za běžné zboží. I když ani to nemusí být vždy pravda.

Ale mnoho programů je naprosto standardních a nikoho by nenapadlo nechat si udělat na míru třeba textový editor...

Samozřejmě. V dobách, kdy tzv. IT bylo v plenkách, se ale většina programů dělala na míru a na koleně. I když věci jako textový editor byly jedny z prvních, které byly komerčně k máni. Každý si jistě vzpomene na slavný T602, který běžel ještě pod DOSem. Programy, které máte ve vašem počítači, je určitě snazší a levnější koupit hotové, zejména, když si potřebujete

s někým vyměňovat data v nějakém standardním formátu. Ale i tady se jistě setkáváte s tím, že většina programů, které už dnes platí za standard, obsahuje spoustu věcí, které zrovna vy nepotřebujete. A naopak skoro každý postrádá nějakou věc, kterou by považoval za užitečnou. Takže jsou i specializované programy, které zkrátka na trhu koupit nemůžete. A tím se dostáváme do oblastí, která je právě naší firmě blízká. A to jsou specializované informační systémy většího i menšího rozsahu. Systémy podnikové, celostátní nebo i mezinárodní, které jsou svým určením i těžko opakovatelné.

Co je příkladem takových systémů?

Třeba informační systém CERTIS pro zpracování veškeré agendy spojené se státními maturitami. Ten se postupně vyvíjí už téměř deset let. Je to systém celostátní, s extrémními nároky na bezpečnost, spolehlivost a nárazový výkon. A současně je to systém, který zkrátka opakovaně nikomu neprodáte. A zároveň takový systém ani jeho komponenty nenajdete na trhu.

Jenže každý zákazník přece nepotřebuje užasný originál...

Je samozřejmě docela běžné, že v jakékoliv organizaci, ať už státní, nebo soukromé, se využívá standardní krabicový software. Typicky jsou to kancelářské balíky. Takový Excel je jistě ex-

celentní nástroj. Ale pro takové užití, že máte robustní systém, z něho si exportujete data do Excelu, a tam si třeba doděláte nějaké fajnové zpracování. Včetně třeba grafů apod. V programech typu Excel nezajistíte rozumné sdílení dat, například. Ani to k tomu není určeno. Podobně jako vás nespasí textový procesor, když potřebujete rozumně sdílet data, soubory a zajišťovat jejich workflow.

Jak je to s cenou systémů na míru?

Ono je to trochu podobné celkovým průmyslovým trendům. Dříve se vše dělalo draho a na míru. Pak přišla masová výroba za zlomkovou cenu. Teď se možná blížíme k období tvorby na míru za cenu masové výroby. Spousta věcí je hotová, ale poskládat z toho smysluplné řešení je obtížné. V současném dynamicky se měnícím světě mají zákazníci své specifické požadavky a v informačních technologiích to platí dvojnásob. Proto je obzvláště důležité se jim přizpůsobit. Konkurenční výhodu přináší pouze dobře navržené, funkční a využívané informační technologie, které podporují jejich nejdůležitější procesy. I velké a zavedené „standardní“ informační systémy si nakonec vyžádají takový stupeň přizpůsobení dané situaci, že jejich zavedení je nakonec ušitím systému na míru.

Rozhodne-li se zákazník pro systém na míru, na zakázku, co následuje?

T-SOFT využívá pro tvorbu projektů existujících standardů. Ty jsou však jenom jednou ze složek komplexních řešení. Kromě standardních zavedených procesů vývoje informačních systémů bereme v úvahu řadu „měkkých“ procesů a nejruznějších omezení. Nedá se tedy přesně říci, podle jaké metodiky a jakých postupů se budeme ubírat k cíli v tom kterém případě. Tým našich pracovníků používá dostupné metodiky a technologie a současně disponuje dostatečnou invencí a přizpůsobivostí. Je tak připraven pro konkrétního zákazníka vybrat řešení, které nejlépe naplní jeho představy. V některých případech nemusí jít o vytváření nového systému, ale o dílčí, rozsahem a objemem relativně malé práce, které spočívají v nastavení, definici správných procesů nebo zvýšení synergie propojením existujících systémů. Mezi základní prvky řešení na míru patří následující služby:

- Informační audit (zjištění stavu a potřeb v oblasti zájmu zákazníka)
- Návrh řešení (úvodní studie, strategie, legislativa, projekty, harmonogram)
- Vývoj řešení na míru (vývoj systému, tvorba dokumentace, testování)
- Integrace s komerčními produkty

- Podpora procesů v organizaci
- Bezpečnost – ochrana těchto procesů
- Krizové řízení
- Řízení rizik
- Zajištění interoperability s dalšími systémy

Informační audit, kterým to celé začíná, je tedy vlastně...

Zkrátka musíme strávit nějaký ten den u zákazníka a identifikovat, jaké jsou jeho bolesti, rozsah informačního systému, počty aplikací, náklady na IT. Na základě toho teprve vznikne nabídka na první fázi řešení. Ta spočívá v tom, že mluvíme s lidmi. S uživateli, aťjaky, manažery z vedení. Využíváme různé metody komunikace a získávání informací, výjimkou není ani kooperace s externími psychology, pokud máme posoudit kompetentnost lidí na vedoucích pozicích. A na základě hromady rozhovorů vznikne první obraz o tom, jak je vůbec IT vnímán a naopak, jak IT vnímá potřeby businessu.

A potom?

Potom se to celé začne rozplétat. Musí se udělat detailnější rozbor, jaké jsou ve firmě aplikace, které se používají, které se duplikují. Kde se duplikují třeba zbytečně data apod. Do toho musíte zahrnout věci jednoduše dané, jako že třeba nějaký program je centrálně zaveden a nejede přes to vlak. A tady se vám po týdnech až měsících začne rýsovat řešení. Co se dá zjednodušit, co vyhodit, patří do toho samozřejmě i analýza procesů, které jsou aplikacemi podporovány. Abyste zefektivnili informační systém, musíte být jisti, že neautomatizujete naprosto neefektivní procesy. Klademe velký důraz na zpracování kvalitní analýzy nově navrhované aplikace. Pracujeme s představo vedení organizace, požadavky klíčových uživatelů a samozřejmě i se zástupci IT. Do analýzy vnášíme zkušenosti z předešlých projektů a také možnosti nejnovějších technologií. Při návrhu nových aplikací se soustředíme i na napřímení procesů, protože správné využití moderních technologií umožní jejich zrychlení a zkvalitnění. Výsledný návrh musí vždy perfektně zapadat do prostředí se všemi vstupy a výstupy (vazbami) na okolní systémy. Základní prvky analýzy tvoří architektura systému, uživatelské rozhraní, funkce, procesy a vazby na okolní systém.

Dokážete jednoznačně charakterizovat svou hlavní výhodu?

Nové aplikace nezačínáme vyvíjet od nuly, ale stavíme je na našem Frameworku, který zahrnuje základní funkce a který kopíruje světové vývojové trendy. Vývoj složitějších aplikací zpravidla realizujeme pomocí pilotních řešení, kdy začínáme funkčním prototypem jádra systému a postupně rozšiřujeme jeho funkčnost. Jednotlivé prototypy nasazujeme a ověřujeme v pilotním provozu a funkce přizpůsobujeme skutečným potřebám uživatelů. Touto metodou dosahujeme rychlého a efektivního cíle a rychlé reakce na změny. Testování patří k jednomu

z hlavních pilířů našeho vývoje. Následná akceptace zákazníkem probíhá na základě připravených testovacích scénářů. Do ostrého provozu pouštíme vždy jen perfektně otestovanou aplikaci. Jednou z našich významných předností je kvalitní a rychlá podpora řešení uživatelských problémů. Podle nastavených parametrů je řešeno e-mailem, telefonem nebo zadáním požadavků na Helpdesk. V rámci servisních podpor zajišťujeme běh aplikací i v režimu 24 hodin denně, sedm dní v týdnu. Samozřejmostí naší práce je i následný rozvoj aplikace dle aktuálních potřeb zákazníka. Zakládáme si na stabilním a kvalifikovaném vývojovém týmu. Máme vlastní vedoucí projektů, analytiky, konzultanty a programátory s letitými zkušenostmi z realizovaných projektů.

Jak velké projekty uvádíte do života?

Jsme pružní a přizpůsobiví. Dokážeme udělat projekt za 200 000 korun stejně jako mezinárodní projekt za několik desítek milionů.

Každý z nás se bojí kyberzločinnosti, krádeže dat, nečekaných hostů na bankovním účtu, zneužití pinů, diskreditace. Možná i proto, že ne každý máme ve všem pořádek, přístroje a data řádně zabezpečené. Jaké máte zkušenosti v tomto ohledu s firemními zákazníky?

Já se domnívám, že největší nebezpečí hrozí vždy zevnitř firmy, od vlastních lidí. Technologie nejsou samospasitelné, a pokud byste chtěli někomu sebrat data, zdaleka nejednodušší je zaplatit si někoho zevnitř firmy.

Jak by měly postupovat menší firmy, které si tak trochu všechno dělají samy, aby měly v technologiích, přístupech, využívání a „zneužívání“ pořádek?

Nechat si čas od času poradit od někoho zvenčí. Pohled zvenku je vždy cenný, protože když si něco spravujete sami, ztrácíte časem nadhled.

Jsou dnes vůbec nějaké údaje, databáze a podobné celky neodcizitelné? Mám pocit, že vše patří všem, protože ti nejméně se dostanou vždy tam, kam potřebují.

Určitě ano, jistě jsou. Vždy záleží na tom, před kým chcete svoje data chránit. Jestli to má být před náhodnou uklížečkou, nebo před NSA.

Obrana proti zneužití je drahá, proto možná mnohé firmy spoléhají na to, že se jim nic nestane. Je to tak?

To máte stejně jako se zabezpečením domu nebo bytu. I když se tomu tak běžně neříká, každý si udělá nějakou analýzu rizik, aby zhodnotil, co mu hrozí, jak je to pravděpodobné. Podle toho se potom dá postavit zabezpečení. Stejně je to v IT. Máte vždy na jedné míse vah náklady na bezpečnost a na druhé nějaké přijatelné zbytkové riziko.

Na druhé straně chybí čas a koncentrace na problematiku jistoty: nějaké zálohování, natož nasazení systému, který dokonale chrání, to je pro mnohé pozdější nešťastníky nemožné.

Musíte vždy zvažovat všechna pro a proti. Je obvyklé doporučovat například, aby si lidé zálohovaná data šifrovali. Po pravdě řečeno jsem snad ještě nepotkal nikoho, komu by ukradli zálohovací disk. Avšak znám řadu případů, kdy lidé přišli o zálohu kvůli poruše v šifrování. Do bezpečnosti patří totiž i dostupnost dat. Nemá smysl ochránit data tak, že se k nim nedostanu. Ale všichni si většinou představují to oblíbené šifrování. Avšak v současné době se dostává do popředí zájmu například anonymizace uživatelů na internetu.



Určitá generace šéfů stárne a nechce se jí do nových věcí, odmítají určitým nutnostem i porozumět. Nebude to za čas tak, že obor IT bude povinná duchovní výbava určitého vzdělanostního stupně, aby člověk i firma mohla vůbec existovat? Vezměte si jen obyčejné internetové bankovníctví, jeho aktualizace – to už je dnes vyšší dívčí a účetní s běžným vzděláním nemá šanci to zvládat...

Máte pravdu, že věci se nějak moc komplikují. A pro mne je často záhadou, proč výrobci některých zařízení to nedokáží udělat tak, aby vyhověli uživateli. Podívejte se, dnes má člověk problém nastavit si doma televizi. Je pravda, že technologie asi trochu předběhla schopnost smrtelníka ji porozumět a používat ji v celém komfortu. Podle mého názoru by měly být jak výrobky, tak software stavěny tak, aby člověk k obsluze nepotřeboval zvláštní kurz. Myslím si, že i z toho důvodu se opět věci na míru dostanou do módy.

ptala se Eva Brixl

ČR za 25 let:

ekonomiku potáhne výroba a IT, česká koruna bude minulostí, v čele země stane žena



foto SXC / koláž Sch

V obchodech se platí eurem, výroba a IT táhnou ekonomiku, světu vládne Čína. V České republice sedí na Hradě či ve Strakově akademii žena, která řídí zemi, jež je součástí většího geopolitického celku, možná však jiného, než je Evropská unie. Platíme kybernetickou měnou, továrny jsou robotizované a pokrok jde vidět téměř na každém kroku. Daně však zůstávají téměř beze změny a lidé stále fyzicky chodí do práce i do školy. Takto vidí Českou republiku za dalšího čtvrt století čeští podnikatelé, manažeři, úředníci a studenti středních a vysokých škol, jejichž vize byly zmapovány v průzkumu Kam kráčíš, Česká republiko, aneb ČR za 25 let realizovaném na jaře letošního roku poradenskou společností EY. Průzkum je součástí oslav 25. výročí EY na českém trhu.

Češi mají ve svou zemi silnou důvěru a nedokážou si představit, že by během příštího čtvrt století zanikla. Téměř všichni (97 %) navíc věří, že Česká republika bude existovat i za dalších 25 let ve stejné podobě jako dnes. Nezmění se státní zřízení a výrazně ani počet obyvatel. Třetina respondentů se však domnívá, že Česká republika bude součástí jiného politického nebo ekonomického uskupení než

dnes. Tři čtvrtiny oslovených Čechů (73 %) si pak myslí, že za 25 let se do čela země probouje žena. Mužská část populace (76 %) tomu věří více než její protějšek (66 %). „Tři čtvrtiny oslovených Čechů věří, že za 25 let se do čela země probouje žena. Ženu si na Hradě nebo ve Strakově akademii dokážou představit víc mužů než ženy samotné. Podpora Evropské unie i její měny je mnohem nižší u ženské po-

pulace než u mužů, a to dokonce o celou jednu třetinu. Ženy jsou tak trochu překvapivě větší euroskeptičky, než by se tomu mohlo na první pohled zdát. Jako hlavní důvod však vidíme jejich celkovou větší obavu o osud Evropy, která je u žen dvojnásobně vyšší než u mužů,“ rekla Magdalena Souček, vedoucí partnerka společnosti EY v ČR a v části regionu střední a jihovýchodní Evropy.

V ČR se za 25 let nebude platit korunou, daňová revoluce ale nepřijde

Češi obecně věří dalšímu rozšiřování Evropské unie – předpokládá to téměř polovina (46 %) oslovených. Najde se však mezi nimi i řada skeptiků. Téměř třetina (28 %) předpovídá její zmenšení, pětina (19 %) dokonce zánik. Ať jsou Češi EU nakloněni, či nikoliv, shodnou se na opuštění české měny a přechodu na euro (53 %). Placení korunou vnímá za 25 let jako reálnou možnost jen třetina dotázaných (31 %). Naopak každý desátý si myslí, že v České republice se během příštích 25 let začne platit někteřou z kybernetických měn. I když možná zažijeme měnovou revoluci, Češi nevěří, že

v následujících 25 letech zažijeme revoluci daňovou. Polovina (48 %) předpokládá stejný daňový systém jako dnes. „Výrazné rušení daní, jako například daně z příjmu právnických osob, se neočekává. Početná část respondentů (34 %) však věří, že DPH se bude efektivně vybírat až u posledního článku prodejního řetězce, bude zaveden všeobecný princip reverse charge,“ sdělil Libor Frýzek, vedoucí partner daňového poradenství EY. Drtivá většina Čechů (84 %) pak predikuje pokračování elektronizace daňové správy a zautomatizování kontrol správného zdanění u všech transakcí.

Českou ekonomiku potáhnou auta a IT

Oslovení Češi také nevěří, že by se jakkoliv výrazně změnilo sektorové rozložení české ekonomiky. Až polovina (45 %) si myslí, že i za 25 let bude nejsilnějším sektorem výroba. Nepřekvapí, že za její dominantní sílu uvádí automobilový průmysl (26 %), věří i v silnou roli strojírenství (19 %). „Téměř polovina respondentů počítá s tím, že navážeme na naši průmyslovou tradici a také za 25 let bude v České republice nejsilnějším sektorem výroba. Dominantní bude podle nich nadále automobilový průmysl a strojírenství. Počítáme i s digitalizací a s ní spojeným rozvojem sektoru informačních technologií, které se čím dál víc stávají součástí našeho každodenního života. Studenti středních a vysokých škol, tedy zástupci generace, která povede tuto zemi za 25 let, sází přitom na informační technologie ještě více než ostatní respondenti – čtvrtina si myslí, že za 25 let bude IT tahounem české ekonomiky. Také 32 % top manažerů věří nejvíce IT,“ vysvětlil Petr Knap, partner podnikového poradenství EY v ČR a ve střední a jihovýchodní Evropě.

V rámci délky pracovní doby či procesu vzdělávání se předpokládá další elektronizace, s fyzickým chozením do školy i práce však Češi počítají i za dalších 25 let.

Nejdůležitější jsou pro podnikatele vztahy mezi Západem a Východem

Podle účastníků průzkumu neexistuje jedno významné riziko, se kterým by se Česká republika v budoucnu potýkala. Nejsilnější obavy panují o vztahy mezi Západem a Východem (22 %) a postupnou islamizací Evropy (19 %).



foto Shutterstock

Riziko nového bipolárního dělení světa vnímají ze všech oslovených nejsilněji podnikatelé. Naproti obavě z terorizmu či ekologické katastrofy jsou u této skupiny nejméně výrazné a důraz na geopolitické uspořádání světa a zachování exportních trhů zásadně převažuje. Top manažeri vnímají jako hlavní tři rizika zhroutení ekonomického systému a islamizaci Evropy (po 20 %), až poté následuje vztah Východ-Západ (19 %). „Z průzkumu vyplývá, že čeští podnikatelé jsou ve vnímání globálních rizik nejednotní, klíčové jsou pro ně zejména vztahy s exportními trhy. Téměř každý čtvrtý podnikatel tak hodnotí jako největší riziko zhoršující se vztahy na ose Západ-Východ. Obavy panují i ze zhroutení ekonomického systému, které za hrozbu označil jeden z pěti respondentů. Ať už budou geopolitické proměny v 21. století jakékoliv, je zjevné, že na strukturu celé naší ekonomiky budou mít významný dopad,“ uvedl Vladislav Severa, vedoucí partner transakčního poradenství společnosti EY ve střední a jihovýchodní Evropě.

Čína bude nejsilnější

Nejlidnatější země světa se v průzkumu ukázala jako jednoznačný lídr světové ekonomiky

✓ Česká republika bude podle 97 % Čechů existovat za příštích 25 let se stejným státním zřízením jako dnes. Třetina lidí si však myslí, že již nebude součástí EU

✓ Do čela země se za 25 let podle tří čtvrtin Čechů probouje žena

✓ Nejsilnějšími sektory ekonomiky budou automotive, strojírenství a IT

✓ Polovina populace věří, že budeme platit eurem, desetina sází na kybernetickou měnu

✓ Nejvýraznější politické i ekonomické riziko vidí Češi ve zhoršujících se vztazích mezi Západem a Východem

✓ Podle 51 % Čechů bude v roce 2041 největší světovou ekonomikou Čína

roku 2041 (51 %). Část Čechů (7 %) nicméně věří, že nejsilnější ekonomikou světa může být i Evropská unie. Rusku ani Africe Češi nepřisuzují v následujících dvaceti pěti letech roli ekonomických obrů. Čtvrtina respondentů vidí stále sílu ve Spojených státech (24 %), 13 % pak v Indii. Vysoce postavení top manažeri věří Spojeným státům ještě více (37 %) než ostatní respondenti. (tz)

INZERCE

vitaPR

Komunikací rostete!

PR plné vitality.

www.vitapr.cz



Každý poctivý marmeládník si svou klientelu najde



Ondřej Lukeš se synem

Chutnají sladce a omamně. Na rtech vám vykouzlí úsměv a ve tváři pohodu slasti. Představují jen tak mlsání, když doma takříkajíc není do čeho zobnout, přísadu do jogurtu, významnou ingredienci do moučníků, poslouží k snídani. Jsou to marmelády a džemy. Autorem receptur a mistrem výroby v jednom je Ondřej Lukeš. Muž, který má ke gastronomii na základě rodinného zázemí blízko, experimentátor, který rád objevuje skryté možnosti, jež nabízejí sady, zahrady a louky:

V Česku přibývá drobných výrobců marmelád a džemů, hlavně se však tomuto oboru věnují ženy. Co přivedlo na tuhle dráhu vás?

Těch důvodů bylo několik. Pocházím z kuchařské rodiny. Původně jsem začal vařit marmelády jako dárky pro své přátele a známé. Vůbec jsem však nějaký úspěch nečekal. Jenže on přišel. Podnět k tomu, abych se s nimi posléze přihlásil do nějaké soutěže, vzešel právě od mých přátel. Dalším důvodem byla moje alergie na mnoho druhů ovoce, které mohu jíst jen tepelně upravené. Jednoduše jsem hledal způsob, jak si dopřát například jahody.

Profesí jste finanční specialista a zabýváte se developerskými projekty. Vaření marmelád je tedy spíš odpočinkovým koníčkem?

Ano máte pravdu. Vaření marmelád je pro mě pořád velkou zálibou, která mi ale zabírá stále více času.

Odběrateli se stali vaši přátelé, kamarádi, restaurace, spolupracovníci. Někdy nestačíte poptávce. Vaše noci a víkendy tedy patří této ušlechtilé zábavě?

Ano. Jelikož marmelády jsou stále mým koníčkem a moje práce je celkem náročná, tak marmelády vařím hlavně v noci a o víkendu. Jsem celkem noční pták, tak mi to tak i vyhovuje. Zatím vše, co uvařím, tak je velmi rychle pryč.

Vyprávěl jste mi, že máte velkou úctu k tomu, co roste na stromech i na keřích, tedy k ovoci, ale že se také zajímáte o bylinky. K čemu vám slouží právě ty?

Snažím se svým marmeládám dát vždy ještě nějakou chuť navíc. K tomu používám hlavně bylinky, anebo alkohol. Kromě klasických kombinací, jako jsou například jahody s mátou, dělám i méně tradiční kombinace, jako třeba pomeranče s mangem a citronovou trávou, která vyhrála bronzovou medaili na Marmalade Awards v Anglii.

Hold vzdáváte kopřivám a pampeliškám, z meduňky a máty připravujete pro domácí použití sirupy... Na jaký zajímavý mix jste přišel?

Nejradši mám kombinaci zázvoru a máty. Z meduňky se kromě výborného sirupu s uklidňujícími účinky dá připravit skvělá marmeláda z bílých broskví. Evergreenem je také

kombinace mandarinek a levandule. Tato marmeláda má omamnou vůni. Kopřivu jsem ještě do žádné marmelády přidat nezkoušel, ale možná je čas se nad touto příležitostí zamyslet.

Nové receptury jsou tedy základem mnoha vašich marmelád. Vznikají intuitivně nebo na základě velkého množství suroviny, momentálního vnuknutí nebo nezadržitelné touhy experimentovat?

Myslím, že se rodí na základě užívání všeho, co jste uvedla. Další hlavní inspirací je moje rodina a přátelé. Neustále pokládám otázky, jaké neobvyklosti by se jim líbily. Vymýšlet nové druhy mě totiž velmi baví.

Zmínili jste, že do řady dobrot přidáváte kvalitní alkohol. Takové marmelády více chutnají mužům?

Myslím, že ano. Jsou druhy, které jsou vyloženě pro muže, jako třeba švestková se slivovicí nebo pomerančová s whiskey. Na druhou stranu taková třešňová s koňakem chutná každému. Je to jedna z mých nejoblíbenějších.

Jak se vaše výrobky jmenují? Některé názvy ledascos již napovídají, a to je dobře...

Pro své marmelády nevymyslím nějaké speciální názvy. Myslím, že název výrobku by měl zákazníkovi ihned napovědět, co se v té které skleničce skrývá. Možná trochu zvláštní název má moje milovaná štrúdlková (jablka s karamellem, skořicí a ořechy). Ale pod tímto názvem si, myslím, každý dokáže představit, jak asi chutná.

Získal jste významné ocenění na mezinárodním poli. Ale nejen vy, nýbrž také váš osmiletý syn. Jak to všechno vlastně bylo?

To byla opravdu velká náhoda. Když jsem pročítal internetové stránky soutěže Marmalade Awards v Anglii, tak jsem zjistil, že existuje



i soutěž pro děti do 13 let. Zeptal jsem se tedy svého syna, který mi v kuchyni velmi rád pomáhá a zvládne již i několik jídel uvařit sám, zda by se chtěl zúčastnit. Jelikož je to od malička velký bojovník, tak ihned souhlasil. Tato soutěž je pouze pro marmelády vařené z citrusů, které jsou zrovna celkem obtížné. Naštěstí malá dopomoc rodičů byla povolena. Takže jsem mu řekl, ať si vymyslí kombinaci, která by mu chutnala, a poradil mu s receptem. Sázka padla na pomeranč a ananasem. No a zhruba po třech hodinách byla bronzová marmeláda hotová. Syn poté pronesl: „Tatínku, kdybych věděl, jaká je to těžká práce, tak bych na tu soutěž nechtěl.“ Z ocenění měl poté ale velkou radost.

Neobáváte se konkurence? Myslíte si, že se na domácím kolbišti mohou uplatnit všichni výrobci? Proč?

Já se určitě konkurence neobávám, a to i v situaci, kdy se v posledních letech objevilo vel-

ké množství drobných výrobců marmelád. Celkem často ochutnávám různé marmelády od mých kolegů a musím říci, že každý vaříme trochu něco jiného. Někdo má spíše klasiku, někdo zase trochu více experimentuje. Někdo mixuje, pasíruje a odšťavňuje, a já naopak používám buď celé ovoce, anebo větší kousky. Mám rád, když má marmeláda strukturu a je v ní i do čeho kousnout. Každému zákazníkovi chutná něco jiného, proto myslím, že každý poctivý marmeládník si svou klientelu najde.

V České republice se výrobci marmelád jednou do roka setkávají a vždy mezi sebou přivítají i někoho ze zahraničí. O jakou akci jde a čeho je důkazem?

Mám radost, že se na to ptáte. Jde o soutěž Jamparáda, která se koná každý rok na podzim v Kunraticích na Liberecku. Tuto soutěž pořádají místní nadšenci v čele s panem starostou a za poslední roky se stala největší soutěží ve střední Evropě. V minulém ročníku se jí zúčastnilo 129 soutěžících ze 64 obcí a pěti zemí, kteří poslali 395 vzorků. Já jsem získal první místo v kategorii pomerančové a druhé místo v kategorii banánové. Určitě bych rád pozval všechny marmeládové nadšence, ať se na podzim přijdou do Kunratic podívat. Je to krásná podívaná pro celou rodinu. Více info najdete na internetových stránkách www.jamparada.cz.

Radost z marmelád se zúročila i díky vaší známosti na facebooku. Nač se můžeme těšit v blízké budoucnosti?

Zatím nemám ani své internetové stránky. Více se o mě lidé mohou dozvědět na facebooku na stránce www.facebook.com/ondrovymarmosky. Jestli letos nějaký čas vyšetřím, tak snad vzniknou i ty nové webovky.



ptala se Eva Brixí

Vítězi v anketě Pojišťovna roku 2015 jsou ČPP, Kooperativa a ERV

Pojišťovna roku 2015: celkové výsledky

Pojištění průmyslu a podnikatelů

1. Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., VIG
2. Kooperativa pojišťovna, a.s., VIG
3. Allianz pojišťovna, a.s.
4. UNIQA pojišťovna, a.s.
5. AIG Europe Limited, org. složka pro ČR

Pojištění občanů

1. Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., VIG
2. Kooperativa pojišťovna, a.s., VIG
3. Allianz pojišťovna, a.s.
4. UNIQA pojišťovna, a.s.
5. AIG Europe Limited, org. složka pro ČR

Autopojištění

1. Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., VIG
2. Kooperativa pojišťovna, a.s., VIG
3. Allianz pojišťovna, a.s.
4. UNIQA pojišťovna, a.s.
5. Česká pojišťovna, a.s.

Specializované pojištění

1. ERV Evropská pojišťovna, a.s.
2. Euler Hermes SA, organizační složka
3. D.A.S. Rechtsschutz AG, pobočka pro ČR
4. Agra pojišťovna, organizační složka
5. Kupeř úvěrová pojišťovna a.s.

Životní pojištění

1. Kooperativa pojišťovna, a.s., VIG
2. Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., VIG
3. Allianz pojišťovna, a.s.
4. UNIQA pojišťovna, a.s.
5. Pojišťovna České spořitelny, a.s., VIG

Osobnost pojištěného trhu

JUDr. Ing. Jakub Hradec

Pojišťovací makléř roku 2015

1. Respect, a. s.
2. Insia a.s.
3. Renomia, a. s.
4. OK Group a.s.
5. GrECo JLT Czech Republic s.r.o.



V pořadí již 16. ročník odborné ankety Pojišťovna roku, v níž pojišťovací makléři hodnotí spolupráci s pojistiteli, zná své

vítěze. Hned tři z celkových pěti vyhlášených kategorií ovládla Česká podnikatelská pojišťovna ze skupiny VIG. V kategorii životní pojištění si pomyslné zlato odnáší Kooperativa pojišťovna z téže skupiny, a v rekordu ankety již po desáté za sebou obsadila nejvyšší příčku v kategorii specializované pojištění ERV Evropská pojišťovna.

Výsledky ankety oznámili organizátoři této nejstarší profesní soutěže na pojistném trhu: Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM) ve spolupráci s Českou asociací pojišťoven (ČAP) a specializovaným serverem Opojištění.cz. Slavnostního galavečera k vyhlášení výsledků se zúčastnilo na 200 makléřů, top manažerů pojišťoven, zástupců ministerstva financí, představitelů asociací finančního trhu a dalších významných hostů v čele s viceguvernérem ČNB prof. Vladimírem Tomšíkem, který celou akci zahájil. „Letošní výsledky potvrzují, že postavení pojišťoven na trhu je z hlediska pojišťovacích makléřů stabilizované. To je pro české pojiš-

ťovníctví dobrá zpráva v době, kdy podmínky pro podnikání v tomto segmentu ekonomiky neustále přitvrzují,“ zhodnotila 16. ročník ankety Pojišťovna roku předsedkyně AČPM Jiřina Nepalová. Stoupající prestiž soutěže podle jejího názoru jen podtrhuje význam klíčové role makléřů jako odborných poradců, kteří prosazují a chrání zájmy svých klientů. Místopředseda AČPM Ivan Špirakus dodal: „Největší změny v porovnání s předchozím ročníkem opět zaznamenala kategorie specializovaného pojištění, s výjimkou tradičního vítěze. Skupinu Top 5 opustila PVZP, která se stále více profiluje jako univerzální pojišťovna. Mezi pět nejlepších se naopak po pauze vrátily

Pojišťovna roku 2015
Odborná anketa

Vyhlašen již 16. ročník této B2B ankety - kvalitu služeb pojistitelů hodnotí profesionálové - pojišťovací makléři

Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM) ve spolupráci s Českou asociací pojišťoven (ČAP) a specializovaným serverem oPojištění.cz vyhlásila již 16. ročník odborné ankety Pojišťovna roku, nejstarší hodnotitelské soutěže na pojistném trhu, v níž se posuzování kvality služeb jednotlivých pojistitelů tradičně ujmají samotní pojišťovací makléři.

Cílem ankety Pojišťovna roku je přispět ke všeobecné kultivaci českého pojišťovníctví a posílit jeho image jako klíčového sektoru tuzemské ekonomiky. Na rozdíl od jiných spotřebitelských žebříčků, které spíše než parametry produktů a skutečnou úroveň servisu odrážejí popularitu jednotlivých pojišťoven točenou především reklamou, vychází hodnocení pojišťovacích makléřů z podrobné konkrétní znalosti nabízených produktů a zejména profesních zkušeností s kvalitou služeb každého z pojistitelů. To jsou aspekty, jimiž si anketa za dobu své existence vydobyla vysokou prestiž nejen na pojistném trhu.

Příležitost posoudit v rámci ankety kvalitu a rozsah služeb jednotlivých pojišťoven a zhodnotit jejich výkony v roce 2015 dostává každý pojišťovací makléř vedený v registru České národní banky (viz www.cnb.cz). Tato možnost je v kategoriích pojištění občanů a životní pojištění rozšířena také na pojišťovací zprostředkovatele registrované jako PA (pojišťovací agent, podle stále platného zákona č. 38/2004 Sb.)

Hodnocení probíhá do 25. dubna 2016 jak on-line na samostatných webových stránkách www.pojistvaroku.cz, tak vyplněním a zasláním anketního listu organizátorům. Pomocnými kritérii při udělování bodů jednotlivým pojišťovám jsou např. kvalita a síle nabízených produktů, ochota a schopnost upravovat produkty podle individuálních potřeb klienta, technická a provozní podpora pojišťovny při sjednávání pojištění, inovace pojišťovacích produktů, komunikace a spolupráce s makléři a likvidace škod.

Anketa Pojišťovna roku 2015 určí vítěze v těchto hlavních kategoriích:

- pojištění průmyslu a podnikatelů
- pojištění občanů
- autopojištění
- specializované pojištění
- životní pojištění

pojišťovny Euler Hermes, Agra a Kupeg, což svědčí o diverzifikaci v potřebách klientů makléřských firem.“

V hodnocení členů AČPM pojistiteli z řad ČAP své loňské prvenství obhájila firma Respect jako Pojišťovací makléř roku 2015. K tomu poznamenal výkonný ředitel ČAP Jan Matoušek: „Spolupráce pojišťoven s makléři má svou nezastupitelnou roli v péči, kterou společně poskytujeme klientům. Vzájemné hodnocení kvality na základě zkušeností z praxe je nejlepším důkazem společného úsilí pojišťoven a makléřů o kultivaci českého pojišťovníctví.“

Anketu Pojišťovna roku již řadu let podporuje renomovaná poradenská společnost KPMG Česká republika. „Pojišťovací makléři oceňují zejména dlouhodobý vzájemný vztah s pojišťovnami a kvalitní servis. Ve výsledcích ankety se projevuje jejich vzájemná stabilní spolupráce, proto došlo jen k malým změnám oproti předchozím letům. I KPMG se zaměřuje na dlouhodobé vztahy s pojišťovnami a makléři a na poskytování kvalitních služeb, proto jsme dlouhodobě partnerem této akce,“ komentoval výsledky Marek Čáp, director KPMG Česká republika.

V rámci 16. ročníku ankety Prezidium Asociace českých pojišťovacích makléřů také již tradičně udělilo čestný titul Osobnost pojistného

trhu za vynikající a mimořádný přínos rozvoji českého pojišťovníctví. Do „síně slávy“ byl jmenován dlouholetý výkonný ředitel České kanceláře pojistitelů JUDr. Ing. Jakub Hradec, který se v pojišťovníctví pohybuje již úctyhodných 35 let.



Podrobné informace o anketě, její historii i kritériích hodnocení jsou k dispozici na webových stránkách ankety www.pojistovnaroku.cz. Anketa přináší odbornou alternativu ke spotřebitelským soutěžím v oboru. Makléři jako profesionálové v pojištění a expertní poradci svých klientů v ní porovnávají nejen parametry nabízených produktů, ale hlavně skutečnou úroveň servisu jednotlivých pojistitelů tak, jak se s ní měli možnost každodenně setkávat v průběhu uplynulého roku.

Záštitu 16. ročníku poskytl guvernér České národní banky Miroslav Singer. Uspořádání ankety Pojišťovna roku 2015 podpořili Generální partner KPMG Česká republika, partneři CRIF/Elixir, Sdružení Czech Top100, a generální mediální partner Opojištění.cz

Česká asociace pojišťoven je zájmovým sdružením 27 komerčních pojišťoven, jejichž podíl na celkovém předepsaném pojistném v ČR představuje 97 %. Asociace zastupuje, hájí a prosazuje zájmy členských pojišťoven ve vztahu k orgánům státní správy, odborné i laické veřejnosti, a prosazuje zájmy českého pojišťovníctví v rámci Evropské unie. ČAP dlouhodobě podporuje rozvoj pojišťovníctví a pojistného trhu v České republice. Cílem Asociace českých pojišťovacích makléřů je podpora profesních zájmů a zvyšování profesionální i společenské prestiže

povolání pojišťovacího makléře. Asociace se podílí na tvorbě zákonů, prosazuje profesní etiku, stará se o vzdělávání makléřů, publicitu a navazuje mezinárodní kontakty. Je členem Evropské federace pojišťovacích zprostředkovatelů (BIPAR), Světové federace pojišťovacích zprostředkovatelů (WFII) a organizace Partneri zprostředkovatelů (POI). V současné době AČPM sdružuje 73 členů, kteří podle kvalifikovaného odhadu realizují téměř 3/4 všech makléřských obchodů v ČR. (tz) ■■■

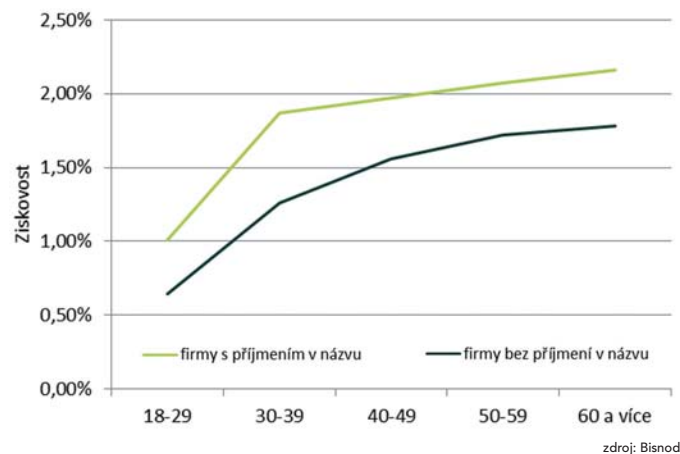
Firmy pojmenované po majiteli jsou ziskovější

Zhruba osm procent mužů a čtyři procenta žen, kteří jsou nadpolovičnými vlastníky společnosti s ručením omezeným nebo akciové společnosti, v názvu firmy použijí své příjmení. Sklon k tomu mají častěji starší majitelé. Firmy pojmenované podle svých vlastníků hospodaří výrazně lépe než ostatní a jsou stabilnější. Takové jsou hlavní závěry analýzy poradenské společnosti Bisnode.

Část majitelů akciových společností nebo společností s ručením omezeným dávají do názvu firmy své příjmení. Sklon k tomu mají spíše starší majitelé a muži. „Vlastníci firem ve věkové kategorii nad 50 let po sobě pojmenovávají firmy dvakrát častěji než majitelé mladší 30 let. Tento jev je přitom častější u mužů, nicméně s rostoucím věkem se tento rozdíl zmenšuje,“ potvrdil analytik Bisnode Milan Petrák. „Zajímavé ale je, že firmám pojmenovaným podle svých vlastníků se daří výrazně lépe než těm ostatním. Ziskovost firem s příjmením v názvu je v průměru o třetinu vyšší, tento rozdíl je nejvýraznější u mladších vlastníků a s rostoucím věkem klesá. Firmy s příjmením v názvu jsou také stabilnější: riziko úpadku, exekuce či platební nespjatnosti je u nich o 19 % nižší než u ostatních firem. Nehraje roli, zda je součástí názvu celé příjmení vlastníka, či jeho část – výsledky u těchto dvou případů jsou obdobné,“ uvedl dále Milan Petrák. „Rozdíl v ziskovosti je patrný i v rámci jednotlivých odvětví. To znamená, že není způsoben tím, že v některých oborech, jako například zdravotnictví či účetnictví, je pojmenovávání firem podle příjmení častější. Nabízejí se dvě možná vysvětlení zjištěného jevu. První možností je, že přítomnost příjmení v názvu vede vlastníky k zodpovědnějšímu řízení firmy. Možné ale také je, že k rozdělení dochází již při založení firem a vlastníci podle sebe častěji pojmenovávají firmy, se kterými mají „vážné úmysly,“ uzavřel Milan Petrák. (tz)

Ziskovost firem podle věku majitele

věk	Podíl majitelů s příjmením v názvu firmy		Celkové absolutní počty většinových majitelů	
	muži	ženy	muži	ženy
18–29	5,1 %	2,1 %	10 023	3562
30–39	7,6 %	2,9 %	32 621	10 349
40–49	9,0 %	3,9 %	49 401	13 396
50–59	10,3 %	5,4 %	38 209	9662
60 a více	11,1 %	5,8 %	27 924	6949
celkem	8,0 %	3,9 %	158 178	43 918



zdroj: Bisnode

Průsečík online světa, umění a businessu



Ján Gajdušek

snažíme předat naši vizi co největšímu počtu lidí a podpořit zájem o výtvarné umění mezi širokou veřejností.

Čím se lišíte od konkurence?

Je pravdou, že ač jsme na trhu necelý rok, nejsme sami, a i v našem malém segmentu online prodeje umění již začíná konkurenční boj. Podle mého názoru je ale takovýto vývoj nejen přirozený, ale také prospěšný pro rychlý rozvoj našeho businessu. Konkurence nás tlačí k větším výkonům, a naopak, což má za následek rychlejší vývoj a oslovení většího množství zákazníků. ArtBanana se od jiných konkurenčních webů liší v jednom významném faktoru. Jsme jediná online galerie v ČR, která již od svého vzniku systematicky spolupracuje s kamennými galeriemi. Těm ve své podstatě doplňujeme e-shopy, které si díky nám nemusí zakládat. Poskytujeme jim v tomto komplexní služby, které jsou vlastně alternativou k jejich vlastnímu offline prodeji. V dohledné době bychom se také chtěli zaměřit na tzv. online aukce výtvarného umění a přinést do tohoto segmentu nový vítr.

Na jakém principu přijímáte díla do svého portfolia?

Výtvarníky a jejich díla si vybíráme většinou tak, že sledujeme současnou uměleckou scénu, chodíme na výstavy, navštěvujeme klauzury na Akakademii výtvarných umění nebo Vysoké škole uměleckoprůmyslové, oslovujeme přímo galeristy, kteří umělce vystavují, anebo nám umělci napíší sami. Nejčastěji je poslední případ, kdy u nás výtvarníci chtějí nabízet svá díla a přímo nám pošlou své portfolio nebo odkaz na stránky. A podle jakých kritérií umělce vybíráme? Díváme se na vzdělání, uskutečněné výstavy autorů a samozřejmě také na kvalitu děl. Pakliže umělec některá z těchto kritérií splňuje, rádi jej zastoupíme. Co se týká vzdělání, tak není podmínkou mít vystudovanou uměleckou vysokou školu, často se mezi umělci najdou i velmi šikovní autodidakti, bývá to však výjimkou.

Když si vyberu, co se mi líbí, mohu se spolehnout, že mi dílo skutečně doručíte a že to bude originál?

Na to se můžete absolutně spolehnout. ArtBanana je galerie, která nabízí díla od prověřených autorů, kteří jsou většinou z mladší a střední generace. Jinými slovy pouze od žijících autorů. Veškerá díla ke koupi, jež jsou na



Změnit zažitou představu lidí o tom, že si originál obrazu může koupit jen málokdo. To je jeden z cílů online prodejní galerie ArtBanana. Program byl spuštěn v červnu 2015 jako start-up Leoše Novotného ml. v roli investora a majitele společnosti Aakon Capital a Jána Gajduška v pozici iniciátora projektu. Vizí ArtBanany je

za pomoci propojení současných umělců a soukromých galerií společně s informacemi o umění a spoluprací s uměleckými školami vytvořit komplexní online prostředí pro současné umění v České republice a posléze ve střední Evropě. Jána Gajduška jsem se zeptala:

Jste kurátor sbírky současné mladé tvorby a spoluzakladatel portálu ArtBanana.cz, který se zabývá online nákupem a prodejem uměleckých děl. Ačkoli není váš tým na trhu dlouho, má již za sebou řadu úspěšných obchodů. Je to náhoda?

Náhoda to určitě není! ArtBanana je firma, která byla od počátku koncipována jako moderní online galerie výtvarného umění. Stojí za ní ambiciózní skupina mladých nadšenců, kteří mají záměr z ní vytvořit mezinárodní portál, který bude internetově sdružovat výtvarníky z mnoha států, a lidem, kteří mají zájem o umění, nabídne komplexní služby s důrazem

na prodej uměleckých předmětů a designu. Přestože jsme na trhu méně než rok, již se nám podařilo prosadit se na místní scéně a mnoho výtvarníků má zájem s námi spolupracovat. V současné době náš e-shop, ve kterém jako jediní v ČR zastupujeme jak samostatné výtvarníky, tak celé kamenné galerie, nabízí více než 800 uměleckých děl od 125 autorů a devíti galerií. Zastupujeme už také slovenské autory a chystáme vstup na další trhy. Snažíme se prezentovat jak v online prostředí, tak také formou výstav a prezentací našich autorů – např. na letošním veletrhu ArtPrague nebo na přehlídkách nově vznikajících firem a nápadů Hub MashUp, TEDx nebo Pecha Kucha, kde se

našem webu, jsou prezentovaná, se nacházejí buď přímo u autorů samotných, nebo v galeriích. Pokud by tedy měl někdo jakékoliv pochybnosti o pravosti uměleckého díla, můžeme je nechat prověřit přímo u autora. Veškerá umělecká díla v naší nabídce jsou 100% originály s jasným původem. K zakoupeným dílům dodáváme zákazníkům také certifikáty pravosti s podpisy autorů. Je ale pravdou, že z amatérských autorů, kteří se nám sami hlásí, musíme kvůli výše popsaným podmínkám až 70 % odmítnout.

Podle čeho dnes lze soudit, že jde skutečně o umění? Existují vůbec nějaká měřítka pro novodobou tvorbu?



Co je to umění, to je jedna z nejsložitějších a nejčastějších otázek, kterou se lidé zabývají už od pradávna! Pokud tuto otázku vztáhnou na zaměření našeho projektu, výběr umělců a uměleckých děl, tak se dostáváme do roviny již poněkud jiné. Zde spíše otázka stojí tak, zdali má nabízené umělecké dílo hodnotu, a navíc hodnotu takovou, která v budoucnu poroste. Na webu ArtBanana najdete téměř výhradně dvojrozměrná umělecká díla, tedy obrazy. V tomto jsme tradičněji zaměřeni, ale časem se naše nabídka rozroste i o design a prostorová díla, např. sochy, umělecké sklo atd. Důležitý je už výběr umělců,

kteří nabízíme. Všichni prošli naší interní „selekcí“, kterou jsem popsal výše. Ta stojí na naší vlastní zkušenosti a znalosti současného umění, kurátorské činnosti a dobrém oku. Mezi našimi výtvarníky jsou však také určité rozdíly, máme i umělecké osobnosti, které se již v mladém věku výrazně prosazují na současné scéně a míří také do zahraničí. Tito autoři vystavují v prestižních galeriích nebo o nich píše umělecká kritika, což pomalu ale jistě ovlivňuje jejich důležitost a postavení na současné umělecké scéně. Všechny tyto faktory navíc také napovídají, že tito aktivní autoři jednou možná dosáhnou na pomyslný umělecký vrchol a stanou se slavnými. S tím je také spojena hodnota jejich děl, která bude postupně pomalu stoupat. Čím víc se autor bude tímto způsobem schop prosadit, tím dražší budou jeho díla. Z autorů, kteří mají ve svém mladém věku zatím našlápnuto tímto způsobem, mohu jmenovat např. Juliuse Reichela, Renatu Machýčkovou, Jana Vytisku, Ludmilu Smejkalovou nebo Martina Salajku.

Firemní klientela je vaším stálým návštěvníkem. Oč mají majitelé firem zájem?

Firemní zákazníci u nás v naprosté většině kupují obrazy pro zkrášlení svých zasedacích prostor. Mají tedy zájem zpravidla o více děl

najednou a řídí se často zvláštním výběrem a osobním vkusem. Někteří však sází na prověřené autory a v tomto případě je jejich koupě také investicí do budoucna.

ArtBanana chystá řadu aktivit, které přinesou značnou přidanou hodnotu k vašim dosavadním službám. Prozradíte, na se můžeme těšit?

ArtBanana v současnosti finišuje nový web, který zákazníkům a umělcům nabídne řadu novinek. Jednou z nejvýraznějších budou pravidelné online aukce, které budou tematicky zaměřené a se kterými se budeme snažit oslovit klientelu zdejších tradičně laděných sběratelů a nabídnout jim výběr nejaktuálnějších nadějných autorů. Další změnou budou videa s umělci. Budeme pravidelně natáčet videorozhovory z návštěv v ateliérech umělců a nabídneme zákazníkům pohled do zázemí výtvarníků, kde vznikají jejich umělecká díla. Chceme tak veřejnosti přiblížit proces vzniku díla, osobnost autora a také úžasné inspirativní prostředí jejich ateliérů. Tím vlastně vdechujeme dílům, která máme vystavena na webu, určitý příběh. Rovněž nabídneme rozhovory se známými osobnostmi ze světa umění a showbusinessu. Budou to rozhovory o sbírání umění a vztahu k umění, kterými se budeme snažit oslovit své zákazníky a přiblížit jim svou vizi.

ptala se Eva Brixí

Máte kolo?

Nejoblíbenějším sportem v ČR je cyklistika. Její popularita stále roste. Z ankety webu SportCentral vyplývá, že jí dává přednost až 31,4 % sportovců. Nechává tak za sebou běh, a dokonce i fotbal. Podíl na tom má nejen osvěta v rámci péče o životní prostředí a urbanizmu, vznik nových cyklostezek a příklon ke zdravému životnímu stylu, ale i inspirace v zahraničních metropolích a současná móda.

Při našich klimatických podmínkách je tento druh sportu provozován převážně od dubna do konce října. Jízda na kole má v ČR velkou tradici, v současné době ale její popularita stále roste. To potvrzuje i server Srovname.cz. Podle interních dat se oproti loňskému roku zvedla poptávka po kolech o 10 %. Nejvíce lidé pátrají po značkách Author, Favorit, Cube, Scott a Merida. Zatímco dříve se na kola nasedalo spíše o víkendech a vyráželo se na výlety do přírody, nyní se kolo stále častěji mění v dopravní prostředek i ve městech. V teplejších měsících tak částečně nahrazuje městskou hromadnou dopravu. Od roku 2010 se zvýšil počet lidí, jezdících



do práce na kole, o více než 50 %. Každý rok přichází na trh 350 000 kol. „Nejprodávanejším typem je stále horské kolo, v posledních letech ale výrazně roste počet prodaných silničních kol,“ potvrdil zvýšení zájmu o silniční cyklistiku Karel Studnička z e-shopu Kola-Radotin.cz.

Kromě snahy o lepší životní prostředí a odlehčení dopravy stojí za stále větší oblíbeností cyklistiky i další faktory. Velký podíl má vznik nových cyklostezek. Praha má v současné době

na 224 km cyklostezek, čímž drží v republice prvenství. A další přibývají. Pokud jde ale o cyklistické trasy, největší síť značených cyklotras v Česku nabízí Jihočeský kraj. Kolo se v neposlední řadě stává součástí image nejen mladých lidí. Repasovaná kola a tzv. skládačky můžeme vidět v ulicích zejména větších měst na denním pořádku. Souvisí to s módou, která k nám proudí ze zahraničí, stejně jako se snahou učinit kolo běžnou součástí našeho života i nás samotných. (tz)

Swiss Life: penzijní fondy vykazují nižší výkonnost

Průměrné zhodnocení účastnických penzijních fondů dosáhlo za první čtyři měsíce letošního roku poklesu o 0,9 %.

Transformované fondy pak za loňský rok vydělaly v průměru 1 % a překonaly inflaci. Výnosy penzijních fondů jsou stále velmi rozkolísané. Ovlivňuje je vývoj na finančních trzích a s ním související obavy z čínské ekonomiky i zpomalení nejvýznamnějších světových ekonomik. Lidé spořicí v důchodovém spoření dosáhli od roku 2013 minimálních výnosů. Ukazuje to analýza výnosnosti penzijních fondů poradenské společnosti Swiss Life Select. S koncem důchodového spoření se lidé musí rozhodnout, kam investují své naspořené prostředky. Zaměřit by se měli na investice ve třetím pilíři.



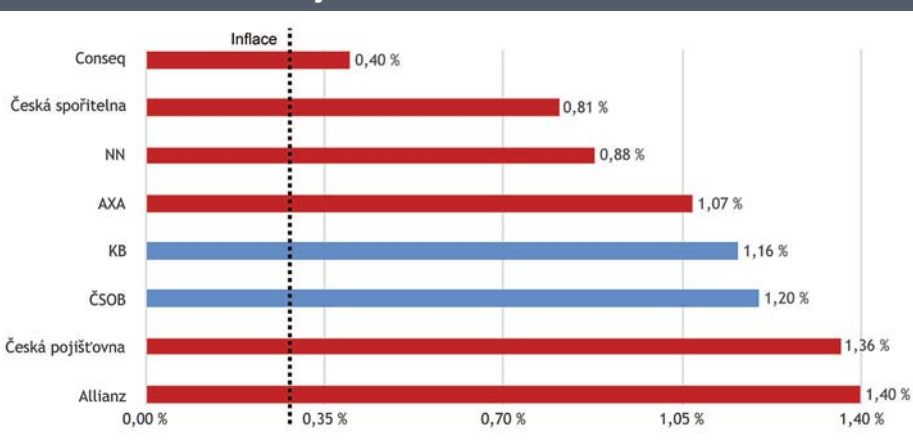
foto Freeimages

První čtyři měsíce letošního roku z pohledu výnosnosti penzijních fondů jsou stále velmi rozkolísané podobně jako konec roku 2015 a potýkají se spíše s poklesem výnosů. Obavy z čínské ekonomiky a zpomalení nejvýznamnějších ekonomik má pokračující vliv na výsledky fondů. Podíl na tom mají také přetrvávající nízké úrokové sazby. Průměrné zhodnocení účastnických fondů dosáhlo v prvním čtvrtletí -0,9 %. Například dynamický účastnický fond PS ČSOB, který dosáhl za loňský rok nejvyššího zhodnocení (7,66 %), má od začátku roku výnos nižší o více než čtyři procentní body. Naopak růstový účastnický fond PS NN se pomalu dostává ze záporných čísel a připsal si za

poslední čtyři měsíce 2,44 %. Nejlépe se prozatím daří dynamickému účastnickému fondu České pojišťovny, který zhodnotil finance účastníků o 1,6 %. V loňském roce se průměrné zhodnocení všech účastnických fondů nabízených penzijními společnostmi v České republice udrželo nad hranicí inflace na 0,77 %. „Jak se bude dále vyvíjet zhodnocení účastnických fondů, není snadné říci. Vypjatá situace na finančních trzích plynule navázala na předchozí rok. Určitý pohyb na trzích během letošního roku mohou způsobit například výsledky prezidentských voleb ve Spojených Státech,“ řekla Anežka Kneeeová, analytička poradenské společnosti Swiss Life Select.

Jedničkou ve zhodnocení finančních prostředků je mezi účastnickými fondy od svého založení Globální akciový účastnický fond penzijní společnosti Conseq s vysokým výnosem 34,6 %. Mezi prvními pěti se drží také dluhopisový fond této společnosti. Okolo desetiprocentního zhodnocení se pohybují také dynamické fondy společností ČSOB, Komerční banky a Allianz. Známé jsou již i některé výsledky transformovaných fondů v loňském roce. Jejich průměrné zhodnocení za rok 2015 převýšilo 1 %. Za první čtvrtletí tohoto roku cenově ztrácely také české dluhopisy, do kterých jsou finanční prostředky z transformovaných fondů zainvestovány především. Klesající výnosy z českých státních dluhopisů zaznamenaly penzijní společnosti už v loňském roce. V porovnání s rokem 2014 poklesl výnos všech transformovaných fondů zhruba o 0,3 procentního bodu. „Nejvyšší výnosy dosahující podle našeho odhadu kolem 1,4 % můžeme považovat za nadprůměrné s ohledem na současné přetrvávající období nízkých úrokových sazeb. V roce 2016 čekáme díky poklesu cen dluhopisů spíše další pokles zhodnocení transformovaných fondů,“ vysvětlila Anežka Kneeeová, analytička poradenské společnosti Swiss Life Select. Penzijní společnost ČSOB je jednou z prvních společností, které již zveřejnily výsledné zhodnocení svého transformovaného fondu. Se svými výsledky se připojila také Komerční banka. U všech ostatních společností jsou prozatím známé pouze odhady. Ty by se ale od skuteč-

Zhodnocení transformovaných fondů leden–duben 2016

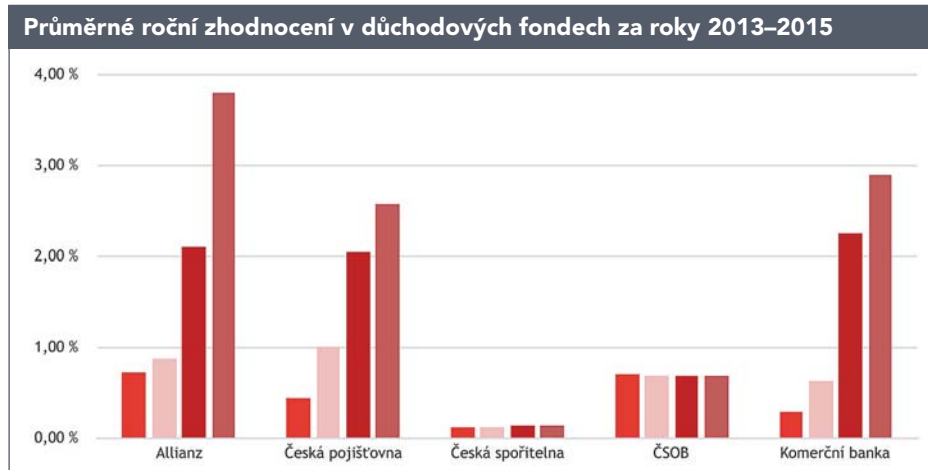


zdroj: informace penzijních společností spravujících účastnické fondy

nosti už neměly moc lišit. Spoření v druhém pilíři, takzvaném důchodovém spoření, kvůli rozhodnutí vlády letos končí. Klienti tak musí do září penzijním společností sdělit, jakou formu výplaty si zvolili. Čeká je tedy rozhodování, kam investovat naspořené prostředky. Klienty ale bude také zajímat, jak velkou částku si v důchodových fondech naspořili a jaké zhodnocení jim portfolio manažeři penzijních společností zajistili.

„Od samého vzniku druhého pilíře byl jeho osud vratký a nikdo nevěděl, zda se vůbec uchytl. Některé penzijní společnosti se obávaly brzkého zrušení, a proto volily spíše konzervativnější formy investování a nepouštěly se do větších rizik. Proto nepřekvapí, že za tři roky jejich fungování se samotné výnosy pohybují jen kolem nuly až dvou procent ročně,“ sdělila Anežka Kneeeová.

Nejvíce získali klienti, kteří zvolili Dynamický fond penzijní společnosti Allianz. Pokud vstoupili do fondu hned v roce 2013, zhodnotily se jejich prostředky ve výši 3,8 %. Naopak u lidí, kteří vstoupili do fondů později a investovali krátce, se může objevit výnos záporný. Tuto skutečnost přiznává například penzijní společnost Komerční banky, jejíž fondy patří paradoxně k těm nejvýnosnějším. Zády k riziku se



postavila zejména Česká spořitelna a podobně postupovala i ČSOB. Finance neinvestovaly do akcií, ale do produktů peněžního trhu s minimálním rizikem i výnosem. Klienti sice mají nižší výnos, žádný z nich jej ale nemá záporný. Hodnoty některých výnosů se během letošního roku ještě mohou hýbat, ale celkový dopad je odhadovaný v setinách procenta. Penzijní společnosti už všechny peníze stáhly a nechávají je na účtech v bankách. Nechtějí totiž riskovat, že

by se do záporu dostali ještě další klienti. Mnohem důležitější bude rozhodnutí samotného klienta, kam vyplacené peníze nasměruje. „Jednou z logických možností, která se nabízí, je převod do třetího pilíře. Pokud si nechá člověk vyplatit finanční prostředky tzv. na ruku, měl by je směřovat do produktu s dlouhodobým horizontem, aby zachoval původní charakter těchto peněz, a to spoření na penzi,“ poradila Anežka Kneeeová. (tz)

Kde mají ten nejlepší burger?

Burgery již dávno nejsou synonymem nezdravého fastfoodu, poslední roky zažívá tento pokrm v naší republice obrození. Restaurace a také specializované burgrárny se předhánějí v tom, kdo nabídne chutnější, šťavnatější či originálnější burger. Ale jak si ve velké nabídce nejlépe vybrat? Zákazníci největší dovážkové gastro služby u nás DameJidlo.cz, která rozváží jídlo z více než 2000 českých a moravských restaurací, hodnotí nejlepší burgrárny v Praze a v Brně.

Dříve většina lidí vnímala hamburger především jako nezdravý karbanátek v housce, který měl s dobrým jídlem pramálo společného. Nyní ale představuje i součást vysoké gastronomie a každá druhá restaurace jej má na svém menu. Dát si ale „dobrý burger“ není jen tak, ona totiž není úplná hračka ho udělat, aby opravdu chutnal a uspokojil i opravdového gurmána.

„Současný trend burgerů se odrazil i v chutích našich zákazníků, takže již dlouhou dobu jsou jedním z našich nejvíce objednávaných jídel,“ řekl Filip Drnek z DameJidlo.cz. Jen za minulý rok rozvezli kurýři DameJidlo.cz přes dva miliony objednávek a mnoho z nich byly právě burgery. A které restaurace by milovníkům chutných burgerů neměly uniknout? Nejpopulárnějším podnikem na poctivé domácí burgery v hlavním městě je dle hodnocení na DameJidlo.cz GangsterBurger, který patří mezi

nejlepší dovážkové burger restaurace v Praze. Vyzkoušet zde můžete například půlkilový Boss s dvojitým hovězím masem z plemene Aberdeen Angus, který představuje opravdu poctivý kus masa a vydatnou porci.

„Podle našich žebříčků se na předních místech oblíbenosti objevuje i Burger De Soto v Praze Nuslích. Pochutnat si zde můžete nejen na klasických hovězích burgerech, ale i na vegetariánské verzi či na lehkém fishburgeru. Pravý americký burger si pak můžete objednat v T.G.I. Friday's, kde si dejte například vyhlášenou specialitu Jack Daniel's Burger s vynikající omáčkou, který je mezi našimi zákazníky velmi populární,“ upřesnil Filip Drnek a dodal: „Za zmínku z naší nabídky jistě stojí také karlínský Peter's Burger Pub, ten nabízí opravdu famózní hamburgery, které jsou inspirovány chutěmi mnoha světových kuchyní.“ Velmi vysokou známkou hodnotí zákazníci DameJidlo.cz také bistro Sweet & Pepper Days, kde si můžete objednat například i výborný snídaňový burger se sázeným vejcem, domácí majonézou a máslovou brioškou. Také v Brně se burgrárny rozjízďejí čím dál tím více. Mezi klienty DameJidlo.cz patří k nejpopulárnějším místům, ze kterých si můžete nechat přivést šťavnatý hamburger, restaurace Predator Gourmet Burgers. Ta patří dlouhodobě k nejlépe hodnoceným podnikům Brna. Láká na

kvalitní hovězí maso, čerstvé domácí housky a velkou variaci příchutí od pálivých burgerů až po ty inspirované řeckou kuchyní. Skvěle si také vede Don Antonio Pizza & Burger, kde si také můžete dát domácí burger s ovčím sýrem nebo s marinovaným kuřecím masem. Máte-li chuť na něco opravdu pikantního, tak se můžete orientovat podle chuti zákazníků DameJidlo.cz, kteří si rádi objednávají v Burger Bistro V.I.P. specialitu podniku extra pálivý Luciferus Burger s habanero papričkami.

(tz)





Myslet originálně, spolupracovat, usmát se

Kam vstoupím, všude se mluví o pochmurných věcech. Každý si na něco stěžuje, hovoří o nemocech, nezodpovědných řemeslnících, potravinách, které zhoršují naši kondici, protivných lékařích, špatném počasí, nedobrému účinku léků, neúměrných požadavcích akcionářů firem.

Nevím, jestli je to problém Čechů a důsledek

toho, že populace stárne, anebo na nás doléhá informační exploze, které se bráním řečmi o ničem čili stěžováním si na okolí. Abych pravdu řekla, už mne to unavuje, štvě, nezajímá. Byla bych ráda, kdyby se lidičky v tramvaji smáli, na schůzkách z nich vyzářovala dobrá nálada, na pracovních poradách sršeli nápady. Aby se kolegyně radovaly z toho, co si koupily pěkného na sebe, pánové měli prima pocit z toho, co doma opravili nebo že jejich potomci dostali samé jedničky ve škole. Ale místo toho nic, chmury, únava, nezáměr. Evokuje to ve mně ne příliš optimistický závěr, který se opírá o slova, jež pronesl v jednom televizním pořadu prof. Milan Zelený přibližně v tomto duchu: pokud Evropa nepochopí, jaká je dnes její úloha v ekonomice, hrozí to katastrofou. Nechtěl domýšlet, ale naznačil to zcela jasně. Máme však stále ještě šanci – poznávat nové, popustit uzdu fantazii, dívat se jinak, myslet originálně, lokálně a ctít tendence vedoucí ke spolupráci za jakýchkoli okolností. Jak jsem si odvodila, z toho by mělo plynout i to nadšení, které dodává sílu, energii. Byla by škoda promarnit historický okamžik, na němž závisí štěstí dalších generací.

Eva Brixi, šéfredaktorka

čtěte s námi

Jde to i bez práce na plný úvazek?

V životě každého může nastat období, kdy z nejrůznějších důvodů nemůže či nechce pracovat na plný úvazek. Nejde jen o negativní příčiny jako nemoc, ale i ty pozitivní ve smyslu rodičovství či touze po dalším vzdělání. Existují ale vůbec reálně jiné varianty? Ačkoliv je v ČR práce na částečný úvazek proti dalším evropským zemím stále spíše „v plenkách“, i u nás už se tento trend rozšiřuje. Převažuje u žen, kde se pohybuje těsně pod hranicí 6 %. Mužů pracujících na částečný úvazek je 1,3 %. V evropském průměru, který se pohybuje okolo 30 %, jsou tato čísla sice nízká, možnosti tu však jsou. „Na neuvo.cz je aktuálně okolo 35 000 inzerátů nabízejících práci na částečný úvazek. Pokud se podíváme na konkrétní pracovní pozice, máme v nabídce zhruba 800 takových pozic pro lékaře, stejné číslo pro učitele a vychovatele. U méně kvalifikovaných pozic jsou šance ještě vyšší. Prodávačky na částečný úvazek hledá okolo 1800 inzerátů, dělníky pak 1500,“ popsala situaci na trhu Barbora Pangráčová z vyhledávače pracovních pozic neuvo.cz. Kdo si myslí, že alternativní možnosti úvazků jsou dostupné pouze v Praze, je na omylu. Nejvíce nabídek na částečný úvazek se nachází v Moravskoslezském kraji, Praha i Středočeský kraj se pohybují v průměrných číslech v porovnání s ostatními. Nejméně nabídek je na Karlovarsku a v kraji Ústeckém. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, květen 2016

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

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

Šéfredaktor www.freshtime.cz: 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, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Podnikatele z generace mileniálů zajímá více smysl než zisk

HSBC Bank zveřejnila výsledky nejnovějšího průzkumu, který se zaměřuje na novou generaci podnikatelů pod 35 let zvanou mileniálové. Výsledky naznačují, že mileniální podnikatele zajímá více smysl jejich podnikání než finanční zisky. Jsou poháněni touhou zlepšovat své komunity a ekonomiky a budovat větší a významnější podniky než předchozí generace. To může být důležitým signálem pro Českou republiku, která patří mezi země Evropské unie, kde je podnikání nejvíce rozšířeno a počet pracujících mileniálů dle Českého statistického úřadu roste ke 200 000.

Generace mileniálů je úspěšnější než generace předchozí

Dle výsledků studie mileniálové globálně spravují podniky s obratem o 141 % vyšším než starší businessmani. Téměř polovinu (47 %) z nich zastupují ženy, čímž se znatelně liší od skupiny nad 55 let, ve které působí pouze 27 % podnikatelek. V průměru přední mileniální podnikatelé zaměstnávají více než dvojnásobný počet osob než jejich konkurence ze skupiny nad 35 let (123 vs. 58). Mladí podnikatelé dále v průměru vlastní aktivní podíly v pěti podnicích, jejich starší protějšky pak pouze ve třech podnicích.

Výsledky průzkumu HSBC Bank dále dokládají, že hnacím motorem mileniálů je touha pozitivně ovlivňovat své okolí na makro i mikro úrovni. Na 69 % z nich tvrdí, že za rozhodnutím o vstupu do podnikání stála možnost působit na ekonomiku, přičemž záměrem 59 % bylo pozitivně působit na svou komunitu.

Podnikatelská sféra České republiky prochází zásadními změnami

Za posledních dvacet let došlo v České republice v oblasti podnikání ke dvěma zásadním změnám. Na jednu stranu počet podnikatelů ve skupině od 15 do 39 let stabilně roste, s 80 000 podnikateli ve věku do 29 let a téměř 150 000 v kategorii od 35 do 39 let. (ČSÚ, 2015). Druhou podstatnou změnou je celková demografická proměna businessu v České republice ve srovnání s Evropskou unií. Zatímco se v období 2010 až 2014 snížil počet sebezaměstnaných v EU (ve věku 15–64 let) o téměř půl milionu, v naší republice se jejich počet zvýšil. V současné době 17 % osob z celkového počtu zaměstnaných jsou podnikatelé, přičemž počet mileniálů se v této skupině blíží ke 200 000. Tímto podílem se Česká republika řadí mezi vedoucí země Evropy (ČSÚ, 2016).

„Generace mileniálních podnikatelů znamená revoluci v charakteru podnikání jako takovém. Začínají podnikat dříve než předchozí generace a bývají zainteresovaní ve větším množství podniků. Tito mladí businessmani budují větší firmy a vytvářejí více pracovních míst. Jsou motivováni stejnou měrou k vytváření pozitivních dopadů na svět kolem nás jako k zvyšování svých zisků a mají pozitivní vliv na své nejbližší okolí. Sledujeme také, jak se mění charakter různorodosti v businessu; vůbec poprvé jsme svědky blížící se rovnosti pohlaví, která přichází s další generací mladých podnikatelů,“ uvedl Michael Hordley, generální ředitel HSBC Bank plc s pobočkou v Praze.

Filantropie a kulturní dědictví

Touha mileniálů pozitivně působit na své okolí je mimo jiné demonstrována i jejich podporou různorodých stěžejních aktivit ve světě kolem. Výzkum HSBC Bank ukázal, že velká většina (79 %) mileniálních podnikatelů se aktivně zapojuje do filantropických činností, což nemá obdoby u jiných skupin. Zajímavostí také je, že dvě třetiny (67 %) mladých podnikatelů pochází z podnikatelských rodin, což ukazuje, jak důležitou roli takové zázemí může hrát v kariéřním rozvoji mladých lidí. (tz)

Rekordní účet za soukromé surfování v pracovní době: 37 560 korun ročně

Míra zneužívání pracovního času v českých firmách za minulý rok celkově vzrostla v meziročním srovnání o rekordních šest minut na 58 minut denně. Za dvanáctiprocentním nárůstem promrhaného času stojí postupující rozvolňování tradičního rytmu pracovního dne, a zejména chytré mobilní telefony jako dynamičtější médium pro oblíbené mimopracovní aktivity na internetu.

„Z chytrých telefonů se v závěru roku 2015 uskutečnilo více než 55 % mimopracovních přístupů k internetu. Pro Čechy je během pracovní doby pohodlnější komunikovat s přáteli, bavít se na sociálních sítích či jen tak lelkovat po síti z mobilních telefonů či tabletů. Chytré mobily a tablety ve firmách na rozdíl od stolních počítačů a notebooků dosud nepodléhají takové míře kontroly monitorovacích programů, takže se na nich zaměstnanci cítí bezpečněji. Pro firmy však představují hrozbu jak z pohledu promrhaného času, tak z pohledu bezpečnosti informací, které

Žebříček zneužívání pracovního času (denní průměr na zaměstnance v r. 2015)

1. sociální sítě	15 min
2. zpravodajské portály a multimédia	12 min
3. online komunikátory (ICQ, Skype)	10 min
4. e-mail pro soukromé účely	9 min
5. online nakupování	8 min
6. hraní her	4 min

Zdroj: AuditPro

se na těchto zařízeních nacházejí,“ potvrdil Martin Hnízdil, AuditPro manažer ze společnosti truconneXion, která pomáhá firmám optimalizovat využívání informačních technologií a zjiš-



- ✓ Částka za čas, který zaměstnanec věnoval na internetu svým soukromým záležitostem, v roce 2015 raketově vzrostla téměř o 5000 korun. Z účtu průměrné firmy v Česku tak loni zmizela suma, která je o 44 % vyšší, než byl průměrný měsíční plat.
- ✓ Do výsledku se promítla vyšší míra zneužívání pracovního času na mobilních technologiích a rostoucí průměrná mzda.
- ✓ Pracovní den se prodlužuje: po večerech se z domova pracuje už v šesti z deseti firem.

tovat, jak je využívají zaměstnanci. Právě v podnikatelském sektoru platí, že čas jsou peníze. Převáděno do průměrné hrubé měsíční mzdy jednoho zaměstnance v roce 2015 zaměstnavatel za vyřizování jeho soukromých záležitostí z firemního počítače nebo mobilu denně tratil 149,63 Kč, což je téměř o 20 Kč více než před rokem: „Za měsíc poflakování to v průměru představuje 3130 Kč a za celý loňský rok 37 560 Kč, tedy o 4800 Kč více než v roce 2014. Tyto částky vynaložily firmy na mzdových prostředcích, aniž by byly podloženy reálnou prací. Ročně je tato částka tedy o více než 11 600 Kč vyšší, než byl v loňském roce průměrný měsíční plat v České republice,“ shrnul závěry analýzy Martin Hnízdil. Obdobná situace platí jak v podnikatelském, tak nepodnikatelském sekto-

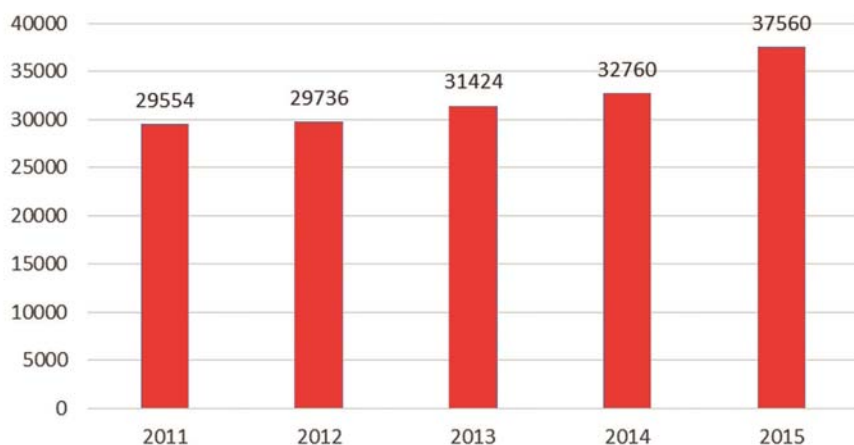
ru. Chytré telefony na pracovišti jsou proto stále více v hledáčku zaměstnavatelů, kteří mají zájem o software, který umí zajis-

tit bezpečnost dat a vyhodnocovat i mimopracovní aktivity na mobilních zařízeních. „Počet firem, které již využívají nástroje pro monitoring mobilních telefonů a tabletů, činil na konci roku 35 %, dalších 20 % jeho zavedení připravuje,“ dodal k analýze Martin Hnízdil. Společnost truconneXion, jež vyvíjí a prodává software AuditPro pro správu a monitoring firemní výpočetní techniky, zveřejňuje míru zneužívání pracovního času pravidelně již sedmý rok po sobě na základě analýzy dvou set společností působících v ČR. Měření se zaměřuje na administrativní profese, tedy tam, kde je výpočetní technika každodenním pracovním nástrojem.

Devět z deseti zaměstnanců nemá takovou sebezároveň, aby dokázalo pracovat zcela bez dohledu. Vědomí, že jejich pracovní čas je pod kontrolou a že si na počítačích či mobilních zařízeních v práci nemohou dělat, do čtější, má pozitivní dopad na jejich výkon.

Přímým důsledkem tlaku firem na efektivitu je prodlužující se pracovní doba. „Stává se obecným pravidlem, že zaměstnanci v pozdním odpolední či po večerech dohánějí své pracovní resty. Kvůli tlaku na výkon a rostoucí mobilitě pracovních prostředků a technologií si také stále větší množství pracovníků nosí práci domů a netýká se to už jen špičkových manažerů,“ vysvětlil Martin Hnízdil. Podle analýzy truconneXion nadále konstantně roste množství firem, kde se pracuje po večerech z domova, v průběhu roku 2015 to bylo o 3 % více na současných 59 %. (tz)

Průměrná ztráta na zaměstnance (Kč)



České firmy sázejí při svém podnikání **na outsourcing**

České firmy sázejí při svém podnikání velmi často na outsourcing. Podle odborníků tím drží krok se zahraničím. Outsourcují zejména služby, které nepatří k jejich hlavnímu businessu. Jde například o oblast Public relations, internetový marketing či pronájem automobilové flotily a s tím spojené služby. K outsourcingu se přiklánějí zejména firmy, které se snaží zefektivnit svou organizační strukturu a ponechat si dostatek vnitřních zdrojů k podpoře klíčových činností.

Podle analytika společnosti Cyrrus Jiřího Šimary se pro outsourcing hodí hlavně nejadrové aktivity firmy, jako je například účetnictví či compliance, kde není žádný potenciál k podpoření růstu firmy. „Talentovaní lidé dané společnosti se tak mohou plně soustředit na strategické záležitosti vedoucí k posílení firemního postavení na trhu,“ uvedl Jiří Šimara. Například významný dodavatel technologických řešení společnost Frigomont využívá outsourcing v oblasti IT, internetového marketingu, Public relations, ale i u některých realizací, které nejsou hlavním businessem společnosti. Firma si na něm pochvaluje jak pohled finanč-

ní, tak i ten časový a psychologický. „Nejde jen o to, kolik konkrétně v dané chvíli ušetříme peněz v relativním měřítku. Jde o to, že v mnoha oblastech díky outsourcingu přesouváme zodpovědnost na někoho jiného a ten si ručí za výsledky. Kontrola takového procesu v případě in-house řešení by stála mnoho manažerského času a psychické energie, které jste mohli mezitím využít na něco, v čem jste skutečně dobří a co vám dává ekonomický smysl,“ myslí si o outsourcingu generální ředitel společnosti Frigomont Jiří Jemelka. Sám je zastáncem spíše štíhlého podniku, kde se využívají silné stránky každého zaměstnance a ty slabé se kompenzují řešením z venku. „Odpadá tak v prvé řadě spousta starostí. A za výsledky ručí dodavatel, nemusíme se nervovat s vlastním zaměstnancem,“ dodal Jiří Jemelka.

Jedním z klasických případů outsourcingu jsou služby týkající se vozového parku firem. Jde o široké spektrum služeb od údržby vozidel přes pojištění a výměny pneumatik až po řešení nehod. Nákup služeb roste s velikostí firmy. „Největší rozdíl je ve využití palivových karet, které outsourcuje pouze 24 procent firem do 10 zaměstnanců, avšak celých 83 % společností nad 1000 pracovníků. Kolem 90 % těchto firem zajišťuje externě ostatní služby, a zde se skrývá obrovský potenciál pro

využití operativního leasingu. Právě velké firmy u tohoto druhu financování autoparků oceňují lepší kontrolu, snížení administrativy a plánování rozpočtu díky fixní měsíční splátce,“ myslí si Jiří Solucev, obchodní ředitel společnosti Arval, která je jedním z největších poskytovatelů operativního leasingu v České republice.

Podle něj ani nezáleží na velikosti firmy, které se outsourcing týká. Ten totiž přináší nejen finanční úspory, ale též úlevu v podobě snížení časové a administrativní náročnosti při vlastní správě vozového parku. Služba se podle odborníků vyplatí každému a vždy záleží na úhlu pohledu.

Úspory vznikají už při nákupu vozidel a pokračují přes servis, likvidaci pojistných událostí, zajištění mobility řidiče až po prodej vozidla, a to díky specializaci leasingové společnosti, která dokáže ve všech těchto oblastech dosáhnout na výhodnější cenové podmínky. „Naši klienti preferují komplexní službu s pokrytím všech rizik. Jde tedy o full servis leasing zahrnující všechny úkony spojené s provozem a užíváním vozu. Čím dál častěji se setkáváme s poptávkou po kvalitním reportingu a analýze nákladů, což jsme schopni zajistit s pomocí svých online nástrojů,“ dodal Jiří Solucev. (tz)

INZERCE



Kovodružstvo, v.d. Strážov jde cestou specializované výroby s větší přidanou hodnotou.

Vsadili jsme na vývoj vlastních výrobků v oblasti průmyslové vzduchotechniky.

Nic nenahradí vlastní know-how.

www.kovostrazov.cz

