

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Penny Market ještě více podpoří tuzemské dodavatele potravin

Na nedávné tiskové konferenci v Praze společnost Penny Market oznámila, že bude i nadále podporovat nabídku od českých dodavatelů, a zvyšovat tak zastoupení českých domácích potravin v sortimentu svých prodejen v České republice. Oznámení v podobě dokumentu „Prohlášení společnosti Penny Market s.r.o. o podpoře českých dodavatelů potravin“ s podporou Ministerstva zemědělství ČR v čele s Marianem Jurečkou svým podpisem stvrdili zástupci společnosti.



Ze slavnostního podpisu významného dokumentu v Praze (zleva): Marek Doležal, ředitel nákupu Penny Market s.r.o., Marian Jurečka, ministr zemědělství, Martin Peffek, jednatel Penny Market s.r.o., Espen B. Larsen, generální ředitel Penny Market s.r.o.

Zároveň společnost Penny Market deklarovala dobrovolné označování potravin logem Česká potravina ve všech svých 361 prodejnách, a to v předstihu účinnosti novely zákona o potravinách a tabákových výrobcích. Připomeňme, že společnost Penny Market s.r.o. je dceřinou společností mezinárodního obchodního řetězce REWE, který je jedním z největších světových obchodních řetězců. Na českém trhu působí od roku 1997. Zaměstnává více než 5500 pracovníků. Jednatel Penny Market s.r.o. Martina Peffka jsem se při této příležitosti zeptala:

Čas ukázal, že spolupráce velkého obchodního řetězce s českými dodavateli potravin se stala praxí a několikaleté úsilí se začíná uročit nejen prostřednictvím letákových akcí pro konečného spotřebitele. V čem je tento model zajímavější nejen pro Penny Market, ale i tuzemského výrobce a zákazníka, než převaha zahraničního sortimentu?

Společnost Penny Market se historicky dlouhodobě zaměřovala na prodej českých potravinářských výrobků a jako první začala v průběhu zá-

ří letošního roku s dobrovolným označováním potravin logem Česká potravina. Navíc, země původu potravin je podle našeho nejnovějšího průzkumu důležitým faktorem při jejich nákupu. Více než 58 % české populace vybírá potraviny na základě země jejich původu a téměř 46 % z dotázaných uvádí, že při nákupu potravin vyhledává české produkty. Nejde tedy o žádný uměle vytvořený model, ale o zvyšující se poptávku ze strany zákazníků po českých potravinových výrobcích, jež se setkává s naší dlouhodobou strategií.

Koncem října jste oznámili, že to myslíte opravdu vážně a Penny Market s.r.o. podepsal společně s ministrem zemědělství Marianem Jurečkou „Prohlášení společnosti Penny Market o podpoře českých dodavatelů potravin“. Co takový dokument ale znamená? Například to, že budete jednat s dalšími a dalšími subjekty, ať už to jsou výrobci uzenin, marmelád, cukrovinek, producenti vajec, či zeleniny?

Ano, přesně tak. Nejenže bude společnost Penny Market nadále podporovat výrobky od českých dodavatelů, a zvyšovat tak zastoupení českých potravin v sortimentu svých prodejen v České republice, ale budeme jednat i s novými českými dodavateli.

Kdo má šanci uspět?

Naším cílem je obchodovat férově. To znamená tak, aby vzájemný obchod byl užitečný pro obě strany. V obchodních podmínkách zohledňujeme typ a charakter dodávaného zboží a zboží musí splňovat přísná kritéria. Naší snahou je nabídnout kupujícím co nejvíce kvalitních českých výrobků.

pokračování na straně 3

Firmy jsou optimistické, kritizují však podnikatelské prostředí

Firmy v České republice zůstávají letos optimistické, v následujících šesti měsících téměř třetina z nich očekává nárůst zakázek, 60 % dalších předpokládá stejný objem zakázek. Dobrou kondici průmyslu potvrzuje fakt, že velká část tuzemských firem chce pokračovat v investicích, a v řadě případů i do nových investic nad rámec obnovy. Firmy předpokládají nárůst mezd v průměru o 2,7 %. Letos plánují nábor relativně malého počtu pracovníků, a to o 0,6 % vzhledem k vysoké zaměstnanosti a nedostatku lidí.

Takové jsou závěry podzimního průzkumu Svazu průmyslu a dopravy ČR a České národní banky mezi tuzemskými firmami. „Dobrou zprávou je, že firmy mají chuť investovat a že nemalá část očekává zvýšení zakázek. Díky lepší kondici zvedají i mzdy,“ uvedl viceprezident SP ČR Radek Špicar. Šetření mezi nefinančními podniky sleduje řadu dalších ukazatelů jako cenová očekávání, dostupnost úvěrů, využití eur v tuzemských transakcích či situaci ohledně zajištění proti kurzovému riziku: Podíl zajištění dále klesl a je blízko historickému minimu. Ve 3. čtvrtletí 2016 firmy měly proti kurzovému riziku zajištěných necelých 30 % (29,8 %) exportu. Například ve 4. čtvrtletí loňského roku to bylo 45,5 %. „Míra kurzového zajištění exportu se blíží historickému minimu. Předpokládám, že exportéři se začnou zajišťovat ve větší míře před koncem kurzového závazku, tedy v první polovině příštího roku,“ uvedl Radek Špicar. Podstatná je predikovatelnost kurzového vývoje, aby podniky neutrpěly kurzovou ztrátu nebo jim výrazně nerostly náklady na kurzové zajištění.

Podle průzkumu vysoká otevřenost české ekonomiky a její zapojení do globálních řetězců vede k rozšiřování transakcí v eurech. Eurové transakce jsou používány mezi odběrateli i dodavateli – rezidenty. Ve třetím čtvrtletí platby dodavatelům rezidentům v eurech činily podobně jako v minulých čtvrtletích zhruba 19 % celkových plateb dodavatelům a inkasa v eurech od odběratelů rezidentů zhruba 17 %.

Šetření zjišťovalo kvalitu podnikatelského prostředí, která se podle zaměstnavatelů za poslední rok nezlepšila. Nadále převažují u většiny ukazatelů negativa, která jsou ovlivněna nastavením podmínek ze strany státu. Firmy dokonce poukazují v řadě aspektů na zhoršení, což se týká například byrokracie (32 %). Na zhoršení poukazují také v případě dopravní infrastruktury (15 %). „Obrázek podnikatelského prostředí je z pohledu podnikatelů v ČR převážně negativní. Upozorňuji na přetrvávající byrokracii, kvalitu legislativy, špatnou dopravní infrastrukturu,“ uvedl Radek Špicar. K tomu je silným omezujícím faktorem nedostatek kvalifikované pracovní síly. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU

Charakteristika: jsme efektivní tým, korektnost a profesionalita jsou základem 3

3D jako nástroj k cestě snů přední české strojírenské firmy 5

GASCONTROL se zaměřuje na využití CNG, a nově i biometanu 9

Zamysleme se: životní pojištění jako pobídka k jistotě jednotlivce i firmy 11

Česká republika v prodeji a nákupu firem předstihla i Polsko a Turecko 16

Akreditace – služba pro společnost slaví 25 let



Český institut pro akreditaci, o. p. s., který je Evropskou komisí notifikován jako jediný národní akreditační orgán České republiky, v letošním roce průběžně upozorňuje, že je tomu již 25 let, co je nedílnou součástí infrastruktury kvality také akreditační systém.

Accredo – dávám důvěru, to je motto Českého institutu pro akreditaci, o. p. s., známého také pod zkratkou ČIA, které stručně a výstižně popisuje jeho činnost. Jen málokdo i po těch 25 letech tuší, co si pod pojmem „akreditace“ představí, a ještě méně je těch, kteří vědí, jak velký význam má pro firmy, veřejné instituce i běžné občany. Akreditace totiž poskytuje důvěru v to, že akreditované subjekty nabízející služby, jako je například zkoušení vody, vyšetření krve, kalibrace měřidel, certifikace výrobků, inspekce výtahů, jsou k tomu odborně způsobilé, a také nestranné za účelem jejich kontroly, zda splňují požadavky

vnitrostátních a mezinárodních norem. Při výběru společnosti, ke které je možné si dát něco vyzkoušet, certifikovat apod., proto úspěšně poslouží denně aktualizovaný seznam akreditovaných subjektů na webových stránkách ČIA. V jednotlivých zveřejněných přílohách si pak lze jednoduše ověřit rozsah akreditovaných činností subjektu.

Využívání akreditovaných subjektů posuzování shody je především ve veřejném zájmu. Přesný a správný výsledek totiž často rozhoduje o nesmírně důležitých věcech – o velkých majetkových hodnotách, ale i o zdraví, životě nebo

svobodě člověka. Přestože jsou přínosy akreditace tak zřejmé a že roste počet subjektů, které ji využívají, stále existuje velký prostor pro rozšíření jejího využití.

Nejen akreditované subjekty, ale i ČIA musí splňovat veškeré přísné mezinárodní požadavky na akreditační orgány, a také je dlouhodobě splňuje. Prochází pravidelnou evaluací ze strany Evropské akreditace, což umožnilo podepsat vícestranné dohody o vzájemném uznávání výsledků na mezinárodní úrovni (EA MLA, IAF MLA, ILAC MRA). Na základě těchto dohod jsou udělené akreditace – a tím i výsledky jím akreditovaných subjektů – uznávány v celé Evropské unii a v desítkách dalších zemí celého světa. To má velký význam pro české exportéry, protože nemusí provádět zkoušení či certifikaci svých výrobků v každé zemi zvlášť, pokud si ji zajistí u českého akreditovaného orgánu. Velká Británie a Německo vyčísly ve studiích ekonomický přínos akreditace v řádu stovek milionů eur, resp. liber ročně. Lze oprávněně očekávat, že obdobně by výsledky takové studie dopadly i v naší zemi.

Pro další informace o akreditaci doporučujeme navštívit www.cai.cz. (it) ■■■

Charakteristika: jsme efektivní tým, korektnost a profesionalita jsou základem

Cest, jak oslovit klienta a přesvědčit ho, aby zůstal věrný, existuje nespočet. Na druhé straně jen pár takových, jež jsou spolehlivé, založené na skutečné důvěře, a nabízí vzájemné výhody všem účastníkům. Jejich modely jsou prověřené praxí, prostě fungují. Na principu vysoké profesionality pracuje také tým spořitelního družstva Artesa. Jeho obchodního ředitele Ing. Pavla Ráliš se zeptala:



Ing. Pavel Ráliš, obchodní ředitel spořitelního družstva Artesa

Nedávno Artesa oznámila výsledky hospodaření za letošní první pololetí. Jsou vynikající. Co k nim přispělo?

Řada strategických kroků, jako jsou stavba produktů, neustálé zkvalitňování poskytovaného servisu klientům, ale také obchodní strategie. Rovněž se nám podařilo vytvořit propracovaný systém vymáhání, čímž se velmi snížily náklady spojené s tvorbou opravných položek na defaultní úvěry. To vše postupně vedlo k vyššímu zisku z obchodní činnosti a společně pak ke kladným hospodářským výsledkům.

Jste jedním z nejlépe hospodařících spořitelních družstev. To je benefit, na kterém se dá stavět. Jak ho využijete k práci s klienty?

Už ten samotný fakt, že je Artesa jedním z mála spořitelních družstev s kladným hospodářským

výsledkem, je sám o sobě tím největším benefitem. Nejen pro naše stávající klienty, kteří díky tomu vědí, že jsme důvěryhodným správcem jejich financí, ale také pro potenciální klienty, kteří v posledních letech hledají alternativy velkým bankám, které jim nedokážou nabídnout to, co my – tedy zajímavé zhodnocení úspor, které je vysoce nad průměrem, ale také kvalitní úvěrování. Velmi atraktivní pro naše členy je pak sa-

možně i to, že se jim zvyšuje jejich výnos z členského vkladu.

Rostete nad rámec ročního plánu a svým členům vyplácíte podíly na zisku. V čem spočívá to kouzlo úspěchu?

Je to soubor procesních nastavení. Jak už jsem zmínil, neustále pracujeme na maximálním zefektivnění nákladů, a proto nevytváříme řadu zbytečných pozic, jak je tomu ve velkých bankovních domech, ale máme takový systém řízení, kde každý dělá, co umí, zná a dodržuje své povinnosti. Samozřejmě k tomu je zapotřebí, aby zaměstnanci byli dostatečně motivováni, což je zase otázka zaměstnaneckých výhod a zvyšování odbornosti jednotlivých specialistů. Nedílnou součástí je i pravidelná analýza stávajících produktů a jejich průběžná optimalizace, stejně jako spolupráce se společnostmi, jako jsou například Fincentrum nebo Brooker Trust, díky kterým je náš distribuční kanál stále širší a silnější.

Během posledních let jste nabídli několik nových produktů. Které se ukázaly jako nejvíce zajímavé?

Jde například o termínované vklady Bonus a Premium. V době, kdy se průměrné úrokové sazby spořicího produktů pohybují kolem 0,5–1 %, jsme na trh přišli s produkty, jejichž úročení dosahuje až 3,1 %, na což samozřejmě

lidé zareagovali velmi pozitivně, protože není nic horšího než mít finance a vědět, že nepracují, jako by mohly. A dále nabízíme v oblasti úvěrování velmi atraktivní projektové a developerské financování, stejně jako provozní financování.

Firemní klientela má dnes specifické a měnící se požadavky. Bankovní domy i nebankovní subjekty se předhánějí v tom, jak ji oslovit a utvořit z ní věrné zákazníky. Svůj význam má komunikace na míru, snaha porozumět. Jdete touto cestou?

Ano, jinak to dnes ani nejde. Doba, kdy klient dostával standardizovaná řešení, jsou už našťástí pryč. Bude to možná znít jako klišé, ale každý klient je skutečně jiný a vyžaduje jiný přístup, jinou míru poradenství, případně vytváření finančních plánů. S každým klientem proto osobně probíráme jeho představy a záměry a nacházíme co nejefektivnější řešení, jak jich může dosáhnout, přičemž vždy hledáme způsob, jak to vyřešit, místo abychom, jak je někdy zvykem, vršili důvody, proč to nepůjde. Klient musí cítit osobní přístup a zájem, a toho je možné dosáhnout jen absolutní profesionalitou a korektností. Takže kdybych měl říct, jaké dvě vlastnosti charakterizují Artesu, budou to právě korektnost a profesionalita.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Česká a Dětská chuťovka pro další vynikající české výrobce



Na slavnostním vyhlášení výsledků 8. ročníku soutěže o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2016 a 6. ročníku soutěže o značku Dětská chuťovka 2016, které se konalo 20. října v Senátu Parlamentu České republiky v Praze, si převzalo plakety a diplomy opravňující pyšnit se značkou Česká chuťovka 2016 celkem 63 výrobců (o deset více než loni), kteří uspěli se 130 výrobky (o 32 více než loni). Značku Dětská chuťovka 2016 pak může od letoška používat dalších 24 českých potravinářů (o pět více než loni) pro 32 svých výrobků (rovněž o pět více než loni). Titulem Rytiř české chuti byl za svůj celoživotní přínos dekorován Václav Bozděch, respektovaný odborník v pekárenském odvětví.

Češi jsou podle statistik označováni za největší plývače potravin v Evropě, ročně se jich u nás vyhodí více než 80 kg na osobu, například jen v domácnostech okolo třetiny nakoupeného

jídla. Nejvíce přitom plývají mladí lidé, kteří na jedné straně často bojují za čistou planetu, avšak vyhazováním nespotebovaného jídla paradoxně životní prostředí významně zatěžu-

jí (energie, půda, voda, tvorba skleníkového plynu na skládkách apod.). Potraviny se často nakupují v akcích v nesmyslném množství, aby se nemalá část z nich následně znehodnotila. Spotřebitel tak nakonec ani neušetří ve srovnání s nákupem přiměřeného množství možná ne tak levných, ale zato kvalitních a chutných potravin, označených logy Česká chuťovka nebo Dětská chuťovka, které se nedají vyrobit bez odpovídajících surovin a šetrných technologií. Jinak by totiž tolik nechutnaly. Je proto potěšitelné, že i letos se kvalita a chuť přihlášených českých potravin dále znatelně pozvedly, a procento jejich úspěšnosti v soutěži se tak zvýšilo. V letošním klání také příjemně překvapilo, že velká většina přihlášených výrobků splňovala nadprůměrné standardy, pokud jde

o kvalitu a chuť. Obě hodnotitelské komise – odborná i dětská – tak měly opět o poznání těžší úlohu. Navíc musely znovu vybírat z rekordního počtu přihlášených výrobků – oproti loňsku se zájem o získání značek Česká chuťovka a Dětská chuťovka zvýšil zhruba o 10 %. To je jistě dobrá zpráva zejména pro zákazníky – čeští výrobci potravin se v náročné konkurenci na trhu zaměřují stále více na kvalitu, a potažmo i chuť svých výrobků. Seznam nejen těch letošních, ale i v předchozích letech oceněných potravin, pyšnicích se značkou Česká chuťovka nebo Dětská chuťovka, i bližší informace o soutěži naleznete na stránkách www.ceskachutovka.cz či www.facebook.com/ceskachutovka. (tz)

Penny Market ještě více podpoří tuzemské dodavatele potravin

dokončení ze strany 1

Můžete uvést příklady těch, kteří s vámi již spolupracují?

Mezi naše dlouhodobé dodavatele patří například společnosti Blanická bramborářská, Interlacto nebo Mimo Bohemia.

Také jste se zavázali, že produkty domácích výrobců budete označovat logem Česká potravina, a s tím jste už také začali, i když jste mohli počkat až do ledna 2017. Myslíte, že si zákazník zvykne a logo bude dobrým vodítkem?

Jednoznačně. Právě dobrovolným označováním logem Česká potravina chceme našim zákazníkům připomenout, jak se v nabídce českých potravinových výrobků v rámci sortimentu PENNY dlouhodobě a přehledně orientovat.

Málokdo možná ví, že sedm z deseti potravinářských výrobků v PENNY je českých. Jak budete tento fakt komunikovat?

Již začátkem září jsme naše zákazníky začali informovat prostřednictvím dlouhodobé komunikační kampaně s názvem Co je české, to je dobré o faktu, že oněch sedm z deseti potravinářských výrobků v PENNY je českých.

Z jakých oborů je v PENNY nejvíce českých potravin? Je to pekařská výroba, maso-uzeniny a mlékárenství?

Ano, odhadla jste to přesně, jde o kombinaci výše uvedených.

Budete posilovat trend poptávky po zdravé výživě?

Penny Market v této oblasti spolupracuje s občanským sdružením Zdravá potravina, jež posuzuje potraviny podle kritérií, která zajímají

spotřebitele. Pečlivě je proto kontrolován například obsah čítek, a také země původu. Logo občanského sdružení se zeleným jablíčkem našim zákazníkům pomůže snadno rozpoznat, co je kvalitní. Pro ještě lepší orientaci mezi takovými výrobky si mohou naši zákazníci zdarma stáhnout mobilní aplikaci Nutriatlas.

A jaké novinky ze sortimentu českých dodavatelů můžeme okusit v době Vánoc?

Vánoční čas se pojí především s hojností a rozmanitými druhy potravin. Troufám si tvrdit, že na žádné vánoční tabuli nebude chybět oblíbený bramborový salát. A právě základní suroviny na jeho přípravu v podobě brambor, cibule a mrkve mohou naši zákazníci nakoupit ze sortimentu neobvyklých kousků nebo v podobě Mražené směsi, jež je k dostání exkluzivně v prodejnách PENNY ve variantě bez cibule. V rámci sortimentu českých dodavatelů nechybí v prodejnách PENNY vinná klobása, steak či mražený kapr. Nově máme zařazenu nabídku



českých sýrů, například Klášterní sýr, Tvrdý sýr Herold, ze kterých mohou naši zákazníci připravit sváteční pohoštění pro návštěvy. Nedílnou součástí vánoční nabídky prodejen PENNY tvoří večky, čajové pečivo, mini laskonky či vánočky. To vše ze sortimentu českých dodavatelů a označené logem Česká potravina.

ptala se Eva Brix

Pozor: informační povinnost za rok 2015 zatím nesplnilo 80 procent společností

Rok 2016 se překlopil do čtvrtého kvartálu, přesto informační povinnost za rok 2015 doposud nesplnilo téměř 80 % tuzemských společností. Základní termín pro vložení finančních výkazů do sbírky listin vypršel koncem července 2016 a nejzazší termín uplyne na konci letošního roku.

Nejhorší situace byla ke konci září v Plzeňském a Karlovarském kraji, a dále v Praze. Nejméně disciplinované jsou firmy, které podnikají v oblasti úklidových prací a finančního zprostředkování. Analýzu zveřejnila v říjnu poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.

„Informační povinnost stanovenou zákonem o účetnictví v ČR dlouhodobě ignoruje nadpoloviční většina firem. Spoléhají se na minimální riziko postihu ze strany státu,“ uvedla analytička Bisnode Petra Štěpánová. Současně dodala: „Nedodržování a nevymáhání zákonných povinností vede na jedné straně k netransparentnímu podnikatelskému prostředí, které vytváří prostor pro korupci, a na druhé straně, v rámci obchodního styku, znesnadňuje prověřování obchodních partnerů.“

Za rok 2015 doposud informační povinnost nesplnilo téměř 80 % tuzemských společností, ačkoliv základní termín vypršel koncem července 2016, a nejzazší uplyne 31. 12. 2016. Z hlediska právní formy dlouhodobě zákonnou povinnost spolehlivěji plní spíše akciové společnosti než společnosti s ručením omezeným.

Čím vyšší tržby, tím spolehlivější subjekt

Naprostoj nejhorší přístup k dodržování platných právních norem mají firmy, které podle

ČSÚ nevykazují tržby. V této kategorii informační povinnost za rok 2015 doposud splnila jen jedna firma z deseti. Nejlepší přístup ke zveřejňování finančních výkazů mají naopak společnosti s ročními tržbami přesahujícími jednu miliardu korun. Za rok 2015 jsou výsledky hospodaření k dispozici u více než třetiny společností.

Informační povinnost v Praze nesplnilo přes 80 % firem

Z dlouhodobých statistik poradenské společnosti Bisnode vyplývá, že nejhůř informační povinnost plní společnosti, které mají sídlo v hlavním městě Praze, Středočeském a Jihomoravském kraji. „Jde o regiony s největší koncentrací podnikatelských aktivit,“ vysvětlila Petra Štěpánová.

Nicméně za rok 2015 jsou prozatím nejméně disciplinované společnosti se sídlem Plzeňským a Karlovarským kraji, s mírným odstupem následuje Praha spolu s Libereckým krajem. Naopak dlouhodobě nejspolehlivěji informační povinnost plní společnosti z Královéhradeckého kraje a Vysočiny, a tento trend se doposud potvzuje i za rok 2015.

V deseti segmentech podnikání podíl firem, které nesplnily informační povinnost, přesáhl 90 %.

Úklidová činnost je oblast podnikání, kde informační povinnost za rok 2015 doposud nesplnilo 92 % firem. Nad 90% hranici neplnění informační povinnosti jsou také aktuálně ostatní finanční zprostředkování, výroba magnetických a optických médií, velkoobchod a výrobky pro domácnost, činnosti v oblasti filmů, poštovní a kurýrní činnost, informační činnost, maloobchod s potravinami a obchod s nemovitostmi. (tz)



PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI V LETECH 2011–2015

právní forma	%, které neplní 2015	%, které neplní 2014	%, které neplní 2013	%, které neplní 2012	%, které neplní 2011
akciová společnost	71,14	47,45	39,21	34,19	32,45
spol. s ručením omezeným	79,97	64,08	59,23	56,54	55,05
celkem	79,45	63,06	57,96	55,07	53,52

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI V LETECH 2011–2015 PODLE TRŽEB

kategorie tržeb	%, které neplní 2015	%, které neplní 2014	%, které neplní 2013	%, které neplní 2012	%, které neplní 2011
neuvedeno	89,99	86,53	85,15	83,34	81,85
1–9 999 999 Kč	73,79	52,37	45,78	41,80	39,74
10 000 000–99 000 000 Kč	67,15	37,61	29,75	25,14	22,66
100 000 000 Kč–999 999 999 Kč	54,66	19,53	13,39	10,85	9,09
1 000 000 000 Kč a více	36,46	7,64	3,83	3,68	3,74

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI V LETECH 2011–2015 PODLE SÍDLA FIRMY

kraj	%, které neplní 2015	%, které neplní 2014	%, které neplní 2013	%, které neplní 2012	%, které neplní 2011
Jihočeský kraj	73,41	50,09	44,23	38,19	37,93
Jihomoravský kraj	77,88	61,69	56,77	53,95	50,89
Karlovarský kraj	84,45	59,46	54,60	52,92	51,46
Královéhradecký kraj	64,58	36,29	24,43	19,84	19,31
Liberecký kraj	80,03	60,79	55,87	53,76	51,83
Moravskoslezský kraj	78,19	59,30	52,60	49,86	47,27
Olomoucký kraj	75,60	58,15	53,04	51,52	49,80
Pardubický kraj	72,49	52,63	47,87	43,51	40,55
Plzeňský kraj	87,76	61,45	55,64	52,40	51,96
Praha	82,29	69,34	64,92	62,23	61,18
Středočeský kraj	79,13	63,98	60,25	58,11	57,53
Ústecký kraj	76,55	60,15	55,25	52,03	50,34
Vysočina	67,54	46,53	39,32	37,70	36,24
Zlínský kraj	76,85	59,15	53,72	51,16	48,00

NEJHORŠÍ PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOST ZA ROK 2015 PODLE PŘEDMĚTU ČINNOSTI

předmět činnosti	%, které neplní 2015
úklidové činnosti	92,42
ostatní finanční zprostředkování	91,96
výroba magnetických a optických médií	91,94
velkoobchod s výrobky převážně pro domácnost	91,48
činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů	91,44
ostatní poštovní a kurýrní činnosti	91,16
informační činnosti	91,01
maloobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky ve specializovaných prodejnách	90,65
ostatní podobná ubytovací zařízení	90,33
nákup a následný prodej vlastních nemovitostí	90,10

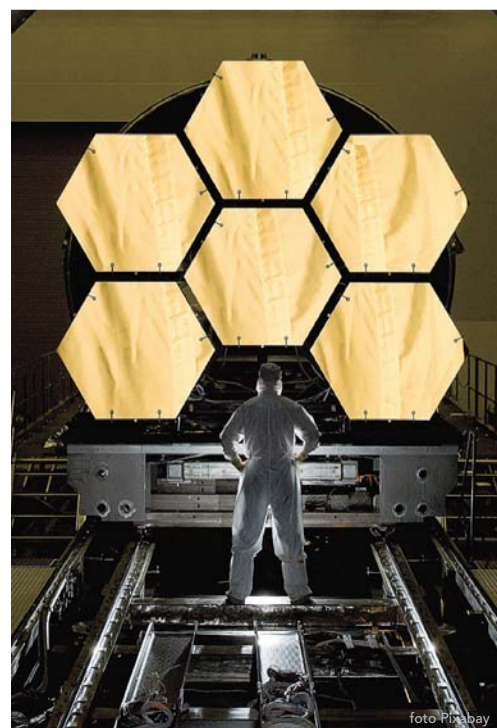
Data k 19. 9. 2016, jen obory činnosti ve kterých podniká nejméně 100 firem

Zdroj: Bisnode

Data k 19. 9. 2016

Zdroj: Bisnode

Firmy využívají oživení ekonomiky k inovacím, nakupují také nové technologie



České firmy využívají hospodářského oživení k investicím a inovacím. Nakupují nové technologie s cílem nabídnout zajímavé produkty a proniknout na atraktivní trhy. Firmy tak zvyšují svoji konkurenceschopnost. Inovace a Průmysl 4.0 byly často zmiňovaným tématem i na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně. Podle prezidenta Svazu průmyslu a dopravy ČR Jaroslava Hanáka se musí vláda společně se zaměstnavateli zaměřit na zlepšení konkurenceschopnosti českého průmyslu v mezinárodním srovnání.

V letošním roce podle Světového ekonomického fóra zaujala Česká republika 31. příčku, stejně jako loni. „Česká republika má potenciál být v první dvacíce nejkonzistentnějších zemí světa,“ uvedl prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Jaroslav Hanák.

O tom, jak stát podporuje výzkum a inovace ve firmách, na veletrhu mluvil místo předseda vlády Pavel Bělobrádek.

„Na aplikovaný výzkum jsme ve státním rozpočtu pro příští rok přidali 700 milionů korun. Celkem tak na programy podpory aplikovaného výzkumu z Technologické agentury České republiky a z Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky půjde 4,1 miliardy korun. Peníze na výzkum ale musíme rozdělovat efektivně, a proto například Informační systém výzkumu, experimentálního vývoje a inovací bude nově provozován za méně než polovinu peněz, které na něj byly vynakládány v minulých letech,“ vysvětlil vicepremiér Pavel Bělobrádek.

České exportní firmy těží z aktuální poptávky i levné koruny. Mohou si proto více než v minulosti dovolit investice do výroby. Například strojírenský koncern ZKL, který se zabývá výrobou ložisek, na veletrhu podepsal objednávku nákupu nové technologie. Konkrétně jde o karuselovou brusku od specializovaného francouzského výrobce Berthiez, patřícího do skupiny Starrag Group. Stroj bude nasazen v náročném provozu broušení ložisek větrných elektráren.

Skupina Starrag Group v ČR a SK spolupracuje s Ludačka Machine Tools, s.r.o., hodnota kontraktu je orientačně 1,5 milionu eur a finální realizace u zákazníka bude probíhat ve třetím čtvrtletí roku 2017.

Koncern ZKL jen loni investoval do výroby 265 milionů korun. Pro letošní rok a rok 2017 plánuje investice v objemu zhruba 130 milionů. Větší část z této částky bude určena právě na nákup technologií pro výrobu ložisek do větrných elektráren. „Naše vývojové aktivity jsou cíleny zejména na inovaci nosného sortimentu koncernu, což v současnosti představují různá provedení soudečkových a válečkových ložisek. Zároveň je sortiment ložisek ZKL stále rozšiřován o nové výrobky. Příkladem jsou těsněná radiální soudečková ložiska nebo speciální ložiska vyvíjená dle požadavků zákazníků pro konkrétní průmyslové aplikace,“ uvedl generální ředitel ZKL Jiří Prášil. Mezi cílové oblasti podle něj patří i kolejová vozidla, pro která jsou v ZKL vyvíjena kromě soudečkových a válečkových ložisek také různá provedení kompaktních kuželíkových jednotek. (tz)

3D jako nástroj k cestě snů přední české strojírenské firmy

Hledání cest k vyšší efektivitě výroby, obchodu, marketingu – i tak by se patrně dala charakterizovat užitečnost metody 3D. V TOS VARNSDORF a.s. šli výzvě včas naproti, neváhali. Dnes jim nové postupy začínají přinášet první úspory a otvírají oči dřívě netušeným možnostem. Více již Tomáš Kozlok, vedoucí vývojových projektů a zkušebny v TOS VARNSDORF a.s.:

TOS VARNSDORF je nositelem řady nových myšlenek, postupů a praxí. Byl jednou z prvních firem ve strojírenství u nás, které se začaly zajímat o 3D zobrazovací metody. Co vás k tomu vedlo?

Trochu s nadsázkou řečeno, dovedla nás k tomu doba, ve které žijeme. Když se podíváte kolem sebe, jsme obklopeni počítači a virtuálním světem. Všichni chtějí všechno hned, prostor na chyby se minimalizoval. Když se proto objevila

možnost seznámit se s prostředím virtuální reality, neváhali jsme, neboť tato metoda skýtá široké možnosti využití a výhod. Kromě otázek funkční bezpečnosti obráběcích strojů a ergonomie lze v prostředí imerzní virtuální reality odhalit např. kolizní místa, nasimulovat proveditelnost montáže a servisu, a odhalit tak případné nedostatky ještě ve fázi vývoje stroje, což vám v konečném důsledku šetří čas i peníze.

Vaše kroky směřovaly do vysokoškolského prostředí VUT Brno. Zde se zrodilo několik nápadů, které již slouží praxi. Oč přesně jde?

Jak říkáte – nápadů je hodně a tím, jak nacházíme další možnosti využití imerzní virtuální reality, se rodí nápady nové. Jedním z takových nápadů je možnost realizace virtuální prohlídky stroje nebo celého pracoviště. Máme například vytvořenou virtuální halu s téměř všemi typy strojů z naší nabídky. Zákazník tak má možnost

vidět takřka v reálném prostředí všechny stroje na jednom místě bez nutnosti mít tyto stroje fyzicky, což by bylo náročné jak na prostor, tak na finance! Je tak možno se bavit se zákazníkem o konkrétních věcech, diskutovat reálné situace a předcházet tím problémům při následné fyzické instalaci a provozu stroje u zákazníka. A zase – ve finále dochází k úspoře času i peněz jak pro nás, tak pro zákazníka.

Pracovat efektivněji, například s nižšími finančními a časovými vstupy, to je přáním mnoha výrobců i obchodníků. Vám se to díky 3D zobrazovacím postupům daří. Ale jste stále ještě na začátku...

Pořád je co vylepšovat. To, že díky 3D máme v pořádku konstrukční a výrobní dokumentaci, je jen první krok. Je potřeba také v navazujících etapách hledat cesty k zefektivnění a snížení časové a finanční náročnosti. S tím, jak objevujeme stále nové možnosti 3D zobrazení, třeba přijdeme na to, jak tuto technologii využít k zefektivnění dalších etap životního cyklu stroje.

Co by mělo být výsledkem v ideální podobě?

V ideálním případě by jistě bylo snem každého výrobce vyvinout a vyrobit stroj v co nejkratším čase, s minimálními náklady na vývoj, výrobu, montáž a servis.

Jak chráníte své myšlenky a nápady? Jde to vůbec?

V případě potřeby využíváme všeobecně známé možnosti ochrany, jako jsou patenty či průmyslové vzory. Dnešní doba je však velice rychlá a ani patent není zárukou toho, že někdo vaše nápady nezneužije. Ve světě dokonce existují kanceláře, které se zaměřují na „lustrování“ patentových databází a hledají možnosti, jak tyto patenty obejít. Je pak tedy otázkou, kolik úsilí,



Ing. Tomáš Kozlok, vedoucí vývojových projektů a zkušebny TOS VARNSDORF a.s.

čas a peněz investovat do ochrany vlastních myšlenek.

Mohli byste na tomto případě spolupráce demonstrovat ideální vztah mezi akademickou půdou a životem firmy?

V tomto případě je to poměrně snadné. VUT v Brně je pro nás partner, kterému dáme jasné zadání, chvíli si řešíme zdánlivě každý zvlášť svoji část projektu, abychom se vzápětí znovu sešli a dali své části dohromady v jeden fungující celek. Bezproblémová spolupráce, kdy věci, na které v průmyslovém podniku nejsou časové a kapacitní možnosti, řeší partner z akademické sféry... A co je naprosto důležité – výstupy z akademické sféry jsou plně funkční a bez problémů využitelné v životě firmy.

Odborná veřejnost se jistě o novinku zajímá...

Využití 3D projekce je dokumentováno právě na fotografii: na posledním zákaznickém dnu v letošním červnu jsme mohli zájemcům ukázat ve 3D projekci již pět nejzajímavějších a nejžádanějších našich strojů. Kromě tří posledních zákaznických dnů jsme 3D projekci představili i na nejvýznamnějších veletrzích obráběcích strojů v Miláně, Moskvě, Pekingu, Šanghaji a naposledy v září v Brně.

ptala se Eva Brixl



Jak mohou zaměstnanci těžit z nízké nezaměstnanosti?

V Česku „nejsou lidi“, což nahrává těm, u nichž nepanuje v práci úplná spokojenost. Měli by si říct o vyšší plat, nebo si rovnou hledat lepší zaměstnání? „Zaměstnanci mohou mít nyní pocit, že jsou proti zaměstnavateli ve výhodě. Mají částečně pravdu. Pro vyjednávání o lepších podmínkách si však musí připravit racionální argumenty. Chybou by bylo zdůvodňovat nárok o vyšší plat externími faktory, jako je nezaměstnanost,“ řekl Tomáš Surka, ředitel personálně-poradenské společnosti McROY Czech. Pokud někomu jeho práce nevyhovuje, má nyní více šancí na změnu. Pracovních nabídek je hodně a kvalitních ucha-

zečů málo. Doba také nahrává tzv. job hopperům, kteří mění zaměstnání i v průběhu několika málo měsíců, díky čemuž si mohou výrazně platově polepšit. Až však nastanou na trhu práce horší časy, může takové chování spíše uškodit. Zaměstnavatelé už na nízkou nezaměstnanost reagují a svých zaměstnanců si hledí více než dříve. „Určitě je vidět podstatně větší zájem firem o služby, jako je benchmarking platů a benefitů. Takovým srovnáváním s konkurencí firmy zjišťují, jak jsou na tom ostatní společnosti. Opět se ve velkém vrací do personalistiky témata jako štěstí v práci a work-life balance. Firmy vědí, že je pro ně ne-

zbytné udržet si kvalitní lidi,“ uvedl Tomáš Surka. Především u nedostatkových profesí rostou v současné době mzdy. V některých regionech jde o dělnické pozice, platy rostly i o desítky procent. Více si vydělají také pracovníci v logistice, strojírenství a také v oboru FMCG. V době nízké nezaměstnanosti se rovněž otevírá otázka, jak dostat do práce ty, kterým se moc pracovat nechce. „Stát by měl lépe motivovat lidi k tomu, aby pracovali, než aby žili jen z dávek. Zároveň by se měla otevřít cesta pro pracovníky z Ukrajiny, jejichž jednoduššímu zaměstnávání brání platná legislativa,“ míní Tomáš Surka. (tz)

Návrat k tradici



Společnost XAVERgen, a.s., se přejmenovala na Xaverov a.s. „Je to logické vyplynutí návratu pojmu, který byl na našem, ale i zahraničním trhu spojován s kvalitou a vysokou produkční schopností české drůbeže,“ uvedl ředitel společnosti Josef Čtvrtečka. Současnými výrobními aktivitami je prodej jednodenních kuřat a násadových vajec. XAVEROV, a.s., je největším výrobcem odvětví na trhu České republiky s obrátem jedné miliardy korun. (tz)

Podnikání na venkově si podporu zaslouží, jde o kvalitu života v místě

Pokračující uzavírání malých prodejen na venkově a v jeho důsledku omezení občanské vybavenosti, zánik pracovních míst a úbytek venkovského obyvatelstva z důvodu ztráty možnosti nakoupit si zde základní potraviny, to jsou jen některé z důsledků současné špatné politiky státu vůči venkovským podnikatelům, kteří představují jeden z pilířů soukromého podnikání v naší zemi. Důvodů je mnoho a smysluplné řešení se zdá být přes sílící tlak Asociace českého tradičního obchodu na státní správu veřejným tabu.

Jak zdůraznil Zdeněk Juračka, předseda AČTO, je potřeba zdůraznit to zejména v den, který se stal poprvé dnem soukromého podnikání (11. října). K tomuto podnikání patří bezesporu podnikání v oblasti maloobchodu, zejména pak v menších městech a na venkově. Bohužel, drobní čeští obchodníci dlouhodobě bojují o přežití. „Pokud zaniknou malé venkovské prodejny, nečeká život na venkově nic dobrého. Pozorujeme to už několik

let. Počet venkovských prodejen neustále klesá a s ním se vylidňuje i venkov. Předpokladem dobrého žití na venkově byl vždy lékař, škola, pošta, hospoda a obchod. Dnešní stav je v mnoha obcích vskutku tristní,“ řekl Ing. Miloš Škrdlík, spoluzakladatel sítě obchodů Brněnka.

Pouze za minulý rok došlo podle údajů AČTO k zániku 275 obchodů s prodejní plochou do 400 m². Největší úbytek se přitom týká

nejmenších prodejen do 50 m². Dlouhodobě neblahý trend pak potvrzuje skutečnost, že za posledních dvacet let klesl počet tradičních prodejen o třetinu, což je bezmála 6000 obchodů s potravinami.

Přežití malých prodejen na venkově, zejména v obcích do pěti set obyvatel, je životně důležité pro samotné zachování zdravého života na venkově. Bylo by záslužné a prozřivé podpořit mimo již připravované aktivity i tento druh podnikání na venkově. „Prokazatelným faktem je, že investice do obchodní obslužnosti, které by mohly poskytnout obce i kraje, by byly mnohem efektivnější a méně nákladné než podpora, která je věnována například obslužnosti dopravní. Stejně tak nelze prezentovat jako výhru to, že namísto přímé podpory některé postižené obce dotují po-

jízdnu prodejny, která k zákazníkům přijíždí jednou či v lepších případech dvakrát za týden,“ vysvětlil Ing. Zdeněk Juračka, předseda Asociace českého tradičního obchodu.

Stejně jako je prokazatelné, že nejsou trvalým řešením pro rozvoj venkova pojízdné prodejny, neřeší nic ani potenciální přerod prodejen v odběrní místa e-shopů. Nejde pouze o to, že takový formát je pro starší ročníky obyvatelstva nevyužitelný, ale postrádá i rozměr společenský. „Drobné podnikání na venkově si navíc podporu zaslouží proto, že skýtá potenciál i pro venkovské výrobce jako odbytiště zemědělských produktů. Je to ideální příležitost naučit lidi přesouvat se z měst na venkov, tedy šance pro obchodníky, farmáře i celkový rozvoj venkova,“ dodal Ing. Zdeněk Juračka. (tz)

Rekordní rok se neopakoval, vyhlídky jsou však dobré

Společnost DHL Express vyhlásila v říjnu letošní výsledky Exportního výzkumu DHL, který naznačuje mírný pokles exportního sebevědomí, ale zároveň optimistická očekávání pro další období. Exportní výzkum již od roku 1999 mapuje názory nejvýznamnějších českých exportních firem na aktuální exportní trendy, jejich zkušenosti s obchodováním na zahraničních trzích, očekávání a hodnocení budoucího vývoje. Výzkum se provádí na základě dotazování ředitelů a členů top managementu 300 českých exportních firem, které náhodným výběrem z exportní databáze zajišťuje společnost GfK.

Index dlouhodobého exportního sebevědomí se již tři roky po sobě pohybuje kolem hodnoty 40 bodů, přičemž zaznamenal mírný pokles. Ten je pochopitelný vzhledem k předchozímu roku, který byl pro českou ekonomiku rekordní. Od posledního měření v roce 2015 proto výrazně ubylo exportérů, kteří si myslí, že jim objem exportu v posledních 12 měsících vzrostl. Adekvátně tomu přibýlo firem, jejichž objem exportu se meziročně nezměnil, nebo dokonce poklesl. Za posledních 12 měsíců také přibýlo exportérů, kteří si myslí, že se podmínky pro export firem z ČR změnilo k horšímu, čtyři pětiny vývozců však stále považují podmínky pro export za stejné jako před 12 měsíci. Mírný nárůst pesimizmu je vyvažován 11 % exportérů, kteří očekávají zlepšení podmínek. Největší část (68 %) si myslí, že bude stagnovat. „Je nutné si uvědomit, že loňský rok byl pro českou ekonomiku a exportéry skutečně rekordní, a tak je určitý pokles v jejich očekávání zcela pochopitelný. Dobrou zprávou

je, že nepřevládají negativní vyhlídky českých vývozců, jen došlo ke zmírnění jejich vysoce pozitivních odhadů a nyní zaujímají v otázce dalšího vývoje spíše neutrální postoj,“ doplnil Luděk Drnec, obchodní ředitel DHL Express pro Českou republiku a střední Evropu.

Co exportu nejvíce pomohlo? Největší vliv má bez diskuze vlastní aktivita firem. Následuje vyšší poptávka a nárůst zakázek. Trojici nejvíce důležitých faktorů pro růst exportu uzavírá nový obchodní partner. Třetina exportérů mezi častěji zmiňované stimuly zahrnuje také investice do nových technologií výroby a méně než třetina exportérů systematickou devalvací koruny Českou národní bankou. Rizika vnímají exportéři podobně jako v minulém roce. Největší obavy způsobuje možné posílení české koruny po ukončení intervencí ČNB. Vnímání rizik pocházejících mimo EU ztrácí meziročně na intenzitě, globální situaci vidí za rizikovou 13 % vývozců a 12 % se bojí situace v EU. Nové příležitosti exportérům zajistí nové trhy, noví obchodní partneři a vyšší konkurenceschopnost českých firem.

Exportéři hledají nové trhy, postavení EU je však neotřesitelné

Již tři roky po sobě (rokem 2013 počínaje) klesá počet firem, které exportují do Ruska a zemí bývalého Sovětského svazu. Výraznější meziroční pokles v zastoupení českých exportérů byl zaznamenán také v případě Severní Ameriky a jiných oblastí. Pokles v rámci jiných oblastí je vysvětlitelný přidáním nové sledované oblasti pro export Afriky, která se svými 14 % překonala Latinskou Ameriku (12 %). Počet exportérů do Latinské Ameriky poklesl od roku 2013 o 6 procentních bodů. Opět vzrostl význam zemí Evropské unie,

nyní už na 97 %. Mírný vzestup také zaznamenal export do Číny a Jihovýchodní Asie, kam nyní vyváží 25 % exportérů. Téměř čtyři pětiny všech oslovených exportérů neočekávají, že se v příštích 12 měsících změní počet zemí, do kterých vyváží. Počet exportérů s tímto tvrzením narůstá již třetím rokem po sobě.

A kam se pětina exportérů chystá v příštích 12 měsících expandovat? Za exportními příležitostmi míří opět především do zemí EU. Rovněž je pro ně zajímavý Blízký a Střední východ a východoasijské destinace. Velká očekávání firmy vkládají do rychle se rozvíjející Indie. U exportérů je patrný pokles orientace na Rusko, který je způsoben pokračujícími hospodářskými sankcemi EU vůči této zemi. Dle exportérů dojde v příštích 12 měsících k nárůstu objemu exportu i do Severní Ameriky. Odhad objemu exportu roste i v případě Jižní Ameriky, je však korigován předpokládaným poklesem exportu částí exportérů právě do této destinace. Co se týče konkrétních zemí, Německo je stále a oprávněně považováno za jednoznačně největší exportní příležitost do budoucna. Rusko a Indie se dělí o druhé místo. Rusko oproti loňskému měření atraktivitu výrazně ztratilo, Indie získala. O 3 procentní body si polepšilo nyní třetí Polsko a o 2 % i Slovensko a Rakousko. Zájem o Čínu meziročně razantně poklesl ve prospěch Indie.

Brexit přilíhí nestraš

Oproti předchozímu měření poklesl počet firem, jejichž ekonomická situace se v posledních 12 měsících zlepšila. Pozitivní zprávou je, že nenarostl výrazně počet firem, u kterých by meziročně došlo ke zhoršení ekonomické situace. Dle exportérů je téměř 60% pravděpodobnost, že

v příštích 12 měsících dojde ke zpomalení ekonomiky EU. Tím pádem by došlo dle odhadů exportérů i ke zpomalení ekonomiky ČR. Pravděpodobnost, že v příštích 12 měsících výrazně oslabí euro, je 44 %. Ostatní faktory jsou spíše nepravděpodobné. Například odchod další země z EU považuje za pravděpodobný 36 % exportérů a bezvízový styk s Tureckem 33 % exportérů. Pouze pětina exportérů vyjadřuje obavy o export kvůli bezpečnostním rizikům. Většina ohrožených exportérů očekává, že se o zajištění bezpečnosti postarají zainteresované země. Pouze malá část zvažuje vlastní aktivity, např. sjednání dodatečného pojištění (např. Prostřednictvím EGAP). Třetina firem očekává negativní vliv Brexitu na český export, především panují obavy kvůli novým pravidlům obchodování a novým cům. Do Británie exportuje celá třetina oslovených firem, ale export do Británie představuje maximálně 20 % exportního objemu u téměř všech firem, které tam vyváží.

Slabá koruna stále hraje svou roli

Téměř 50 % exportérů se domnívá, že intervence proti silné koruně nebudou ukončeny ani v roce 2017. Více než třetina očekává jejich ukončení, zbytek neví. Oproti loňskému měření mezi exportéry výrazně ubylo firem aktivních v přípravách na období po ukončení intervencí. Pouze 30 % (loni 53 %) avizovalo potenciální připravenost (s přípravami buď začali, nebo je plánují ještě v roce výzkumu) na ukončení intervencí ještě v letošním roce. Intervence ČNB v neprospěch koruny uvedlo jako stimul 31 % exportních firem (o 8 % méně než loni). Ostatní stimuly měly, kromě nových technologií výroby (35 %), spíše marginální efekt. (tz)

Vietnam nabízí českým firmám mnoho příležitostí

Do Vietnamu míří velké množství investic ze západních států. Podle ředitele zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Ho Či Minově Městě zdejší trh nabízí velké příležitosti v oblastech energetiky, strojírenství a důlního průmyslu, ve kterých mají české podniky dlouhou tradici. Díky agentuře CzechTrade se v zemi uplatnila také firma ČZ řetězy.

Vietnam je rozvojovou zemí, jejíž potřeby jsou takřka nekonečné. Velké příležitosti nabízí kromě výše zmíněných oblastí také zdravotnictví, odpadové hospodářství a dopravní infrastruktura. Je však třeba počítat s tím, že na místním trhu existuje ostrá zahraniční konkurence prakticky z celého světa. „Je pravda, že podnikání ve Vietnamu má svá specifika a že zahraniční podnikatel musí pochopit tamní mentalitu, případně se oprostít od naivních představ. Podnikání ve Vietnamu je velmi dobře možné, což dokazují tisíce zahraničních firem, které v zemi působí, včetně české společnosti ČZ řetězy,“ řekl Zdeněk Degen, ředitel zahraniční kanceláře v Ho Či Minově Městě.

„V minulosti jsme zde byli tradičním dodavatelem řetězů pro motocykly. Společně s agenturou CzechTrade jsme se zúčastnili veletrhu v Ho Či Minově Městě s cílem na tuto tradici navázat. Podařilo se nám získat spoustu cenných kontaktů. Letos jsme díky nim již realizovali jednu zakázku v Malajsii a nyní očekáváme objednávku na řetězy od vietnamského partnera v hodnotě až 2,5 milionu korun,“ říká Ludmila Michálková, obchodní a výrobní ředitelka ČZ řetězy.

Ve Vietnamu úspěšně podnikají i další české firmy, např. Hydra Praha, která v prosinci 2013 uvedla do provozu závod na výrobu kondenzátorů ve středním Vietnamu, nebo významný výrobce pásových a kotoučových pil PLOUS, který ve spolupráci s vietnamskou firmou HAMECO rozběhl společnou výrobu pro vietnamský trh a celý

region. Z dalších firem lze jmenovat třeba Biopharm, Biovetu, Dominant CZ, Hamé, Enelex či Ortas. Velmi úspěšně na vietnamském trhu v oboru finančních služeb působí společnost Home Credit ze skupiny PPF, která poskytuje spotřebitelské úvěry.

CzechTrade pro české firmy ve Vietnamu zajišťuje kromě standardních služeb, jako jsou analýzy trhu nebo vyhledávání potenciálních obchodních partnerů, např. na míru šité firemní prezentace nebo účasti na výstavách a veletrzích. „Právě osobní účast na veletrhu je velmi účinným nástrojem k navázání množství osobních kontaktů, získání obchodních partnerů a v některých případech i k podpisu kontraktů,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade. Do konce roku 2016 se české společnosti budou moci zúčastnit několika akcí: potravinářského veletrhu FoodExpo Vietnam 2016 (listopad), veletrhu Ecotech 2016 (přelom listopadu a prosince) se zaměřením na ekologické technologie a prvního ročníku výstavy obranného průmyslu Homeland Security Expo Vietnam 2016 (prosinec).

Podle Agentury pro zahraniční investice (FIA) dosáhly celkové přímé zahraniční investice (FDI) registrované v zemi v první polovině roku 2016 více než 11,2 miliardy amerických dolarů. Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku to představuje významný nárůst o 105 %.

Od ledna do června 2016 investovalo ve Vietnamu 61 zemí. Největším investorem zůstala i nadále Jižní Korea. Podle hodnocení Světové banky (Doing Business) dochází ve Vietnamu k postupné kultivaci podnikatelského prostředí, což se odráží ve zlepšujícím se postavení země v rámci skupiny 189 zemí, které Světová banka hodnotí. V roce 2015 zaujímal Vietnam v celkovém ukazateli 93. příčku, v roce 2016 již 90. příčku. V hodnocení podmínek pro založení firmy se meziročně posunul dokonce o šest míst (ze 125. v roce 2015 na 116. v roce 2016). (tz)

INZERCE

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH
Agentura CzechTrade pomáhá při vstupu na zahraniční trhy nejen velkým českým exportérům, ale její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné také malým a středním firmám, aby i ony mohly v cizině uspět.

- Individuální služby
- Obchodní příležitosti
- Exportní vzdělávání

CzechTrade EXPERT NA VÁŠ EXPORT www.czechtrade.cz

Nespolehliví plátcí DPH nejrychleji přibývají ve Středočeském kraji

Počet firem na seznamu nespolehlivých plátců DPH stále narůstá, i když čím dál pomaleji. Ve třetím kvartálu letošního roku jich přibýlo 644 a celkový počet nespolehlivých plátců DPH se ke konci září vyšplhal na 6174. Jde o nejnižší kvartální, stejně jako meziměsíční, přírůstek za poslední rok. V tomto období rostl podíl nespolehlivých plátců DPH nejvíce mezi firmami s tržbami do 10 milionů korun a u společností se sídlem ve Středočeském kraji. Statistiku v říjnu zveřejnila poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.



„Podnikatelské subjekty, které jsou označeny jako nespolehliví plátcí DPH, stále přibývají, nicméně čím dál pomaleji. Tento trend sledujeme od listopadu loňského roku. Ve čtvrtém kvartálu 2015, který byl z pohledu přírůstku historicky nejdynamičtější, se jejich počet zvýšil o 1703, v prvním kvartálu 2016 o 1208, ve druhém o 768 a ve třetím kvartálu o 644,“ sdělila analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že v září bylo evidováno 154 nových nespolehlivých plátců, což je nejméně za posledních dvanáct měsíců. Víc než polovinu nespolehlivých plátců

DPH tvoří podnikatelské subjekty s tržbami do deseti milionů korun a jejich podíl se za poslední rok zvýšil o 4,3 procentního bodu, ze 46,57 % v září 2015 na 50,84 % v září 2016. Druhou nejpočetnější skupinou nespolehlivých plátců DPH jsou firmy, které tržby neuvádí nebo nevykazují. Jejich podíl se od loňského září snížil z 28,63 na 26,19 %, tedy o 2,44 procentního bodu.

Největší podíl nespolehlivých plátců DPH má registrované sídlo v Praze (36,3 %), nicméně podíl firem s pražskou adresou se za poslední rok mezi nespolehlivými plátcí DPH zvýšil o čtyři procentní body. V růstu podílu mezi nespolehlivými plátcí DPH Prahu předstihl Středočeský kraj – za posledních dvanáct měsíců se jejich podíl zvýšil z 3,2 % v září 2015 na 9,1 % v září 2016, tedy téměř o 6 procentních bodů. Naopak podíl společností ze seznamu nespolehlivých plátců výrazně, o více než 9 procentních bodů, klesl v Královéhradeckém kraji (z 14,6 % na 5,2 %).

NESPOLEHLIVÍ PLÁTCÍ DPH PODLE TRŽEB

Zdroj: databáze Bisnode

interval tržeb (v Kč)	září 2016	červen 2016	březen 2016	prosinec 2015	září 2015	červen 2015	listopad 2014
neuvádí	1617	1464	1300	1009	530	170	66
1–9 999 999	3140	2792	2372	1792	862	231	42
10 000 000–59 999 999	1000	878	747	533	305	131	24
60 000 000–99 999 999	120	114	96	87	60	38	4
100 000 000–999 999 999	191	172	147	124	86	55	11
více než 1 000 000 000	11	11	8	9	8	5	2
neurčeno	95	99	92				
celkem	6174	5530	4762	3554	1851	630	149

NESPOLEHLIVÍ PLÁTCÍ DPH PODLE KRAJŮ

kraj	září 2016	červen 2016	březen 2016	prosinec 2015	září 2015	červen 2015	listopad 2014
Praha	2243	2009	1695	1298	598	230	66
Jihomoravský kraj	1181	1097	984	735	403	193	38
Plzeňský kraj	233	196	176	128	72	27	9
Středočeský kraj	562	482	301	127	59	8	8
Královéhradecký kraj	323	313	321	305	271	70	7
Ústecký kraj	391	328	319	263	156	29	5
Jihočeský kraj	67	66	53	51	13	9	4
Moravskoslezský kraj	328	269	244	188	104	35	4
Pardubický kraj	105	101	95	67	37	10	3
Olomoucký kraj	219	181	138	94	26	5	2
Liberecký kraj	140	128	110	48	11	5	1
Zlínský kraj	211	203	202	165	54	6	2
Vysočina	77	75	64	62	44	3	0
Karlovarský kraj	93	80	59	22	3	0	0
neurčeno	1	2	1	1	0	0	0

Elektronická evidence tržeb: zaniknou tisíce firem

Podle odhadů ukončilo po zavedení elektronické evidence tržeb v Chorvatsku činnost na 50 000 firem. Odborníci očekávají v České republice podobný scénář. Vzniknou ale i nové společnosti. Od 1. prosince budou muset své tržby prostřednictvím elektronických pokladen evidovat restaurace a hotely. Povinnost se ale týká i některých školních jídelen. Platí pro ty v soukromých školách, které umožňují nákup obědů i cizím strávníkům.

Zavedení elektronické evidence tržeb v Chorvatsku vedlo podle chorvatského ministra financí k růstu příjmových příjmů podnikatelů a živnostníků o více než dvojnásobek. A právě z růstu tržeb mají čeští podnikatelé strach. Řada podnikatelů má obavy z toho, že na sebe kvůli nápadně vyšším tržbám upozorní kontroly.

„Výkyvy v tržbách se podnikatelé snaží maskovat tím, že založí novou firmu a začnou na ni provozovat restauraci nebo ubytovací služby a tu předchozí zavřou. Nové firmy v Česku přibývají nebyvalým tempem, jen během prvních šesti měsíců letošního roku bylo v České republice zaregistrováno 13 731 nových společností. Pokud tento trend vydrží i v druhé polovině roku, vznikne letos nejvíce firem za posledních devět let. Na vznik nových firem má vliv samozřejmě víc faktorů, zejména je to sílící ekonomika, výrazný vliv má ale také snaha podnikatelů vyhnout se případným kontrolám po zavedení elektronické evidence tržeb,“ popsala Blanka Štarmanová, daňová poradkyně společnosti TaxVision a portálu www.eDane.cz.

První vlna elektronické evidence tržeb se ale nebude týkat všech gastronomických zařízení. V klidu mohou zatím zůstat podniky, které

se specializují výhradně na jídlo s sebou. „Elektronická evidence tržeb se u restaurací od letošního prosince nebude týkat jídla, které si zákazník odnese nebo si ho nechá přivést. Metodická příručka uvádí, že o stravovací službu půjde jen v případě, že bude jídlo servírované v provozně a k jeho snědení bude mít zákazník přiměřené zázemí, například stoly, židle a podobně. V tomto musí poplatník přijatou tržbu evidovat už od 1. 12. 2016. Bude-li však v té samé provozně vydáno jídlo například do papírové tašky, už nejde o stravovací službu, ale o dodání zboží. V takovémto případě má poplatník povinnost přijatou tržbu evidovat až od 1. 3. 2018. Týkat se to bude například zmrzliny v kornoutu, popkornu v krabici nebo párku v rohlíku,“ vysvětlila Blanka Štarmanová.

Pozor si musí dát i některé školy – ty, které poskytují možnost stravování například seni-

orům, musí být k elektronické evidenci tržeb přihlášený už tento rok. Elektronická evidence tržeb se vztahuje na školní jídelny a menzy soukromých vysokých škol, základních a středních škol jsou stovky. „Od elektronické evidence tržeb jsou osvobozeni prodejci obědů žákům a učitelům, řada jídelen ale nabízí stravování například důchodcům nebo rodičům na mateřské dovolené. A na ty se elektronická evidence vztahuje. I v tomto případě záleží na tom, zda strávník jídlo zkonzumuje na místě, nebo si ho odnese s sebou. Elektronická evidence tržeb se netýká školních jídelen či bufetů, které jsou provozovány příspěvkovou organizací nebo placeny z veřejných peněz. V jiných situacích bude nutné tržby evidovat, a to včetně plateb elektronickými peněženkami a čipovými kartami,“ řekla Blanka Štarmanová.

Registr smluv podnikatelům pomáhá, i přes povinnosti navíc

Od 1. července letošního roku musejí být v registru smluv zveřejňovány všechny soukromoprávní smlouvy nad 50 000 Kč bez DPH, jejichž jednou smluvní stranou je například obec. Podnikatelé tak mohou snadno a zdarma na internetu sledovat, jaké služby nebo zboží nakupují veřejné instituce v jejich okolí a za jakou cenu. Tomu pak mohou přizpůsobit svoji obchodní politiku a usilovat o uzavření nových obchodů.

Podnikatelé mohou díky novému zákonu ve veřejně dostupném registru zjišťovat, jaké smlouvy a s kterými firmami nebo podnikateli uzavírají jednotlivé veřejné instituce a za jaké částky. Nový zákon o registru smluv tedy přispívá k vyšší transparentnosti nakládání s veřejnoprávními financemi. „Povinné zveřejňování smluv nad 50 000 korun bez DPH je tedy pro podnikatele důležitým informačním zdrojem, díky němuž se mohou ucházet o nové zakázky nebo přizpůsobit svoji cenovou politi-

ku,“ doplnila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars.

Kdy je nutné smlouvu v registru zveřejnit?

V registru smluv se musejí zveřejňovat soukromoprávní smlouvy i smlouvy o poskytnutí dotace nebo návratné finanční výpomoci, u nichž figuruje jako jedna smluvní strana Česká republika, územní samosprávný celek, státní příspěvková organizace, státní fond, veřejná výzkumná instituce nebo veřejná vysoká škola, dobrovolný svazek obcí, regionální rada regionu soudržnosti, příspěvková organizace územního samosprávného celku, ústav založený státem nebo územním samosprávným celkem, obecně prospěšná společnost založená státem nebo územním samosprávným celkem, státní podnik či národní podnik, zdravotní pojišťovna, Český rozhlas nebo Česká televize, dále pak též právnická osoba, v níž má stát nebo územní samosprávný celek sám či s jinými územními samosprávnými celky většinou majetkovou účast, a to i prostřednictvím jiné právnické osoby.

Kromě padesátitisícové hranice zákon stanoví další výjimky pro smlouvy, na něž se povinnost uveřejnění v registru smluv nevztahuje, jako například smlouvy, jejichž plnění je prováděno převážně mimo území České republiky, nebo adhezní smlouvy. „Smlouvu v registru může prostřednictvím datové schránky zveřejnit každá ze smluvních stran, tedy povinný subjekt dle zákona, nebo i druhá smluvní strana. Vhodné je splnění této povinnosti smluvně ošetřit,“ dodala Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars.

Písemné uzavření smlouvy

Smlouvy podléhající povinnosti zveřejnění v registru smluv musejí být uzavřeny písemně. Především drobní podnikatelé musejí této povinnosti přizpůsobit způsob objednávání jejich služeb nebo zboží (kupříkladu telefonická komunikace totiž není dostačující) a pro každý případ vyhotovit řádnou písemnou objednávku i akceptací. „Smlouva podléhající zveřejnění v registru smluv nabývá účinnosti až po uveřejnění v registru. U každé povinně uveřejňované

smlouvy je možné přistoupit k plnění ze smlouvy teprve po jejím uveřejnění v registru,“ vysvětlila Gabriela Ivanco.

Termíny pro zveřejnění smlouvy

Vložit smlouvu do registru smluv (smlouvy.gov.cz) spravovaného Ministerstvem vnitra ČR je nutné bez zbytečného odkladu, nejpozději do 30 dní od uzavření smlouvy. Technické pokyny týkající se zveřejňování smluv je možné dohledat přímo na webových stránkách registru. Povinnosti vyplývající ze zákona o registru smluv (340/2015 Sb.) je třeba dodržet bez ohledu na právo, které je podle mezinárodního práva soukromého pro příslušnou smlouvu právem rozhodným. Sankce za nesplnění povinnosti uveřejnění smlouvy bude účinná až od 1. července 2017; od tohoto dne pokud povinně uveřejňovaná smlouva nebude uveřejněna prostřednictvím registru smluv ani do tří měsíců ode dne, kdy byla uzavřena, bude zrušena od počátku. Proto je potřeba si zveřejnění příslušných smluv v registru smluv pečlivě ohlídat.

GASCONTROL se zaměřuje na využití CNG, a nově i biometanu



Skupina GASCONTROL z Havířova je odborníkem na plynárenské technologie a má za sebou několik významných projektů.

Vybuvovala například nové potrubní systémy pro modernizovanou teplárnu společnosti ArcelorMittal Ostrava. Kromě produktů se zaměřuje i na další oblasti v plynárenské energetice. Je specialistou na projektování a výstavbu bioplynových stanic a CNG plnicích stanic. V současné době se zaměřuje také na zpracování a využití biometanu.

Za svůj velký úspěch v oblasti CNG považuje GASCONTROL stavbu plnicí stanice zemního plynu v Ostravě-Martínově pro Dopravní podnik Ostrava. Jedna z nejvýkonnějších plnicích stanic CNG ve střední Evropě od loňského podzimu spolehlivě pracuje ke spokojenosti provozovatele i veřejnosti. Obsluhuje denně až stovku autobusů ostravského dopravního podniku. „Hlavní část nové plnicí stanice v Ostravě-Martínově tvoří tři speciální ‚oilfree‘ kompresory, které jsou doplněné moderními technologiemi, bezpečnostními prvky a zařízením na měření, regulaci a řízení, včetně řízení spotřeby elektrické energie,“ sdělil Milan Slamečka, obchodní ředitel společnosti GASCONTROL. Součástí dodávky byla i stavba nového vysokotlakého plynovodu v délce 1075 metrů a instalace zařízení pro odorizaci zemního plynu.

Typové CNG plnicí stanice se osvědčily

Od této doby GASCONTROL vyprojektoval, zkompletoval a instaloval další „typové“ veřejné a firemní CNG plnicí stanice. Typové stanice mají řadu praktických výhod. Na základě dlouhodobých zkušeností s projektováním a provozováním plnicích stanic havířovská firma vypracovala takové řešení, které eliminuje problémy neustále se měnících konstrukčních změn pro různé parametry stanice. Podle způsobu využívání plnicích stanic (veřejná nebo firemní) je vždy jednotná typová základna. Jejím doplněním nebo záměnou klíčového uzlu je pak možné plnicí stanici přizpůsobit specifickým požadavkům a potřebám investora.

V uplynulých měsících GASCONTROL instaloval a zprovoznil veřejné plnicí stanice ve Zlíně-Malenovicích, Domažlicích, Oldřichovicích u Třince a v Mohelnici. Firemní plnicí stanice firma instalovala v průmyslových areálech v Ostravě, Rájci-Jestřebí a Nové Vsi. Tyto plnicí stanice slouží nebo budou sloužit k plnění vysokozdvízných vozíků, firemních automobilů a dalších vozidel na CNG.

Z bioplynu se dá vyrobit elektřina, ale i palivo

Zatím nedoceněným palivem zůstává biometan neboli vyčištěný bioplyn. Svým složením je přitom identický se zemním plynem. To je hlavní důvod, proč v něm GASCONTROL vidí příležitost. Bioplyn vyprodukovaný v bioplynových stanicích, v čistírnách odpadních vod a na



skládkách může být využíván k výrobě tepla a elektřiny, ale také k pohonu dopravních prostředků. Biometan má nejnižší emise skleníkových plynů a nejnižší spotřebu energie v celém životním cyklu v porovnání s ostatními konvenčními biopalivy.

„Na biometan jezdí ve světě stále častěji automobily, autobusy a samozřejmě i zemědělská technika. Technologie pro čištění bioplynu na biometan jsou známy. Naše společnost

v tomto směru spolupracuje s ostravskou firmou JINPO PLUS,“ uvedl obchodní ředitel Milan Slamečka. Při kogeneraci je často největší problém, jak během celého roku využít produkované teplo. Není výjimkou, že je větší část takového tepla mařena bez užitku. V takových případech může být vyčištění bioplynu na biometan a jeho užití jako pohonné hmoty či dodání do plynové rozvodné sítě výhodné z ekonomického i ekologického hlediska. (jd)

Firmy ročně uspoří 65 000 tun CO₂ díky EIB a České spořitelně

Střední a malé podniky, které jsou rozhodnuty investovat do energetických úspor, nemusi nutně spoléhat na dotační programy a fondy Evropské unie. Jako alternativa se osvědčil Globální úvěr Zelená energie podpořený dotací Evropské investiční banky (EIB). Česká spořitelna jeho prostřednictvím ve spolupráci s EIB poskytla financování 42 projektů, kterým zajistila celkovou podporu ve výši 63 milionů korun. Podařilo se dosáhnout ročních úspor 65 000 tun CO₂ a 17 173 MWh.

Dosažené úspory odpovídají roční spotřebě elektrické energie domácností ve městě s 12 000 obyvateli, tedy například Vlašimi či Vrchlábí. „Roční úspory emisí představují objem, který by vyprodukovalo 265 000 rodin, kdyby zamířilo vozem na dovolenou do Chorvatska,“ sdělil Václav Urbánek, produktový manažer Erste Corporate Banking České spořitelny. Evropský program EIB probíhal v šesti

zemích, včetně ČR. EIB vyhodnotila Českou spořitelnu jako neúspěšnější z osmi zapojených finančních institucí, co se týká dosažených úspor energií a emisí CO₂.

„Námi podpořené projekty se podílejí na celkových dosažených úsporách ze dvou třetin. Díky spolupráci s EIB byly podmínky pro zájemce o investice do energetických úspor skutečně atraktivní a výhodné,“ upozornil. Česká

spořitelna nabízela Globální úvěr Zelená energie díky exkluzivní spolupráci s EIB dva roky. Tuzemské podniky tak měly skvělou příležitost dosáhnout na zajímavé pobídky k realizaci energeticky úsporných projektů. EIB přímo poskytla 14% dotaci.

„Díky dohodě s EIB jsme navíc mohli nabídnout zvýhodněný úrok a zajistili jsme všeskerou administrativu s dotací a úvěrem spojenou,“ dodal Václav Urbánek.

Investice se díky podmínkám vrací již v řádu několika let. Příkladem může být turnovský pivovar Rohozec. Díky Globálnímu úvěru Zelená energie investoval do rekonstrukce centrálního zásobování teplem. Úspory na energetické náročnosti dosahují 2,2 milionu korun ročně. Návrh investice v tomto případě či-

ni pouhých 4,15 roku. Je to dáno zejména nižšími výdaji za energii. Na odpovídající úrovni energetických úspor lze podle odborníků z poradenské společnosti ENVIROS, technického konzultanta projektu, dosáhnout téměř ve všech ekonomických segmentech.

Přestože byly úspěšně vyčerpány všechny naplánované prostředky v programu EIB, podpora investic do snižování energetické náročnosti provozů nekončí. „Investice v oblasti energetické účinnosti dávají smysl z pohledu environmentálního i ekonomického. Díky našim dobrým zkušenostem s Globálním úvěrem Zelená energie jsme se rozhodli nadále podporovat české podniky a připravujeme další produkt v této oblasti,“ uzavřel informace Václav Urbánek. (tz)

Obliba topení dřevem a peletami v Česku roste, odborníci ale varují před necertifikovanými kotli

Topení dřevními peletami je v Česku stále oblíbenější. Zájmu o toto ekologické palivo se přizpůsobují i výrobci otopné techniky s nabídkou kvalitních peletových kotlů nejrozličnějších výkonů. Podle odborníků se však na trhu objevují i necertifikované kotle nejasného původu a parametrů.

Podle kvalifikovaného odhadu odborníků z oborového klastru Česká peleta se v tuzemsku letos vyrobí asi 300 000 tun dřevních pelet. Ve srovnání s předchozím rokem jde o čtvrtinový nárůst. Ačkoli je většina v Česku vyrobených pelet určena na export, roste i tuzemská spotřeba. Čeští zákazníci využijí asi třetinu místní produkce certifikovaných pelet a zájem o tohle ekologické palivo roste.

„Ceny certifikovaných pelet EN Plus se pohybují na úrovni zhruba 5500 Kč za tunu. Od loňska se jejich ceny téměř nezměnily. Obecně je však pe-

lety výhodné nakupovat před začátkem topné sezony, lze tak ušetřit zhruba 10–15 % ceny,“ popsal vývoj cen pelet na českém trhu Vladimír Stupavský, předseda klastru Česká peleta. Na trhu lze nyní koupit mírně levnější necertifikované pelety a dřevní pelety s certifikací EN Plus. „Základní výhodou certifikovaných pelet je v tom, že zákazník při nákupu nemusí sledovat jejich parametry, jako je výhřevnost či množství zbytkového popela,“ doplnil Vladimír Stupavský.

Růstu zájmu o topení peletami a kusovým dřevem se přizpůsobují také prodejci otopné techniky. Na trhu najdete nejen výkonné kotle na biomasu, ale též menší kotle s nižším výkonem určené pro nízkoenergetické domy. Podle odborníků by si lidé měli dávat větší pozor na jejich účinnost. Zejména v souvislosti s tzv. Kotlíkovými dotacemi se objevily pochybnosti o reálné účinnosti některých kotlů od zahraničních výrobců. Ty ale Ministerstvo životního prostředí ČR, které má Kotlíko-

vé dotace na starosti, vyvrátilo, opatrnost je ale stále na místě. Asociace podniků topenářské techniky nepovažuje problém s reálnou účinností některých kotlů na tuhá paliva za systémově vyřešený a chce spolupracovat na „nastavení takových podmínek na trhu, aby se podobné pochybnosti kolem některých výrobků neopakovaly“.

Velkou výhodou kotlů na pelety je otočná reorta, kterou však nabízí pouze několik výrobců. Díky ní kotel lépe spaluje palivo a umožňuje mnohem snadnější údržbu a čištění. Komfort obsluhy zvyšuje i možnost automatického zapalování kotle. Lidé také často podceňují komín a jeho parametry. „Dnešní úsporné kotle na tuhá paliva mají až o 150 °C nižší teplotu spalin a tomu musí být komín přizpůsoben. Jde hlavně o rozměry spalinové cesty a odolnost komínové vložky proti kondenzátu,“ upozornil Roman Švantner ze společnosti ENBRA. Mnoho lidí též zajímá případná možnost úpravy peletového

kotle na spalování jiných paliv – třeba kusového dřeva. Stále větší oblibě se mezi stavebníky těší pasivní domy s velmi nízkými nároky na vytápění. Ty se většinou vytápějí tepelnými čerpadly nebo elektrokotlem. Lidé se ale v těchto moderních domech často nechtějí, a ani nemusejí vzdát pohledu na oheň v krbu. „V pasivních domech se vytápění biomasou používá hlavně jako doplňkový zdroj tepla a dekorace. Krb nebo krbová kamna na pelety ale mohou pomáhat s ohřevem teplé vody v domě,“ popsal možnosti přitápění pasivních domů peletami Jiří Beranovský z poradenské společnosti Ekowatt. Spalování pelet proto už není jen doménou klasických teplovodních kotlů, ale na trhu se objevují třeba pokojová krbová kamna s integrovaným zásobníkem na pelety a automatickým přikládáním.

Mění se rovněž způsob distribuce pelet. Nejoblíbenější sice zůstávají 15kg sáčky složené na paletě, podle klastru Česká peleta však roste obliba rozvozu pelet cisternou a jejich následné foukání do skladu u zákazníka. Tento způsob distribuce je běžný třeba v Německu či Rakousku a populární začíná být i u nás. Vyžaduje však skladovací prostory v domě. Orientačně je nutné počítat se zásobníkem o objemu zhruba 9 m³, který pojme 5 tun pelet – tedy průměrné množství na jednu topnou sezonu pro běžný rodinný dům. (tz)

Tři čtvrtiny Čechů mají své finance u více než jedné finanční instituce

Češi rozdělují své finance stále častěji mezi více finančních institucí, a to i proto, že je zajímají nové možnosti, které nabízejí jak banky, tak FinTech společnosti. Na 43 % klientů českých bank má v letošním roce své finance rozdělené dokonce mezi tři a více finančních institucí, v roce 2012 to přitom bylo pouze 20 % klientů. Svou primární banku však stále vnímají jako bezpečný přístav – důvěřuje jí 99 % Čechů (93 % globálně). Vyplývá to z mezinárodního průzkumu EY Global Consumer Banking Survey 2016 společnosti EY zaměřujícího se na chování retailových klientů bankovního sektoru.

Banky by se však podle průzkumu měly co nejvíce přizpůsobit měnícímu se trhu, aby nepřestaly být pro klienty relevantní a neztratily svou pozici ve prospěch FinTech společností.

„Kvalita vztahu s klientem, která je dnes pro úspěch společností klíčová, se odvíjí od úzkého propojení s klientem, tzv. interface. Společnosti, které dokážou využít propojení mezi spotřebiteli a poskytovateli zboží či služeb, jsou dnes v neuvěřitelně cenné pozici. Netíží je tolik provozní náklady, ale mají miliony spotřebitelů, kteří od nich nakupují služby. Tyto firmy, které prakticky nic nevlastní a jsou jen propojovací článkem, jsou dnes úspěšné díky znalosti svých klientů, přenosu dat a správné komunikaci. Podobný model přitom může do budoucna velmi dobře fungovat i pro finanční instituce,“ vysvětlil Pavel Riegger, vedoucí partner oddělení poradenství pro finanční instituce společnosti EY v ČR a ve střední Evropě.

Důvěra v banku je přímo úměrná pozitivní zkušenosti klienta s ní

„V České republice jsou bankovní poplatky a úrokové sazby stále nejčastějším důvodem motivujícím klienta k odchodu od banky,“ sdělil Pavel Riegger a dodal: „Vyšší citlivost v otázce bankovních poplatků je českým specifickým. Zatímco globálně považuje poplatky za hlavní důvod zvažování odchodu od banky 38 % respondentů, v ČR je to až 47 %. Banky by měly s klienty o poplatcích lépe komunikovat. Není to o tom, že by vše mělo být zadarmo, ale o přidané hodnotě, za kterou si klient rád připlatí. Mezi dalšími důvody pro změnu banky Češi jmenovali lepší kvalitu služeb (34 %), jednoduchost založení účtu (30 %) nebo lepší online zkušenost a funkcionality (27 %), z čehož vyplývá, že Češi kladou velký důraz také na pozitivní klientskou zkušenost.“

„Čeští klienti chtějí, aby banky vycházely více a flexibilněji vstříc jejich potřebám. Za pomoci v nesnázích jsou ochotni banku následně ocenit např. i větší loajlností,“ řekl Pavel Riegger. „I řešení problémů a stížností může být zároveň příležitostí, jak navázat s klientem užší kontakt. Pokud při tom banka zaboduje, může klient projevit zájem i o její další služby.“

Na pobočku, nebo online? Klienti by chtěli využívat obojí

Tři čtvrtiny Čechů mají dnes své finance u více než jedné finanční instituce a díky různým online nástrojům si dokážou své finance spravovat sami. Zároveň ale 46 % českých klientů (48 % globálně) přiznává, že díky tomu je pro ně těžší se ve svých financích orientovat. Téměř čtvrtina (24 %) Čechů potvrdila, že by by-

PROČ BYSTE UPŘEDNOSTNILI ONLINE POSKYTOVATELE FINANČNÍCH SLUŽEB PROTI TRADIČNÍ BANCE



by spokojenější, kdyby jejich banka měla méně poboček, ale nabízela v nich kvalitnější služby. Asi 40 % Čechů by současnou síť poboček rádo zachovalo. Až 65 % Čechů sice nemá problém zjišťovat informace o finančních službách online, ale aby si sjednali komplexní produkt nebo se poradili, chtějí mít možnost mluvit se svým bankéřem. Navíc jen čtvrtina (28 %) by zcela důvěřovala finanční instituci, která nemá žádné kamenné pobočky.

Češi disponují dobrými finančními znalostmi a v online světě jsou doma, a to bez rozdílu věku, ale v porovnání se světem a západní Evropou mají podle svého mínění ještě co dohánět. Na druhou stranu digitální gramotnost a komfort, který se oproti předchozím rokům významně zvýšil, vedou Čechy k ochotě využí-

vat nové technologické služby a bankovníctví není žádnou výjimkou. Až čtyři z deseti Čechů by totiž změnili poskytovatele bankovních služeb, pokud by jim byl schopný nabídnout lepší online zážitek.

„Cestou pro banky je zjednodušit nabízené služby a poskytnout klientům příjemnou klientskou zkušenost. Je třeba být flexibilní a zkusit uvádět na trh inovativní online služby, které budou pro klienty atraktivní, jednoduché a ušetří jim čas, ale zároveň budou plně v souladu s požadavky legislativy, regulátora a modelů pro posuzování rizikovitosti žadatelů i proti podvodům. Banky si to již začínají uvědomovat a uvádějí na trh nové revoluční produkty, a to v časových termínech, které dříve nebyly obvyklé,“ doplnil Pavel Riegger. (tz)

S provozním financováním od MONETA Money Bank získají podnikatelé finanční rezervu až 1,5 milionu korun

MONETA Money Bank nabízí kontokorent, který mohou získat zkušení, ale i začínající podnikatelé a živnostníci. Zájemci o finanční rezervu si mohou vybrat ze dvou variant podle svých preferencí. Pro začínající podnikatele má banka připravenou finanční rezervu do 50 000 Kč a pro ostatní až 1,5 milionu korun. O schválení výše podnikatelského kontokorentu se zájemce dozví do 24 hodin. Úvěr navíc získá bez poplatku za žádost a za poskytnutí.

„V poslední době roste zájem malých podnikatelů o flexibilní financování. Pokud získají novou zakázku, potřebují na ní hned pracovat a nepotřebují ztrácet čas běháním po bankách a žádáním o úvěr. Naše nabídka provozního financování jim má usnadnit podnikání a sloužit především jako finanční rezerva pro případ ne-

čekaných výdajů. U kontokorentu platí úroky pouze za čerpané částky, nikoliv z celého úvěrového rámce. Úvěry navíc mohou kdykoliv splatit,“ řekl ředitel komerčního bankovníctví MONETA Money Bank Jan Novotný.

Banka nabízí zájemcům o kontokorentní úvěr dvě možnosti. Provozní financování typu

MiniFlexi Business mohou využít ti, kteří mají zájem o nižší finanční rezervu ve výši 10 000 Kč až 50 000 Kč. Tento úvěr je určen zejména pro začínající podnikatele a je bez poplatku za rezervaci prostředků. Pokud mají podnikatelé konto Genius Business Complete, platí poplatek jen za čerpání úvěru, a to pouze za měsíc, ve kterém finanční rezervu využijí. Doba splatnosti kontokorentního úvěru je 12 měsíců s automatickým prodloužením v případě plnění sjednaných podmínek.

Varianta Flexi Business pak nabízí zájemcům finanční rezervu až do výše 1,5 milionu korun bez nutnosti zajištění nemovitostí. Podnikatelé ji

tak mohou využít například v případě poklesu peněžních prostředků ve firmě. Úvěry uzavřené do 30. listopadu 2016 sjednává banka v rámci akční nabídky bez měsíčních poplatků (tj. za rezervaci prostředků a za čerpání kontokorentního úvěru). Nově také MONETA Money Bank nabízí individuální úrokovou sazbu. Doba splatnosti je navíc stejná jako u varianty MiniFlexi Business. „Maximální výše úvěru Flexi Business závisí na ekonomických výsledcích firmy. Aktuální limit pro čerpání úvěru automaticky jednou za tři měsíce měníme na základě došlých plateb na běžný účet firmy,“ sdělil Jan Novotný z MONETA Money Bank. (tz)

ČSOB modernizuje pobočky: mění se způsob obsluhy, podoba i vybavení

Pobočková síť ČSOB se začala měnit a prochází významným redesignem. Doposud bylo otevřeno 22 poboček v nové podobě, do konce roku by jich mělo být minimálně dalších 5. Zrekonstruované pobočky přinášejí nový koncept poskytování služeb, příjemné prostředí s nadčasovým designem a pokročilými technologiemi. Jako poslední se klientům otevřela pobočka v nákupním centru Černý Most v Praze.

„Pobočky budou mít svou roli i v budoucnu, zvláště pak při řešení specifických požadavků. Klient bude náročnější a na pobočky bude spíše chodit konzultovat složitější potřeby, především v oblasti investic, bydlení a pojištění. Při úpravě poboček ČSOB využíváme zkušenosti z obslužného modelu pro každodenní drobný servis základních produktů a služeb

používaný v Era finančních centrech, které spojujeme se zkušeností z poboček ČSOB v oblasti poradenství a prémiových služeb,“ řekl Martin Vašek, výkonný ředitel útvaru Klientské služby ČSOB.



(1) Slavnostní otevření zrekonstruované pobočky ČSOB Centrum Černý Most; zleva: Martin Vrba, regionální ředitel, Marcela Šefrnová, ředitelka pobočky v Praze na Černém Mostě, Petr Hutla, člen představenstva ČSOB zodpovědný za retail (2) Interiér zrekonstruované pobočky ČSOB v nákupním centru Černý Most

Co je nového v redesignovaných pobočkách ČSOB vytvořila nový model a standardy obsluhy a navrhla členění obchodních míst do tří obslužných zón: Convenience zóna, Poradenská zóna pro řešení komplexních potřeb klientů



v oblasti bydlení, zhodnocení úspor a ochrany majetku a života a v neposlední řadě Premium zóna pro bonitnější klienty. Pobočky nově nabízejí příjemný a vzdušný prostor a klient si může vybrat místo, kde chce být obslužen. Na všech pobočkách je klientům k dispozici wi-fi síť zdarma, na LCD televizích najdou nabídku produktů a služeb a nový komunikační styl se promítá do všech marketingových materiálů.

Pozitivní ohlas na biometrii

Nově také mohou klienti ČSOB, Ery a Poštovní spořitelny na všech pobočkách a finančních centrech podepisovat smlouvy k účtům, kartám, elektronickému bankovníctví i úvěrům prostřednictvím biometrického podpisu. „Za poslední měsíc se biometricky podařilo uzavřít přes 80 000 dokumentů a do dvou let bychom rádi toto číslo zdvojnásobili,“ doplnil Martin Vašek. (tz)

Zamysleme se: životní pojištění jako pobídka k jistotě jednotlivce i rodiny

Životní pojištění patří za hranicemi naší vlasti k běžným, samozřejmým finančním produktům, jimiž člověk pečuje o sebe i své blízké, je vyjádřením zodpovědnosti. U nás stále ne. Nedomýšlíme? Podceňujeme rizika, kterých tak jako tak spíše přibývá, než naopak? Nevážíme si dostatečně života? Hledáme pravdu jinde, než kde skutečně je? Nejrůznější analýzy a studie mluví jasně: je nám velmi často bližší vlastní majetek. Zdraví a jistoty, které z něj plynou, jsou v pozadí. Jak na tom jsou pojištěnci, o tom jsem hovořila s Ondřejem Poulem, ředitelem Úseku pojištění osob v pojišťovně Kooperativa, a.s.

V životním pojištění si Češi nevedou v porovnání s ostatními Evropany příliš šťastně, nedomýšlejí rizika, která s sebou doba nese a podceňují ochranu proti nim. Proč jsou tak málo odpovědní sami k sobě?

V porovnání s ostatními evropskými státy se opravdu Češi zajišťují na životní rizika daleko méně. Jestliže evropský poměr je 61 % ku 39 % ve prospěch životního pojištění z pohledu celkového předepsaného pojistného, pak u nás je poměr životního pojištění téměř přesně opačný. Lidé si chrání více majetek než nejčastější zdroj

výdělků – sebe. Důvod hledejme v poválečné historii.

Kooperativa průběžně nabízí široké spektrum možností, jak se zabezpečit pro případ nečekaných událostí, jako jsou choroby, pobyt v nemocnici, zajištění rodiny v případě nejméně šťastných konců. Jaké věkové kategorie vaše základní produkty využívají nejvíce?

Typickému klientovi pojišťovny Kooperativa je 30 až 39 let (31 % z našeho celého kmene). V tomto věku lidé řeší bydlení či pořízení vlastní rodiny. Poprvé si velmi silně uvědomí, že je třeba ochránit příjmy rodiny před rizikem invalidity, vážných onemocnění, či dokonce úmrtí, a hledají naši pomoc. Shodně zastoupení (6 %) mají klienti pod 20 let a nad 60 let. Obě tyto skupiny řeší primárně ochranu před úrazem.

Jak se staví k životnímu pojištění nejmladší generace plnoletých? Chápe význam životního pojištění?

I mezi našimi klienty od 20 do 29 let vidíme nejvyšší zájem o úrazové pojištění. Nejčastěji je sjednáno pojištění trvalých následků úrazem, následováno invaliditou úrazem a po-



Ondřej Poul, ředitel Úseku pojištění osob v pojišťovně Kooperativa, a.s.

dobně je to i se smrtí úrazem. Lidé v tomto věku si ještě neuvědomují nejvážnější životní rizika, a ještě často nemají potřebu je zajišťovat. Ale význam životního pojištění obecně chápou a využívají ho.

Podnikatelé, když vstupovali do businessu, většinou pojišťovali své firmy, ale na sebe jako zranitelné jednotlivce příliš nemysleli. Trvá tento trend stále, nebo již majitelé českých podniků a živnostníci vědí, jaké zázemí jim životní pojištění skýtá? Uzavírají pojistky v odpovídající výši a jsou si vědomi dopadů?

Děkují za zajímavou otázku. Podívali jsme se do našeho kmene a vyhledali jsme smlouvy, kde je uvedeno povolání jednatel, manažer či ředitel. K našemu překvapení jsme zjistili, že pojistná částka na smrt je v posledních deseti letech u těchto lidí konstantní. A hlavně, že je velmi nízká – jen kolem 220 000 korun!

Co nového Kooperativa v tomto ohledu připravila a co ještě chystá?

Kooperativa pojišťovna se chce stále více zaměřovat na krytí rizik, proto před měsícem vypustila na trh nové životní pojištění Na přání, kde motivujeme naše klienty k sjednávání odpovídajících pojistných částek na vážná rizika například slevou. Jestliže pojistné částky jsou v součtu nad jeden milion korun, pak poskytujeme slevu ve výši 10 %.

otázky připravila Eva Brix

Chléb vyjadřuje krásnou gastronomickou tradici

Světový den chleba je každoročně připomínán 16. října jako svátek základní lidské potraviny a oslava pekařské profese. Symbolicky v pražském Břevnovském klášteře, odkud je z roku 993 první zmínka o výrobě chleba v Praze, proběhla konference k oslavě Světového dne chleba v České republice. Zúčastnil se jí ministr zemědělství Marian Jurečka, jež ve své zdravotní zprávkě zmínil formy podpory kvalitních tuzemských potravin. Generálním partnerem akce byla společnost Penny Market, která ve svých obchodech poskytuje velký prostor lokálním dodavatelům chleba a pečiva.

V České republice dnes vyrábí chléb přes 700 klasických pekáren, každý den vyprodukuje okolo jednoho milionu kusů – co chléb to originál. Spotřeba chleba se po dlouholetém poklesu ustálila na hodnotě 40 kg na osobu a rok, ročně za chléb utratí průměrný Čech necelých 1000 korun. Nabídka chlebového sortimentu je v Česku jedna z nejlepších v Evropě.

Český pekařský trh je jeden z nejvyspělejších v Evropě

Český pekařský trh je v současnosti dle nabídky sortimentu jeden z nejvyspělejších v Evropě. „Zákazník si může skutečně vybrat,“ uvedl předseda Svazu pekařů a cukrářů v České republice Jaromír Dřízal a doplnil: „Nabídka chlebového sortimentu je velmi bohatá, co se týče

množství druhů, surovinového složení, originálních tvarů a hmotností a regionálních specialit. Za uplynulé čtvrtstoletí se také výrazně zvýšila hygiena výroby a distribuce chleba.“

Díky servisu pekařů, kteří zaváží čerstvý chléb do prodejen i třikrát denně, je v obchodech dostupný po sedm dnů v týdnu; balený a krájený chléb, či chleby o menších hmotnostech usnadňují větší hospodárnost ve spotřebě i praktičtější konzumaci. Řemeslná pekařství a firemní prodejní speciálky pak oživují a doplňují širokou nabídku na trhu. Zákazníci rovněž čím dál více vyhledávají v regálech obchodů a v pekařstvích své „chlebové favority“ od lokálních výrobců. Kvalitní český chléb patří mezi „rodinné stříbro“ naší gastronomické tradice. Jeho hodnotu ocení každý, kdo na delší dobu vycestuje do zahraničí.

Je u nás levný

Cena, za kterou dodávají pekárny chleba do obchodů trvale od roku 2008, klesá a pekaři tvrdí, že neodpovídá jeho skutečné hodnotě. Dle údajů ČSÚ byla výrobní cena 1 kg chleba v roce 2008 16,80 Kč, v srpnu 2016 pouhých 14,94 Kč. Spotřebitelská cena 1 kg chleba, která aktuálně dle ČSÚ činí necelých 22 Kč, je v porovnání s okolními státy výrazně nižší. Podle šetření Eurostatu je český chléb nyní 5. nejlevnější v EU.

„Nízká cena neumožňuje pekařům investovat do rozvoje, řádně odměňovat své zaměstnance, řemeslo ztrácí atraktivitu pro mládež. Pekaři proto apelují na obchodní řetězce, aby

mezi sebou nesoutěžili ve snižování cen základních pekařských výrobků, ale kvalitou chleba či pečiva a komfortem nákupu,“ komentoval situaci Jaromír Dřízal.

Má řadu zdravotních benefitů

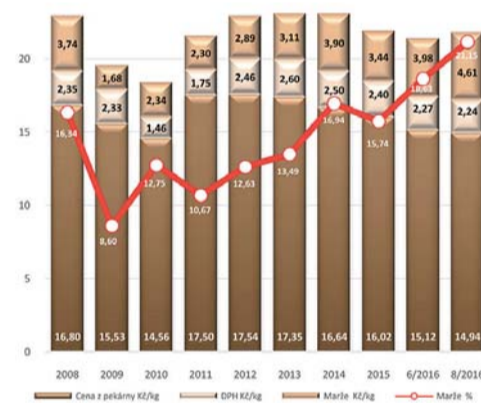
Kvalitní chléb, zejména s vyšším podílem přírodního kvasu, žitné či celozrnné mouky, je zdraví jednoznačně prospěšný. Chléb tvoří základ výživové pyramidy a výživoví poradci na něm oceňují řadu pozitiv: jde o významný zdroj bílkovin, vitaminů řady B, železa, vápníku a samozřejmě vlákniny, již je v naší stravě nedostatek. Vláknina působí aktivně proti civilizačním chorobám, snižuje hladinu cholesterolu, je prevencí cukrovky a účinně působí proti rakovině tlustého střeva. Vyšší podíl žitné mouky v chlebu zase blahodárně působí na peristaltiku střev, proti zácpě a nádorům. Při výběru chleba by měli spotřebitelé mít na zřeteli, jaký druh a složení je nejvhodnější pro jejich zdravotní potřeby.

Trendy na trhu

Se zvyšující koupěschopností se spotřebitelé začínají orientovat na speciální a dražší druhy chleba. Nejoblíbenější však stále zůstává klasický pšeničnožitný Konzumní chléb či jeho pomoučená varianta Šumava. Nekupují se velké bochníky chleba, ale jejich dělené části. Téměř třetinu chlebového sortimentu však dnes tvoří speciální druhy, celozrnné a vícezrnné chleby.

Zákazníci po vzoru farmářských trhů začínají nakupovat regionální výrobky od lokálních

VÝVOJ CEN KONZUMNÍHO CHLEBA



pekařů. „Spotřebitelé, hlavně ve velkých městech, čím dál více preferují zdravý životní styl. Jeho součástí je i kvalitní český chléb, který jim přináší mnoho zdravotních benefitů. Letošní dobrá sklizeň obilí a kvalitní mouka by měla zajistit vysokou jakost vyráběného chleba,“ potvrdil Jaromír Dřízal.

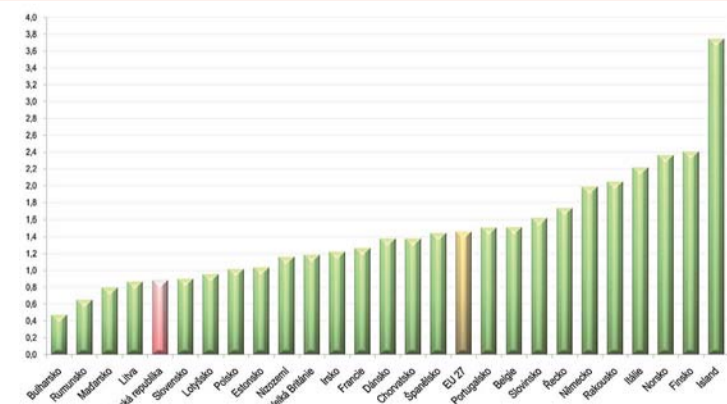
Dle zjištění agentury na průzkum trhu GfK Czech jsou pekařské výrobky se 17 % třetí největší kategorií čerstvých potravin v nákupním košíku českých domácností. Prodej chleba roste zejména v malých a specializovaných prodejnách, které tvoří již 44 % celkového prodeje. Pro 30 % populace je při nákupu motivující informace, zda jde o čerstvý výrobek, či dopečený ze zmrazeného polotovaru.

Jako doprovodný program Světového dne chleba uspořádal svaz pekařů a cukrářů velkou výstavu chlebového sortimentu. Na 25 firem profesního sdružení prezentovalo 100 nejrůznějších druhů chleba. Výstava dokumentovala výspělost pekárenského oboru v České republice na začátku 21. století a neobyčejně širokou a bohatou nabídku chleba na trhu pro spotřebitele.

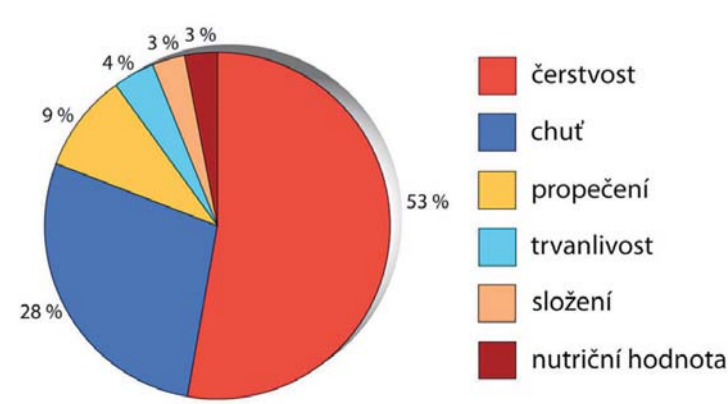
Svaz pekařů a cukrářů v České republice, z.s., je významné potravinářské profesní sdružení, které hájí zájmy a podporuje činnost firem podnikajících v pekařském a cukrářském oboru. V současné době sdružuje 120 členů – pekáren a cukráren, dodavatelů strojního zařízení, surovin a služeb pro tyto obory a potravinářských škol. Více informací o Světovém dnu chleba 2016 na www.svazpekaru.cz.

(tz)

POROVNÁNÍ CEN PEKAŘSKÝCH VÝROBKŮ VE VYBRANÝCH EVROPSKÝCH ZEMÍCH (EUR/kg)



SPOTŘEBITELSKÉ PREFERENCE: Jaká vlastnost chleba je pro vás nejdůležitější?



Jediná cesta, jak nabídnout garanci jedinečnosti

V předchozích dílech seriálu jsme vás seznámili s 12 značkami kvality v Programu Česká kvalita, které pomáhají zvýšit konkurenceschopnost zboží a zlepšit jeho prodejnost na trhu. Program Česká kvalita je jedinou cestou, jak zákazníkům nabídnout garanci kvality ověřené nezávislou zkušebnou. Dnes si představíme předposlední pěti značek z tohoto programu.

Česká kvalita – ITC certifikovaná kvalita



Značka ITC certifikovaná kvalita je, podobně jako značka Czech Made, určena pro široký sortiment zboží. Je určena zejména pro spotřební výrobky z potravinářského i nepotravinářského sektoru zahrnující hračky, textilní i koženou konfekci a galanterii, obuv, sportovní výstroj a výstroj, dále pro výrobky určené ke styku s potravinami a pitnou vodou, elektrické spotřebiče nízkého napětí, stavební výrobky, osobní ochranné prostředky a zdravotnické prostředky.

Značka garantuje zákazníkovi splnění požadavků Směrnice Rady 2009/48/EEC a všech dalších legislativních požadavků a nadstandardní úroveň kvality a bezpečnosti a její udělení je podmíněno jak kladnými výsledky vstupní inspekce, tak i periodických kontrol nad stabilitou jakosti certifikovaného výrobku. Správcem značky je Institut pro testování a certifikaci ve Zlíně.

Česká kvalita – Komfortní obuv



Značka Komfortní obuv je nejnovějším přírůstkem v rodině značek v Programu Česká kvalita. Vznikla v reakci na úspěch značky Žirafa, určené botičkám pro nejmenší, na přání zákazníků a obchodníků. Je určena na obuv pro mládež a pro dospělé. Smyslem značky Komfortní obuv je poskytnout spotřebitelům možnost vybrat si na trhu přesyťeném nekvalitní, a mnohdy i zdravotně závadnou obuví, špičkový výrobek správné konstrukce, zajišťující pohodlné nošení bez zdravotního rizika, s vysokou odolností a dlouhou životností, se správným označením velikosti a splňující dlouhou řadu dalších kvalitativních parametrů. Udělení značky je podmíněno schválením Komise zdravotně nezávadného obouvání, která vyhodnotí správný tvar kopyta, výsledky zkoušek nezávislé zkušebny, všechny parametry konstrukce a další kvalitativní ukazatele, včetně výsledků praktických dlouhodobých zkoušek nošením. Správcem značky je Česká obuvnická a kožedělná asociace.

Česká kvalita – Kvalitní a bezpečná a montáž



Značka Kvalitní a bezpečná a montáž je určena zejména pro sektor B2B. Vznikla v roce 2005 na základě požadavků a ve spolupráci s Uníí elektrotechniků ČR. Jejím cílem je zpráhlednit trh montáží elektrotechnic-

kých zařízení, na kterém se pohybují firmy s velmi rozdílnou úrovní odbornosti a kvality odvedených služeb. Značka garantuje, že její držitel poskytuje služby na vynikající úrovni, plně vyhovující legislativě EU i ČR. Je zárukou, že montáž elektrotechnického zařízení bude provedena kompetentním personálem, z kvalitních a spolehlivých komponent a postupem šetrným pro životní prostředí a bezpečným pro zpracovatele. Samozřejmostí je ověření bezpečnosti podle platných předpisů. Značku uděluje Elektrotechnický zkušební ústav.

Česká kvalita – Osvědčeno pro stavbu



Značka Osvědčeno pro stavbu je určena zejména pro výrobce, kteří chtějí jasně deklarovat vysokou kvalitu svého výrobku nad rámec povinné certifikace a vhodnost výrobku pro specifický trh a podmínky v České republice. Jen málokdo tuší, že se u nás mohou prodávat stavební výrobky, které byly certifikovány v kterékoliv zemi EU, a které tudíž splňují např. požadavky na mrazuvzdornost dané normami v Řecku, které mohou být pro naše podmínky zcela nedostatečné. Pro konečného zákazníka je tak značka Osvědčeno pro stavbu jistotou, že oceněný výrobek plně vyhovuje všem podmínkám pro využití ve stavbách na území ČR, že jeho kvalita byla prověřena nezávislou třetí stranou a je dlouhodobě sledována. Výrobce získává ve značce cenný marketingový nástroj, který mu

přináší možnost odlišit se od konkurence na širokém trhu se stavebními výrobky. Správcem značky je Svaz zkušeben pro výstavbu.

Česká kvalita – Práce postižených



Značka Práce postižených označuje výrobky a služby, které skutečně a prokazatelně vyrobily, kompletovaly, balily nebo poskytly službu osoby se zdravotním postižením. Slouží k přímé podpoře a prezentaci zaměstnávání postižených spoluobčanů, a to u zaměstnavatelů, kteří v rámci chráněného pracovního trhu, ale i mimo něj přizpůsobují pracovní podmínky, pracovní postupy a dodržují veškerou platnou legislativu pro zaměstnávání osob se zdravotním postižením. Jejím cílem je stírat bariéry mezi zdravými a postiženými lidmi. Značka podporuje odbyt výrobků z firem, kde pracují osoby se zdravotním postižením, tak, aby si člověk, který nepřispívá na charitu (protože se bojí, že jeho příspěvek bude zneužit), mohl vybrat a koupit výrobek nebo službu, kterou skutečně potřebuje, a přitom pomohl dobré věci. Správcem značky je Nadační fond pro podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením.

V následném, závěrečném díle seriálu si představíme poslední pěti značek, které pomáhají prosadit na trhu kvalitní výrobky českých firem. (red)

INZERCE



Konference vítězů cen za kvalitu „Best practices – iniciativa pro efektivní změny“

- Chcete se zlepšovat a hledáte osvědčenou cestu jak na to?
- Slyšeli jste o Modelu excelence EFQM a nevíte jak s ním pracovat?
- Chcete se inspirovat těmi nejúspěšnějšími organizacemi u nás i ze zahraničí?
- Víte, jak prakticky uchopit „společenskou odpovědnost“?

Nejen na výše uvedené otázky Vám odpoví přednášející již 9. ročníku Konference vítězů cen za kvalitu. Využijte příležitost nejenom vyslechnout příspěvky, ale i neformálně se setkat s těmi, kteří u nás i v zahraničí pracují na zvyšování výkonnosti a konkurenceschopnosti svých organizací.

22. 11. 2016 od 10:00 hodin
Hotel Kampa, Praha 1, Všešrdova 16
Program a přihláška: eqw.csq.cz

Inspirace • Zlepšování a nejlepší praxe • Neformální setkání



Probíhá Listopad – Měsíc kvality

Přes 80 zemí celého světa si i letos bude v rámci Listopadu – Měsíce kvality připomínat význam kvality jako klíčového prvku konkurenceschopnosti, udržitelného rozvoje i spokojeného života občanů. Již po šestnácté se k nim připojí i Česká republika. Více než dvě desítky odborných akcí, seminářů, konferencí a setkání vyvrcholí Slavnostním večerem na Pražském hradě, kde budou předána nejvýznamnější ocenění firem – Národní ceny kvality ČR a Národní ceny ČR za Společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj. Význam, který má kvalita v našich životech, si mnohdy neuvědomujeme. Přitom nás silně ovlivňuje nejen při nákupu a využívání zboží a služeb, ale i v dlouhé řadě dalších oblastí. Aktivitu, které jsou v rámci Národní politiky kvality (NPK) v listopadu organizovány, jsou příležitostí, jak si význam kvality připomenout. „V rámci oslav Měsíce kvality bychom chtěli ukázat, jak široká škála témat je v Národní politice kvality sdružena. Nejde jen o kvalitu a bezpečnost zboží a služeb, ale

i o zvyšování kvality ve školství, zdravotnictví, veřejné správě, armádě či policii. Pomáháme firmám zavádět moderní metody řízení, zlepšovat konkurenceschopnost a v neposlední řadě i podnikat společensky odpovědně: tedy tak, aby firma nezatěžovala životní prostředí a byla dobrým zaměstnavatelem a partnerem společenského života,“ vysvětlil Robert Szurman, státní tajemník v Ministerstvu průmyslu a obchodu a předseda Rady kvality ČR.

Akce organizované Národní politikou kvality přináší do České republiky nejmodernější metody a znalosti z celého světa. Ať již jde o špičkové metody managementu, nebo o ochranu spotřebitelů před stále vzrůstajícím počtem nebezpečných a nekvalitních výrobků na trhu, odborníci desítek organizací sdružených v NPK přináší řešení založená na analýze nejlepší světové praxe. Listopad – Měsíc kvality je příležitostí, jak tato řešení představit odborně i laické veřejnosti. (tz) www.npj.cz

Zemědělci jsou proti sick days

Zemědělský svaz ČR je zásadně proti návrhu Ministerstva práce a sociálních věcí ČR zavést povinnou pětidenní placenou nemocenskou, tzv. sick days. Zároveň se ostře ohrazuje proti kritice, která vrhá na Zemědělský svaz ČR negativní obraz v tom smyslu, že zemědělci nutí chodit do práce nemocné zaměstnance. „Zemědělský svaz ČR je proti zavedení sick days a proti zrušení stávající karenční doby, tedy proplácení mzdy zaměstnavatelem v prvních třech dnech nemoci. Zemědělství je natolik specifické, že zavedení sick days povede ke značným komplikacím v tomto sektoru,“ sdělil stanovisko svazu jeho předseda Martin Pýcha. Stejně jako Asociace podnikatelů a manažerů i Zemědělský svaz ČR upozorňuje na to, že lidé budou sick days zneužívat. Podle Martina Pýchy by nemělo ministerstvo práce a sociálních věcí takovou měrou zasahovat zaměstnava-

telské sféry. Zemědělské podniky se potýkají s nedostatkem kvalifikovaných pracovníků, proto se o ně patřičně starají. „Rozhodně to není tak, že chceme nutit nemocné lidi chodit do práce, ale jde nám o princip jako takový. Sick days povede k růstu dočasné pracovní neschopnosti a ke zvýšení přesčasů u ostatních pracovníků. Dalším projevem bude zvýšení nákladů zemědělských podniků a problémy s organizací práce. Předkladatelé této změny nemají představu, jaké je to shánět náhradu za pracovníka, který má jít ráno krmit zvířata, dojit nebo jezdit v kombajnu při sklizni, navíc když se to dozví jen pár hodin dopředu,“ upozornil Martin Pýcha. Zemědělství je specifický obor, který díky tomu, že je navázaný na biologické cykly živých organizmů a klimatické jevy, neumožňuje takovou flexibilitu jako například zaměstnávání pracovníků ve státní správě. (tz)

Mobilní platby rostou rapidní rychlostí, ukázal průzkum společnosti Visa

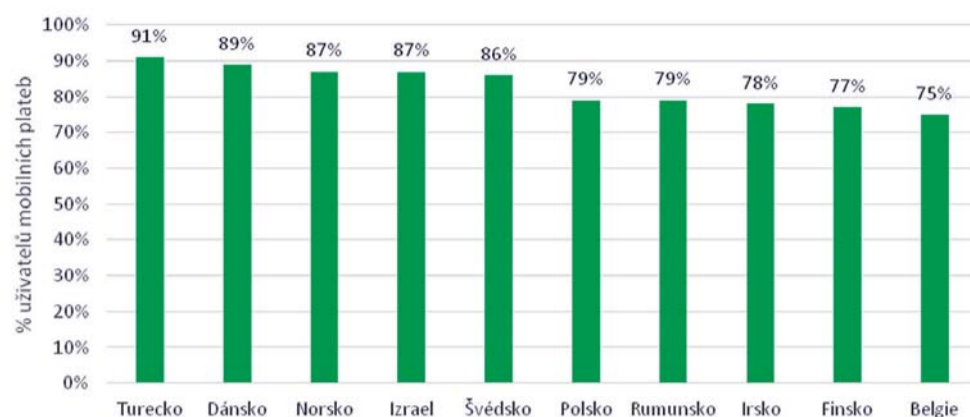
Počet spotřebitelů, kteří pravidelně používají mobilní zařízení (chytrý telefon, tablet či nositelnou elektroniku) k placení, se za poslední rok ztrojnásobil. Vyplyvá to z průzkumu společnosti Visa o digitálních platbách za rok 2016. V současnosti používá mobilní zařízení k placení 54 % dotazovaných, zatímco před rokem takto platilo za každodenní výdaje a služby jen 18 % z nich.

Studie, ve které odpovídalo více než 36 000 respondentů z 19 zemí, odhaluje, jak dramaticky se přijímání digitálních plateb za posledních 12 měsíců posunulo. Před rokem odpovědělo 38 % osob, že mobilní zařízení k provedení platby nikdy nevyužili, a nemají to ani v plánu. Letos se toto číslo snížilo na pouhých 12 %.

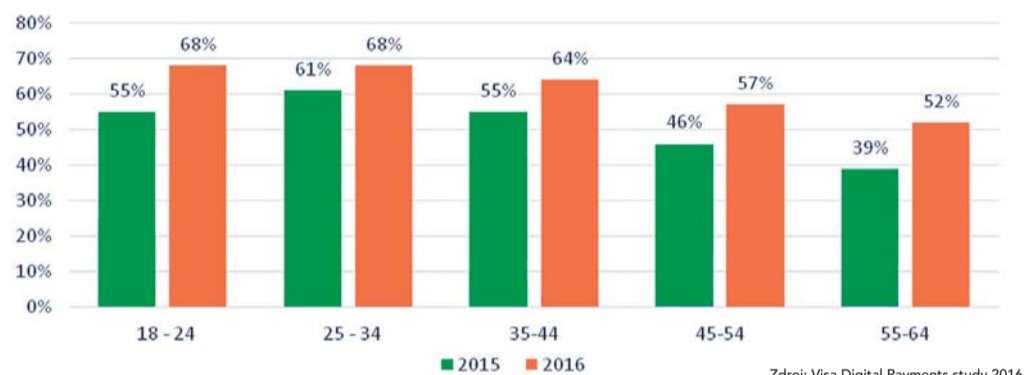
Kdo jsou a co nakupují?

Prvních deset evropských států, kde jsou mobilní platby nejrozšířenější, lze rozdělit do dvou kategorií. Do první patří rozvíjející se trhy jako Turecko či Rumunsko, které částečně přeskočily tradiční rozvoj klasických platebních metod, aby si rychleji osvojily rovnou novější technologie. Druhou skupinou jsou rozvinuté trhy, jako severní země, které rozvíjejí nové platební technologie trochu jiným tempem. V Evropě patří přes tři čtvrtiny (77 %) osob mezi takzvané Mobile Payments Users, tedy pravidelné uživatele mobilních plateb. Zhruba 59 % z nich používá své mobilní zařízení například pro přesun financí mezi přáteli a rodinou, 53 % tak platí energie a další náklady na bydlení a 4 z 10 uživatelů mobilních plateb používají mobilní zařízení při nákupu jídla s sebou. Je zajímavé i to, že uživatelům mobilních plateb zároveň nevádí provádět mobilními zařízeními dražší nákupy stejně jako ty každodenní. Dotazovaní si takto pořizují položky s vysokou hodnotou jako dovolené, nábytek

TOP 10 EVROPSKÝCH ZEMÍ S NEJVYŠŠÍM PODÍLEM UŽIVATELŮ MOBILNÍCH PLATEB



NÁRŮST UŽÍVÁNÍ MOBILNÍHO BANKOVNICTVÍ PODLE VĚKU



nebo elektroniku v 44 % případů, tedy stejně často jako levnější pravidelné platby složenek (53 %) či jízdenek do autobusu a vlaku (47 %).

Mobilní bankovníctví na vzestupu

Průzkum také ukazuje na rostoucí oblibu mobilního bankovníctví napříč všemi věkovými skupi-

nami. Poprvé v historii se ukázalo, že mobilní bankovníctví používá více než polovina Evropanů ve všech věkových kategoriích. Nejhojněji jej využívají mladší zástupci tzv. generace Y, ale ostatní věkové skupiny je rapidně dohánějí. Rostoucí obliba mobilního bankovníctví napříč Evropou zároveň umožňuje čím dál více lidem sle-

dovat průběžně své výdaje a finanční závazky. Zhruba 41 % osob potvrdilo, že pravidelně kontrolují stav účtu pomocí mobilního bankovníctví.

„Data z průzkumu potvrzují, že nastala doba digitálních plateb a spotřebitelé napříč Evropou si osvojují řadu nových platebních metod. Visa nicméně vidí v mobilních telefonech a nositelné elektronice pouze začátek širšího trendu. Ten na milionech nově se připojujících zařízení ukazuje, že lze jednoduše a bezpečně integrovat možnost každodenního placení do téměř jakékoliv technologie,“ řekl Marcel Gajdoš, regionální manažer Visa pro ČR a Slovensko.

„V Evropě byla nedávno spuštěna služba Apple Pay pro Velkou Británii, Francii a Švýcarsko, ve Španělsku byl představen Samsung Pay a v Británii také Android Pay. Zároveň jsme ale svědky nové éry v oblasti nositelné elektroniky – chytrých hodinek, náramků i oblečení. Tento trend bude zcela jistě ještě zrychlovat a uživatelé budou mít možnost vybrat si takové zařízení, které bude nejlépe vyhovovat jejich životnímu stylu,“ doplnil Marcel Gajdoš.

Tahounem nových technologií je contactless

Nárůst v používání digitálních plateb jde ruku v ruce s rozšířením bezkontaktních technologií. Průzkum nasvědčuje tomu, že bezkontaktní platby jsou už dnes napříč věkovými skupinami novým standardem. Více než polovina (52 %) dotazovaných totiž tento rok použila bezkontaktní kartu. V roce 2015 to přitom bylo pouze 36 %.

Uživatelé bezkontaktních plateb jsou obecně k přijímání nových platebních metod otevřenější než spotřebitelé, kteří bezkontaktní bankovní karty nepoužívají. Uživatelé bezkontaktních karet chtějí například více platit v obchodech (52 % vs 32 %), nakupovat přes aplikace obchodníků (49 % vs 31 %) či platit mobilním zařízením za jídlo (50 % vs 30 %).

Pípání mobilního telefonu řídí život každého druhého Čecha

Průměrný Čech v produktivním věku zkontroluje svůj mobilní telefon v průměru 46krát denně, to znamená v průměru každých 21 minut z aktivní/bdělé části dne. Čas, který Češi průměrně stráví u mobilních telefonů, činí 2 hodiny 53 minut denně. Výsledky přinesla společnost truconneXion, která vychází z analýzy využívání chytrých mobilních telefonů 1850 lidí, firemních uživatelů v České republice a na Slovensku.

„Mobilní telefony už dávno neslouží jen k volání a přijímání hovorů, což byla dříve jejich primární funkce, ale pro řadu lidí představují preferované zařízení pro přístup na internet. V spektru nejčastějších činností vede využívání komunikátorů, jako jsou Skype, WhatsApp či Facebook Messenger, dále pak psaní zpráv a vyřizování e-mailové korespondence společně s kalendářem. Následuje využívání aplikací, včetně sociálních sítí, tak sledování zpravodajství či multimédií, až po letmé zkontrolování času těmi, kteří využívají svůj mobil namísto hodinek,“ řekl Martin Hnízdil ze společnosti truconneXion.

Každý druhý Čech je ohrožen mobilní neurózou a výpadky pozornosti

„Na 44 % Čechů dokonce spadá do kategorie tzv. vysokofrekvenčních uživatelů – od rána do noci po svém smartphonu sáhnou více než padesátkrát, to znamená každých zhruba 19 minut z aktivní části dne,“ uvedl Martin Hnízdil.

Konzumace mobilních technologií, zejména internetu a aplikací v takovéto intenzitě znamená významný zásah do pracovního i soukromého času každého druhého Čecha. Jak prokazují odborné psychologické analýzy, uživatelé internetu z kategorie „vysokofrekvenčních“ se vystavují riziku náhlých výpadků pozornosti a schopnosti soustředit se, což poznamenává jak jejich pracovní výkon, tak jejich vztahy. „Chování člověka by mělo být vědomě ovlivňo-

váno jeho prioritami a podle nich by se měl rozhodovat, čemu bude cíleně věnovat čas a pozornost. U části populace nelze vyloučit vznik jakési specifické formy závislosti na mobilním telefonu spojené s jeho nutkavým používáním, resp. už zneužíváním,“ sdělil psycholog Michal Walter, který se zabývá problematikou psychologie práce.

Lidem, jejichž život se doslova řídí pípnutím telefonu ohlašujícím došlé zprávy, tj. mají potřebu bezprostředně reagovat na každou z nich či co chvíli kontrolují čas a svoje účty na internetu, doporučuje psycholog přehodnotit svůj vztah k mobilnímu telefonu, případně navštívit specialistu. Michal Walter potvrdil, že odborníci se již zabývají i extrémními případy závislosti na mobilních telefonech. Nejčastěji však nadužívání mobilního telefonu bývá známkou nudy, případně omezené schopnosti vést standardní mezilidskou komunikaci. Ta je nenahraditelná tím, že zahrnuje i mimoslovní formy, jako jsou řeč těla, bezprostřední oční kontakt, vnímání vůně a další aspekty.

Podle Michala Waltera používání mobilního telefonu odvádí pozornost od jakékoliv činnosti, která vyžaduje intenzivní soustředění. „Velkým mýtem je schopnost tzv. multitaskingu, tj. provádění více činností najednou v požadované kvalitě. Lidský mozek tomu není uzpůsoben, je to výsada mimořádně nadaných a kvalitně trénovaných jedinců,“ upozornil psycholog Walter.

Firmy ohrožuje prokrastinace a úniky citlivých dat

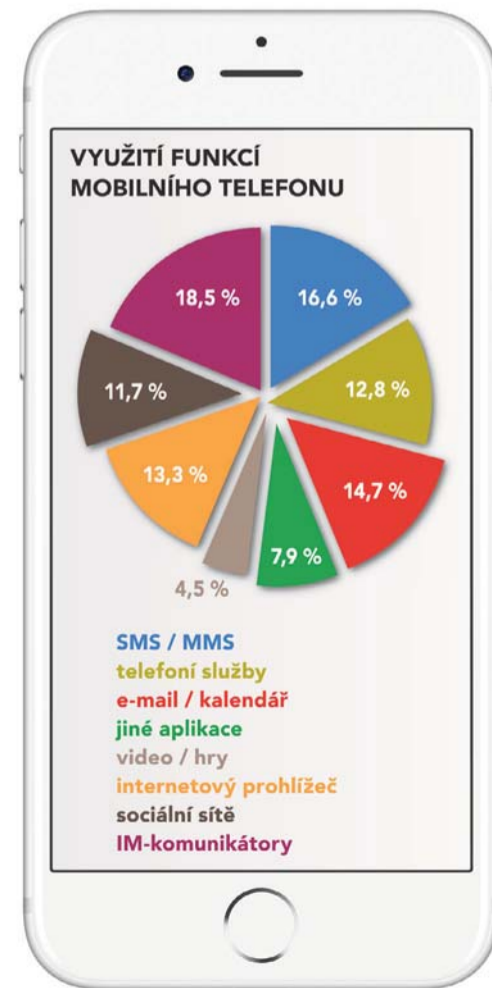
Z hlediska zaměstnavatelů je to vážný problém, protože závislost na mobilních telefonech vede k masivnímu zneužívání pracovního času v rádech až několika hodin denně. I v takovém případě je však obtížné zaměstnanci toto zneužívání dokázat bez pomoci speciálního softwaru, který na firemních mobilech rozliší pracovní a mimopracovní aktivity.

Jeho nasazení má primárně za cíl zamezit významnějším excesům ve zneužívání, nikoli zaměstnance popotahovat za to, že se kupříkladu podívá na soukromou poštu, a už vůbec ne narušovat jeho soukromí. „Na sociálních sítích či surfování na mobilu jsou někteří zaměstnanci během osmihodinové pracovní doby schopni strávit i hodiny, protože nástroje pro efektivní správu mobilních telefonů využívá dnes jen 38 % zaměstnavatelů,“ dodal k analýze Martin Hnízdil.

Vědomí, že je zaměstnanec pod dohledem a nemůže se neomezeně a bez následků věnovat soukromým aktivitám, zcela prokazatelně působí preventivně a snižuje množství promarněného času ve firmách. Podle poslední publikované analýzy společnosti truconneXion míra zneužívání pracovního času v českých firmách v roce 2015 celkově vzrostla v meziročním srovnání o rekordních šest minut na 58 minut denně.

Ještě větším rizikem než neefektivně strávený pracovní čas je zneužití či únik citlivých firemních dat. Mobilní telefony jsou totiž oproti osobním počítačům v korporátním prostředí často hůře zabezpečeny. „Z mobilních zařízení se tak stává nehlídaný tunel do firemní sítě. Pokud nemá zaměstnavatel mobily pod kontrolou, hrozí mu nejen stejná bezpečnostní

rizika jako na počítači tj. viry, hackeri, ale také nová rizika spojená právě s mobilitou těchto zařízení,“ varoval Martin Hnízdil, který má ve společnosti truconneXion na starosti speciální software AuditPro MobileDesk.



Naší rolí je pomáhat v růstu

Cedric Maloux je rodilý Pařížan, ale žije a pracuje v České republice již od roku 2003. V současné době vede nejstarší akcelerační v ČR StartupYard, s nímž spolupracuje již od začátku v roce 2011. Předtím podnikal 20 let v oblasti startupů a technologických firem. Svou první internetovou společnost založil v roce 1996. Jeho nejznámější firmou byla česká společnost AllPeers, která získala velkou pozornost a ocenění před šesti lety, kdy do ní investovaly fondy Index Ventures a Mangrove Capital Partners. Je bývalým ředitelem společnosti Geewa, kterou posunul od lokální české herní firmy k mezinárodnímu úspěchu hrou Pool Live Tour pro Facebook, kterou každý měsíc hraji miliony lidí. Cedric Maloux nám odpověděl na několik otázek týkajících se startupů.



Cedric Maloux, šéf nejstaršího akceleračního v ČR StartupYard

Plní startupy očekávání, jež se do nich vkládají? Jaké jsou jejich přednosti a slabá místa?

Předpokládáme, že některé ze startupů, které akcelerujeme, budou úspěšné a jiné ne. To je přirozená podoba našeho podnikání a zároveň realita pro jakéhokoli podnikatele či investora. Jsme v raném stádiu investičního řetězce, protože vstupujeme do procesu ještě před andělskými investory či venture capital investicemi. Proto se musíme držet s našimi očekáváními při zemi a být skromní. Naší rolí je pomáhat v růstu. Na druhé straně nás každý rok překvapí zakladatelé,

kteří rostou velmi rychle a posouvají své firmy na vyšší úroveň. Někdy rychleji, než bychom čekali. Proto vybíráme lidi, jejichž silnou stránkou jsou ambiciózní přístup a charisma. Ne všichni tyto požadavky samozřejmě splňují. Také vidíme, že zakladatelé potřebují pomoci s marketingem a prodejem. V tom bývá jejich největší slabina, s níž se opakovaně setkáváme.

Kolik investic přilákaly startupy ve vašem programu?

Od našeho vzniku v roce 2011 jsme získali pro naše startupy více než 6 mil. eur, z toho 3 mili-

ony eur v posledních deseti měsících. Tato částka výrazně poroste ještě před koncem tohoto roku, protože víme o několika z nich, kde se jedná o dalších investicích.

Do jakých oblastí se nejvíce soustřeďují, kde jsou nejúspěšnější?

Máme úspěšné firmy v oblasti B2B a B2C. Navzájem se všechny velmi liší, takže není možné na tuto otázku obecně odpovědět.

Byla úspěšná náborová roadshow StartupYardu?

S naším náborovým roadshow jsme dopadli skvěle. Navštívili jsme devět měst v osmi zemích, mluvili jsme se stovkami podnikatelů v technologické oblasti. Vyslechli jsme, co budují a proč. Jak ale definovat úspěch? Pro tento typ aktivity pokládám za důležité, aby se nejen zvýšila mezinárodní pozornost našeho akceleračního programu, ale především aby se podařilo najít nové, nadějně startupy. Stále se nacházíme v procesu výběru kandidátů pro další programy a teprve čas ukáže, jestli z této aktivity vyjdou budoucí úspěšné firmy.

Budu konkrétní: Budget Bakers je jedním z těch velmi dobrých startupů. V čem tkví jeho úspěch?

BudgetBakers může sloužit za skvělý příklad úspěšné B2C firmy. Když se na ni podívám zblízka, musím ocenit zejména obrovský zápal a odhodlání jejího zakladatele. Je mi jasné, že

Janu Mullerovi velmi záleží na uživateli jeho produktu. Chce jim nabídnout to nejlepší, včetně svých zkušeností. Setkávám se s mnoha lidmi, kteří chtějí „založit startup“. Možná proto, že je to teď módní záležitost. Méně často narazím na ty zapálené do svého projektu. Milují to, co budují, chtějí se odlišit, a rovněž pomáhat ostatním. Právě tento altruismus nesmí chybět u zakladatelů startupů, kteří si nakonec připiší úspěch. Nic to nemění na faktu, že vybudovat firmu vždy vyžaduje i spoustu času.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

O AKCELERÁTORU STARTUPYARD

StartupYard byl založen v roce 2011 a jde o nejstarší soukromý akcelerační v regionu střední a východní Evropy. Doposud zorganizoval šest akceleračních kol (kohort) pro 44 startupů. Jeho cílem je pomoci startupům růst a získat dodatečné investice, zatímco je propojuje s partnery a mentory, což jim usnadňuje vstup na globální trh. Dodatečné investice ve výši přes 6 mil. eur dosud získalo 18 absolventů programu, 29 stále působí na trhu a akvizicí prošlo pět firem. Za StartupYardem stojí investoři Credo Ventures, Rockaway Capital a skupina angel investorů, včetně Michala Illicha, Josefa Matějky, Michala Kratochvíla a Filipa Staehelina.

Zaujmou místo lidí stroje a roboti? Překladač se zřejmě bát nemusejí

Ve kterých oborech činnosti jsou lidé nahraditelní stroji a roboty? A mohou stroje myslet? Takové úvahy provázejí lidstvo po celou dobu jeho moderní průmyslové historie. Zatímco v některých oborech, jako je například výroba počítačů nebo automobilů, je automatizace na vysokém stupni rozvoje, v jiných profesích je úloha člověka nezastupitelná. Takovými jsou všechny obory, které pracují s významy, například překladatelství.

Překladatelství zažilo největší boom po roce 1948 rozvojem mezinárodních organizací. Ty produkují velké množství textů, jež je potřeba překládat do jazyků všech zainteresovaných zemí. Právě v této době na univerzitě ve městě Georgetown lingvisté začali experimentovat se strojovým překladem. S pomocí elektronického počítače se pokusili přeložit 60 vět z angličti-

ny do ruštiny. A výsledek byl uspokojivý. Dnes se nacházíme v situaci, kdy nejznámější internetový překladač Google Translate denně přeloží přes 90 miliard slov.

Dobrá sluha, ale zlý pán

Lze se však i přes obrovský posun, který lidstvo ve strojovém překladu za posledních šedesát let dokázalo, na automatický strojový překlad sto procentně spolehnout? „Do určité míry určitě ano. Pokud poptáváte překlad jednotlivých slov, můžete se spolehnout na překladatelské nástroje, z nichž jsou některé k dostání zdarma,“ řekl Roman Zelenka, jednatel překladatelské agentury ZELENAKA.

„Avšak ve chvíli, kdy hodláte překládat souvislé dokumenty, tedy části vět a vyšší celky, byste měli rozhodně strojový překlad nechat zkorrigovat člověkem. Takový překlad bude totiž obsahovat velké množství gramatických a syn-

taktických chyb a zcela jistě bude nutné upravit jeho stylistiku,“ dodal dále Roman Zelenka.

I na tomto principu mohou fungovat moderní překladatelské agentury. „Pro některé projekty používáme mnohem sofistikovanější a propracovanější překladatelské nástroje, než jaké jsou zdarma dostupné ve vyhledávacích. Přesto výsledný překlad vždy prochází kontrolou několika překladatelů, kteří výslednému textu dají finální podobu,“ uvedl ještě. Například smlouvy, oficiální dokumenty, nebo i knihy by bez kontroly lidským mozkiem obsahovaly velké množství chyb nebo vůbec nedávaly smysl.

Nahradí někdy stroje lidi?

Překladatelské programy jsou i vzhledem k čim dál tím vyspělejším robotickým technologiím podobným člověku každým dnem zdokonalovány. Lze tedy říci, že jsou každým dnem sofistikovanější a jejich výsledky lepší. Avšak doby,

kdy by stroje byly schopny přeložit text stejně kvalitně jako člověk se zřejmě nedočkáme.

Vyspělé jazykovědní obory pracují s termínem diskurz, který v sobě skrývá sociálně kulturní kontext daného jazyka a situace, ve které je jazyk používán. Jedná se o soubor informací zakódovaných v našem vědomí, které nám pomáhají správně určit, jaká slovní spojení jsou patřičná v různých situacích. S blízkými přáteli se bavíte zkrátka jinak než se svým šéfem. V takových chvílích se řídíte právě diskurzem.

„Předností kvalitních překladatelů je uplatňování diskurzivních poznatků. Tuto komunikační přednost překladatelů však dle mého názoru nelze strojově napodobit. Stroje jsou sice schopné vytvořit terminologicky přesný překlad, ale nemohou jej komunikačně podřídit diskurzivním zákonitostem, které jsou v mnoha situacích klíčové pro správné vyznění překladu,“ myslí si lingvista PhDr. Otakar Šoltys, CSc. (tz)

MALL.CZ je se 104 výdejními místy nejdostupnější online nákupní galerií, do krajských měst zaváží i v sobotu

MALL.CZ představuje nové služby pro podporu vánoční sezony a zahajuje spolupráci se sítí výdejen Uloženka.cz. Od 20. října mají zákazníci možnost vyzvedávat zboží po celé ČR v rámci 86 nových výdejních míst. MALL.CZ tímto krokem dosáhne největšího územního pokrytí mezi českými e-shopy s komplexním sortimentem. Spolu s Uloženkou, která se v tomto případě soustředí na menší regionální města, se tak s celkovými 104 výdejními místy výrazně přibližuje zákazníkům po celé ČR.

„Tímto krokem se stáváme nejdostupnějším e-shopem s komplexním sortimentem na českém trhu. Spolu s naším novým distribučním centrem, které zvládne odbavit až 75 000 náku-

pů denně, jsme na letošní vánoční sezonu výborně připraveni. Do konce roku navíc plánujeme představit ještě další novinky,“ sdělil Jakub Havrlant, CEO MALL.CZ.

Pro zákazníky to znamená výrazné snížení dojezdové doby k nejbližšímu výdejnímu místu. V menších regionálních městech, kde MALL.CZ doposud žádnou výdejnu neměl, využívá právě síť Uloženky. Výrazně tak uleví svým centrálním pobočkám, které doposud odbavovaly zákazníky z větších měst. V rámci sítě Uloženka.cz nabízí MALL.CZ dopravu zdarma při nákupu nad 1000 Kč, tak jako u běžných rozvozů. Během Vánoc tisícikorunovou hranici překročí takřka 70 % nákupů.

„Zapojením vybraných výdejen Uloženka.cz bude MALL.CZ disponovat výdejními místy ve všech krajských a okresních městech. Budeme

tak schopni nabídnout služby takřka 90 % obyvatel ČR,“ uvedl Pavel Knap, šéf logistiky MALL.CZ.

Novinkou je také možnost využít k doručení zboží sobotu. Zákazníci už nebudou odkázáni pouze na pracovní týden, kdy si museli často nechat zaslat zboží do práce nebo hlídat termín doručení domů. Službu sobotního doručení lze využít v Praze, Plzni, Karlových Varech, Českých Budějovicích, Ústí nad Labem, Liberci, Hradci Králové, Jihlavě, Brně, Ostravě a Olomouci. V Praze nově umožňuje MALL.CZ v případě potřeby doručit zboží v den objednání. Služba je k dispozici pro objednávky provedené do 13.00. MALL.CZ následně garantuje doručení do 21. hodiny večerní. Tato možnost platí rovněž pro závoz na veškerá výdejní místa v Praze. (tz)



Naši lidé dokáží šetřit, i když jejich úspory klesly

Míra úspor domácností v České republice klesla v prvním čtvrtletí roku 2016 na 9,39 %, což je ve srovnání s posledním kvartálem roku 2015 o necelé 4 % méně. I přesto jsou Češi šetřící a umí spořit. Dokládají to aktuální statistiky Evropské komise, dle kterých se v českých domácnostech spotřebovává nejméně elektřiny v Evropě, ale i konzervativní přístup české populace k financím.

Podle nejnovějších dat Eurostatu, které publikoval server Tradingeconomics.com, klesla v prvním čtvrtletí roku 2016 oproti předchozímu kvartálu míra úspor českých domácností o necelé 4 %. Zatímco v posledním kvartálu roku 2015 míra úspor činila 13,26 %, v prvním kvartálu letošního roku se snížila na 9,39 %. I přesto si drží Česká republika v rámci EU prvenství v celkové spotřebě energie. Podle nejnovější zprávy Evropské komise o vývoji ve spotřebě a úsporách energií mezi roky 2000 až 2014 spotřebovává průměrná česká domácnost ročně bez započítání vytápění, klimatizace a ohřevu vody 1 398 kilowatthodin elektřiny, což je nejméně ze všech států Evropské unie. Podíl energetické spotřeby domácností na celkové spotřebě energie v tuzemsku klesl v průběhu let 2005–2013 na 11,6 % a dostal se pod průměr Evropské unie. Vysvětlení, proč se český národ chová šetrně, může být podle expertů ně-



kolik. Jedním z nich je například konzervativní postoj české populace k finančním záležitostem, který se projevuje vyšší mírou úspor domácností. „Češi ušetří asi 12 % ze svých ročních disponibilních příjmů, což je procentuálně víc než v zemích na východ od nás, ale méně než kupříkladu obyvatelé Francie, Německa či Belgie. Solidní míra úspor domácností je jedním z projevů konzervativního přístupu k financím. Dalšími projevy jsou kupříkladu opatrnost při zadlužování a nechuť k riziku při zhodnocování úspor,“ potvrdil hlavní ekonom UniCredit Bank Pavel Sobišek.

Dalším důvodem může být fakt, že Češi více investují do úsporných opatření. Kromě toho, že v posledních letech nakupují energeticky

úsporné spotřebiče, stále častěji se v rámci rekonstrukcí zaměřují na výměnu oken, dveří či garážových vrat. „Lidé si uvědomují, že nejvíce energie se spotřebovává na vytápění, proto investují do úsporných prvků, které výrazně snižují úniky tepla, a tím i náklady. Mezi ně patří i kvalitní zateplená garážová vrata nebo vhodná stínící technika,“ řekl Lubomír Valenta ze společnosti Lomax, která se zabývá výrobou stínící techniky. „Předokenní rolety mají výborné tepelně-izolační vlastnosti. Zatímco v letním období účinně zabraňují přehřívání interiéru, a přinášejí tak úsporu při klimatizování budov, v zimě se přidává opačný tepelněizolační efekt,“ dodal Valenta s tím, že celkový účinek stínící techniky zefektivňuje elektrické pohony. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Základy moderního managementu

MP Svět byznysu prochází revolučními změnami a my se s nimi musíme poprat, některé výzvy však nezmizí nikdy. Kniha nabízí deset příspěvků nejuznávanějších expertů v oboru managementu, jejichž obsah jistě zaujme ambiciózní manažery a lídry hladové po inspiraci a toužící po tom, aby uspěli.

Princip hokejky

Martin Bobby Autor přirovnává podnikání k hokejovému zápasu: nejdříve se musíte naučit bruslit, pak dlouho trénovat, najít si dobrý tým a pár hvězdných hráčů, vstoupit do té nejvyšší možné soutěže – a pokud do toho dáte všechno, na konci vás možná čeká vítězství. 92 pravidel jak dosáhnout růstu podle principu hokejové hole.

Kdo vydrží, vyhraje

Linda Kaplan-Thaler, Robin Koval **Biz books** Mnohé si můžeme v životě usnadnit, ale když chceme něco opravdu dokázat, nejde to bez tvrdé práce. A protože mnozí z nás už zapomněli (nebo se nikdy nenaučili), co obnáší zapnout zuby a vydržet, přicházejí nám autorky na pomoc s několika základními principy.

Po práci legraci

Jan Nejedlý, Jakub Šofar **Biz books** Víte, čemu se za socializmu říkalo moč mrtvé asfaltky? Co to byl šedý mor, štrougalky, buzertaška, Leninovy sáně či bakelitový jaguár? V době před revolucí jsme zažívali zlatou éru lidové tvořivosti – a to nejlepší z ní najdete právě v této knize.

Zikmund a Hanzelka

František Emmert **CPRESS** Nerozlučná dvojice, která se svou Tátou projela téměř celý svět v době, kdy bylo téměř nemožné cestovat a kdy se ještě fotilo na černobílý film. V knize, která vznikala za aktivní spolupráce Miroslava Zikmunda, naleznete přes 600 fotografií ze společného archivu. Poznejte život a cesty našich nejslavnějších cestovatelů!

GRADA Publishing, a. s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: 234 264 401
fax: 234 264 400
www.grada.cz

25 typů lidí – jak s nimi jednat, jak je vést a motivovat

František Bělohávek Jak poznat a efektivně komunikovat s negativistou, popletou nebo arogantním člověkem? Třetí vydání oblíbené knížky přibližuje pět nových typů lidí: člověka podezřívavého, upovídaného, přecitlivělého, konzervativního a příbuzného. Kniha je určena vedoucím pracovníkům, ale ocení ji všichni, kteří chtějí úspěšněji zvládnout komunikaci a jednání s jinými lidmi. Jak poznat intrikána, neschopného snaživce či fantistu? Jaké problémy způsobuje perfekcionista a plachý člověk? Jak reagovat na jejich tvrzení a jaké jsou jejich silné stránky? Přečtěte si to a poučte se. Určitě nebudete litovat, objevíte mnoho užitečného k řešení nejrozmanitějších situací.

30 pravidel vítězů

Bodo Schäfer Úspěch a naplněný život – kdo by po nich netoužil! Přesto se ale příliš často spokojíme s málem. Naše vize a sny musí ustoupit závazkům a každodenní rutině. Aby se to nepříhodilo i vám, je tu tato kniha, která pro vás bude spolehlivým kompasem na cestě k úspěchu. Pravidla vítězů vám pomohou mít stoprocentně pod kontrolou svou práci a časový plán, správně zvládnout kritiku a stres, vymánit se z područí strachu a obav, využít nespokojenost jako energii, vydělávat více peněz a dosáhnout skutečného uznání.

Toyota Talent

Jeffrey K. Liker, David P. Meier Světově uznávaná publikace odkrývá tajemství výjimečných pracovních výkonů zaměstnanců Toyoty. Jeffrey Liker, autor bestselleru Tak to dělá Toyota, spolu s Davidem Meierem detailně popisují proces přípravy, tréninku a následovnictví, který vede ke špičkovým výsledkům. Kniha představuje jednoduchý přístup, jenž může společností pomoci dosáhnout úspěšného začlenění zaměstnanců do systému vysoce kvalitní štíhlé výroby. S touto knihou se naučíte rozvíjet schopnosti svých lidí v prostředí vzájemné spolupráce a týmového ducha. Zjistíte, že není důležitý jen výsledek, ale i to, jak se k němu dospěje.

Nakladatelství C. H. Beck
Řeznická 17, 110 00 Praha 1
tel.: 225 993 911-3
fax: 225 993 920
e-mail: beck@beck.cz
www.beck.cz

Základy bankovníctví. Teorie a praxe

Liběna Kantnerová Učebnice přináší ucelený pohled na problematiku bankovníctví, a to v kontextu Evropy a České republiky. Shrnuje základní teoretické poznatky a vysvětluje základní pojmy spojené s bankovníctvím. Text je členěn do 18 základních kapitol. Plně zohledňuje nový zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru, platný od prosince 2016.

INZERCE

Účetní a poradenská firma FISKUS CZ s.r.o.
vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví, zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová příznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

Kontakt:
U Kanálky 1, 120 00 Praha 2,
tel.: 224 918 293; 224 922 420;
224 922 688; 224 917 584;
223 016 650; 223 016 651,
fax z jakéhokoli uvedeného čísla
mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097
www.fiskus.cz

NAŠE KAVÁRNA

CzechTrade má nové ředitele

Zahraniční kancelář agentury CzechTrade v Jarkartě vede Michal Sontodinomo. Nový ředitel působí v CzechTrade od roku 2012. CzechTrade v Rotterdamu řídí Andrea Márzová, která začala v agentuře jako exportní konzultantka v oddělení živých věd v sektorech potravinářského a chemického průmyslu.

T. Trejbal šéfem DPD

Společnost DPD, přední přepravce a inovátor v oblasti e-commerce v České republice i Evropě, posílila svůj top management o nového člena. Na post ředitele pro obchod a marketing nastoupil Tomáš Trejbal.

METRO SR vede J. Žák

Poprvé v historii má METRO SR generálního ředitele. Na nově vytvořenou pozici nastoupil Jan Žák, dosavadní ředitel nákupu a člen představenstva velkoobchodního řetězce MAKRO ČR a METRO SR.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

180 000 lidí pomohlo hendikepovaným

Snili o tom, že budou opět sportovat. O tom, že jejich životy dostanou nový důležitý impulz. Stalo se. Díky projektu Nezastavitelní se 11 hendikepovaných lidí vrátí ke svému oblíbenému sportu. Získají totiž potřebné vybavení, jako handbike či monoski, které si dosud nemohli dovolit. Ke splnění jejich snu jim pomohl Birell, organizátor projektu a přes 180 000 lidí v Česku a na Slovensku, kteří se do něj zapojili. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Pojišťovna neplatí vše

Operativních zákroků očí přibývá především u starších dospělých, bývají tak řešeny stavy jako šedý a zelený zákal nebo degenerativní one-mocnění sítnice. Jsou hrazeny z prostředků veřejného zdravotního pojištění, pokud jsou indikovány odborným lékařem (oftalmologem) jako nutné s ohledem na zdravotní stav pacienta a jeho řešení. Při úhradě vyšetření a zákroků se vychází z platného seznamu zdravotních výkonů.

„Fakt, že jsou hrazeny jen indikované oční operace, znamená, že např. laserová oční operace provedená jako korekce běžné dioptrické vady (namísto brýlí) hrazena není,“ sdělil Mgr. Oldřich Tichý, vedoucí tiskového oddělení a tiskový mluvčí Všeobecné zdravotní pojišťovny. „Operace není ani v seznamu zdravotních výkonů, který vydává ministerstvo zdravotnictví. Zařazena do seznamu a pojišťovnou hrazena je ale např. laserová iridotomie, tedy protěti duhovky (většinou pro snížení nitroočního tlaku při zeleném zákalu), laserová koagulace sítnice při jejím odchlípení nebo foto-koagulace sítnice endolaserem,“ dodal Tichý.

Operace oka s implantací čočky je běžně používaným řešením u šedého zákalu – katarakty. Operace katarakty jsou prováděny v ambulantním režimu a pojišťovna je zdravotnickým zařízením hrazena tzv. balíčkovou cenou. Je stejná pro všechna zařízení, která mají tento výkon s pojišťovnou nasmlouvaný, a je kalkulována jako úhrada veškeré péče a použitého materiálu, včetně implantovaných čoček. Ty jsou zahrnuty do hodnoty výkonu jako přímo spotřebovaný materiál a zdravotnické zařízení, které operaci provádí, samozřejmě musí garantovat, že používá jen čočky splňující všechna kritéria pro kvalitu a bezpečnost. Protože zákon doplňky na nadstandardní materiál nepřipouští, klient má jen možnost volby mezi operací plně hrazenou pojišťovnou a operací, kterou si sám plně zaplatí. Pokud je po něm požadováno, aby si na čočku připlatil, jde o protiprávní jednání. Vyžadování spoluúčasti pacienta na operaci šedého zákalu hrazeného ze zdravotního pojištění je porušením zákona o veřejném zdravotním pojištění a sankce může být až jeden milion korun. Je-li cílem zákroku korekce poruch vidění (krátkozrakost, dalekozrakost, astigmatismus), nejsou nitrooční operace s implantací čočky hrazeny. Tyto vady je možno plnohodnotně korigovat brýlemi a brýle v základním provedení samozřejmě pojišťovna hrazená, resp. na brýlové obruby a čočky přispívá. (tz)

Česká republika v prodeji a nákupu firem předstihla i Polsko a Turecko

Český trh fúzí a akvizic zaznamenal rekordní půlrok – nejlepší v pokrizové historii. V první polovině roku 2016 se stal z hlediska velikosti i počtu transakcí největším trhem regionu střední a jihovýchodní Evropy. Odhaduje se, že v České republice se realizovaly na trhu fúzí a akvizic obchody v hodnotě 4,9 mld. USD. ČR tak z hlediska velikosti trhu předstihla i Turecko (3,5 mld. USD) a Polsko (2,3 mld. USD).

V prvním pololetí roku 2016 uskutečnili čeští investoři celkem 194 transakcí, což představuje 98% nárůst. Naopak v druhém Turecku došlo k poklesu jejich počtu na 133 oproti 155 v předcházejícím roce. Na třetím místě skončilo s mírným nárůstem na 121 transakcí Polsko. Vývoj transakčního trhu byl v celém regionu střední a jihovýchodní Evropy podstatně méně dynamický, s mírným růstem o 1,2 % v počtu realizovaných transakcí. Nejatraktivnějšími obory v ČR z pohledu počtu transakcí byly IT, nemovitosti a služby. V regionu střední a jihovýchodní Evropy dominovalo taktéž IT, dále pak výroba a služby.

„Česká republika se pohybuje zcela mimo evropský nebo světový trend trhu fúzí a akvizic, a důvody je proto třeba hledat mimo ně. K ukončení intervencí ČNB na devizovém trhu může dojít rychle a nečekaně, a čeští i zahraniční investoři tak aktuálně velmi stojí o umístění svých prostředků do korunových aktiv, tedy i českých firem,“ řekl Petr Kříž, výkonný ředitel společnosti EY pro fúze a akvizice v České republice.

Zastoupení investorů

Nejvýznamnější podíl na objemu českých transakcí měly již tradičně investice domácích investorů v rámci ČR, následovány investicemi směřujícími do ČR ze zahraničí. V investiční aktivitě směrem do zahraničí byli čeští investoři, v porovnání s investory z ostatních zemí regionu, druhí se 14 transakcemi. Předstihli je pouze turečtí investoři s 23 transakcemi v zahraničí, Poláci skončili se 13 transakcemi na třetím místě.

Nejaktivnějším investorem byla skupina Czechoslovak Group, která uskutečnila pět významných transakcí. Pod jejími křídly kromě jiných skončily ikonické značky českého průmyslu Avia a Prim. Druhým nejaktivnějším hráčem by-

la čínská skupina CEFC se čtyřmi významnými transakcemi. Pokračovala tak v investiční aktivitě z loňského roku. Kapitálově mimo jiné vstoupila i do jedné z největších česko-slovenských investičních společností – J&T Finance Group.

Největší transakcí pololetí se zveřejněnou hodnotou byla koupě cestovní online agentury Invia společností Rockaway Capital za cca 85 mil. USD. I v této transakci bude figurovat CEFC. Ohlásila totiž, že v její druhé fázi plánuje od skupiny Rockaway koupit 50–90 % akcií Invia.

Domácí investoři svými zahraničními investicemi cílili především na Polsko (6 transakcí) a na Slovensko (2 transakce). Naopak vysoký zájem o společnosti v Česku byl patrný u investorů britských (8 transakcí), následovaných investory čínskými, americkými a německými (po 4 transakcích) a slovenskými (3).

Zajímavý vývoj byl vidět na poměru strategických a finančních investorů. Zatímco v první polovině roku 2015 tvořili ti strategičtí 85 %, ve stejném období roku 2016 jejich poměr klesl pod 78 %.

Zastoupení odvětví ekonomiky

Nejvíce transakcí se v první polovině letošního roku uskutečnilo v IT (32 oproti loňským 11) a v nemovitostech (30 vs. 5). Počet transakcí výrazně vzrostl právě v nemovitostech (o 500 %), dále pak ve stavebnictví (o 200 %) a IT (o 191 %). Naopak výrazně klesající transakční aktivita byla patrná zejména v odvětvích telekomunikací/médií a dopravy/logistiky.

Fúze a akvizice ve světě

První pololetí roku 2016 z pohledu globálních fúzí a akvizic naopak naznačuje obrat trendu pokrizového růstu. Globální objem fúzí a akvizic klesl oproti minulému roku z 52 637 transakcí na 43 352 transakcí. Zvýšená regulatorní kontrola, dohled vlád a finanční nejistota zapříčinila zrušení jednáni o téměř 100 transakcích v hodnotě 606,4 mld. Počet neúspěšných transakcí je nejvyšší od finanční krize v roce 2007.

Některým odvětvím se i přesto dařilo. Transakce zaměřující se na suroviny vzrostly od první poloviny roku 2015 o 196 %. Výrazně narostly i transakce v odvětví utilit, a to o 106 %. Rizikový kapitál je rovněž na vzestupu. Investice rizikového kapitálu (venture capital) rostly proti prvnímu pololetí 2015 o téměř 30 %. „Dalším výrazným globálním tren-



dem je růst zájmu Číňanů o investice v zahraničí. Předchozí rok investic Číňanů v zahraničí z roku 2015 (112,3 mld. USD) byl překonán již v první půlce roku 2016 obchody za celkem 135,3 mld. USD. Hlavními důvody jsou zpomalování čínské ekonomiky a s tím související menší počet zajímavých investičních příležitostí v Číně. Svou roli hraje také budoucí pokles hodnoty čínského jüanu proti dolaru v souvislosti s očekávaným růstem amerických úrokových sazeb,“ podotkl Štěpán Flieger, senior manažer EY pro fúze a akvizice v ČR.

Největší světovou transakcí prvního pololetí 2016 byla koupě švýcarského agrochemického koncernu Syngenta AG nizozemským CNAC Saturn (NL) BV v hodnotě 43 mld. USD.

Fúze a akvizice v regionu střední a jihovýchodní Evropy

V regionu střední a jihovýchodní Evropy (Bulharsko, Česká republika, Chorvatsko, Řecko, Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Srbsko, Slovensko, Slovinsko a Turecko) byl vývoj transakčního trhu stabilní, s mírným růstem o 1,2 % v počtu transakcí – z 647 na letošních 655. Odhadovaná velikost M&A trhu ve střední a jihovýchodní Evropě jako celku klesla o 14,3 % na

14,1 miliardy dolarů. Hlavním důvodem je zejména pokles počtu opravdu velkých transakcí přes 100 mil USD v regionu v první polovině roku 2016.

Nejvíce transakcí se uskutečnilo v České republice (194), na druhém místě se 133 transakcemi skončilo Turecko, Polsko se umístilo na 3. místě (121 transakcí). Z jedenácti sledovaných zemí pak hlásí osm pokles aktivity v oblasti fúzí a akvizic (nejvíce v Rumunsku.) Nejvýraznější nárůst počtu transakcí naopak zaznamenala Česká republika a Slovensko. Nejatraktivnějšími obory byly z pohledu počtu transakcí IT (121 transakcí), výroba (75 transakcí) služby (62 transakcí). Z pohledu hodnoty se pak největší fúze či akvizice uskutečnily v zábavním průmyslu, nemovitostech a maloobchodu a velkoobchodu.

Domácí transakce (provedené domácími investory) byly nejvíce populární v České republice (73 %), Turecku (57 %), Maďarsku (56 %) a Srbsku (56 %). V celém regionu pak měla více než polovina transakcí (57 %) kupce i prodejce ze stejné země. Co do počtu pak nejvíce transakcí do ostatních zemí realizovali turečtí (23), čeští (14) a polští (13) investoři. Ve všech zemích byla většina transakcí (78 %) uzavřena strategickými investory. Finanční investoři (private equity a venture capital fondy) uzavřeli v první polovině roku 2016 transakce v regionu hlavně v Řecku a Maďarsku.

Meziročně klesl o 38 % počet transakcí s hodnotou přes 100 milionů dolarů. Průměrná hodnota takových obchodů dosáhla 218 milionů dolarů. Průměrná hodnota transakcí s hodnotou do 100 milionů dolarů je 13,6 milionu USD. Vůbec největší transakcí v regionu střední a jihovýchodní Evropy byla akvizice Mars Entertainment Group v Turecku jihokorejskou skupinou CJ-CGV (+ další investoři) v celkové hodnotě 687 mil. USD.

Výhled do budoucna

„Za předpokladu, že vývoj ve světě, resp. v regionu, přijmeme jako předstihový indikátor vývoje v ČR, vývoj českého trhu v nejbližší době by měl být stabilní. Jednotlivé růstové impulzy z minulých let se postupně vyčerpávají, přičemž ve vzduchu visí několik rizik, které mohou fungovat jako silná brzda. Jedním z nich je očekávané posílení české koruny, které relativně zdraží české podniky pro zahraniční investory. Na druhou stranu ale také zvýší kupní sílu českých investorů ve vztahu k zahraničním akvizicím,“ sdělil Michal Hrmo, senior konzultant pro fúze a akvizice společnosti EY v ČR.

„Primární snahou investorů je dnes spíše ochrana kapitálu než maximalizace zisku. Každý, kdo očekává záporné úrokové sazby, se intenzivně rozhlíží po jakýchkoli aktivech, která by hodnotu jeho majetku ochránila,“ doplnil Petr Kříž.

(tz)

ŽEBŘÍČEK TOP 10 NEJVĚTŠÍCH TRANSAKČÍ V PRVNÍ POLOVINĚ ROKU 2016 V ČESKÉ REPUBLICĚ

Cílová společnost (podíl v %)	Stát	Kupující	Stát	Hodnota transakce v mil. USD
1 Invia.cz, a.s. (100)	Česká republika	Rockaway Capital	Česká republika	85
2 Pražská teplárenská LPZ, a.s. (100)	Česká republika	Veolia Energie CR, a.s.	Česká republika	80
3 Travel Service, a.s. (39,9)	Česká republika	CEFS China Energy Company Limited	Čína	34
4 Job Air Technik .s. (100)	Česká republika	Czechoslovak Group a.s.	Česká republika	33
5 Fiom a.s. (100)	Česká republika	Huhtamaki Oyj	Finsko	31
6 JP Plast s.r.o. (100)	Česká republika	RPC Group Plc	Velká Británie	20
7 Saop Racunalnistvo Doo (100)	Slovinsko	Solitea a.s.	Česká republika	17
8 Pronatal medical group s.r.o. (100)	Česká republika	Medicon a.s.	Česká republika	14
9 Learning Systems Poland SA (100)	Polsko	Penta Investments s.r.o.	Česká republika	11
10 Veletrhy Brno a.s. (61)	Česká republika	Město Brno	Česká republika	10

TOP 10 NEJVĚTŠÍCH TRANSAKČÍ V PRVNÍ POLOVINĚ ROKU 2016 V REGIONU STŘEDNÍ A JIHOVÝCHODNÍ EVROPY

Cílová společnost (podíl v %)	Stát	Kupující	Stát	Hodnota transakce v mil. USD
1 Mars Entertainment Group	Turecko	CJ-CGV a další investoři	Jižní Korea	687,0
2 Echo Prime Properties BV	Polsko	Redefine Properties Ltd.	Jižní Afrika	394,9
3 Smyk Sp z oo	Polsko	Bridgepoint Capital	Velká Británie	264,0
4 Dawlance.	Pákistán	Arcelik	Turecko	258,0
5 Rönesans Holding	Turecko	International Finance Corporation (IFC)	USA	215,0
6 getBack SA	Polsko	Delivery Hero Holding GmbH	Německo	589,0
7 Partner in Pet Food (PPF) Kft	Maďarsko	Pamplona Capital Management	Velká Británie	343,0
8 Boyner Perakende	Turecko	Mayhoola for Investments	Qatar	331,6
9 Corn wet milling assets of Eaststarch	Bulharsko, Maďarsko, Slovensko, Turecko	Archer Daniels Midland Co. (ADM)	USA	258,4
10 KAI Group	Bulharsko	Mohawk Industries Inc.	USA	192,6

Zdroj: EY M&A Barometr