

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Zákazníci na kvalitě trvají čím dál více, a to je dobře



ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST

lepších v různých disciplínách. Výkonného ředitele České společnosti pro jakost jsem se tentokrát zeptal:

Zcela záměrně jsme prosincové vydání věnovali velkému tématu, tedy kvalitě. V listopadu totiž každý rok v České republice vrcholí aktivity týkající se kvality, probíhá řada setkání, konferencí, seminářů, oceňují se nejlepší z nej-

Česká společnost pro jakost má široké spektrum činností v prosazování kvality do práce jak firem, tak státní a veřejné správy, institucí, organizací, profesních uskupení i jednotlivců. Co je dnes v tomto záběru nejpodstatnější?

Nedá se říci, že by nějaká „zainteresovaná strana“ byla podstatnější nebo významnější než jiná, snažíme se ke všem zájemcům o kvalitu přistupovat vstřícně. A jelikož je naším dlouhodobým cílem usilovat o zvyšování kvality života,

Obecně mě těší, že Česká společnost pro jakost je vnímána jako velmi důvěryhodný partner, a že se na nás stále více obrací firmy, organizace veřejného sektoru i svazy se zájmem o spolupráci. Rovněž na mezinárodním poli máme svoje místo, začátkem prosince probíhalo v Praze zasedání vrcholových orgánů Evropské organizace pro kvalitu, v únoru bude ČSJ v Praze spoluorganizovat předávání Quality Innovation Award a v dubnu pak proběhne setkání partnerů nadace EFQM.

tak jsme aktivní nejen v soukromém, ale i ve veřejném sektoru. Napomáháme například naplňovat program Rady kvality České republiky. Pokud se na to podíváme z hlediska struktury našich zákazníků, tak není žádným tajemstvím,

že těmi klíčovými klienty jsou výrobci a dodavatelé v automobilovém průmyslu, kteří skutečně systematicky usilují o kvalitu, lidově řečeno, o nulovou zmetkovitost.

Vašimi připomínkami prochází řada nových norem a jejich úpravy. Jaké významné dokumenty jste letos mohli ovlivnit?

Naše Centrum technické normalizace zpracovává především normy z oblasti managementu kvality a ochrany životního prostředí. Významným rokem, z pohledu nejdůležitějších změn, byl rok 2015, kdy na podzim vyšly nové normy ISO 9001 a ISO 14001. My jsme využili týmu odborníků, členů ČSJ, a na začátku tohoto roku vydali komentovaná vydání těchto norem, která obsahují nejen text normy samotné, ale i návody a tipy na zavádění těchto norem. Máme dobrou zkušenost s tím, že naši členové i další zákazníci mají rádi komentáře napsané „lidskou řečí“, které jim pomáhají pochopit obecný styl, v jakém jsou normy psány. Výčet projektů tvorby nových norem je přehledně uveden na stránkách České společnosti pro jakost v sekci Technická normalizace.

Jednou z páteřních aktivit je management kvality. Jak slouží toto zaměření firmám, co jim můžete nabídnout?

Jednoduše se dá říci, že management kvality slouží k tomu, aby organizace vyráběla výrobky



Ing. Petr Koten, výkonný ředitel
České společnosti pro jakost

či poskytovala služby, které požaduje zákazník, v souladu s právními požadavky, a aby se organizace trvale zlepšovala. A modernější přístupy navíc hovoří o tom, že je třeba vyhovět nejen zákazníkovi, ale i dalším zainteresovaným stranám, jakými jsou zaměstnanci, místní komunity, vlastníci a další. Pozorujeme tedy stále větší uplatňování principů společenské odpovědnosti, jakožto ohleduplného chování vůči okolí.

pokračování na straně 3

Vánoce online

E-shopy čekají letos na Vánoce rekordní tržby. Podle průzkumu ČSOB se chystá alespoň některé dárky přes e-shop nakoupit 74 % Čechů. Rizika nákupů online však lidé často podceňují. Téměř 55 % dotázaných běžně platí na internetu bez 3D Secure zabezpečení, stejné procento lidí nemá nastaveny notifikační SMS, které je informují o použití karty nebo o pohybu na účtu, a téměř třetina lidí už někdy půjčila svou platební kartu někomu blízkému.

„Češi nakupují na českých i zahraničních e-shopech stále častěji a utrácejí zde rok od roku více peněz. Nicméně z našeho průzkumu vyplývá, že téměř čtvrtina lidí má s nakupováním na internetu špatnou zkušenost. Nejčastěji si stěžují na pozdní dodání zboží, což představuje 44 % všech negativních zkušeností,“ vysvětlil Oldřich Fremr, manažer útvaru Platební karty ČSOB. Celých 42 % dotázaných už v minulosti zboží zakoupené v e-shopu reklamovalo. „Pozitivní je, že 80 % z nich má s reklamací víceméně kladné zkušenosti,“ dodal Oldřich Fremr. Pokud klient za produkt zaplatí v e-shopu kartou, zboží mu nedorazí a nedokáže se s obchodníkem sám dohodnout na vrácení peněz, může pomoci i banka. „Tato služba se nazývá chargeback a jejím prostřednictvím lze v určitých případech žádat vrácení peněz na kartu. Klienti využívají této možnosti stále častěji, meziroční nárůst činí přibližně 50 %,“ sdělil Oldřich Fremr.

Online nákupy nejvíce využívají klienti ČSOB a Ery Poštovní spořitelny ve věku od 26 do 50 let (65 % všech transakcí). Online platbu kartou volí 30 % nakupujících v e-shopech. „Lidé často podceňují bezpečnostní rizika. Při výběru obchodníka je pro ně rozhodující pouze cena, navíc si o obchodníkovi dopředu nic nezjistí, proto se může snadno stát, že „naletí“ na podvodný e-shop, který je naláká na neobvykle nízké ceny,“ varoval Petr Vosála, manažer bezpečnosti elektronických kanálů ČSOB. „Klientům doporučujeme vybírat obchodníky, kteří podporují 3D Secure zabezpečení. Platbu tak kupující musí vždy potvrdit SMS klíčem, který mu přijde na mobilní telefon,“ vysvětlil Petr Vosála. Navíc komunikace mezi platební branou a obchodníkem probíhá šifrovaně, takže obchodník se nedostane k citlivým údajům o kartě, čímž se v podstatě vylučuje možnost, že by tyto údaje jakkoli zneužil. V ČR je technologie 3D Secure běžným standardem, zahraničí v tomto ohledu „pokulhává“. Jednoduchým a efektivním řešením, jak mít online platby pod kontrolou, je možnost si online platby zapnout či vypnout dle potřeby. Klient na kartě povolí možnost platby přes internet pouze na dobu nezbytně nutnou pro provedení nákupu. Po uskutečnění transakce internetové platby ve svém elektronickém bankovním účtu opět zakáže. (tz) www.csob.cz/portal/bezpecnost

NAJDETE UVNITŘ LISTU

Značka Osvědčeno pro stavbu slaví úspěch a dobře slouží svému poslání **3**

Zajímavá čísla: vývoj ekologického zemědělství a biopotravin v ČR **4**

O Ukrajině, odložených investicích a slibech vlády **7**

Kvalita bez administrativy **11**

Po roce spousty ocenění za kvalitu, vede Excelentní organizace a Společensky odpovědná organizace **16**

Technické vysoké školy volají po reformě technického vzdělávání

České školství nedokáže připravit dost kvalitních odborníků pro technické obory. Na konferenci Institutu pro veřejnou diskuzi na téma Výzvy pro technické vzdělávání v měnící se energetice se na tom shodli zástupci českých technických vysokých škol.

Chťejí proto iniciovat plán podpory technického vzdělávání s cílem nejen vychovat špičkové odborníky, ale zároveň je po studiích i udržet v Česku. Diskuzní setkání, které se konalo na půdě Vysokého učení technického v Brně, se zúčastnila také současná ministryně školství, tělovýchovy a mládeže Kateřina Valachová.

Trvalý pokles zájmu o technické obory, nedostatečná spolupráce univerzit s firmami a odchody absolventů do zahraničí. To jsou podle zástupců Vysokého učení technického v Brně, Českého vysokého učení technického v Praze a Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava některé z problémů, kterým čelí české technické školství. Rozhodli se proto iniciovat přípravu Brněnské výzvy technických vysokých škol, která má poukázat na překážky rozvoje českého technického vzdělávání a připravit plán na

jejich odstranění. „Zaprve je třeba identifikovat slabé články českého školství z hlediska potřeb technického vzdělávání. A následně se je pokusit změnit, představit spolu s MŠMT plán na zlepšení. Musíme se také snažit udržet absolventy v Česku, a ty, kteří získají zkušenosti v zahraničí, lákat zpět,“ vysvětlil rektor VUT v Brně Petr Štěpánek.

Podle něj se musí zintenzivnit spolupráce akademického a podnikatelského sektoru s důrazem na praktické využití nových technologií. „Tomu mimo jiné brání současný systém hodnocení vědeckého bádání na univerzitách, který upřednostňuje základní výzkum,“ dodal.

Český průmysl se potýká s nedostatkem technických odborníků. Jak upozornila členka představenstva Skupiny ČEZ Michaela Chaloupková, situace se bude dále zhoršovat. „Čelíme obrovské generační obměně nejen v ČEZ, ale v celém průmyslu. Máme téměř 40 % pracovníků, kterým je přes 50 let. Ti půjdou za pár let do důchodu a my je potřebujeme nahradit novými silami,“ popsala stav v oboru.

Podle zkušeností děkana Fakulty jaderné a fyzikálně inženýrské ČVUT Igora Jexe je po absolventech oborů jeho fakulty taková poptávka, že nacházejí uplatnění ještě před dokonče-

ním studia. „Nemůžeme nabídnout volného absolventa. Takoví nejsou,“ řekl.

Firmy proto při hledání pracovníků musí být aktivnější, reagoval ředitel Výzkumného energetického centra VŠB-TUO. „Říkám všem zájemcům o dobré absolventy: přijďte ve čtvrtém ročníku. Spolupracovat se studentem až na diplomové práci je pozdě. To už jsou ti nejlepší rozebrání,“ vysvětlil.

Ministryně školství Kateřina Valachová iniciativu technických univerzit uvítala a přislíbila klást větší důraz na výuku matematiky, fyziky a dalších přírodovědných oborů. Zájem o ně podle ministryně po letech propadů začíná opět růst. „Vnímám postupnou změnu přístupu k technickým oborům, jak u žáků, tak učitelů i rodičů. Letos jsme zaznamenali obrát trendu. Dokonce se stalo, že střední technické školy musely odmítat studenty,“ uvedla.

Předkladatelé Brněnské výzvy technických vysokých škol nyní chtějí vyzvat ke spolupráci další zástupce technických univerzit a představitelů klíčových podniků a institucí. Konkrétní kroky vedoucí k nápravě technického vzdělávání v Česku Brněnská výzva představí na začátku příštího roku. (tz)

Prosperita je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentačním formou článků a rozhovorů anebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

www.iprosperita.cz,
www.madambusiness.cz, www.freshtime.cz

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 6. prosince 2016

PhDr. Eva Bixi-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brixii@iprosperita.cz
Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
a www.freshtime.cz

mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, e-mail: kacera@iprosperita.cz

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální
konzultantka

mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmářek

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem . Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzertem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzertent.

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
U Sýpků 555, 664 61 Rajhradice

Časopis je v roce 2016 rozšiřován dle vlastního
adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255. Mezinárodní standardní
číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností Anopress IT, a. s.

■ s konsorciem Gascontrol Group
www.gascontrol.cz

ANOPRESS IT
www.anopress.cz

Pojďte na trh s námi
a inzerujte!

PROSPERITA®
Prosperita? Především! Nic jiného neřeší.

www.iprosperita.cz

Madam
BUSINESS
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

FRESH
TIME
PROSPERITA

www.freshtime.cz

Pochlubte se tím, co umíte a co nabízíte!

Vaše přání plníme na počkání!

Kontakty na náš tým najdete v tiráži.
Spolupracujeme s vámi již 18. rokem.

DNES BYLA PORADA
MIMOŘÁDNĚ KONSTRUKTIVNÍ.



PO CELOU DOBU JSME
ROZEBÍRALI JEDEN
OBRAZEK DILBERTA.

kresba: Miloš Krmářek

S TUŽKOU ZA UCHEM

Proti všudypřítomné byrokracii

Největším nepřítelem podnikání je narůstající spousta předpisů, nařízení, kontrol a povinností vůči úřadům. Nejen v České republice, ale všude na světě. Nově zvolený prezident USA Donald Trump chce kromě jiného omezit byrokracii a vymanit firmy z jejich chapadel. Jako realitní magnát, úspěšný podnikatel a vlastník miliardových majetků o tom ví své. Pokud se mu podaří odstraňovat byrokratické překážky businessu, může splnit další svůj slib – snížit daně. Příklady táhnou, a přinesou-li Trumpovy snahy kýžený efekt, může najít následovníky. O jednom miliardáři, který vstoupil do politiky v České republice a má šanci stát se příštím premiérem, bych věděl.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Jak poznat to české

Tiskové konference bývají různého zaměření, úrovně a obsazenosti. Někdy, a to je i tento případ, mají patriotický podtext. Agrární, Potravinářská komora a chovatelé drůbeže svolali na polovinu listopadu v Praze novináře, aby se společně zamysleli nad osudem českých slepic. Zdá se, že jim zvoní hrana, protože jak prodej drůbežího masa, tak vajec domácího původu povážlivě klesá. I když spotřebitelé preferují české potraviny, v obchodech mohou být oklamáni různými triky. Například označení Česká vejce na obalu ještě neznamená, že zboží nebylo dovezeno z Polska. Jak však poznat ta pravá česká vejce? Drůbežáři radí, že se máme orientovat podle loga – české vlajčky. A aby bylo úplně jasno, každé vejce si nese alfanumerický kód, který o něm prozradí mnoho důležitých věcí. Označení CZ pak neklamně znamená, že vejce snesla česká slepice, nikoli jen, že bylo na našem území vyříděno a zabaleno. Byla to prospěšná tiskovka.

Pavel Kačer

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2016

1. Národní politika kvality
2. Akce České společnosti pro jakost
3. MANAŽER ROKU
4. Akce České manažerské asociace
5. Marketér roku
6. Akce společnosti 1. VOX, a. s.
7. Konference Kvalita – Quality
8. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas Ladies Club
9. Soutěž Česká chuťovka
10. Prodejní prezentace českých návrhářů Grace'nGlamour
11. Den s GERnetic
12. Ženy sobě
13. Projekt Ocenění českých podnikatelek
14. Seminář Myšlení první ligy

Spolupráce mezi ČR a SR úspěšně funguje i v oblasti podnikání

Nejen mezivládní spolupráce České a Slovenské republiky funguje na velice dobré úrovni. Dlouhodobě lze totiž považovat za velice konstruktivní i spolupráci v oblasti podnikání. Před více než rokem navíc došlo k obnově zasedání Česko-slovenského smíšeného hospodářského výboru, a to z iniciativy Hospodářské komory České republiky a Slovenské obchodní a průmyslové komory (SOPK). První obnovené zasedání výboru se uskutečnilo v září 2015 paralelně s mezinárodní konferencí „Střední Morava, křižovatka

dopravních a ekonomických zájmů“, která se každoročně koná v Luhačovicích. Podruhé se pak výbor setkal v březnu 2016 v Bratislavě. Česko-slovenský smíšený hospodářský výbor představuje platformu, která je iniciativním a poradním orgánem HK ČR a SOPK při jednání s vládami ČR a SR v otázkách odstraňování překážek ve vzájemném obchodě. „Dlouhodobým cílem výboru je umožnit přímou diskuzi mezi významnými podnikateli obou zemí a nabídnout prostor pro výměnu zkušeností a řešení aktuálních výzev

a problémů ve vzájemných vztazích,“ uvedl Vladimír Dlouhý, prezident HK ČR. Výbor se zabývá tématy, jako jsou posílení dopravní dostupnosti mezi ČR a SR, problematikou uplatňování tzv. německé minimální mzdy na zaměstnance českých a slovenských autodopravců, problematikou zavedení eura v ČR, společným postupem při prosazování připomínek k evropské legislativě, přeshraniční spoluprací malých a středních podniků či například organizací společných podnikatelských misí do vybraných zemí. (tz)

Redakční rada pracuje ve složení:

- Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s.
- Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Ing. Irena Vlčková, manager pro cestovní ruch, sociální dialog a PR Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR
- Ing. Rudolf Skuhra, CSc., majitel společnosti INVESTA TRAVEL, spol. s r. o.
- Ing. Ivo Gajdoš, výkonný ředitel České manažerské asociace
- Ing. Jan Taraba, ředitel Národního střediska podpory kvality
- Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA, místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- Ing. Pavel Ráliš, obchodní ředitel společnosti Artesa, spořitelni družstvo
- MVDr. Dana Odehnalová, MBA, ředitelka společnosti ResVina, spol. s r. o.
- Ing. Hugo Kysilka, poradce
- Ing. Vít Pěkný, konzultant
- Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., vedoucí sekce kvality a výrobních procesů na Vysoké škole podnikání a práva, a. s.
- Ing. Andrea Trčková, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- Jarmila Janurová, zakladatelka JaJa Pardubice, s. r. o.
- Ing. Zdeněk Juračka, předseda představenstva Asociace českého tradičního obchodu
- Jiří Souček, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- Ing. Tomáš Milich, ředitel a jednatel OVUS – podnik živočišné výroby, spol. s r. o.
- Mgr. Olga Stanley, manažer kounikace, ROSSMANN, spol. s r. o.
- Ing. Vladimíra Ondráková, předsedkyně představenstva a obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a. s.

Efektivní mýtný systém na silnicích 1. třídy

Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) společně se svým členem Svazem dopravy ČR v souvislosti se snahou vlády zpoplatnit po roce 2019 silnice 1. třídy pro dopravu těžkých nákladních vozidel žádají, aby zvýšené náklady nedopadly na dopravce, lokální podnikatele a aby mýtný systém byl efektivní. Rozsah zpoplatnění silnic a rozšíření mýtného systému bude předmětem dalších jednání, zatím se avizovaně týká 850 až 3000 kilometrů. Vláda záměr Ministerstva dopravy ČR schválila na svém jednání 7. listopadu, uveden je v Konceptu zpoplatnění pozemních komunikací v České republice.

„Stát musí zajistit mýtný systém, který bude dlouhodobý, stabilní, efektivní a zároveň nebude neúměrně zatěžovat dopravce, a tím i ostatní podnikatele a spotřebitele, na které by tyto náklady nakonec dopadly,“ uvedl prezident SP ČR Jaroslav Hanák.

Podle SP ČR musí rozsah zpoplatnění mýtným systémem vycházet z důkladné analýzy nákladovosti. Stanovisko tohoto nejvýznamnějšího zaměstnavatelského svazu vychází z toho, že „mýto v našich podmínkách nemůže sloužit ja-

ko regulační nástroj, protože neexistují reálné dopravní alternativy“.

Proto je podle SP ČR i Svazu dopravy při úvahách o změně rozsahu nezbytně nutné:

- jakékoliv rozšíření mýtného systému posuzovat z pohledu jeho efektivity a dopadů na místní podnikatele,
- maximální podíl provozních a investičních nákladů stanovit na 20 % předpokládaného výběru ze stávajících mýtných sazeb,
- do nákladů na mýto zahrnout i náklady na kontrolní činnost a obslužná místa,
- lokality, kde se prokáže určitý podíl zbytné dopravy, řešit místní úpravou – zákazovými značkami,
- chápat regulační funkci mýta pouze ve smyslu podpory ekologických vozidel a vozidel hromadné dopravy osob nastavením zvýhodněných sazeb.

Klíčový úkol mýtné koncepce vidí svazy v zajištění prostředků pro budování silniční infrastruktury pokud možno s co nejnižšími náklady, nikoliv v zajištění profitu pro dodavatele systému. Mezi kritérii pro rozhodnutí vlády o případném rozšíření zpoplatnění je třeba zejména zohlednit efektivitu výběru a dopad na lokální podnikatele. (tz)

Značka Osvědčeno pro stavbu slaví úspěch a dobře slouží svému poslání



V rámci posuzování stavebních výrobků při uvádění na trh v České republice jsou uplatňovány tři kategorie:

- neharmonizované výrobky, na něž se vztahuje Směrnice EP a Rady 2001/95/ES, o obecné bezpečnosti výrobků, implementovaná v legislativě ČR zákonem č. 102/2001 Sb.,
- neharmonizované regulované výrobky – stanovené stavební výrobky, na něž se vztahuje nařízení vlády č. 215/2016 Sb., kterým se mění nařízení vlády č. 163/2002 Sb. U těchto výrobků vystavuje výrobce, dovozce nebo distributor Prohlášení o shodě po předchozím posouzení shody,
- harmonizované výrobky, na něž se vztahuje Nařízení EP a Rady (EU) č. 305/2011. U těchto výrobků vystavuje výrobce Prohlášení o vlastnostech.

Myšlenka vytvořit dobrovolné posouzení, jež by u všech výše uvedených kategorií obsahovalo kritéria na splnění požadavků pro uvedení na trh i pro trvalé zabudování do stavby na území ČR, vznikla již v roce 2006. Posouzení mělo současně řešit možnosti uznávání posouzení stavebního výrobku provedené v jiném členském státě – aplikace §13a NV č. 163/2002 Sb., ve znění NV č. 312/2005 Sb.

Základním smyslem značky shody Osvědčeno pro stavbu je poskytnout všem osobám a subjektům, které přicházejí do styku se stavebním výrobkem, informaci, že tento výrobek je vhodný pro zabudování do stavby na území České republiky.

Záměr byl realizován vytvořením samostatného dobrovolného certifikačního systému zašřešeného nezávislou organizací – Svazem zkušeben pro výstavbu. Celý certifikační systém, včetně udělování značky, je v souladu s ČSN ISO/IEC 17030 Posuzování shody – Všeobecné požadavky na značky shody třetí strany, je zcela transparentní, nestranný a nediskriminační.

Samotná činnost posouzení je vykonávána pověřenými certifikačními orgány podle technických pokynů. Pověřené certifikační orgány na výrobky jsou akreditovány národním akreditačním orgánem ČR. Technické pokyny jsou pro jednotlivé výrobky zpracovávány za účasti zainteresovaných orgánů státní správy a zástupců profesních sdružení.

Po posouzení a vyhodnocení shody výrobku s požadavky technického pokynu je pověřeným certifikačním orgánem vypracována závěrečná zpráva a vystaven certifikát Osvědčeno

o vhodnosti použití výrobku pro stavbu. Svaz zkušeben pro výstavbu, jako správce značky, pak na základě předložené zprávy a certifikátu udělí žadateli licenci, která ho opravňuje používat značku Osvědčeno pro stavbu. Licence je platná tři roky a její platnost je podmíněna kladným závěrem z pravidelného dohledu nad certifikovaným výrobkem a dodržením pravidel pro používání značky.

Značka Osvědčeno pro stavbu je v rámci Národní politiky kvality zařazena do Programu Česká kvalita. Program Česká kvalita je garantován vládou a jeho hlavním cílem je informovat veřejnost o kvalitních výrobcích a službách na českém trhu a zvýšit jejich nabídku.

Každoročně v listopadu při příležitosti Galavečera s Českou kvalitou bývá předáváno i ocenění držitelům této značky. Galavečer s Českou kvalitou pořádá Národní středisko podpory kvality.

V letošním roce akce proběhla v Praze 8. listopadu 2016. V průběhu slavnostního setkání ředitel TZÚS Praha, s.p., Ing. Alexander Šafařík-Pštroz slavnostně předal značku Osvědčeno pro stavbu řediteli firmy DITON s.r.o. Ing. Tomáši Fojtíkovi, Ph.D. Firma DITON s.r.o. získala čtyři licence na drobné betonové výrobky.

Během téměř desetiletí existence značky Osvědčeno pro stavbu na trhu využily možnost jejího získání desítky výrobců stavebních výrobků. V současné době se jedná především o výrobce stavebních výrobků pro otvorové výplně, výrobce zdravotně technických zařízení, střešních krytin, trapézových plechů apod.

Správnost záměru vytvořit tento certifikační systém potvrzuje i fakt, že někteří z výrobců opakovaně žádali o prodloužení licence i v posledním období, poznamenaným krizí ve stavebnictví. Navíc rozšiřují výrobní sortiment, který chtějí mít značkou shody Osvědčeno pro stavbu pokryt. I díky dobré propagaci České kvality v médiích se dostávají relevantní informace ke spotřebitelům. V případě stavebních výrobků také pomáhá tato informovanost investorům orientovat se na trhu.

Pro výrobce může být v případě zájmu obtížné vybrat si z množství nabízených značek

kvality. Podle vyjádření zástupce jednoho z držitelů licence je výrobce spokojen s rozhodnutím výběru této značky, protože díky profesionální práci pověřeného certifikačního orgánu i výše uvedené propagaci v médiích jim značka Osvědčeno pro stavbu výrazně pomáhá obstát v konkurenčním boji. Více informací lze najít u správce značky na webu www.szv.cz.

Ing. Jozef Pöbiš,
ředitel Úseku certifikace a osvědčování
výrobků, Technický a zkušební ústav
stavební Praha, s.p. ■■■



Ing. Alexander Šafařík-Pštroz (vpravo), ředitel Technického a zkušebního ústavu stavebního Praha, s.p., hrdě předával značku Osvědčeno pro stavbu řediteli firmy DITON s.r.o. Ing. Tomáši Fojtíkovi, Ph.D.

Zákazníci na kvalitě trvají čím dál více, a to je dobře

dokončení ze strany 1

A co se týče naší nabídky z oblasti kvality, my se snažíme neustále přicházet s novinkami z toho oboru – a prezentovat je na seminářích či je důkladně vysvětlit na kurzech. Pokud je to vhodné, tak vydáváme na příslušné téma publikaci či uvedeme článek v časopisu Perspektiv kvality. Rovněž jsme schopni zajistit vhodnou personální certifikaci (např. Manažer kvality, Auditor kvality) i certifikaci organizace podle ISO 9001:2015. Dá se říci, že kromě manažerského poradenství jsou u nás „služby pro kvalitáře“ pod jednou střešou. Rád bych zdůraznil, že naši členové mohou také získávat a sdílet zkušenosti v několika odborných skupinách ČSJ.

Právě skončil Listopad – Měsíc kvality. Ukázal posun ve vnímání tohoto zásadního pojmu odbornou veřejností?

Je pozitivní, že se akce Listopadu – Měsíce kvality těší stále velkému zájmu účastníků. Nemys-

lím si, že by došlo k zásadní změně ve vnímání pojmu kvalita u odborné veřejnosti, neboť ta ji vždy považovala za důležitou. Ale troufnu si tvrdit, že zákazníci na kvalitě trvají čím dál více, a to je dobře.

Na základě zpětných vazeb z listopadových akcí víme, že účastníci zajímají především praktické zkušenosti přednášejících. A nemusejí to být pouze zkušenosti s používáním norem, ale i třeba sdílení nejlepších manažerských přístupů, a to z jakýchkoliv odvětví.

Pod hlavičkou ČSJ vzniklo před pár lety Centrum excellence, sdružení zástupců firem a organizací, které dostaly ocenění v soutěži Národní cena kvality ČR. Aktivita jsou pro členy atraktivní, získáváte stále více příznivců. Můžete připomenout poslání projektu i to, jaké jsou jeho dosavadní úspěchy?

Smyslem Centra excellence je sdružovat organizace, které mají zájem jít nad rámec požadavků norem ISO a které mají chuť se zlepšovat. Tyto organizace obvykle používají Model excellence

EFQM, CAF přístupy společenské odpovědnosti a udržitelnosti CSR. Centrum je tedy platformou organizací pro získávání a sdílení zkušeností s používáním těchto nástrojů. A není určeno jenom úspěšným organizacím v Národní ceně kvality, ale i všem dalším zájemcům. Jedinou podmínkou účasti je provést jedenkrát za dva roky sebehodnocení. My věříme, že stávající členové „nakazí myšlenkou excelence“ i další potenciální účastníky.

Chystáte na rok 2017 novinku, již byste rádi zaujali určitý obor nebo skupiny specialistů?

Novinky se budou točit především okolo norem – a jsou to ty nové nejpoužívanější pro automobilový průmysl VDA 6.3 a IATF 16949. Také budeme pokračovat ve spolupráci s odborníky i zákazníky v zemědělsko-potravinářském sektoru. Samozřejmě nebudeme opomíjet ani obory další. A samozřejmě plánujeme, že se budeme i my zlepšovat – potřebujeme reagovat na vývoj společnosti – využíváním ICT technologií, větším zapojením do sociálních sítí, zavádě-

ním moderních forem výuky i poskytováním dalších služeb.

Mohl byste uvést, na co jste obzvláště pyšní v uplynulém roce?

Obecně mě těší, že Česká společnost pro jakost je vnímána jako velmi důvěryhodný partner a že se na nás stále více obrací firmy, organizace veřejného sektoru i svazy se zájmem o spolupráci. Rovněž na mezinárodním poli máme svoje místo, začátkem prosince proběhlo v Praze zasedání vrcholových orgánů Evropské organizace pro kvalitu, v únoru bude ČSJ v Praze spoluorganizovat předávání Quality Innovation Award a v dubnu pak proběhne setkání partnerů nadace EFQM.

Za to všechno patří díky zaměstnancům, spolupracovníkům a aktivním členům ČSJ. A určitě velký dík náleží zakladatelům České společnosti pro jakost, kteří tento spolek již od samého počátku rozvíjeli a velmi dobře nasměrovali.

otázky připravila Eva Brixí

Zajímavá čísla: vývoj ekologického zemědělství a biopotravin v ČR

Aktuálně k 11. listopadu 2016 dle údajů Registru ekologických podnikatelů (REP) hospodařilo ekologicky v ČR 4259 ekofarem (téměř 9 % zemědělských podniků v ČR) na celkové výměře zhruba 505 000 hektarů, což představuje 12% podíl z celkové výměry zemědělské půdy v ČR. Za posledních deset let vzrostla výměra téměř dvojnásobně z původních 255 000 hektarů (nárůst v průměru o 7 % ročně) a počet farem stoupl pětinásobně (z 829 v 2005).

Česká republika patří mezi 20 zemí světa s největší výměrou půdy v ekologickém zemědělství a mezi 10 zemí světa s nejvyšším podílem ploch v EZ na celkové zemědělské půdě. V rámci EU si ČR drží 4. pozici po Rakousku, Švédsku a Estonsku. Zastoupení ekologického zemědělství v jednotlivých krajích ČR není rovnoměrné. Největší plochy půdy v EZ se nacházejí v pohraničních hornatých okresech Jihočeského, Plzeňského, Moravskoslezského, Karlovarského a Ústeckého kraje. Až 88 % výměry zařazené v EZ se nachází v těchto méně příznivých oblastech (LFA). V počtu ekologických farem vede dlouhodobě kraj Jihočeský (563 farem).

Ekologickými zemědělci je v ČR obhospodařováno více než 40 % trvalých travních porostů, okolo 2 % orné půdy a zhruba 9 % ploch trvalých kultur (resp. téměř 13 % sadů a 5 % vinic). V ekologickém zemědělství jsou hlavními

plodinami na orné půdě téměř vyrovnaně obiloviny a pícniny. V roce 2015 byly v EZ pěstovány obiloviny zhruba na 28 000 hektarech, luskoviny na zrno na 2300 hektarech, technické plodiny na 3300 hektarech (z toho přes 60 % tvořily olejninu a třetinu LAKR), zelenina a okopaniny na necelých 250 hektarech (jen 0,4 % orné půdy).

V režimu ekologického zemědělství je chováno již 17 % skotu (2% podíl mají dojnice), 44 % ovcí, 36 % koz a 21 % koní, chov drůbeže a prasat zůstává zanedbatelný. V českém ekologickém zemědělství jednoznačně dominuje chov masného skotu. Od roku 2001 se počet ekologicky chovaného skotu zvýšil trojnásobně (ze 79 000 na 238 000 kusů), z toho počet krav BTPM vzrostl téměř sedminásobně (z necelých 16 000 na více než 100 000 kusů) a tvoří dnes více než polovinu všech krav BTPM v ČR.

U obilnin vzrostla od roku 2001 plocha téměř trojnásobně a produkce bioobilí dokonce více než sedmkrát (z necelých 9000 na téměř 66 000 tun v roce 2015). Obiloviny v EZ tvoří necelě 2 % ploch obilovin v ČR a 1 % na jejich celkové produkci. Produkce bio hovězího masa se od roku 2001 zvýšila více než dvojnásobně (z 2700 na 5900 tun v roce 2015) a představuje 6% podíl na celkové produkci hovězího masa v ČR. Významný je prodej zástavu, v roce 2015 bylo prodáno téměř 50 000 kusů mladých zvířat skotu (v přepočtu dalších 4400 tun masa). Produkce biomléka vzrostla trojnásobně a roční produkce se dnes pohybuje okolo 30 milionů litrů, což představuje zhruba 1% podíl na celkové produkci mléka v ČR.

Na konci roku 2015 bylo jako výrobce biopotravin registrováno 542 subjektů (téměř 3% podíl na celkové počtu výrobců potravin a nápojů v ČR). Z toho téměř dvě pětiny z nich jsou faremní zpracovatelé. Nejčastěji jde o výrobu vína, zpracování mléka a mléčných výrobků, zpracování ovoce a zeleniny a zpracování masa. Téměř pětkrát vzrostl od roku 2007 počet registrovaných distributorů biopotravin na 409 subjektů ke konci roku 2015. Celkový obrát s bio-

potravinami českých subjektů, včetně vývozu, dosáhl v roce 2014 přibližně 3,2 mld. Kč; z toho zhruba 37 % (1,17 mld. Kč) činil export a domácí spotřeba biopotravin dosáhla 2,02 mld. Kč (meziroční nárůst o 3,9 %). Od roku 2005 (první dostupná data) vzrostl trh biopotravin téměř čtyřnásobně z původní 0,5 mld. Kč.

Průměrná roční spotřeba na obyvatele zůstává pod hranicí 200 Kč (191 Kč v roce 2014) a podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů stagnuje okolo 0,7 % (0,72 % v roce 2014). Jen pro srovnání – průměr EU představuje okolo 45 eur a podíl mezi 2 až 3 %.

Hlavní kategorií biopotravin s největším objemem prodeje je dlouhodobě kategorie Ostatní zpracované potraviny (33% podíl, přičemž čtvrtinu tvoří hotové pokrmy typu dětských výživ), následuje Mléko a mléčné výrobky (22 %) a Ovoce a zelenina (14 %).

Nejvíce biopotravin nakoupí čeští spotřebitelé v maloobchodních řetězcích (celých 57 %, tj. za 1,2 mld. Kč), na druhém místě pak v prodejnách zdravé výživy a biopotravin (25 %). Biopotraviny z dovozu dosahují až 49 %, při zahrnutí jen finálních biopotravin dosahoval dovoz 43 % maloobchodního obrátu. (tz)

GMO se v ČR téměř nepěstují; kvůli předsudkům i složité administrativě

Až 10 % světových zemědělských ploch zabírají dle Ministerstva životního prostředí ČR geneticky modifikované plodiny (GMO). Většina z nich se nachází v Americe, naopak v Evropě je zájem o tyto potraviny malý. V České republice dokonce meziročně klesla osevní plocha geneticky modifikovaných plodin o 92 %. Na vině je strach odběratelů, ale i nadměrná administrativa a dodržování přísných nařízení Evropské unie.

Geneticky modifikované plodiny se v České republice nesmějí využívat pro potravinářské účely. Na pultech supermarketů či trhů se tedy neobjevují. Využívají se ale jako krmivo pro hospodářská zvířata, z menší části také jako surovina pro výrobu bioethanolu nebo bioplynu. Jednou geneticky modifikovanou plodinou, která se může na území EU pěstovat pro komerční účely, je kukuřice. V České republice zažívalo její pěti-

telství největší boom v roce 2008 – pěstovalo ji celkem 121 zemědělců na ploše 8300 hektarů. Od té doby však zájem o geneticky modifikovanou kukuřici rapidně klesl. Zatímco loni ji pěstovalo 11 pěstitelů na celkové ploše téměř 1000 hektarů, letos je to o 92 % menší osevní plocha. Klesl také počet pěstitelů. V současnosti pěstuje geneticky modifikovanou kukuřici pouze jeden zemědělec, jehož plodina zabírá pouhých 0,23 % celkové osevní plochy ČR. „Geneticky modifikovaná kukuřice se využívá pro krmení dojníc. Řada mlékáren ale odmítla odebírat mléko od těchto krav, ačkoliv nebylo jakkoliv závadné,“ řekl ministr zemědělství Marian Jurečka.

Pěstování GMO nenahrávají předsudky, složitá administrativa ani legislativa

Za pokles zájmu o geneticky modifikované plodiny může několik faktorů. Odborníci se shodují, že Češi mají ke geneticky modifikovaným plodinám nedůvěru a předsudky, které jsou za-

příčiněné nedostatkem informací. Lidé pak tyto plodiny nesprávně přirovnávají k jedům a umělým produktům. „Dalšími důvody poklesu zájmu o GMO může být také odrazující nadměrná administrativa a přísné předpisy, které regulují pěstování,“ uvedla mluvčí Ministerstva zemědělství ČR Markéta Ježková. Podle nařízení EU musí například zemědělci všechny své sousedy informovat o tom, že pěstují GMO, musí také udržovat minimální vzdálenost vyseté plochy 70 metrů od jiného porostu. Přísné předpisy se však týkají pouze samotného pěstování GM kukuřice. Jakmile se zpracuje do krmné směsi, stát už na ni nahlíží jako na běžný druh krmiva. „Stát ani Evropská unie nijak zvlášť nereguluje způsob nakládání s krmivem vyrobeným z geneticky modifikované kukuřice. Skladuje a dodává se proto úplně stejně jako krmivo z obyčejné kukuřice. Ideálně tedy na hromadách v krytých halách, v zásobnících či v silicích,“ vysvětlil Jaroslav Nikodým ze společnosti

Borga, která se zabývá výrobou a výstavbou zemědělských skladových hal.

Nezájem o GMO je patrný v celé EU, v USA je to naopak

Pokles osevní plochy geneticky modifikovaných potravin je patrný nejenom v tuzemsku, ale také v ostatních zemích Evropské unie. Například v Rumunsku se z původních 771 hektarů zachovalo jen 2,5 hektaru geneticky modifikovaných plodin. K poklesu došlo i na Slovensku či Portugalsku. Německo, Francie či Polsko ukončily pěstování GM plodin úplně. Naopak největším evropským pěstitelům je Španělsko, které v roce 2015 oselo 120 000 hektarů geneticky modifikovaných plodin. Největším světovým lídrem v tomto odvětví jsou pak Spojené státy, ve kterých se kromě kukuřice pěstují také geneticky modifikované sójové boby nebo bavlna. Zajímavostí je, že tyto plodiny se pak vyváží do Evropy. (tz)

Kompostéry v prodejnách Albert zpracovávají neprodejnou zeleninu a ovoce na hnojivo pro farmáře

Vybrané obchody Albert využívají speciální kompostér, který přetváří jinak nepoužitelný potravinový odpad na koncentrovaný půdní substrát. Celý proces trvá pouhých 24 hodin. Ekologické řešení umožňuje přeměnit neprodané a již nevyhovující ovoce a zeleninu, ale také například nat' nebo listy zeleniny v účinné přírodní hnojivo pro zemědělce a farmáře. Prozatím v pěti velkých obchodech tak firma provozuje technologickou novinku, která snižuje ekologickou zátěž a zjednodušuje manipulaci s potravinovým odpadem.

Pilotní provoz speciálního kompostéru, který vzhledem i velikostí připomíná průmyslový mrazák, začal v prodejnách Albert před dvěma lety. „První z těchto strojů se objevil v zázemí hypermarketu v Čestlicích, v loňském roce jsme ho umístili také do prodejen v Ruzyni a Kladně a letos přibýly další dva v Jihočeském kraji, konkrétně v Českých Budějovicích a Táboře,“ řekl Pavel Huml, ředitel oddělení nemovitostí maloobchodního řetězce Albert.

24 hodin pro výsledný produkt

Kompostér funguje na stejném principu jako přírodní kompost či domácí přístroj pro kompostování, jde však o větší a rychlejší verzi.

V zázemí prodejny se do bedýnek sbírá ovoce a zelenina, kterou již není možné prodat. „Kromě samotných plodin může jít také třeba o listy nebo nat,“ doplnil Pavel Huml, který má ve společnosti Ahold na starosti také péči o životní prostředí a ekologická řešení. Obsah takto naplněné bedýnky pak pověřený zaměstnanec jednoduše vysype do kompostéru. Speciální stroj urychluje přirozený proces kompostování pomocí vysokých teplot, mikroorganizmů a zajištění přístupu vzduchu. Výsledkem je na konci procesu, jehož průběh může obsluha kontrolovat, výživný substrát vytvořený za pouhých 24 až 48 hodin. Toto hnojivo pak po nahromadění dostatečného množství putuje prostřednictvím

místní kompostárny lokálním zemědělcům a farmářům. Vzhledem k vysoké koncentraci výsledného produktu je substrát vmícháván do hnojivých směsí, užívaných ke zúrodnění místní zemědělské půdy. „Organická složka se tak vrací zpátky do půdy, její koloběh se uzavírá, ale zároveň i znova otevírá vypěstováním další úrody,“ vysvětlil Pavel Huml. „Fungování kompostérů v zázemí hypermarketů Albert také zjednodušuje logistiku celého procesu likvidace neprodejných potravin. Redukce hmotnosti bioodpadu až o 90 % umožňuje výsledný substrát shromáždit a posléze jednotně předat místní kompostárně. Tímto se omezuje jak počet, tak i délka převozu organického odpadu, a tak se výrazně redukuje uhlíková stopa a koloběh se ukotvuje v dané lokalitě,“ dodal.

Další kompostéry už příští rok

Speciální kompostovací stroje tohoto typu jsou v Čechách stále novinkou, která ale budí zájem. Obchodní řetězec Albert chce pilotní provoz kompostérů postupně rozšiřovat. „Příští rok

plánujeme kompostér umístit do zázemí dalších jednotek až desítek našich obchodů,“ upřesnil Pavel Huml.

Šetrné nakládání s potravinami a spolupráce s potravinovými bankami

Umístování kompostérů do zázemí prodejen patří mezi další kroky v oblasti šetrného nakládání s potravinovým odpadem. Prevencí jeho vzniku se firma dlouhodobě zabývá. „Díky efektivnímu objednávkovému systému, propávanému logistice a dobré znalosti nákupních zvyklostí zákazníků tvoří neprodané potraviny pouze nízké jednotky procent z celkových objemů. Z těch poté naše obchody Albert darují na charitu potraviny s prošlou či blížící se minimální trvanlivostí, které jsou bezpečné a dále použitelné. Vážíme si toho, že již od roku 2012 můžeme spolupracovat s Federací potravinových bank. Každým rokem spolupráci rozšiřujeme o další desítky obchodů s tím, jak se působnost potravinových bank šíří do dalších míst,“ informoval Pavel Huml. (tz)

České firmy a jejich špičkové výrobky a služby získaly zasloužená ocenění



Rada kvality ČR a Řídicí výbor Programu Česká kvalita 8. listopadu oznámily předání dalších 18 ocenění výrobkům a službám

v Programu Česká kvalita. Certifikáty opravňující k užívání značky převzali zástupci oceněných firem na galavečeru pořádaném pod záštitou prezidenta České republiky Miloše Zemana, předsedy Senátu PČR Milana Štěcha, předsedy Poslanecké sněmovny PČR Jana Hamáčka, předsedy vlády Bohuslava Sobotky a ministra průmyslu a obchodu Jana Mládky. Ocenění v Programu Česká kvalita jsou nejen nezávislou garancí kvality a bezpečnosti pro spotřebitele, ale i zaslouženým oceněním špičkové práce českých firem.

Výrobky a služby, které získají právo používat některou ze značek v Programu Česká kvalita, musí v přísných testech akreditovaných zkušených prokázaných, že jsou nadstandardně kvalitní a absolutně bezpečné pro spotřebitele. To je nesmírně důležité v situaci, kdy na evropské trhy míří stále více zdraví a život ohrožujících výrobků. Dokazují to kontroly dozorových orgánů v jednotlivých zemích, jejichž výsledky jsou shromažďovány v evropském systému RAPEX. Z jeho výroční zprávy za rok 2015 vyplývá, že české firmy mají být na co hrdé: jen 0,3 % zachycených nebezpečných výrobků na trzích EU bylo vyrobeno v ČR. Jednoznačně tak patříme na stříbrnou příčku mezi zeměmi dodávajícími nejvyšší kvalitu a nejbezpečnější produkty.

„Kvalitní produkce s vysokou přidanou hodnotou je pro naše firmy jedinou cestou, jak si uchovat a zvyšovat exportní výkonnost. V konkurenci asijských ekonomik nemáme šanci konkurovat cenou, musíme sázet především na kvalitu a inovace a využívat talentu a schopností českých zaměstnanců. Proto jsem velmi rád, že i objektivní výsledky RAPEXU ukazují, že si české firmy zachovávají nejvyšší standard kvality a bezpečnosti. Současně je to dobrá zpráva i pro tuzemské spotřebitele, která dokazuje, že se nákup zboží s českým původem skutečně vyplatí,“ řekl Jan Mládek, ministr průmyslu a obchodu.

Přestože jsou výsledky českých firem výborné, v počtu zachycených nebezpečných výrobků v naší obchodní síti evidovaných v systému RAPEX patříme naopak na 8. nejhorší místo. Zboží na našem trhu má velmi rozličnou kvalitu a v řadě případů je i zdraví a životu nebezpečné. Od roku 2011 vzrostl počet zachycených nebezpečných výrobků na více než devítinásobek! Pro spotřebitele je však prakticky nemožné zdraví ohrožující zboží odhalit.

„Spotřebitel je ve velmi složité situaci. Zorientovat se v široké nabídce a vybrat si kvalitní a bezpečné zboží je prakticky nemožné. Problé-

my měly v minulosti i výrobky renomovaných firem a ani vyšší cena nemusí být automaticky spojena s vysokou kvalitou. Proto řada zemí pomáhá spotřebitelům s orientací při nákupu systémem nezávislého značení kvality. V naší zemi je to vládou garantovaný Program Česká kvalita,“ vysvětlil Jan Taraba, ředitel Národního střediska podpory kvality.

Česká kvalita sdružuje nezávislé značky kvality, které však musí garantovat zákazníkovi nejen nadstandardní kvalitu a bezpečnost, ale i dlouhodobý dozor nad dodržováním kvalitativních parametrů, včetně sledování spokojenosti zákazníků s výrobkem či službou. V případě zjištění problémů či porušení podmínek je značka odebrána. Česká kvalita je tak jedinou zárukou nákupu bezpečného zboží s nezávisle ověřenou kvalitou a současně i nezanedbatelnou konkurenční výhodou pro výrobce či dodavatele služeb. Přes výhody, které spotřebitelům i firmám poskytuje, je ale počet oceněných výrobků a služeb dosud relativně malý.

„Spotřebitelé si zatím neuvědomují vysokou míru rizika spojenou s nákupem spotřebního zboží. Domnívají se, že při nákupu nekvalitního produktu riskují jen nižší funkčnost či životnost a vůbec netuší, že mohou ohrozit zdraví, a někdy i životy svých blízkých. Proto ještě nevyvíjejí tlak na producenty, aby o značky kvality usilovali. A na druhé straně české firmy podceňují potenciál, který má Česká kvalita pro

VYBRANÁ FAKTA ZE STATISTIK:

- počet odhalených nebezpečných výrobků na českém trhu se za posledních pět let zvýšil devítinásobně
- hračky tvoří celých 27 % ze všech nebezpečných výrobků odhalených na trzích EU
- z 501 kontrol hraček, které uskutečnila v rámci akce v prvním čtvrtletí 2016 ČOI, bylo zjištěno porušení předpisů v 56 % kontrol.
- 25 % výrobků je nahlášených do RAPEXu z důvodu „chemického rizika“, které nemá spotřebitel šanci odhalit
- 82 % výrobků nahlášených do RAPEXu představuje závažné (vysoké) riziko pro zdraví nebo život, v době vzniku databáze RAPEX byl tento podíl „pouze“ 48 %
- jen 0,3 % z výrobků evidovaných v RAPEXu tvoří produkty českých firem, zatímco 60 % jich pochází z Číny

zvyšování podílu výrobku na trhu a řada z nich nepochopila, že může být skvělým nástrojem marketingu a v mnoha ohledech nahradit drahou reklamou,“ doplnil Robert Szurman, státní tajemník v Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a předseda Rady kvality ČR.

Zástupci firem a organizací, které si na galavečeru převzali některé z 18 udělovaných oceně-



JUDr. Ing. Robert Szurman, státní tajemník v Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a předseda Rady kvality ČR (vpravo) gratuloval na Večeru s Českou kvalitou mnoha výrobcům a poskytovatelům služeb k jejich skvělým nápadům a perfektní práci

ni, si naopak význam kvality pro úspěšné podnikání jakož i její prezentace zákazníkům uvědomují. Jsou nejlepším důkazem toho, že úsilí o zlatých českých ručičkách dosud neztratilo na významu a že jsme v naší zemi schopni dodávat výrobky a služby světové úrovně.

Pro lepší informovanost

Problémy se stále vyšším množstvím nekvalitních výrobků na českém trhu a vzrůstající množství různých pseudoznaček kvality vedly v roce 2002 k vyhlášení vládního programu na podporu prodeje kvalitních výrobků a služeb – Programu Česká kvalita. Jeho hlavním cílem bylo zlepšit informovanost spotřebitelů o nabídce kvalitních výrobků a služeb na českém trhu a umožnit jim orientaci při nákupu.

Program Česká kvalita garantuje spotřebitelům:

Kvalitu výrobku (služby) ověřila nezávislá zkušebna – Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu prověřit a potvrdit.

Kvalita je průběžně kontrolována – Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.

Je ověřována spokojenost zákazníků s výrobkem či službou – Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.

Program Česká kvalita je garantován vládou ČR – Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídicí výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, podnikatelských svazů, orgánů státní správy, Rady kvality ČR a České společnosti pro jakost.

Program Česká kvalita je jediným programem označování kvalitních výrobků a služeb

v ČR vyžadujícím opravdu nezávislé ověřování kvality oceněných produktů.

K 1. listopadu 2016 byly v Programu Česká kvalita zaregistrovány značky:

Bezpečná a kvalitní hračka (kvalitní hračky pro děti), Bezpečné hračky (hračky s ověřenou bezpečností), Certifikované služby IT (kvalitně poskytované služby v oblasti informačních technologií), Certifikovaný e-obchod (prověřené internetové obchody), CG (výrobky pro plynárenství), Czech Made (kvalitní zboží a služby z různých odvětví průmyslu), Česká kvalita – Nábytek (nábytek s ověřenou kvalitou), Diamantová liga kvality (kvalitní obchody), EŠC (bezpečné elektrické spotřebiče), EŠV/EŠS (ekologicky šetrné výrobky a služby), Horeca Select (potravinářské výrobky pro hotely, restaurace a catering v síti Makro), Hřiště-sportoviště-tělocvična – Ověřený provoz (bezpečná hřiště a sportoviště), ITC certifikovaná kvalita (bezpečné a kvalitní spotřební zboží), Komfortní obuv (Obuv pro mládež a pro dospělé), Kvalitní a bezpečná montáž (montáž elektrických zařízení), Osvědčeno pro stavbu (výrobky, které splňují veškerá kvalitativní a bezpečnostní kritéria pro použití ve stavbách v ČR), Práce postižených (označující výrobky vyrobené postiženými spoluobčany), Q21 – prodejna 21. století (označení prodejen, které splňují požadavky na kvalitu prodáváných výrobků i prodeje), QZ – zaručená kvalita (textilní výrobky a služby prádelny a čistírny), Spolehlivá veřejně prospěšná organizace (důvěryhodné neziskovky), SZU-TEST – product tested (nezávisle prověřené průmyslové výrobky), Zdravotně nezávadná obuv – Bota pro Vaše dítě – Žirafa (certifikovaná obuv pro děti) a Značka kvality v sociálních službách (označení kvalitních domovů pro seniory a dalších sociálních zařízení). (tz)

OCEŇENÉ VÝROBKÝ A SLUŽBY

název firmy	oceňovaný produkt	předávaná značka
Konsorcium T+M spol. s r.o.	kolekce dětské usňové vycházkové obuvi	Zdravotně nezávadná obuv – bota pro Vaše dítě – Žirafa
Natur Comfort NP, s.r.o.	kolekce dámské a pánské usňové fúsbetové obuvi	Komfortní obuv
Domov pro seniory Bechyně	domov pro seniory	Značka kvality v sociálních službách
Centrum sociálních služeb pro seniory Pohoda, p.o.	domov pro seniory	Značka kvality v sociálních službách
Domov sv. Anežky, o.p.s.	výroba mýdel z přírodního mléka, potisk, keramické výrobky, tkalcovské výrobky, výroba z masivního dřeva, lamino desek, vlněné výrobky	Práce postižených
Na počátku, o.p.s.	spolehlivá veřejně prospěšná organizace	Spolehlivá veřejně prospěšná organizace
Aksamite spol. s r.o.	zakázková výroba nábytku	Česká kvalita Nábytek – služby
Profil nábytek, a.s.	zakázková výroba nábytku	Česká kvalita Nábytek – služby
DITON s.r.o.	betonové dlažební bloky a desky, betonové obrubníky a tvárnice	Osvědčeno pro stavbu
KIKKO CZ s.r.o.	XKKO Organic pleny, osušky a slintáčky z certifikované biobavlny	QZ – Zaručená kvalita
Minox Czech s.r.o.	sportovní soupravy	QZ – Zaručená kvalita
Svítap J.H.J. spol. s r.o.	ložní prádlo z mikrovlákna Sleep Well	ITC certifikovaná kvalita
Tescoma s.r.o.	zdravé dózy Dino	ITC certifikovaná kvalita
Zoologická a botanická zahrada města Plzně, p.o.	dětské hřiště v areálu zoo Plzeň	Hřiště – sportoviště – tělocvična – ověřený provoz
ZŠ Eden	víceúčelové sportovní hřiště	Hřiště – sportoviště – tělocvična – ověřený provoz
LIBEA, s.r.o.	zakázková výroba vlajek	Czech Made – služby
KRPA Form, a.s.	tiskopisy pro výpočetní techniku Krpaform	Czech Made – výrobky
Millaminis s.r.o.	hračky z měkčeného polyetylénu	Bezpečné hračky

Česká manažerská asociace založila Radu expertů

Ustavující zasedání Rady expertů ČMA se uskutečnilo 10. listopadu v Praze. Nově vzniklá rada se poprvé sešla na Vysoké škole ekonomické v Praze u příležitosti udělení čestného titulu doctor oeconomicae honoris causa profesoru Mintzbergovi z kanadské McGill University.

Rada expertů se po svém ustavujícím zasedání stane vrcholovým poradním, konzultativním orgánem prezidia ČMA. „Posláním Rady je expertní činnost, která vyústí ve formulaci odborných stanovisek a doporučení směřujících k uplatňování principů a metod moderního managementu a ke zkvalitnění podmínek pro řízení podnikatelských i dalších subjektů, státní a veřejnou správu nevyjímaje. Dalším, neméně podstatným cílem, je kultivace prostředí managementu a zvyšování společenské prestiže manažerské profese,“ popsal cíle Rady expertů prezident ČMA Pavel Kafka. Jmenování do Rady expertů přijaly přední osobnosti českého managementu, jako jsou Zdeněk Pelc, Vladimír Feix, Miroslav Dvořák, Luděk Pfeifer, Jitka Pantůčková, Bořivoj Frýbert, Olga Girstlová či Lubomír Stoklásek. Za akademickou sféru bude v radě zasedat Richard Hindls, Ivan Nový, Tomáš Zima, Václav Liška, Eva Syková, Milan Zelený a Zbyněk Pitra. V nejbližším období se bude Rada expertů ČMA zabývat propadem prestiže manažerské profese. Podle výzkumu Sociologického ústavu AV ČR profese manažera za posledních deset let klesla v žebříčku prestiže povolání z 9. na 15. místo z celkové 26 hodnocených.

Spojení prvního zasedání rady s udělením čestného doktorátu profesoru Mintzbergovi není náhodné. Henry Mintzberg je předním světovým odborníkem v oblasti managementu. Celou svoji profesní kariéru se věnuje problematice managementu a business strategií, napsal více než 170 odborných článků a 17 knih. Postupně se zaměřoval na povahu manažerské práce a pracovní role manažerů, organizační strukturu a její efektivní design, strategické plánování a řízení a také vzdělávání v oboru managementu. Henry Mintzberg se zasloužil o zásadní posun v oblasti organizační teorie, v průběhu své profesní kariéry obdržel desítky mezinárodních ocenění a čestných titulů.

Veronika Žurovcová, Česká manažerská asociace

Šestý ročník projektu Vizionáři ocení nové tvůrce inovací v ČR

Nejlepší české inovativní projekty za letošní rok vyhlásí sdružení CzechInno 8. prosince v rámci projektu Vizionáři 2016. Autoři unikátních projektů z oblastí ICT, elektrotechniky, zdravotnictví, dopravy a mnoha dalších odvětví, jejichž návrhy nabízejí inovativní řešení pro firmy nebo širokou veřejnost nebo zkvalitňují služby či vytvářejí nové segmenty trhu, mají možnost přihlásit se do soutěže Vizionáři 2016 a získat ocenění za nejlepší inovace uplynulého roku. Přihlášky bylo možné zaslat do 20. listopadu 2016.

Celkově již 6. ročník projektu Vizionáři si klade opět za cíl představit a upozornit širokou i odbornou veřejnost na zajímavé podnikatelské počiny uplynulého roku. Organizátoři projektu ze sdružení právnických osob CzechInno chtějí touto cestou podpořit podnikatele, kteří se snaží pojmout svůj business inovativně, zefektivňují tak podnikání a zkvalitňují služby jak firmám, tak široké veřejnosti. Projekt upozorňuje na fakt, že v České republice vzniká mnoho zajímavých nápadů, které také mohou udávat světovým trendům.

Sdružení CzechInno v rámci projektu Vizionáři 2016 touto cestou hledá firmy, které v České republice vytvářejí zcela nový rozměr podnikání a jsou tvůrci inovativních projektů, nástrojů a technologií, inovují zavedené způsoby procesování již

existujících postupů nebo vytvářejí a objevují nové segmenty trhu.

„Své unikátní projekty mohou v rámci Vizionářů 2016 představit všichni. Hledáme projekty, které se mohou pochlubit svou technologickou, společenskou nebo ekonomickou jedinečností. Zúčastnění Vizionáři roku 2016 navíc budou zapojeni do unikátního systému podpory inovací, jehož tvůrcem je sdružení CzechInno, které kromě projektu Vizionáři každoročně organizuje akce Smart Business Festival, Festival Export, a letos nově i edukativní projekt Kybernetická revoluce, který se bude konat napříč regiony,“ řekl předseda řídicí rady CzechInno, David Kratochvíl.

O vítězi letošního ročníku rozhodne odborná porota složená z akademických a vědeckých institucí, státní správy, partnerů projektu, a představitelů inovačního podnikání. Účast v projektu Vizionáři 2016 může být pro podnikatele a firmy zajímavým způsobem zviditelnění jejich aktivit. Vítěz soutěže obdrží nejenom oficiální titul „Vizionář 2016“ za společenský, ekonomický nebo technický inovativní přínos společnosti, ale hlavně zapojení do unikátního systému prezentace a podpory inovací v ČR.

V předchozích letech již bylo v rámci projektu Vizionáři představeno mnoho zajímavých návrhů i start-upů z oblasti z nejrozmanitějších segmentů, a to například ruční 3D pero, včely z e-shopu k domácímu opylení, antialergenní nanoplyšáci, vývoj nanočističek vzduchu za pomoci světla, dětský zábavní park Miráku-

lum vybudovaný v bývalé vojenské zóně v Milovicích, prvky ve stavebnictví, vývoj algoritmů sloužících k detekci kybernetických hrozeb, monitoringu produktivity a zvyšování efektivity využívání ICT v organizacích atd. Oceněné projekty tedy byly a budou velmi různorodé.

Přihlášení do projektu je velice jednoduché. Více informací o projektu Vizionáři 2016, včetně instrukcí ohledně zapojení do soutěže a online přihlášky naleznete na webu www.vizionari.cz.

CzechInno je neziskovým zájmovým sdružením právnických osob založeným k podpoře českého inovačního podnikání a čerstvým držitelem ocenění za excelenci v podpoře podnikání v ČR za unikátní systém podpory inovací uděleného v rámci Eastern European Elite Business Awards 2016 anglickým Corporate Vision Magazine.

Projekt Vizionáři 2016 se uskutečňuje pod záštitou ministra průmyslu a obchodu Jana Mládka, ministryně školství Kateřiny Valachové a místopředsedy vlády pro vědu, výzkum a inovace Pavla Bělobrádky. Generálním odborným partnerem je Komerční banka, hlavními odbornými partnery jsou Česká exportní banka, Technologické centrum Akademie věd ČR jako provozovatel sítě Enterprise Europe Network Česká republika, Technologická agentura ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Společnost vědeckotechnických parků ČR a Asociace inovačního podnikání ČR. (tz)

INZERCE



Profesionální asistentka – management podpory manažerů

8. – 9. 12. 2016; 9:00–16:00

Mgr. Petr UHERKA, Dipl. Mgmt. (manažer, konzultant a vysokoškolský pedagog)
Petr SLÁDEČEK, MBA (manažer, mediální konzultant)
Cena: 6 590 Kč bez DPH / 7 974 Kč vč. 21 % DPH

Jak více využívat mozek – práce s informacemi, kreativní myšlení, efektivní učení, trénink paměti

12. – 13. 12. 2016; 9:00–16:00

Ing. Bc. Radka LOJA (lektorka, terapeutka, certifikovaná koučka, auditorka)
Cena: 6 590 Kč bez DPH / 7 974 Kč vč. 21 % DPH

Uzavření účetnictví za rok 2016 včetně zpracování daňového přiznání

13. 12. 2016; 9:00–14:00

Ing. Dana VANKEOVÁ (certifikovaná účetní, členka Výkonného výboru Svazu účetních)
Cena: 1 990 Kč bez DPH / 2 408 Kč vč. 21 % DPH

Time management 5. generace – metoda sousto Farmulti® metoda, Psychozorce®

13. – 14. 12. 2016; 9:00–16:00

Ing. David GRUBER (první mezi lektory, kouči a autory soft skills v naší zemi)
Cena: 7 890 Kč bez DPH / 9 547 Kč vč. 21 % DPH

Konsolidovaná účetní závěrka – praktické příklady pro pokročilé podle IFRS

14. 12. 2016; 9:00–16:00

Ing. Bc. Radka LOJA (lektorka, terapeutka, certifikovaná koučka, auditorka)
Cena: 3 690 Kč bez DPH / 4 465 Kč vč. 21 % DPH

Emoční inteligence a její využití v profesním a osobním životě

20. – 21. 12. 2016; 9:00–16:00

Stanislava VÁVROVÁ (lektorka a konzultantka)
Cena: 6 590 Kč bez DPH / 7 974 Kč vč. 21 % DPH

Více informací najdete na www.vox.cz, kde se můžete i přihlásit.



vox@vox-kurzy.cz | 777 741 777

Český automobilový průmysl znovu roste a jak reagují domácí zákazníci

Český automobilový průmysl letos podle odborníků překoná loňský rekordní rok, kdy tuzemské automobilky vyrobily necelých 1,3 milionu vozů. Jaká budou konečná čísla, ukáže až poslední kvartál, milionovou hranici však české automobilky překročily poprvé už v říjnu. Meziroční nárůsty výroby hlásí všichni tři tuzemští výrobci, kolínská TPCA, mladoboleslavská Škoda Auto i nošovický Hyundai. Vyplývá to z informací, které zveřejnilo Sdružení automobilového průmyslu (SAP).

„Ještě nikdy jsme nedosáhli milionu vyrobených vozidel tak brzy jako letos. Na rekordní výrobě se podílí jak rostoucí domácí poptávka, tak především silící zájem o nákup aut na trzích v západní Evropě,“ uvedl prezident Sdružení automobilového průmyslu Martin Jahn. Automobilky do konce září vyrobily 997 376 osobních automobilů, což znamená meziroční nárůst o 7 %. Největší váhu má v tuzemské výrobě osobních automobilů mladoboleslavská automobilka Škoda Auto, která vykazala největší dynamiku výroby v tuzemsku: nárůst o 10 %. Kolínská automobilka TPCA podle dat od SAP též vykazuje výrazné zrychlení o 6 % a meziroční přírůstek výroby zaznamenala i nošovická automobilka Hyundai, a to téměř o 3 %. Výroba Hyundai se přitom blíží kapacitě celého nošovického závodu.

Podle viceprezidenta SAP Bohdana Wojnara výsledky za první tři čtvrtletí opět prokázaly význam automobilového průmyslu pro českou ekonomiku. „Těší



nás, že čeští producenti přispívají k růstu zaměstnanosti a dobré kondici české ekonomiky. Zároveň však považujeme za nezbytné, aby toto období ekonomického růstu bylo využito k zajištění dlouhodobé konkurenceschopnosti a výkonnosti českého automobilového průmyslu zejména s ohledem na změny, jež s sebou přináší digitalizace a čtvrtá průmyslová revoluce,“ uvedl Bohdan Wojnar.

České automobilky většinu své výroby prodají v zahraničí, například kolínská TPCA se v posledních letech orientuje na Velkou Británii. V Česku se průměrně stáří osobních aut podle tajemníka Svazu dovozců automobilů (SDA) Josefa Pokorného neustále zvyšuje a aktuálně dosahuje téměř 15 let. Pozitivní výrobní čísla automobilek se tak na tuzemských trzích přímo neprojeví.

„Je pravda, že jsme v tomto roce zaznamenali nadprůměrné navýšení celkového fondu. Nedá se však říci, že důvodem je pouze zvýšená poptávka. Firmy totiž většinou realizují nákupy a obměnu vozového parku dle potřeby tak, aby dostály svým závazkům a zaručily fungování společnosti. Nejsou tolik taženy aktuální

náladou na trhu,“ myslí si Jan Sedlmeier, Business Team Manager jedné z největších tuzemských leasingových společností Arval CZ. Podle něj se spíše projevuje pozitivní nebo negativní ekonomický výhled jednotlivých společností. Rostoucím trendem je pak přechod na externí správu a financování vozových parků, tedy na operativní leasing.

Na výkyvy poptávky po automobilech například nereaguje energetická společnost E.ON. „V rámci našeho vozového parku používáme několik druhů vozidel. Co se týká klasických referenčních užitkových osobních vozidel, tak ty pořizujeme zpravidla na některou formu leasingu. Zvláštní kategorií jsou vozidla speciální, která jsou vyráběna na zakázku a jsou určena pro speciální práce, ta pořizujeme do majetku. Co se poté obnovy týče, u té je opět nastaven standardní režim obnovy vozového parku, a to při ukončení příslušné leasingové smlouvy nebo při opotřebení či ukončení životnosti vozidla. Jde tedy o běžný režim, který nepodléhá výkyvům prodeje na trhu s automobily,“ uvedl mluvčí společnosti Vladimír Vácha. (tz)

O Ukrajincích, odložených investicích a slibech vlády



V časech, které jsou pro ekonomický růst země mimořádně příznivé, by zaměstnavatelé mohli pracovat, jak se říká, s „čistou hlavou“. Jenže zásadních problémů, například s lidskými zdroji, se nezbavili, naopak. A věci k řešení na nejvyšší úrovni zůstává celá řada. Hovořili jsme o tom s prezidentem Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR Janem Wiesnerem.

Nezaměstnanost klesla na nejnižší úroveň, stoupají počty neobsazených míst ve firmách. Jak současnou situaci vnímáte vy?

Většina našich podniků má dostatek práce, ale chybí jim lidé. Naplno se projevilo to, na co upozorňujeme už patnáct let. Rozbil se systém technického školství, nepodporoval se zájem o řemesla, přestalo se působit na rodiče, aby dávali děti na průmyslové obory, na nichž stojí ekonomika. Svoji roli sehrála i média, která pozornost odváděla jiným směrem. A výsledek vidíme na každém kroku.

Jak může pomoci konfederace?

Účastníme se jednání na nejvyšší úrovni, přinášíme návrhy na porady ekonomických ministrů, chceme působit na média. Nyní se snažíme překlenout nejhorší období zaměstnávání pracovníků ze zahraničí. Jde o provizorní, ale účinné řešení. V současnosti už funguje projekt Ukrajina, a to i přes odpor odborů. Jednáme o vyšší podpoře s ministerstvy průmyslu a obchodu, zahraničí a vnitra, jichž se daná problematika týká.

Co vytváří největší problémy?

Kritickým faktorem zůstává rychlost a čas. Naše firmy mají nové zakázky a potřebují získat pra-

covní sílu co nejdříve, aby je mohly v termínu zrealizovat. Dostat sem ukrajinské dělníky a řemeslníky přes zkorumpované Visa pointy nefunguje. Cesta se otevřela přes české zastupitelství ve Lvově, kde na této agendě pracuje pět lidí. Za měsíc však vyřídí asi jen 320 žádostí, tedy mnohem méně, než je potřeba. Žádosti o práci v ČR se tam vrší, přesouvají se do příštího roku. Chceme jednat o tom, aby stát posílil tento úřad finančně i personálně. Rezorty, které se na projektu podílejí, by bylo prospěšné doplnit. Jde o navýšení počtu příslušnými pracovníky na ministerstvu vnitra a průmyslu a obchodu.

Bavíme se však o stovkách, čekají však desetitisíce volných pracovních pozic...

S Ukrajinou běží ještě další projekt na získávání vysoce kvalifikovaných odborníků. Dosud se podařilo vyřídít dvě stě padesát žádostí. Výhodou Ukrajinců je nejen blízký jazyk, ale i vzdálenost, která dělí obě republiky. Zájem o spolupráci však projevují i v Mongolsku, Vietnamské socialistické republice i dalších zemích.

Odboráři však tyto „dovozy“ kritizují, protože prý zaměstnavatelům jde jen o levnou pracovní sílu. Mají pravdu?

Nemohu s tímto názorem souhlasit. Základní podmínkou pro získání povolení je, že cizí za-

městnanci budou u nás pracovat za stejných platových a dalších podmínek, jaké mají Češi. Firmy navíc musí u zahraničních dělníků řešit i jejich ubytování a další záležitosti. Vše je dobře ošetřeno smlouvami. Navíc nehrozí, že by k nám přišla půlmilionová armáda lidí, která by obrátila naruby pracovní trh, jak se nám snaží namalovat odboráři.

Konkurenceschopnost České republiky však neohrožuje pouze to, že zakázky nemá kdo zhotovit. Která rizika vám dělají největší starosti?

V první řadě chci jmenovat omezení investic. Přestože máme finanční prostředky, nedokážeme je smysluplně vynaložit na nejdůležitější investiční akce. A samostatnou kapitolou zůstává čerpání peněz z evropských fondů, kde nám už třetím rokem ujíždí vlak. Měly by být vyhlášeny konkrétní programy, vyhodnoceny vhodné projekty a mělo se začít s jejich realizací. Zatím se to nedaří, všechno se hrozně táhne. A o zjednodušení administrativní náročnosti nemůže být ani řeč. Stavby, zejména dopravní, nejsou připraveny, proto se místo dalšího rozvoje a zkvalitňování sítě silnic neúčelně vyměňují svodidla, aby se nějaké peníze utratily. Státní rozpočet vykazuje přebytek, ale z velké části jen kvůli odloženým nákladům. Moc si nemůžeme slíbit ani od stavebního zákona, proto si přejeme, aby byl zpracován úplně nový, moderní a nebyl překážkou investiční činnosti. Několik let naléháme na vládu, aby vytvořila hospodářskou koncepci státu. Zatím můžeme považovat za úspěch, že se alespoň podařilo zpracovat akční plán na podporu hospodářského růstu a zaměstnanosti. Pravidelně sledujeme, jak se plní, usilujeme o odblokování největších brzd.



Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

Mohl bych jmenovat podporu vědy, výzkumu, inovací, školství. Měli bychom se víc zaměřit na tvorbu finálních výrobků. Naše firmy často figurují jako subdodavatelé, případně pracují ve mzde za krutých podmínek. Nedokáží si tak vytvořit prostředky pro další rozvoj a modernizaci a nemohou ani tím zajistit předpoklady pro patřičný růst mezd v této kategorii podnikajících subjektů.

Co vás čeká za velký úkol v nejbližší době?

Na tripartitě a při dalších příležitostech budeme tlačit na Sobotkovu vládu, aby ještě uskutečnila co nejvíc slibovaných věcí. Času už totiž není nazbyt a víme, že s blížícími se volbami myslí koalice víc na ně než na úkoly, které by ještě měla splnit.

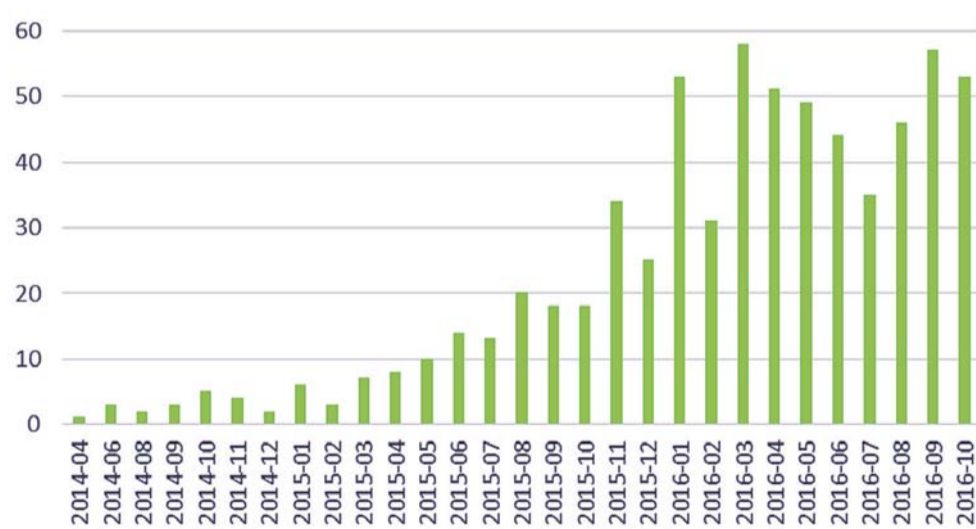
za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Z registru nespolehlivých plátců DPH bylo vymazáno 683 firem

V registru nespolehlivých plátců DPH, který slouží jako nástroj v boji proti daňovým únikům v oblasti DPH, bylo ke konci října 6443 podnikatelských subjektů. Od počátku jeho fungování bylo z černé listiny vymazáno 683 firem, tedy necelých 11 % z aktuálního celkového počtu. Statistiky v polovině listopadu zveřejnila poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.

„Zbavit se označení ‚nespolehlivý plátců‘ mohou firmy nejdříve po uplynutí jednoho roku od rozhodnutí správce daně, pokud subjekt celý rok neporušil své povinnosti vztahující se ke správě DPH,“ řekla analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že z registru nespolehlivých plátců bylo od jeho vzniku vymazáno celkem 683 firem. Třetina z nich má registro-

POČTY FIREM, KTERÉ BYLY VYMAZÁNY Z REGISTRU NESPOLEHLIVÝCH PLÁTCŮ DPH



vanou adresu na virtuálním sídle. „Počty firem, které se znovu stanou spolehlivými plátců DPH, začaly výrazněji narůstat v letošním roce. Měsíčně šlo o 31 až 57 subjektů,“ dodala Petra Štěpánová.

Nejvíce nespolehlivých plátců DPH poradenská společnost Bisnode ke konci října evidovala mezi živnostníky (1079) a společnostmi s ručením omezeným (4871). „Z pohledu právní formy se nálepky nespolehlivého plátce DPH lépe zbavují živnostníci než společnosti s ručením omezeným. Podíl polepšených živnostníků se blíží 15 %, zatímco v případě společností s ručením omezeným jde o necelých 10 %,“ uvedla dále Petra Štěpánová.

Největší podíl mezi polepšenými firmami je na Vysočině (26 %) a Královéhradeckém kraji (23 %). Naopak nejméně v Praze (5 %), Olomouckém (5 %), Karlovarském (5 %), Středočeském (6 %) a Libereckém (7 %) kraji. (tz)

Zákazníci v obchodech Albert darovali téměř 24 tun potravin

Více než 30 hypermarketů Albert ve všech krajích ČR se již počtvrté zapojily do Národní potravinové sbírky, která se konala 12. listopadu. Akce se snaží upozornit na problematiku plynutí potravinami a zároveň pomoci lidem, kteří se potýkají s jejich nedostatkem. Právě k těm se nyní dostane téměř 24 tun potravin, které zákazníci darovali v obchodech Albert, kde se do potravinové sbírky jako dobrovolník zapojil také ministr zemědělství Marian Jurečka.

Zákazníci 31 hypermarketů Albert po celém Česku mohli v rámci čtvrtého ročníku Národní potravinové sbírky darovat trvanlivé potraviny do speciálně označených nákupních vozíků. Takto vybrané potravinové dary se nyní prostřednictvím potravinových bank dostanou k potřebným, nejčastěji matkám s dětmi v azy-

lových domech, seniorům, rodinám v tísní nebo lidem s handicapem. „Máme velkou radost, že Národní potravinová sbírka se již počtvrté setkala s velkým zájmem a ohlasem lidí. Poděkování patří zejména našim zákazníkům, kteří v prodejnách Albert darovali 23 650 kg potravin, což je o více než tunu a půl více než v loň-

ském roce, ale také kolegům a všem dobrovolníkům, jež se podíleli na úspěšném průběhu sbírky,“ řekla Barbora Vanko, mluvčí obchodního řetězce Albert.

Akce se i letos konala pod záštitou Ministerstva zemědělství České republiky. Samotný ministr rezortu Marian Jurečka se do Národní potravinové sbírky aktivně zapojil nejen v roli nakupujícího zákazníka, ale také jako dobrovolník v hypermarketu Albert v obchodním centru na pražské Pankráci. Organizátorem Národní potravinové sbírky je platforma Byznys pro společnost. Zájem o akci od jejího vzniku v roce 2013 stále roste. Vybrané potraviny vždy pomáhají

v místě darování, lidé tak mohou pomoci potřebným ve svém okolí. Potraviny putují prostřednictvím potravinových bank, kterých je v České republice aktuálně čtrnáct, do jednotlivých charitativních organizací.

Maloobchodní řetězec Albert spolupracuje s Federací potravinových bank od roku 2012. Desítky hypermarketů pravidelně v průběhu celého roku darují neprodané potraviny lokálním pobočkám. S rozšiřováním potravinových bank do dalších regionů roste i počet darujících obchodů. V roce 2015 činila nákupní hodnota darovaných potravin z prodejen Albert přes šest milionů korun. (tz)

Nová online služba Otazkanapravnika.eu usnadňuje podnikatelům i občanům přístup k advokátům

Český internet je bohatší o zatím velmi úspěšný projekt online právního poradenství, který fanoušci přezdívají „právní Uber“ po vzoru proslulé alternativní taxislužby. Projekt Otazkanapravnika.eu totiž umožňuje podnikatelům, firmám i občanům snadný přístup neboli seznámení se s advokáty přes snadné poptávání základních právních informací, čímž dává přidanou hodnotu advokátům, kteří tak mohou prezentovat a zviditelnit svoje specializace, dovednosti a praxi.



Otazkanapravnika.eu je nový online projekt zaměřující se na právníky a právní informace, který u nás doposud chyběl a který znamená digitalizaci právního oboru advokátů. Portál totiž vytváří efektivní komunikační platformu mezi dvěma skupinami registrovaných uživatelů, jimiž jsou na jedné straně občané či podnikající fyzické a právnické osoby poptávající právní radu nebo právní službu a na straně druhé advokáty, kteří zde mohou prezentovat své poradenské služby. Uživatelé mohou snadno poptat názor advokáta v právní poradně pro bono nebo si zaplatit za rychlou online konzultaci a mít o svém problému jasno. Samozřejmě je možnost zadání poptávky právní služby, na které mohou registrovaní advokáti posílat své nabídky. Řešení sice kombinuje nabídky, které jsou dnes již známé z jiných poptávkových řešení na trhu, unikátní je ale v tom, že je nastaveno s jasnou specializací na právní služby a vytváří nástroj pro advokáty, se kterými mohou pracovat. Uživatel může získat právní názor na svůj dotaz zdarma, a tím učinit první krok k seznámení se

s advokátem. Na základě těchto nebo jiných kritérií si pak může vybrat advokáta pro případné placené služby. Řešení nenahrazuje placené právní služby těmi zdarma, jeho účelem je zefektivnění a usnadnění prvního kontaktu s advokáty. Dnes již mnoho advokátních kanceláří vede své online poradny, kde první radu typicky podávají zdarma. A takto to mohou dělat hromadně na portálu Otazkanapravnika.eu.

„V nástrojích, technologiích, digitalizaci a v řízení dodávání právních služeb jsme pár let pozadu oproti jiným státům. Tímto projektem se to snažíme dohnat a řešíme primárně dva problémy:

1. usnadnění přístupu uživatelů k advokátům, seznámení se s nimi, výběr advokáta na základě faktů, referencí a nejen na základě zápisu ve statickém katalogu, snadné získání právní informace nebo i právní služby;
2. vytvoření efektivního digitálního online nástroje pro advokáty, se kterými mohou dlouhodobě pracovat. Každý advokát si samozřejmě může

zaplatit AdWords reklamu, aby se zobrazoval na prvních místech vyhledávačů, ale ROI bude v takovém případě nízký, protože jde o neosobní reklamu, na základě které si potenciální klient jen tak advokáta nevybere. Naše řešení je postaveno na obsahovém marketingu, který je dneska nutností. Před odpovědí na dotazy uživatelů si advokát vytváří obsah a zpětné odkazy. Jde sice o běh na dlouhou trať, ale o mnoho efektivnější ve výsledku. Strategie advokáta by proto neměla být taková, že odpovídá na dotazy pro bono za účelem získání klienta, což se samozřejmě může stát, strategie by ale měla spočívat v publikaci obsahu, abych byl viděn a znám, tedy prezentovat co dělám a v čem jsem dobrý. S ohledem na mix uživatelů, kteří se ptají, je vysoká pravděpodobnost, že tyto uživatelé budou časem potřebovat placenou službu. Ta cesta ale začíná pro bono,“ vysvětlila zakladatelka projektu Mgr. Miriam Bachyncová, která má více než desetileté zkušenosti s vytvářením globálních nástrojů pro zefektivňování dodávání právních služeb, řízením právnických týmů a s outsourcingem právních procesů z globálních korporací IBM a Accenture.

Samotný projekt nevznikl na zelené louce. Před tím, než se otevřel všem aktivním advokátům v ČR, kteří o něj mají zájem, byla obdobná služba dosud provozovaná a testovaná v rámci projektu Pravniservis24.cz a pro její velkou úspěšnost se jí autorka rozhodla vyčlenit jako samostatný projekt běžící na vlastní doméně a zároveň ji otevřít pro všechny české advokáty, kteří mají zájem jejím prostřednictvím prezentovat své specializace, dovednosti a praxi. V katalogu advokátů, který tvoří nedílnou součást webu, si advokát může ověřit

svůj profil nebo si zakoupit prémiový profil se všemi funkcemi anebo požádat o vymazání z databáze. Projekt zahrnuje čtyři základní služby – právní poradnu zdarma, kde si advokáti vytvářejí svůj obsahový marketing a zpětné odkazy, online privátní konzultace, kde se ještě víc mohou přiblížit k platícímu klientovi, zadávání nabídek na poptávky právních služeb a katalog advokátů – kde se mohou prezentovat informacemi o sobě, posledními otázkami z poradny i fotogalerií.

Z perspektivy poskytovatelů právních služeb lze o projektu uvažovat jako o nástroji k osobní prezentaci a marketingu, ale současně i jako o své virtuální kanceláři, kde lze vyhledávat případné klienty a obsluhovat ty stávající. Advokát získá přístup k databázím poptávajících a může zadávat odpovědi nebo nabídky služeb. Může také využít platební bránu integrovanou na portálu, a umožnit tak snadné platby za své služby. Zároveň je to ale i místo zpětných odkazů, které jsou důležitým opěrným bodem optimalizace pro internetové vyhledávače (SEO). Registrovaný advokát si vyplní svůj profil, kde informuje o své specializaci, vidí statistiky návštěvnosti a seznam otázek, z nichž si vybere, které chce zodpovědět.

Jedním z klíčových cílů projektu je začlenit co nejvíce právníků v České republice, kteří mají zájem a rozumí nutnosti působení advokátů na internetu v této digitální době. Myšlenka je to svým způsobem u nás revoluční, neboť přinesla digitalizaci právních služeb, potažmo právního marketingu, a současně zavádí dobrý důvod, proč by měl advokát odpovídat na otázky zdarma.

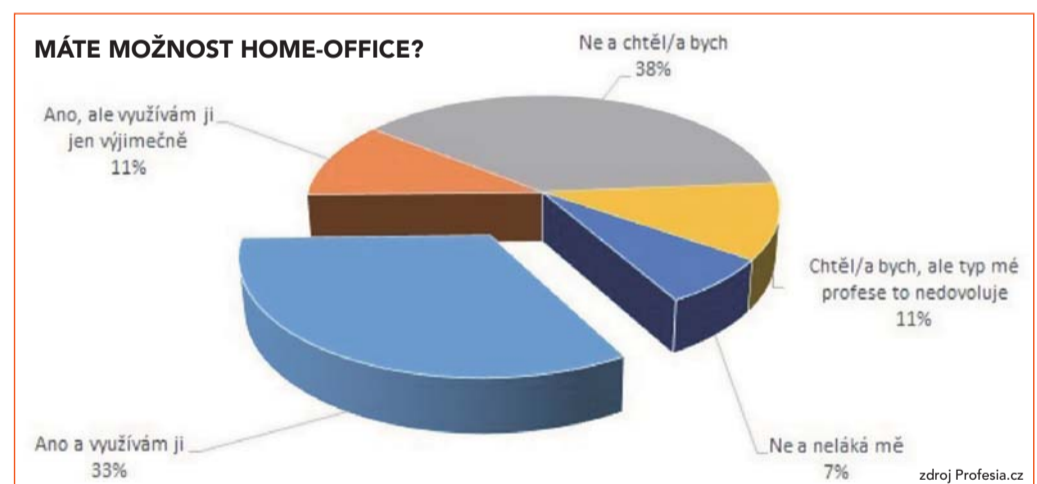
(tz) www.otazkanapravnika.eu

Home-office jako benefit využívá 44 % lidí, uvítalo by jej dalších 49 %

Možnost pracovat alespoň občas z domova je lákavá pro většinu zaměstnanců. Na jaro příštího roku se chystá novela zákoníku práce, která by pravidla pro home-office měla upravovat, protože dosud se z pohledu pracovního práva pohybuje v právním vakuu. Z respondentů aktuální ankety na Profesia.cz má 44 % možnost pracovat z domova, home-office by ocenilo dalších 49 % respondentů, kteří tuto možnost nemají.

Práce z domova je jedním z nejoblíbenějších benefitů, v současné době se o ní mluví zejména v souvislosti s velkou novelou zákoníku práce, která by měla vstoupit v platnost v dubnu příštího roku. Jedním ze sporných bodů, o kterém se diskutuje, je hrazení nákladů souvisejících s „prací konanou mimo pracoviště“; nedávná kompromisní dohoda určila, že tuto náhradu budou moci uplatňovat jenom ti, kteří z domova pracují trvale. Novela také upřesní podmín-

ky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci z domova a povinnost zaměstnavatele poskytnout zaměstnanci dostatečné pracovní vybavení. Také umožní zaměstnanci rozvrhovat svou pracovní dobu, ten ale v tomto případě nebude moci nárokovat práci přesčas či některé osobní překážky v práci. Zaměstnanec bude mít také zákonně danou povinnost chránit firemní data. „Současným trendem je poskytovat zaměstnancům benefity, které jim pomohou lépe skloubit pracovní a soukromý život. Podle našich zkušeností zejména mladší zaměstnanci volí zaměstnavatele i podle toho, zda na tento faktor bere ohled,“ uvedla Zuzana Lincová, ředitelka Profesia.cz. „Proto benefity typu home-office nabízí stále více společností – například v IT segmentu je firmy nabízejí více než 60 % zaměstnanců. Ale je potřeba zdůraznit, že je mnoho profesí, které prostě z domova vykonávat nelze, takže prostá statistická data v tomto případě nejsou příliš vypovídající.“ A jak vypadají konkrétní výsledky ankety, ve které jsme se



tento měsíc ptali na možnost pracovat z domova? Je zřejmé, že pro většinu respondentů je home-office lákavý. Celkem 44 % respondentů uvedlo, že mají možnost pracovat z domova, z toho 33 % ji využívá, 11 % jen občas. Home-

office by uvítalo dalších 49 % respondentů, přičemž u 11 % z nich tento benefit vylučuje povaha jejich práce. Pouhých 7 % respondentů uvedlo, že možnost pracovat z domova nemají a ani je neláká.

(tz)

Certifikovaných účetních s vynikajícími kvalifikacemi přibývá

Komora certifikovaných účetních v listopadu slavnostně předala celkem 14 certifikátů, mezi nimiž byl předán certifikát Účetní expert. Tato kvalifikace představuje nejvyšší úroveň, která je srovnatelná s obdobnými profesními tituly používanými v zahraničí. Předání proběhlo v exkluzivních prostorech Green Garden Hotelu v centru Prahy. Slavnostního aktu se i letos zúčastnily přední osobnosti oboru účetnictví, jako jsou Jana Pilátová, prezidentka Svazu účetních ČR, Libor Vašek, předseda Komory certifikovaných účetních a Jaroslav Louka, ředitel Institutu certifikace účetních.

(tz)

Vánoční večírek: ano, nebo ne? A kde?

Prosinec je ve firmách měsícem vánočních večírků. I když někde se Vánoce slaví už na konci listopadu, a naopak další firmy výroční oslavu odsouvají na začátek ledna. Existují ale výjimky. V některých firmách vánoční večírek neorganizují, ale pořádají letní party pro zaměstnance.

„Před Vánoci mají všichni hodně práce, snaží se toho stihnout co nejvíce a lidé se musí věnovat i přípravě rodinných svátků. V létě mají větší klid a víc si takové firemní setkání užijí,“ potvrdil Tomáš Surka, ředitel personálně-poradenské společnosti McROY Czech. Většina firem však zůstává u vánočního večírku pořádaného v prosinci.

Co je dobré brát v úvahu:

1. Firmy by neměly zapomínat, že pro zaměstnance je vánoční večírek signálem, jak si jich váží a jakým způsobem jim chce poděkovat za uplynulý rok. Podle toho by měl být večírek naplánován.
2. Vánoční setkání je příležitostí k utužení kolektivu, pracovníci mají šanci poznat se s kolegy, se kterými nepřícházejí až tak často do styku. Proto by se účasti na večírku neměli lidé vyhýbat.
3. Předvánoční oslavu je vhodné spojit s dalšími aktivitami. Může jít o sportovní nebo kulturní akci, ale také lze vánoční oslavu využít k vyhlášení ročních výsledků společnosti či k ohodnocení nejlepších pracovníků. „Především ve firmách, kde převládají obchodní pozice, bývá vy-

hlašování výsledků a plánů na další rok pravidlem,“ uvedl Tomáš Surka.

4. Večírek je časem oslav a méně formálního chování. Avšak s alkoholem to není radno přehánět. Vyplatí se nezapomínat na to, že u účastníků večírku budou od dalšího dne opět pracovní kolegové. Zkušenosti na druhou stranu ukazují, že během vánočních večírků vznikají mezi kolegy někdy i hluboké mezilidské vztahy.
5. Nepodceňujte výběr místa vánočního večírku. Existují specializované firmy, které večírek na zakázku kompletně uspořádají. Oslava se může konat v pivovaru, na koncertě zajímavé kapely, v curlingové hale, může ji doplnit módní přehlídka nebo taneční soutěž. Objednat netradiční místo konání je však nutné s velkým předstihem.

(tz)

Jaký bude dopad na daňové příjmy v ČR?

Eroze daňových základů a vyhýbání se daňovým povinnostem jsou témata, která hýbou nejen veřejností, ale i vládami členských států Evropské unie. Evropská komise předložila již dva „daňové balíčky“, které mají pomoci v boji s vyhýbáním se daňovým povinnostem a jejichž snahou je danit zisky v zemích, kde byla vytvořena přidaná hodnota. K tomu má pomoci oživení projektu CC(C)TB zaměřeného na koordinaci zdaňování společností v EU.

Petra Pospíšilová, prezidentka Komory daňových poradců ČR, k tomu uvedla: „Akční plán usiluje o dosažení zprůhlednění celého procesu odvádění daní, s čímž je spojena také eliminace daňových úniků. To je v současné době dáno především nejednotností daňových systémů členských států EU, a tím i snahou společností o tzv. daňové plánování, tedy přesouvání zisku do států s příznivější mírou zdanění.“ V listopadu se v Praze uskutečnil kulatý stůl k problematice

mezinárodního zdaňování v kontextu ČR. Cílem workshopu bylo představit možné dopady zavedení CC(C)TB jak na společnosti, tak na daňové příjmy České republiky, a to jak v konečné variantě, tedy se zahrnutím společného konsolidovaného základu daně z příjmů právnických osob, tak i ve variantě přechodné, tj. pouze s možností přeshraničního zápočtu ztrát. Garantka programu kulatého stolu, Danuše Nerudová, vedoucí Ústavu účetnictví a daně na Mendelově univerzitě v Brně, k tomu sdělila: „Realizace první fáze implementace v podobě zavedení společných pravidel pro konstrukci základu daně s možností přeshraničního zápočtu ztrát (tedy CCTB) by v ČR vedlo k poklesu celkového základu daně z příjmů právnických osob o zhruba 0,78 %. Realizace druhé fáze v podobě společného konsolidovaného základu daně by naopak v České republice vedla ke zvýšení celkového základu daně korporací o 3,39 %.“

Evropská komise zveřejnila před prázdninami nový akční plán, jehož cílem je zavedení takzvaného CCCTB (Common Consolidated Corporate Tax Base), neboli společného konso-

lidovaného základu pro daně z příjmu právnických osob v EU. Akční plán navazuje na návrh směrnice č. 121/2011 z března 2011.

Hlavním impulzem k tomuto řešení byly kauzy jako LuxLeaks, SwissLeaks, McDonald, Walmart nebo Panama Papers, kdy v běžné praxi docházelo k uzavírání výhodných dohod mezi konkrétními jednotlivými státy a mezinárodními společnostmi. Ty přesouvaly svůj zisk do smlouveného státu, který je následně zdaňoval. Mnoho evropských států tak přišlo o značné částky ve formě odvodu daně z příjmu. „Cílem je odejmutí neoprávněných výhod dostupných jen nadnárodním firmám, je to tedy snaha o narovnání hospodářské soutěže,“ uvedl Martin Jareš, vedoucí oddělení Daně z příjmů PO z Ministerstva financí ČR.

Navržený systém CCCTB by měl umožnit všem společnostem i skupinám společností, které vykonávají zdanitelnou činnost ve více než jednom členském státě Evropské unie, podat jediné konsolidované daňové přiznání k daní z příjmů právnických osob u jedné daňové

správy. To znamená, že společnosti by si mohly daňové záležitosti vyřizovat podle jednotných pravidel pro výpočet základu daně a jednaly by pouze s jednou daňovou správou. Podle tohoto daňového přiznání by se rozdělil základ daně společnosti nebo skupiny společností mezi členské státy, v nichž by tyto daňové subjekty podnikaly. Pro rozdělení základu daně by byla využita metodika obsažená ve vydané směrnici. Směrnice také umožňuje, aby členské státy zdánily svůj přerozdělený podíl národní sazbou daně z příjmů právnických osob.

Kulatý stůl k problematice mezinárodního zdaňování pořádala Komora daňových poradců České republiky ve spolupráci s Provozně ekonomickou fakultou Mendelovy univerzity, Katedrou finančního práva a finanční vědy Právnické fakulty Univerzity Karlovy a Katedrou veřejných financí Fakulty financí a účetnictví Vysoké školy ekonomické v Praze a českou pobočkou International Fiscal Association (IFA), která je nevládní mezinárodní organizace, zabývající se mezinárodním zdaněním. (tz)

O čem se jednalo na valné hromadě Komory daňových poradců ČR v listopadu

Komora daňových poradců jednala v listopadu v Brně na své 24. valné hromadě. Petra Pospíšilová, prezidentka Komory daňových poradců ČR, upozornila na fakt týkající se samotného daňového poradenství: „Postavení daňových poradců v celém procesu výběru daní je opravdu aktuálním tématem a je otázkou, zda postavení daňových poradců jako ‚advokátů‘ klientů v oblasti daní zůstane zachováno v podobě, jakou jsme po léta znali. Snahy států o to, aby daňoví poradci byli více zúčastněni na kontrole plnění daňových povinností nad rámec toho, co je v současné době obvyklé, jsou ve společnosti zřejmé, ať už se bavíme o diskuzích o povinnostech hlásit daňová schémata, která mohou vést ke snižování daňových povinností, nebo pokutování daňových poradců ze strany států. Spolupráce mezi komorami daňových poradců je tak nezbytná a potřebná.“

Za významný krok v oblasti daňového prostředí komora považuje projekt tzv. QR Faktury. Petra Pospíšilová k tomu uvedla: „Ve spolupráci s odborníky jsme připravili návrh standardu QR kódu pro vytisknutí na faktury, který umožní přímý přenos základních údajů při zaúčtování přímo do systému zpracovatele dokladu. Standard je volně použitelný pro všechny tvůrce systémů pro zpracování účetních dokladů a věříme, že usnadní ruční zpracování dokladů a sníží chybovost při přepisování jednotlivých údajů.“

Komora usiluje o vstřícnou a otevřenou komunikaci jak s Ministerstvem financí ČR, tak s Generálním finančním ředitelstvím. Tak, jak daňové poradce zajímají názory daňové správy, protože je mohou tlumočit svým klientům a zajistit, aby klienti volili své postupy s ohledem na tyto názory, je komora přesvědčená, že také informace z praxe, které mohou daňoví poradci zase nabídnout daňové správě, jsou velmi užitečné.

Otázky, které daňoví poradci daňové správě předkládají, ať už při individuálních konzultacích, nebo v rámci Koordinačního výboru, mohou daňové správě předem indikovat, jaké problémy budou následně řešit při daňových kontrolách. Není přitom zásadní, jestli se názory daňové správy a daňových poradců potkají, nebo rozejdou, protože samotná skutečnost, že se daňová správa k předestřenému problému vyjádří, dává možnost daňovým poplatníkům zvolit postupy s plným vědomím toho, jak na danou situaci bude daňová správa nahlížet. Nakonec, nestalo se to jen jednou, kdy problematika s daňovou správou diskutovaná se „přetavila“ buď do novelizace daňových předpisů, nebo na druhé straně do soudního sporu.

Prezidentka komory tak vyjádřila přesvědčení, že komora považuje za poměrně nešťastné, když se daňová správa před touto komunikací spíše uzavírá, považuje ji často za obtěžující,



a daňové poradce nezřídka staví do pozice těch, co kráží daně mimo zákonný rámec. Za stejně nešťastné považuje i snížení frekvence konání Koordinačních výborů z každoměsíčního setkání na šest konání ročně.

Hostem valné hromady byl Ing. Jozef Danis, prezident Slovenské komory daňových poradců, který řekl: „Komora daňových poradců ČR byla, je a bude strategickým partnerem Slovenské komory. Přeshraniční spolupráce je nezbytná a v tomto případě je i jedinečná, neboť legislativa ČR i SR vychází ze stejných právních předpisů.“

Prezidentka komory Petra Pospíšilová upozornila daňové poradce na dokument Strategie

ke priority prezidia pro období 2016 až 2018, který sestavilo nově zvolené prezidium na předchozí valné hromadě, jako svůj záměr rozdělený do tří oblastí – priority pro daňové poradce, pro daňové poradenství a pro daňové prostředí.

Petra Pospíšilová ve svém projevu rovněž sdělila, že komora pouze nevykonává povinnosti jí uložené zákonem, ale i činnosti nad rámec těchto povinností, které daňové poradce podporují v jejich činnosti, usnadňují jim výkon daňového poradenství a pomáhají vytvářet komunitu daňových poradců, i v jejich navzájem konkurenčním postavení. Mezi ně patří výměna informačního systému kanceláře komory a pojištění odpovědnosti daňových poradců. (tz)

Povinné zveřejňování platů i zkrácené úvazky znamenají pro firmy další komplikace

Firmy působící na tuzemském trhu čelí nedostatku pracovních sil. Zaměstnance hledají v Bulharsku, Rumunsku, rády by ve větší míře zapojily Ukrajince, ale česká legislativa jim to komplikuje. K dispozici je také téměř 400 000 nezaměstnaných obyvatel Česka, ty se však většinou do práce dostat nedaří.

Někdy to dokonce vypadá, že ministerstvo práce a sociálních věcí dělá všechno pro to, aby lidé na úřadu práce zůstali – slibuje větší podporu sociálního bydlení a neřeší velmi rozšířenou práci na černo. Místo aby ministerstvo hledalo způsob, jak nezaměstnané motivovat k práci, přichází s návrhy, které komplikují život firmám. Je z nich navíc patrné, že je vymýšlejí lidé absolutně odtržení od praxe v soukromé sféře. Úředníci chtějí regulovat home office, jindy přijdou s nápadem na „větší ochranu“ vedoucích pracovníků s měsíčním příjmem nad 100 000 korun nebo hodlají zavést ochranu před stresem. Nejnověji pak eurokomisařka Věra Jourová podpořila povinné

zveřejňování průměrných platů mužů a žen na stejných pozicích a také chce firmám ztížit možnosti odmítnout žádost o zkrácený úvazek pracovníka. Obojí by firmám zbytečně komplikovalo život. Proč?

Podle Věry Jourové má být věcí veřejnou, kolik se kde na které pozici bere. Evropské unii ani ministerstvu práce a sociálních věcí však není nic do toho, jaký plat soukromá firma dává svým zaměstnancům. Navíc by to mohlo přinést i řadu dalších problémů.

Představme si malou výrobní společnost se 60 zaměstnanci. Zde 45 lidí pracuje na pozici operátorů výroby, 5 v logistice a 10 lidí na kancelářských pozicích a jako vedení společnosti. Na konkrétních pozicích (marketing, prodej atd.) dělají v takové firmě zpravidla jeden až dva zaměstnanci. Povinné zveřejňování průměrných platů mužů a žen na stejných pozicích povede k tomu, že se celá firma dozví, kolik berou jejich kolegové z kancelářů. To je absolutně nepřijatelný zásah do mzdové politiky společnosti, ale také do soukromí zaměstnanců.

Nechme na firmách a zaměstnancích, ať se na své mzdě domluví, je to jejich soukromá věc. A rovnou dodávám: hodnotme zaměstnance striktně podle jejich zásluh a výkonů, nikoliv podle rasy, pohlaví nebo věku!

Druhý „zlepšovák“ podpořený Věrou Jourovou hovoří o povinnosti firem poskytovat pracovníkům zkrácené úvazky. V dnešní době, kdy je o kvalitní lidi nouze, se firmy i bez ministerstva práce snaží všemožně vyjít zaměstnancům vstříc. Jde ale o záležitost, kterou by měl posuzovat zaměstnavatel a neměl by být nucen své rozhodnutí vysvětlovat úředníkům – v návrhu je povinné písemné odůvodnění při odmítnutí zkráceného úvazku.

Pokud je pro firmu poskytnutí zkráceného úvazku možné a není to spojeno s enormním růstem nákladů, tak ráda zaměstnanci vyhoví. Zkrácený úvazek totiž s sebou velmi často nese zvýšené náklady. Pokud firma obsadí pracovní místo dvěma pracovníky na poloviční úvazek, musí zajistit například větší množství pracovních pomůcek. V praxi navíc nepřicházejí dva

zaměstnanci na stejné pozici s požadavkem na poloviční úvazek ve stejnou chvíli. Když snížíte úvazek jednomu zaměstnanci, ale práce zůstane stejná, je nutné hledat dalšího zaměstnance na částečný úvazek, který tu „zbylou část“ práce vykoná. To přináší další náklady na vyhledání pracovníka a jeho zaučení.

Často pak zaměstnanec přichází se žádostí o 75% úvazek. Co ale se zbývajících 25% práce? Firma stěží najde člověka na čtvrtinový úvazek s odpovídající kvalifikací. Když tedy firma řekne, že s takovým úvazkem nesouhlasí, bude takové vysvětlení úředníkům stačit a přijmou je jako dostatečně vážný provozní důvod? Kdo a jak takové situace bude posuzovat, když úředníci zpravidla nemají žádné zkušenosti s vedením firem?

Zaměstnanci nyní s nízké nezaměstnaností profitují, firmám je ale třeba spíše pomáhat než jim házet klacky pod nohy.

Tomáš Surka,
ředitel personálně-poradenské
společnosti McROY Czech

Pět tipů jak držet ve svém snažení krok s dobou

Malé a střední podniky v Česku představují celkem více než milion ekonomických subjektů. V řadě oborů je konkurence velmi vysoká a využití moderních online nástrojů může být pro podnikatele klíčová cesta k úspěchu. Ostatně, podle Googlu se po lokálních podnikatelích a jejich produktech dívá na internetu na 97 % zákazníků.

A když je online většina vašich potenciálních klientů, neměli byste být i vy?

Tip č. 1: Začněte webem

Každá firma, nehledě na to, jak je velká nebo čím se zabývá, by měla mít vlastní webové stránky. Nemusí jít hned o grafický skvost, ale měly by vždy obsahovat základní informace o společnosti a jejích produktech, které by mohli jak její stávající, tak i ti potenciální zákazníci potřebovat. Typickým příkladem, kde se v tomto ohledu často chybí, mohou být restaurace. Zvláště u těch v menších městech a obcích se pravidelně setkáváme s tím, že vůbec nemají webové stránky s informacemi jako otvírací doba, kontakty nebo denní menu. Zbytečně tak přicházejí o zákazníky, kteří si často raději vyberou podnik, u něhož tyto informace online naleznou.

Tip č. 2: Optimalizujte vyhledávání

Máte-li svou vlastní webovou stránku, je pro vás stěžejní, aby se vůbec dala najít na webových vyhledávačích. Ze statistik totiž vyplývá, že až 90 % všech zákazníků používá ke zjišťování informací o produktech, službách nebo samotných firmách vyhledávací nástroje. „Abyste z tohoto faktu výtěžili co nejvíce, využijte nástrojů SEO, což znamená Search Engine Optimization neboli optimalizace pro vyhledávače. Jde o vytváření a úpravu webových stránek takovým způsobem, abyste ve vyhledávačích

přirozeně, organicky – na rozdíl od placené propagace webu nebo produktu – získali lepší pozici,“ uvedl Jiří Jemelka, ředitel společnosti J.I.P. pro firmy, jež působí na poli podnikového poradenství. Základem pro dobré SEO je pak mít kvalitní a unikátní obsah webu. Ne nadarmo se dnes říká, že „Obsah je král“.

Tip č. 3: Vstupte do světa mobilních aplikací

Už několik let neslouží k přístupu na internet a případným nákupům na e-shopech pouze PC a laptopy. Naopak, možnosti, jak si nakoupit online, je díky tabletům, chytrým telefonům a mobilnímu internetovému připojení velmi mnoho. Máte-li e-shop, restauraci nebo prodejnu s webem a možností online rezervace či nákupu, je dnes vhodné pořídit si též mobilní aplikaci. „Nejenže tak zákazníkům nabídnete další možnost, jak se mohou dostat k vašemu produktu – ať již ve formě nákupu na e-shopu, nebo rezervace místa na rodinnou večeři –, ale též získáte další komunikační nástroj se svými klienty. Prostřednictvím aplikace je můžete informovat o různých akcích nebo jim třeba zaslat slevový kupon,“ vysvětlil Jiří Jemelka.

Tip č. 4: Analyzujte chování zákazníků i stav firmy

Přítomnost firmy v online světě s sebou nese velkou řadu výhod. Jednou z těch hlavních je možnost zjistit si do detailu, jak se vaši zákazníci chovají, jaké mají zvyklosti a preference nebo jak si vaše podnikání stojí ve srovnání s přímými konkurenty. Analytické nástroje vám mohou ukázat, jak si vedete ve vyhledávání na internetu, jakou úspěšnost má vaše placená kampaň i kolik času a kde na vašich webových stránkách uživatelé nejčastěji stráví. Zjistit si o svých zákaznících můžete v podstatě vše od jejich věku



a pohlaví přes vzdělání až po koníčky a záliby. Všechna tato data, samozřejmě vhodným způsobem vyhodnocená, vám mohou pomoci v zacílení na konkrétní skupinu zákazníků, případně diverzifikaci vašich obchodních aktivit na více zákaznických skupin. Ze základních analytických nástrojů lze doporučit například Google Analytics, které jsou dostupné zdarma. Profesionální analýza dat vás pak může vyjít i na desítky tisíc korun.

Tip č. 5: Buďte sociální

Přítomnost na síti neznamená pouze to, že máte vlastní webové stránky, případně e-shop s produkty a službami. Důležitým rozměrem je samotná komunikace se stávajícími i potenciálními zákazníky. Firemní profily na sociálních sítích Facebook, LinkedIn, Twitter nebo Insta-

gram vám to umožní. Navíc se vám díky nim otevírá zcela nový kanál, jímž můžete se svými klienty, často v reálném čase, komunikovat a zvyšovat povědomí o vaší značce a produktech. Stejně jako u webu a SEO i zde platí, že důležitý je kvalitní obsah. Svůj profil tak můžete plnit zajímavostmi z vašeho oboru, kvalitními fotografiemi či unikátním videem. V neposlední řadě se vám rovněž otevírá cesta pro další marketingové aktivity. Propagace vhodně zvoleného příspěvku na sociální síti Facebook může například za pár stokorun oslovit řadu potenciálních klientů. Cílení placených (ale i nepacených) příspěvků je navíc velmi přesné, a můžete je tak snadno zaměřit jen na konkrétní cílovou skupinu.

Jiří Jemelka,
výkonný ředitel společnosti J.I.P. pro firmy

Česká spořitelna podporuje začínající business

Máte zajímavý inovační projekt či podnikatelský nápad. K rozjezdu vám ale chybí finance nebo poradenství, jak nejlépe nápad realizovat. Užitečné rady a tipy, jak na to, získali zástpcí malých a středních firem či podnikatelé během 4. ročníku Týdne podnikání (14.–20. listopadu 2016), jehož hlavní akcí byl Summit Týdne podnikání 15. listopadu 2016 ve Slovanském domě v Praze. Exkluzivním finančním partnerem (Gold Partner) akce byla Erste Corporate Banking, korporátní banka České spořitelny.

Právě podpora malých a středních firem (SME), a také začínajících podnikatelských start-upů, je pro Českou spořitelnu i Erste Corporate Banking strategickým záměrem. Podnikatelé a také malé a střední podniky do banky pravidelně chodí se svými nápady či inovacemi a získávají podporu na jejich realizaci jak ve formě úvěrování, tak i poradenství či zprostředkování dotací. Začínající inovativ-

ní podnikatele podporuje Česká spořitelna i prostřednictvím financování z programu INOSTART, na kterém spolupracuje s Ministerstvem průmyslu a obchodu České republiky a s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou (ČMZRB). Umožňuje inovativním start-upům investovat až 15 mil. Kč.

Usnadnit podnikatelské začátky živnostníkům pomáhají také nové úvěry menším

start-upům. „O start-upové financování je opravdu velký zájem. V programu Nová krev jsme za necelý půlrok už profinancovali více než tisícovku nových podnikatelských projektů,“ řekl Ladislav Dvořák, manažer strategických projektů České spořitelny. V kampani „Hledá se Nová krev pro české podnikání“ nabízí banka začínajícím podnikatelům nový nezajištěný Firemní úvěr Start-Up České spořitelny. Na rozjezd podnikání nabízí úvěr až 650 000 Kč a nepožaduje doložení podnikatelského plánu. Úvěr je bez poplatku za zřízení, vedení i předčasné splacení a je dostupný pro podnikatele od okamžiku založení živnosti až do tří let provozování firmy. Peníze nabízí Česká spořitelna díky smlouvě s Evropským investičním fondem (EIF). Celkem

tak do dvou let českým start-up projektům rozdělí 550 mil. Kč.

Začínajícím podnikatelům nabízí banka i mentoring, a to v programu sociálního bankovníctví České spořitelny. Konzultace se zkušeným poradcem jim ušetří starosti, sníží náklady i rizika podnikání (www.krok-za-krokem.cz). Podnikatelské inkubátory Česká spořitelna podporuje ve spolupráci s předními domácími univerzitami. S Vysokou školou ekonomickou řeší projekty v podnikatelském inkubátoru xPort, s Českou zemědělskou univerzitou v inkubátoru Point One, s Univerzitou Jana Evangelisty Purkyně v Inovačním centru Ústeckého kraje a s Univerzitou Palackého ve Vědeckotechnickém parku a Nadačním fondu Univerzity Palackého. (tz)

Češi jsou národem podnikatelů

Občané České republiky pracující v zaměstnaneckém poměru mají velmi kladný postoj k podnikání. Ukazují to výsledky exkluzivního průzkumu agentury IPSOS, který zpravovala pro MAKRO v rámci oslav Dne soukromého podnikání.

Kdyby měli dotázání tu možnost, takřka v polovině případů (46,7 %) by vyměnili zaměstnanecký poměr za podnikání. Nejčastěji by přitom dotázání volili podnikání v oblasti gastronomie. Podnikatele nejen z této oblasti podpořila společnost MAKRO v Den soukromého podnikání, který letos vyšel na úterý 11. října 2016. Zá-

štitu nad projektem převzal ministr zemědělství Marian Jurečka.

Doby, kdy lidé hleděli na podnikatele skrz prsty, jsou pryč. Více než polovina (60 %) respondentů průzkumu uvedla, že pokud někdo podniká, vzbudí to jejich zájem, a téměř pětina (18,7 %) si takových lidí váží. Pozitivní pohled na podnikání ale klesá s věkem. Nejpřístupnější je nejmladší generace pracujících, a s tím také souvisí ochota pustit se do něčeho vlastního. Tomu jsou nejvíce nakloněni lidé od 18 do 35 let. Pokud by se čeští zaměstnanci pustili do podnikání, bylo by to nejčastěji v gastronomii (29,2 %), v digitálním businessu (16,6 %) nebo v obchodování (16,4 %).

Češi ale podceňují význam českých podnikatelů pro ekonomiku země, i když většina z nich (75,6 %) má podnikatele v rodině nebo mezi svými přáteli. Myslí si, že nejvíce lidí zaměstnávají zahraniční firmy a státní správa. Na české podnikatele vsadilo pouze 18 % respondentů. Při tom malé a střední firmy podle Českého statistického úřadu tvoří až 99 % všech podnikatelských subjektů na českém trhu. Podnikatelé zaměstnávají kolem 60 % Čechů v podnikatelské sféře a produkují 53 % veškeré přidané hodnoty v zemi.

„Zejména ve venkovských oblastech je podnikání jednou z cest, jak v nich udržet mladé lidi. Také proto usilujeme o vytrvalé zlepšování podnikatelského prostředí. Menší producenti, například potravináři, dokáží vyrobit vysoce jakostní potraviny. Tím nejenom zpestřují nabídku na trhu, ale také poskytují pracovní místa lidem ve svém okolí a přispívají k rozvoji svého

regionu,“ řekl ministr zemědělství Marian Jurečka.

„Podnikatelé pracují tvrdě každý den, překonávají mnoho překážek. Proto jsme se rozhodli je ocenit za toto úsilí a věnovat jim speciální den. Den soukromého podnikání se uskuteční v 25 zemích po celém světě. Věříme, že se nám povede zavést tradici a budeme slavit každý rok,“ vysvětlil Guillaume Chêne, výkonný ředitel MAKRO ČR/METRO SR. V tento den měli podnikatelé po celé České republice připravené speciální nabídky a slevy pro své zákazníky.

Den soukromého podnikání pořádá společnost MAKRO Cash & Carry. Partnerem akce je Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Asociace společenské odpovědnosti, United Nations World Food Programme a Nadační fond pro podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením s projektem Srdcerváci. (tz)

Kvalita bez administrativy



Asociace českého tradičního obchodu je historicky prvním a největším konsolidovaným subjektem, který sdružuje české maloobchodníky z oblasti malého a středního podnikání.

V současnosti má AČTO 19 členů a reprezentuje téměř 7000

prodejen s 30 000 zaměstnanci, čímž představuje zhruba 23% podíl na trhu s potravinami. AČTO je členem nejen HK ČR, ale také evropského sdružení nezávislých obchodníků Independent Retail Europe (IRE). Hlavním posláním a cílem AČTO je hájit zájmy svých členů, z velké části zajišťujících obchodní obslužnost venkova, chránit a rozvíjet tradici českých prodejen, upevňovat postavení domácího maloobchodu a aktivně vstupovat do utváření legislativy. AČTO také spolupracuje s českými a regionální výrobci a podporuje prodej jejich produktů. Kvalita prodeje je jednou z cest, na které členské základně mimořádně záleží. Co nového AČTO připravilo, jsem se zeptala Ing. Miloše Škrdlíka, MSc., MBA, jeho místopředsedy:

Proč jste se rozhodli uvést do života certifikaci obchodů?

Český trh je tvořen nejrůznějšími prodejny s potravinami a smíšeným zbožím. Jak mezi nimi poznat obchod, poskytující kvalitní služby, zákaznický komfort i výtečné domácí potraviny? Snažili jsme se najít řešení. Spustili jsme nový projekt certifikace tradičních českých prodejen a s ním spojené udílení značky kvality pro české prodejny potravin. Tradiční české prodejny totiž dlouhodobě bojují o svou existenci. Pouze v roce 2015 zaniklo 275 prodejen s plochou do 400 m². Menší obchodníci v nerovném boji stojí nejen proti nekalé konkurenci, ale také proti zahraničním řetězcům, večerkám s nepřetržitou pracovní dobou a mnohdy nešťastně formulované legislativě, která už tak komplikuje tradičním obchodníkům nelehké podnikání.

Jak v tomto neutěšeném prostředí přežít? Tuto otázku jsme si pokládali mnohokrát nejen s našim předsedou Zdeňkem Juračkou. Odpověď je nakonec celkem jednoduchá – musíme zákazníkům nabídnout něco víc. Ukázat jim, které nezávislé prodejny splňují náročné požadavky kupujících na kvalitu služeb i sortimentu. Proto jsme spustili program certifikace tradi-

ních českých prodejen, který jasně upozorní na prodejny, které mají zákazníkům co nabídnout, co sdělit.

Jakých subjektů se vlastně vaše iniciativa týká? Jaká prodejna může být certifikována?

Projekt certifikace AČTO je určen pro české tradiční (nezávislé) prodejny a obchodníky s jednoznačným cílem. Certifikační proces jim poskytne nezávislý audit a zprávu o stavu jejich prodejny, analýzu jejich silných a slabých stránek v prodejně a návrhy na zlepšení. Prodejna, která úspěšně projde certifikačním procesem, získá certifikát kvality a značku Tradiční český obchod – Certifikováno Asociací českého tradičního obchodu, která osvědčuje český obchod, kvalitu služeb, zákaznický komfort a převážnou část českého sortimentu. Právě převážná část domácích potravin je jedním ze základních kritérií, což vítá i ministr zemědělství Marian Jurečka. Ten se vyjádřil tak, že potravinářství začíná reagovat na obrovský nevyužitý potenciál domácího trhu. Máme spoustu malých zemědělců, malých zpracovatelů, kteří za poslední dva roky do podnikání vstoupili a chtějí se rozvíjet...

Značka a certifikát obchodníkům nabízí konkurenční výhodu oproti ostatním obchodníkům, zákazníkovi motivuje a dává jim informaci o tom, který obchod jim zaručuje to, co hledají. Navíc oceněný obchodník zlepšením úrovně prodeje získá více spokojených zákazníků, kteří tam budou častěji s chutí nakupovat, a tím bude mít prodejna i vyšší tržby. Prodejna se může stát zajímavější i pro dodavatele.

Obchodníci, kteří do programu certifikace přihlašují své prodejny, jsou hodnoceni na základě pevně stanovených hodnotících kritérií. Předpokladem pro zařazení do programu je české občanství členů statutárního orgánu, český kapitál, sídlo a místo podnikání v ČR či alespoň dvoutřetinový podíl českého zboží v nabízeném sortimentu. Při posuzování prodejny se hodnotí úroveň prodeje uvnitř i vně, personálu, podpory prodeje i sortimentu.

Není proces hodnocení pro menší prodejny administrativně náročný?

Vůbec ne. Základem všeho je celkové posouzení kvality prodejny nezávislým posuzovatelem formou tzv. mystery shoppingu, který kvalitu vyhodnotí. Žádná administrativa pro obchodníka zde tedy není.

Jak projekt AČTO poslouží koncovému zákazníkovi? Kde se o něm bude moci informovat?

Přímo v prodejně, v médiích, na webových stránkách, později snad i ve speciální mobilní aplikaci...

Kdo se na certifikaci podílí?

Vyhlašovatelem a organizátorem je AČTO, která na žádost obchodníka samého k němu vyšle



Ing. Miloš Škrdlík, MSc., MBA, místopředseda Asociace českého tradičního obchodu

nezávislého posuzovatele, který zmapuje prodejnu v různých parametrech a vyhodnotí. Následně doporučí či nedoporučí k udělení certifikace/značky, kterou uděluje AČTO.

Kdy se veřejnost poprvé dozví o průkopnících, o těch obchodech, které certifikát získaly?

Na kongresu tradičního trhu Samoška 19. ledna 2017 v Olomouci.

Bude to i nějaké vodítko pro dodavatele, případně pro košatější spolupráci s nimi?

Jistě, budou dodávat do kvalitního, certifikovaného českého obchodu. Logiku to má.

Zájem o menší prodejny se sortimentem z českých farem, od českých výrobců, o české bio u nás roste. Je to charakteristika dnešních požadavků na kvalitu nákupu i zdravé stravování, na úsporu času i výraz snahy o lepší mezilidské, sousedské vztahy?

Ano, je to přesně tak. I o to nám jde, i toto je výrazné odlišení nás, českých tradičních obchodníků sdružených v AČTO, od konkurence.

otázky připravila Eva Brix

Co se událo s kupní silou obyvatel ČR – je nejvyšší za posledních deset let

Po tříleté stagnační fázi, která proběhla v letech 2011–2013, kupní síla obyvatel České republiky opět kontinuálně roste a v současné době je její hodnota nejvyšší za posledních deset let. V letošním roce dosahují disponibilní příjmy v České republice 82 mld. eur. Ukázala to studie společnosti GfK Czech Kupní síla v okresech a obcích ČR 2016.

Na vyspělé evropské země to však stále nestačí. V současnosti dosahuje úroveň kupní síly na obyvatele v České republice 56,8 % průměru

Evropy. Dohnat vyspělejší evropské země se zřejmě v nejbližší budoucnosti nepodaří, v posledních sedmi letech kolísá index kupní síly České republiky podle momentální ekonomické situace mezi hodnotami 51–59 % evropského průměru, v roce 2011 byl ve srovnání s Evropou index kupní síly České republiky například mírně vyšší než v roce 2016 (58,7 % vs. 56,8 %).

Z metodicky shodného mezinárodního srovnání vyplývá, že Česká republika se v současnosti nachází na 26. místě z celkového počtu 42 zemí, kde se úroveň kupní síly sleduje. Jsme na tom stále o něco lépe než většina dalších zemí středo- a východoevropského prostoru, před

Českou republikou je však tradičně Slovinsko, již druhým rokem také Slovensko a v letošním roce i Estonsko a Litva.

Zjednodušený pohled, který v minulosti rozděloval Českou republiku na „bohatý západ“ a „chudý východ“ v současné době již neplatí tolik jako před několika lety. Spíše by se dalo hovořit o bohaté metropolitní oblasti, kterou tvoří Praha a střední Čechy, doplněné o některé z krajských metropolí na jedné straně a dvou problémových oblastech, kterými jsou severozápadní Čechy a severní Morava na straně druhé.

Mezi deseti okresy s nejnižším indexem kupní síly je pět z Čech a pět z Moravy. Nejslabšími okresy jsou Bruntál, Jeseník, Děčín, Teplice a Chomutov. V roce 2011 přitom bylo na Moravě z deseti nejslabších okresů plných devět, v roce 2013 jich bylo sedm.

V průběhu posledních šesti let se zřetelně vyprofilovaly oblasti, které z hlediska kupní síly výrazně posílily, jde především o oblasti Plzeňského regionu, vybrané oblasti středních Čech (zejména okresy Kolín, Kutná hora, Nymburk, Rakovník a Kladno) a jižní Morava, především Blansko, Hodonínsko a Znojemsko. Na druhé straně se v posledních sedmi letech jako stagnující ukazuje většina okresů jižních Čech, severozápadní Čechy a severní Morava.

Praha zůstává s výrazným náskokem nejbohatším krajem i městem co do úrovně kupní síly na obyvatele, nicméně její index oproti průměru ČR v posledních sedmi letech o 1 % poklesl (z 132,3 % na 131,3 % českého průměru). Znamená to, že pomyslné nůžky, vyjadřující rozdíly v kupní síle mezi metropolí a dalšími oblastmi ČR, se již delší dobu nerozevírají.

V rámci jednotlivých kategorií měst mají v průměru nejvyšší index kupní síly krajská města (114,9 %), nejnižší malá městečka od 1000 do 5000 obyvatel (92,9 %). Meziročně index kupní síly krajských měst mírně poklesl (o 0,2 %) a naopak vzrostl index kupní síly nejmenších obcí pod 1000 obyvatel (0,7%), což lze přikládat vlivu suburbanizačních tendencí. (tz)

Úroveň kupní síly na obyvatele v Evropě (index – % evropského průměru)

pořadí zemí 2013	index 2016
1. Lichtenštejnsko	460,9
2. Švýcarsko	309,4
3. Lucembursko	221,2
4. Norsko	204,0
5. Island	177,5
...	
21. Slovinsko	75,2
23. Estonsko	61,1
24. Slovensko	59,9
26. Česká republika	56,8

Okresy s nejvyšší a nejnižší úrovní kupní síly na obyvatele v roce 2016 (index – % republikového průměru)

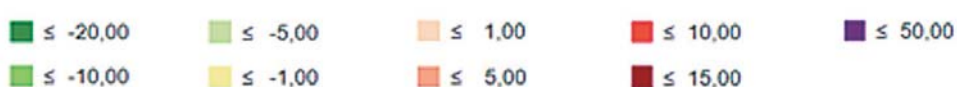
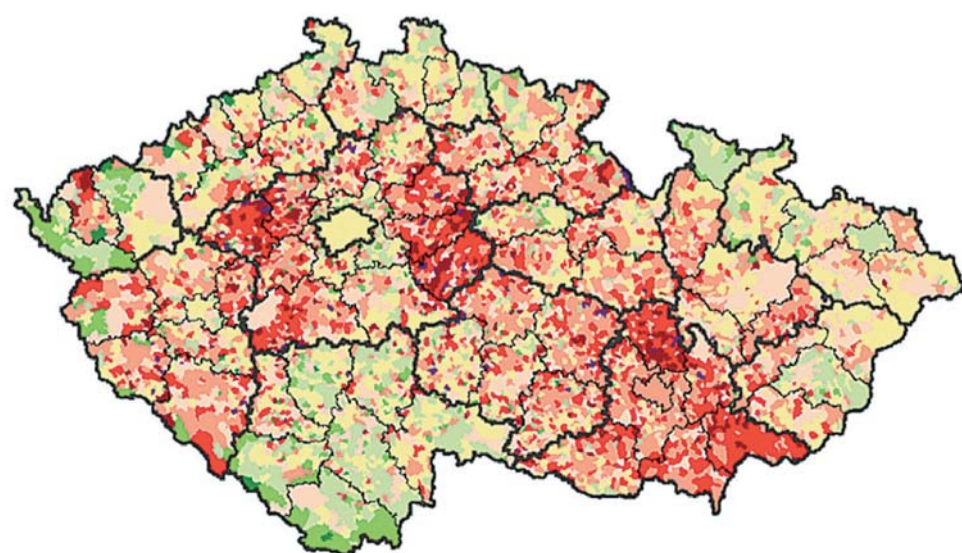
hodnota indexu (ČR=100,0)	
1. Praha	131,3
2. Praha-západ	118,0
3. Praha-východ	116,6
...	
75. Děčín	84,2
76. Jeseník	83,6
77. Bruntál	82,0

Města nad 10 000 obyvatel s nejvyšším nárůstem kupní síly vůči průměru ČR v letech 2016–2011 (index na obyvatele – % republikového průměru)

hodnota indexu (ČR=100,0)	
Kladno	10,6
Blansko	10,2
Kutná Hora	7,9
Hodonín	7,7
Veselí nad Moravou	7,4

zdroj: Kupní síla v okresech a obcích ČR 2016, GfK Czech

VÝVOJ INDEXU KUPNÍ SÍLY NA ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY V LETECH 2011–2016 (v %)



V Diamantové lize kvality vystoupala nejvýše prodejna Globusu v Ostravě a Albertu ve Znojmě



Prodejna Globusu v ulici Opavská v Ostravě a prodejna Albertu v ulici Vídeňská ve Znojmě obdržely na slavnostním galavečeru konaném u příležitosti premiérového vyhlášení vítězů Diamantové ligy kvality (DLK) 2016 nejvíce ocenění. Zástupci obou prodejen převzali cenu pro vítěze Diamantové ligy kvality, Zvláštní cenu prezidentky Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a Cenu za vynikající kvalitu České společnosti pro jakost.

„Potvrdilo se, že v České republice máme řadu prodejen, které splňují vysoké standardy kladené na kvalitu poskytovaných služeb, širší sortimentu a vstřícnost zaměstnanců vůči zákazníkům. Jednotlivá ocenění by měla prodejny motivovat, aby se trvale zlepšovaly. Současně je odlišují od konkurence a jsou znamením pro zákazníky, že právě tady jdou jejich přáním naproti,“ uvedla Marta Nováková, prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, a dodala: „Účelem soutěže Diamantová liga kvality není vybrat jedinou vítěznou prodejnu, ale ocenit, dekorovat a následně upozornit na všechny prodejny, které splní podmínky pro získání ocenění.“

Diamantová liga kvality v letošním roce hodnotila maloobchodní prodejny s převahou sortimentu potravin. Do soutěže obchodní řetězce (Albert, Globus, Lidl, Tesco) přihlásily svých nejlepších 19 prodejen. Ocenění vítězů DLK a právo používat novou značku si odneslo 17 z nich. Celkem šest z těchto prodejen navíc získalo Zvláštní cenu prezidentky Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. Prodejna Globusu v Ostravě a Albertu ve Znojmě pak obdržela

i Cenu za vynikající kvalitu České společnosti pro jakost.

„Prodejny byly důkladně hodnoceny na základě celé škály parametrů, ať už šlo o legislativní pravidla, hygienické podmínky, nebo kulturu prodeje. Všichni soutěžící drželi skutečně vysoký standard. Je potěšující, že hodnocené prodejny se vydaly směrem rozšiřování nabídky doplňkových služeb, ať už jde o pokrytí wi-fi, dětský koutek, nebo vlastní pekárnu či řeznictví. Zvýšená pozornost je věnována matkám s dětmi nebo starým lidem. Zaregistrovali jsme také zlepšující se spolupráci s lokálními dodavateli i to, že ve své nabídce myslí rovněž na zákazníky se zvláštními požadavky na výživu,“ informoval Pavel Mikoška, viceprezident SOCR ČR pro obchod.

Metodika hodnocení byla založena na posuzování prodejen prostřednictvím „neznámého zákazníka“ (Consumer Quality Index). Následný neohlášený audit prováděný dvojicí nezávislých auditorů se zaměřil na dodržování legislativních pravidel, hygienické dokonalosti prodeje potravin a obecně úroveň nastavení a dodržování vlastních firemních pravidel práce

s potravinami. Součástí přihlášky byl také sebehodnotící dotazník. V něm každá prodejna mimo jiné uvedla své hlavní důvody (např. realizované inovace, důvěra zákazníků, péče o místní komunitu apod.), jimiž se odlišuje od konkurence a které ji opravňují k získání značky.

„Cena za vynikající kvalitu je speciálním oceněním České společnosti pro jakost a uděluje se za vynikající úroveň a naprosto výjimečnou kvalitu, která se odrazila i ve vysokém bodovém hodnocení, a to ve všech hodnocených kritériích. Ostravský Globus dostal 198 bodů z 200 možných, znojemský Albert pak jen o tři body méně,“ sdělil Miroslav Jedlička, čestný předseda České společnosti pro jakost.

Do budoucna by se hodnocení v rámci Diamantové ligy kvality mělo rozšířit na celou maloobchodní síť, včetně nepotravinářských prodejen. Jde o společný projekt SOCR ČR a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, který byl vloni na podzim zařazen do Programu České kvality, podporovaného vládou České republiky. Program je součástí Národní politiky kvality. (tz)



PŘEHLED OCENĚNÝCH PRODEJEN (maximálně lze získat 200 bodů)

Ocenění finalista Diamantové ligy kvality (125 až 150 bodů) obdržely prodejny:

- ALBERT Jihlava, Hradební 1
- TESCO Expres Bělehradská Praha 2, Vocelova 11

Ocenění vítěz Diamantové ligy kvality (více než 150 bodů) obdržely prodejny:

- Albert Olomouc, Zikova 1
- Albert Okříšky, Boženy Němcové 438
- Albert Znojmo, Vídeňská 69
- Albert Znojmo, Brněnská 21
- Albert Třešť, Revoluční 6
- Albert Praha 4, Želetavská 1
- Albert Praha 9, Bratří Venclíků 3
- Albert Příbram, Brodská 496
- Albert Děčín, Uhelná 2
- Globus Ostrava-Plesná, Opavská 326
- Globus Praha 5, Sárská 133
- Lidl Příbram, Evropská 337
- Lidl Beroun, Plzeňská 724
- TESCO Brno, Vídeňská 100
- TESCO Roztoky u Prahy, Lidická 2250
- TESCO Praha 9, Veselská 663
- TESCO Brandýs nad Labem, Tovární 275

Zvláštní cenu prezidentky Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (180 a více bodů) obdržely prodejny:

- Albert Okříšky, Boženy Němcové 438
- Albert Znojmo, Vídeňská 69
- Globus Ostrava-Plesná, Opavská 326
- Lidl Beroun, Plzeňská 724
- TESCO Roztoky u Prahy, Lidická 2250
- TESCO Brandýs nad Labem, Tovární 275

Cenu za vynikající kvalitu České společnosti pro jakost (195 a více bodů) obdržely prodejny:

- Albert Znojmo, Vídeňská 69
- Globus Ostrava-Plesná, Opavská 326

ČESKÁ KVALITA – JAK SDĚLIT ZÁKAZNÍKŮM, ŽE JSTE DOBRÍ

5. díl seriálu

Nezávazná garance špičkové úrovně a bezpečnosti výrobku nebo služby



Po sedmácti značkách v Programu Česká kvalita, které jsme vám představili v minulých dílech našeho seriálu, už zbývá poslední pětice. Pak už bude záležet jen na vás, která ze značek vám bude vyhovovat pro váš výrobek nebo službu a zda je budete chtít využít jako garanci nejvyšší kvality pro své zákazníky.

Česká kvalita – QZ – Zaručená kvalita



Značka QZ – Zaručená kvalita patří k nejstarším značkám na našem trhu. Byla mezi pěticí prvních značek, kterým se podařilo úspěšně vstoupit do Programu Česká kvalita. Je udělována textilním výrobkům a službám, které jsou s nimi spojeny, tedy především obchodům s oděvy a textilem a čistírnám a prádelnám. Jako všechny značky garantuje kvalitu ověřenou nezávislou zkušební, v tomto případě Textilním zkušebním ústavem v Brně. Kromě kvalitativních parametrů se kontroluje i bezpečnost a zdravotní nezávadnost pro uživatele, což je obzvláště důležité v situaci, kdy téměř třetinu zdraví a životu nebezpečných výrobků na evropském trhu tvoří právě textilní výrobky. Pokud je značka umístěna na prádelnách či čistírnách, pak garantuje kvalitní šetrné praní a profesionální úroveň služeb označené provozovny. Správcem značky je sdružení SOTEX-GINETEX.

Česká kvalita – Spolehlivá veřejně prospěšná organizace



Značka Spolehlivá veřejně prospěšná organizace byla do programu přijata v roce 2015. Jejím cílem je poskytnout dárcům a partnerům neziskových organizací záruku, že její držitel řádně hospodaří se svěřenými prostředky, které transparentně a adekvátně využívá k naplňování svého veřejně deklarovaného poslání a nezneužívá věnované peníze na nekalé účely. Před udělením značky kontrolují profesionální hodnotitelé jak poslání, cíle a hodnoty organizace, tak i úroveň řízení a vnitřní kontroly, aby bylo zajištěno efektivní a transparentní nakládání se svěřenými prostředky. Aby mohla nezisková organizace značku získat, musí být velmi dobře finančně řízena a v neposlední řadě musí otevřeně komunikovat své aktivity a výsledky směrem k veřejnosti. Správcem značky je Asociace veřejně prospěšných organizací ČR.

Česká kvalita – SZUTEST – Product Tested



Značka SZUTEST – Product Tested patří ke značkám, které jsou zaměřeny poměrně široce, téměř na celé spektrum spotřebních výrobků. Se značkou se můžete setkat na kovoobráběcích a dřevoobráběcích strojích, zejména pro kutily, u ručního elektrického i neelektrického nářadí, teplovodních kotlů na plyná a tuhá paliva, u elektrotechnických výrobků, sportovních potřeb, jízdních kol, spor-

tovních přileb, vybavení fitness center, vybavení dětských hřišť, žebříků, schůdků, hasičích přístrojů a sprejů, hraček, nádobí, nábytku apod. Všechny označené výrobky splňují požadavky na nadstandardní kvalitu i bezpečnost, které garantuje prověření v akreditovaných laboratořích. Správcem značky je Strojírenský zkušební ústav.

Česká kvalita – Zdravotně nezávadná obuv – Bota pro vaše dítě – Žirafa



Značka s dlouhým názvem je u spotřebitelů dobře známá pod zkráceným jménem Žirafa. Patří také mezi první značky přijaté do Programu Česká kvalita a je určena dětské obuvi, tedy na výrobkům, které, pokud jsou nekvalitní, způsobují velmi vážná poškození zdraví, často s doživotními následky. Většina rodičů už dnes ví, že je potřeba kupovat „botičky se žirafou“, a značka tak velmi pomáhá českým výrobcům v boji s levnou a nekvalitní asijskou konkurencí. Spotřebitelé garantuje prověření všech vlastností dětské obuvi, od zdravotní nezávadnosti přes použití kvalitních materiálů až po správnost konstrukce. Kromě zkoušek v akreditované zkušební je podmínkou udělení značky i posouzení Komisí zdravotně nezávadného obouvání. Členy komise jsou lékař ortoped a kvalifikovaný antropolog, pracovník biomechanické laboratoře, pracovník hygieny a obuvnický technik. Správcem značky je Česká obuvnická a kožedělná asociace.

Česká kvalita – Značka kvality v sociálních službách



Cílem Značky kvality v sociálních službách je poskytnout seniorům zvažujícím nástup do domova pro seniory a jejich rodinným příslušníkům informaci o tom, jakou kvalitu mohou od života v daném domově očekávat. Jde o systém externí certifikace těchto zařízení, který je založen na udělování bodů a z něj vycházejícího přidělení hvězd, podobně jako tomu je např. u hotelových služeb. Při udělení značky posuzuje certifikační tým kvalitu ubytování, stravování, možnosti volnočasových aktivit, úroveň komunikace, zpětné vazby, zajištění intimity i celkovou kvalitu péče. Od roku 2013 je značka určena i pro domovy se zvláštním režimem a o rok později začala být udělována ambulantním službám pro osoby se zdravotním postižením a pečovatelským službám. Značka poskytuje certifikovaným subjektům odbornou zpětnou vazbu a možnost demonstrovat svou kvalitu. Správcem značky je Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR.

Představením poslední značky náš seriál končí. Všechny značky v programu představují pro zákazníky nezávislou garanci špičkové kvality a maximální bezpečnosti výrobku nebo služby. Mohou se stát neocenitelným nástrojem marketingu, vynikající reklamou i rozhodující konkurenční výhodou. Pro firmy, které věří kvalitě svých produktů, jsou nejlepší volbou. (red)

Předvánoční sonda: nemoci zajímají Čechy více než sport

Sám sobě doktorem. Tak by se dala nazvat éra, která už nějakou dobu probíhá. Lékaři z toho nijak nadšení nejsou, protože na ně pacienti často hovoří „googlovsky“. Myslí si, že už dávno vědí, co jim je, protože to našli na internetu, a v nemálo případech dokonce věří, že mají chorobu tak vzácnou, že jí trpí třeba jeden z milionu. Téma chorob a medikamentů ovládá internet více než například sport nebo nabídka bank a pojišťoven a v celkovém měřítku témat je hned na druhém místě. Jak to víme? Profici z Yeseter.com posbírali data, která to potvrzují, a nejen to.

A Srovnave.cz se k tomu muselo vyjádřit. Předem prosíme, odpusťte nám ten sarkazmus, nejde o kritiku, jen se snažíme udělat si tak trochu z nás všech legraci, aby nás to zocelilo (a třeba to i posílí imunitu).

Chorobná posedlost chorobami?

Jak první graf naznačuje, je oblast nemocí a léků opravdu velkým tématem. Znamená to snad, že jsme národem hypochondrů? Nemáme co lepšího na práci než zkoumat každé zakašláni nebo pupínek? Skoro to tak vypadá, ale s velkou pravděpodobností to vůbec nevzešlo z našich hlav. Vzhledem k tomu, že většina nemocí je údajně psychosomatických, tak pod tlakem farmaceutických společností prostě není divu, že podléháme. Pokud ale pod vůlí jiných můžeme být nemocní, pak jistě také pod vůlí svojí můžeme být zdraví, nemyslíte? No, ale vynechme hypotetickou rovinu a vraťme se do reality. Takže, co řešíme nejvíce?

Graf jen potvrzuje éru „sám sobě doktorem“. Nejprve zjišťujeme, co nás to vlastně bolí, poté pro co si máme běžet do lékárny, a nakonec si ještě své symptomy dosadíme do rovnice, z níž vyleze nějaká ta choroba. Je to trochu pře-

hnané tvrzení, ale opravdu jen trochu. To, že jsme svíráni strachem, kdy na nás vyskočí nějaká zákeřná nemoc, dokládá i další graf.

Některé nemoci ve statistice opravdu nejsou k smíchu a je více než důležité být o nich informován. Pokud se zajímáte o to, jak jim předejít nebo pomoci druhým, je to správné a rozumné, jen nesklozněte ke googlení toho, jakou byste tak asi mohl(a) mít rakovinu. Není nic nezdravějšího než takové chování, a pakliže rakovina souvisí s psychickým stavem člověka (jakože bezesporu alespoň okrajově souvisí, jako každá nemoc), tak si to příště raději dvakrát rozmyslete. Není jednoduché, ale nepodléhat strachu je jedním z receptů na šťastný život (nejen bez nemocí).

Pokud vás zajímá, jaké jsou nejdiskutovanější zdravotní obtíže českých internetových brouzdačů, tak číslo jedna je spánek. Zvláštní symptom, nemyslíte? A přesto je jeho převaha nad těmi ostatními docela výrazná. Spánek může samozřejmě doprovázet nemoci nejrůznějších druhů, například delší spánek během dne může být předzvěstí cukrovky. Přesto se ale neubráníme pocitu, že tak trochu asi máme v povaze dělat z komára velblouda. A vůbec nikomu tím nechceme křivdit. Ale už jen koukání do monitoru počítače způsobuje poruchy spánku, to jste se na internetu nedočetli?

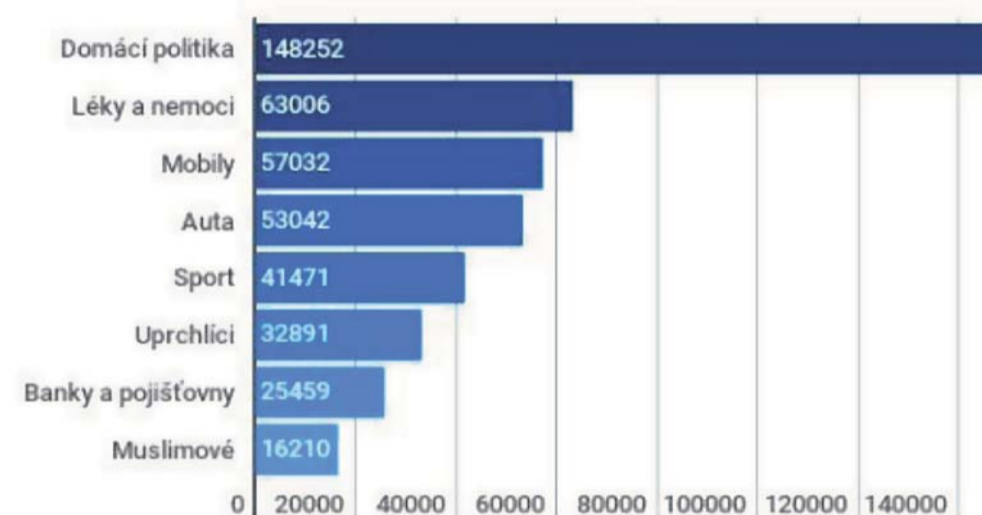
Pilulky na všechno

Už jen kdybychom měli doplňovat všechny vitaminy v dostatečném množství plus nějaká ta prevence, detoxikace, posílení imunity, tak podtrženo sečteno nám to vyjde na takových minimálně 20 tabletek denně (některé se totiž berou třeba i po pěti, to to potom lítá). V každém případě jsou mezi léky stálice, které nám opravdu zachraňují život, když nás udržují na nohou (nebo spíše na židli) alespoň v práci.

Vedoucí pozice v grafu jistě není třeba představovat – Paralen, Ibalgin, Aspirin. Nemoc, ko-



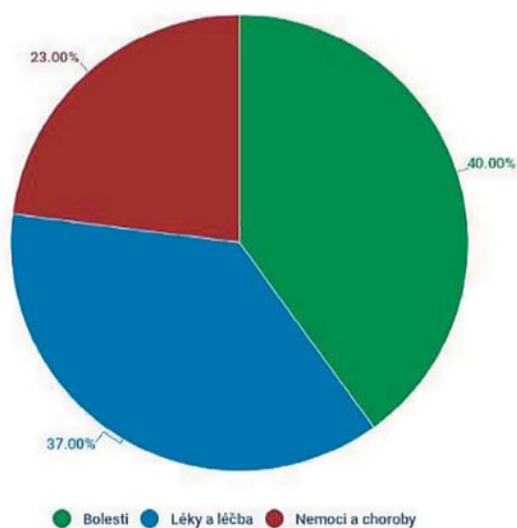
SROVNÁNÍ KOMUNIKACE



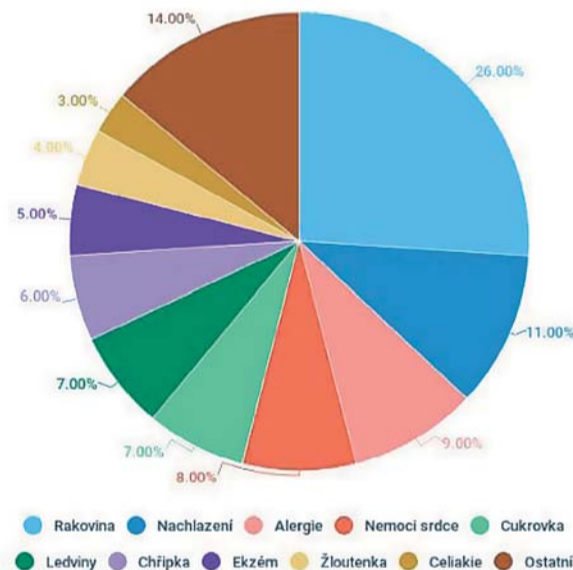
covina, migréna (a někdy všechno dohromady) – to přímo volá po těchto evergreenech z oblasti medicíny a lidé si jich váží natolik, že o nich ve-sele diskutují... Takový aspirin toho ale dokáže mnohem víc, jak napovídají postřehy z různých koutů internetového světa. „Mezi nejprodávanejší typy léků patří kapky do nosu, pastilky proti kašli a prášky na bolest hlavy,“ informoval David Folprecht ze Srovnave.cz. A co by to by-

lo za statistiky, kdybychom neuvedli srovnání ženy vs. muži? Tak kdo o léčích více diskutuje? Než se ale ženy urazí a pánové je začnou popi-chovat, dovolte nám malou poznámku. Zatím-co dámy řeší, jak se zbavit své pověstné bolesti hlavy nebo jak pomoci svým dětem, pánové řeší úplně jiné věci... Řeč je o přípravcích na zlepšení sexuální kondice. A které pány zajímají nejvíce, vidíte hned v dalším grafu. (tz)

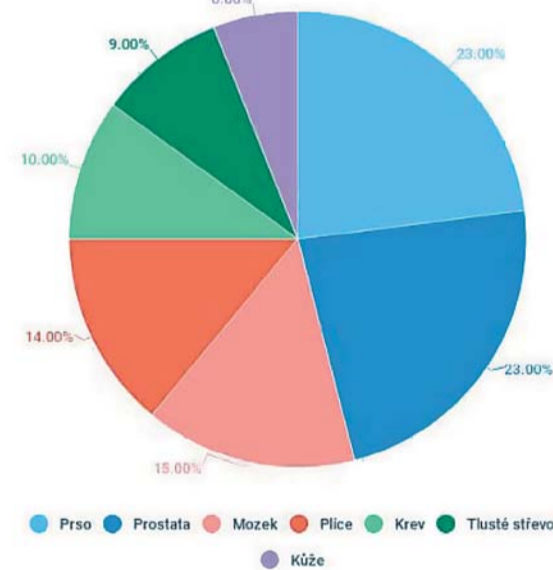
LÉKY, BOLESTI A NEMOCI



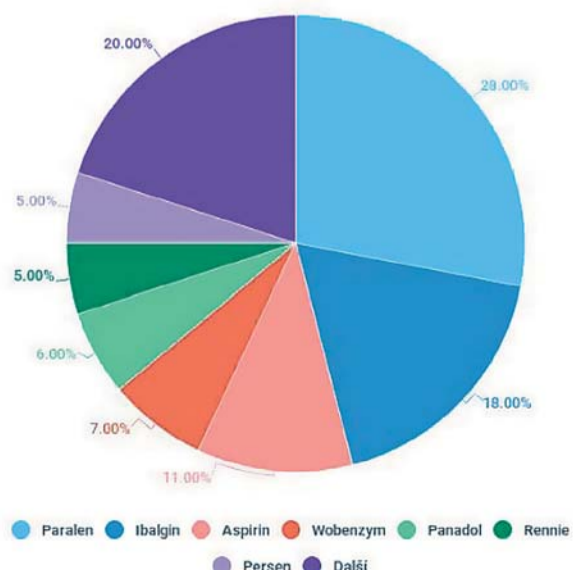
NEJDISKUTOVANĚJŠÍ NEMOCI



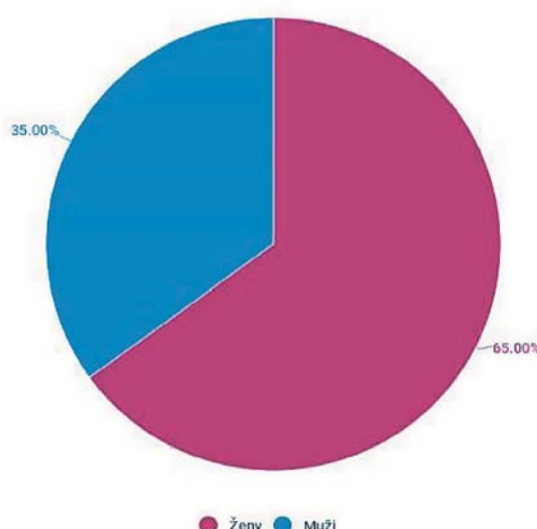
NEJDISKUTOVANĚJŠÍ DRUHY RAKOVINY



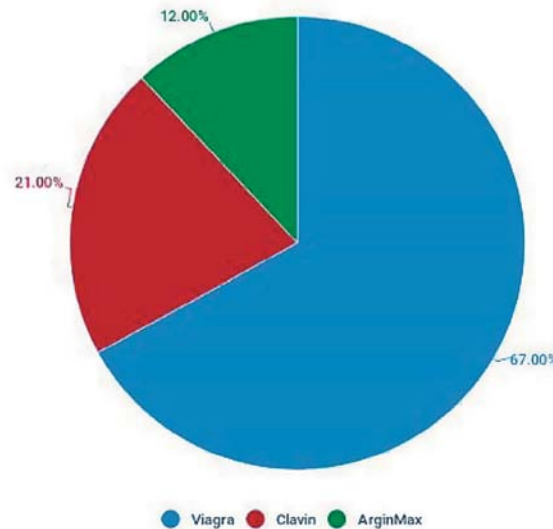
NEJDISKUTOVANĚJŠÍ LÉKY



KDO DISKUTUJE O LÉCÍCH? ŽENY NEBO MUŽI?



LÉKY PRO ZVYŠOVÁNÍ SEXUÁLNÍHO APETITU



Další „česká“ průmyslová zóna v Polsku, Accolade oživuje areál bývalé chemičky v Bydhošti

Česká skupina Accolade koupila část areálu někdejší, již několik let nefungující, chemičky v polské Bydhošti a vybuodovala zde moderní industriální park. Nabízí více než 50 000 m² špičkové plochy pro lehký průmysl a logistiku, přičemž všechny dokončené prostory (26 000 m²) už jsou plně pronajaté. Accolade do revitalizace areálu investovala tři čtvrtě miliardy korun. Na transakci se podílí polská Bank Pekao patřící do skupiny UniCredit úvěrem do výše bezmála 21 milionů eur, tedy přes půl miliardy korun. Teprve před nedávnem Accolade ohlásila investice do vybudování industriálního parku v Lublinu a do oživení areálu historické továrny na Messerschmittu ve Štětíně.

„Accolade v letošním roce agresivně expanduje do Polska. Díky tomu se významně rozšíří oborová diverzifikace portfolia našich nájemců, protože v Polsku máme typově jiné nájemníky než v Česku – převážuje tu příměstská logistika a zázemí pro eshopy, zatímco v ČR má silné zastoupení výrobní průmysl, zejména automobilový a strojírenský. Cílem je mít vyvážené robustní portfolio nájemců, které bude odolné vůči případným odvětvovým výkyvům,“ řekl Milan Kratina, CEO Accolade.

„Park Bydhošť tvoří dvě samostatné budovy, které lze uvnitř snadno rozdělit do více samostatných jednotek, a je tak možné je pronajmout více klientům. Našimi nájemci jsou Oponeo.pl, největší polský prodejce pneumatik a ráfků, Sims Lifecycle Services, přední světová společnost poskytující komplexní management životního cyklu IT, a logistika DB Schenker, ROHLIG SUUS Logistics a C.H. Robinson,“ dodal Lukáš Répal, ředitel Accolade Polsko. „UniCredit Bank je na-

ším významným financujícím partnerem v České republice, v Bydhošti jsme proto chtěli na úspěšnou spolupráci z Česka navázat a pro financování výstavby se nám podařilo uzavřít s Bank Pekao příhodné podmínky,“ vysvětlil Milan Kratina a dodal, že obě budovy brzy přejdou do majetku fondu kvalifikovaných investorů Accolade, který akvizuje dokončené a plně pronajaté parky připravené nejen skupinou Accolade.

„Accolade je průkopníkem nových příležitostí v nových lokalitách, které konkurenti ještě nedokázali objevit. To vytváří příležitosti pro růst a expanzi. Fakt, že jsou nemovitosti plně pronajaté, dokazuje, že to byla správná volba a že projekt, respektive lokalitu, trh výborně přijal. Jsme rádi, že můžeme podpořit práci skupiny Accolade na polském trhu,“ řekla Renata Grzonkowska, ředitelka Real Estate Financing MID Bank Pekao S.A.

Areál, jehož část Accolade oživuje, byl původně součástí DAG Fabrik Bromberg, což byla německá válečná továrna na výrobu výbušnin. Od roku 1948 se zde vyráběla chemie pod značkou Zachem. V sedmdesátých letech chemička zaměstnávala na 7000 lidí a zabírala 2000 hektarů. Definitivní útlum chemické výroby zde nastal s finanční krizí kolem roku 2010.

Bydgoszcz Park je součástí Průmyslového technologického parku Bydgoszcz. Ten je vzdálený zhruba pět kilometrů od centra města. Park leží na obchvatu Bydhošti a je dostupný ze silnic první třídy č. 5 spojující Gdaňsk a Poznaň, č. 25 spojující Konin a Koszalin a č. 10 spojující Varšavu a Štětín. Nedaleko parku také funguje říční přístav Bydhošť s kapacitou dva miliony tun zboží ročně ležící na evropské říční trase E70 Antverpy – Litva.

Region Bydhošť/Toruň se nachází na půl cesty mezi přístavem v Gdaňsku a centrálním



logistickým hubem Polska v Lodži. Oblast má zhruba dva miliony obyvatel. Bydhošť také patří mezi největší železniční uzly Polska. Protínají se zde hlavní tahy mezi severem a jihem a východem a západem země. V Bydhošti působí 16 univerzit s 45 000 studenty, v Toruni je devět univerzit se 40 000 studenty. Pro místní ekonomiku je tradiční potravinářství, chemický průmysl, zemědělství, výroba nábytku, papírenství, elektrotechnický průmysl a strojírenství.

Skupina Accolade do dnešní doby realizovala v České republice osm velkých průmyslových projektů. Její budovy si dnes pronajímají společnosti jako KION Group zaměřená na výrobu vysokozdvizných vozíků v Ostrově u Stříbra, Alpha Corporation (dříve Assa Abloy) působící v oblasti zamykacích systémů v Týništi nad Orlicí nebo online prodejce Tchibo či logistik DHL v Chebu. Klienti skupiny celkem po celém světě zaměstnávají bezmála 650 000 lidí. Skupina nedávno oznámila už dvě velké investice

v Polsku – do výstavby nájemních industriálních budov v Lublinu a ve Štětíně.

Celková hodnota portfolia fondu Accolade aktuálně přesahuje 90 milionů eur. Fond kvalifikovaných investorů Accolade je pod dohledem jednoho z největších administrátorů fondů v Evropě, společnosti Alterdomus, a je pravidelně auditován společností KPMG. Jeho prostřednictvím dnes úspěšně investuje více než pět desítek osob z řad majitelů firem, top managementu, partnerů poradenských společností, advokátních kanceláří, family offices či dalších fondů z regionu střední a západní Evropy; Accolade konkrétní jména nezveřejňuje. Fond investuje výhradně do prvotřídních průmyslových nemovitostí, dlouhodobě pronajatých bohatými společnostmi z oboru lehkého průmyslu a logistiky. V majetku fondu jsou budovy Alpha Corporation, Ideal Automotive, Leoni, KION Group, DHL, BWI, Saint Gobain a průmyslový park v Bydhošti. (tz)

www.accolade.cz.

Myanmar otevírá dveře našim firmám

Zástupci téměř dvaceti firem a dvou univerzit zaměřili v říjnu do Myanmaru na podnikatelskou misi Svazu průmyslu a dopravy ČR (SP ČR), která doprovázela ministra průmyslu a obchodu Jana Mládku. Podnikatelská mise úspěšně navázala na zářijové setkání s myanmarskými podnikateli v Praze, kde SP ČR podepsal dohodu o spolupráci s International Business Promotion Agency (IBPC). Mise se účastnily firmy podnikající v oblasti zdravotnictví, farmaceutickém průmyslu či v energetickém průmyslu. Technologie pro čištění odpadních vod, produkty na úpravu vody nebo energetické využití odpadů představily například firmy Strel Energy, EvcoMise či Dostav Praha. Mise se účastnili také zástupci technických univerzit – ČVUT v Praze a VUT v Brně. Zájem o spolupráci mezi univerzitami je z obou stran. „Diverzifikace exportu do vzdálenějších teritorií, jako je Myanmar, je skvělou příležitostí pro naše firmy a věřím, že z této cesty vzniknou konkrétní obchodní dohody,“ řekl viceprezident SP ČR František Chaloupecký. (tz)

Angličtina je jasný lídr; které další jazyky pomohou v kariéře?

Angličtina má z pohledu zaměstnavatelů mezi cizími jazyky dominantní postavení. Který další jazyk může pracovníkům otevřít bránu k zajímavé kariéře?

„Anglický jazyk je jednoznačně dominantní a u mnoha pracovních pozic se dnes považuje za samozřejmost. Firmy působící na mezinárodním trhu ji často mají jako vnitřní jazyk, a proto je znalost angličtiny zcela nezbytná,“ řekl Tomáš Surka, ředitel personálně-poradenské společnosti McROY Czech. Čeští absolventi škol však stále zaostávají v jazykových znalostech za svými západoevropskými kolegy. Zkušenosti navíc ukazují, že často své znalosti angličtiny či jiných jazyků v životopisech spíše přeceňují. Problém je také na straně zaměstnavatelů. „Některé

firmy by při sestavování požadavků na nové zaměstnance měly zvážit, zda je znalost angličtiny pro danou práci opravdu nutná. Setkáváme se s tím, že angličtinu vyžadují, ale v praxi ji pak pracovníci nevyužijí,“ uvedl Tomáš Surka. Takoví lidé pak práci opustí, protože přicházeli s jiným očekáváním.

Kterému dalšímu jazyku je vhodné se věnovat? České firmy obchodují především se zeměmi Evropské unie. A proto jakýkoliv další evropský jazyk doplňující angličtinu je přínosem. „Velká část kupříkladu německých či francouzských firem znalost svého jazyka bere jako velké plus,“ konstatoval Tomáš Surka. Dříve prosazovaná ruština je dnes na školách spíše okrajovou záležitostí. Její znalost se však může hodit. „Obchod s Ruskem v posledních letech ovlivňují sankce. Ve strojírenství je to určitě perspektivní

jazyk, samozřejmě v kombinaci s dobrou angličtinou,“ poradil Tomáš Surka.

V některých oborech jsou žádány i další cizí jazyky. Například v centrech sdílených služeb existuje velká poptávka po jejich specifických kombinacích. Hledají se třeba lidé hovořící norský či finský a k tomu i anglicky. Takové pracovníky shánějí společnosti, které zajišťují servisní služby pro všechny své národní pobočky právě z Česka.

Výuka cizích jazyků se už pevně zabydlela mezi zaměstnaneckými benefity. „Firma často platí půlku školného a zaměstnanec si zbytek hradí sám. Tímto způsobem je motivován k tomu, aby se výuce opravdu věnoval. Není neobvyklé, když firmy nechávají své pracovníky zkoušet z jazykových znalostí, aby viděly, zda takové investice mají smysl,“ uzavřel Tomáš Surka. (tz)

Lákáme německé strojírenské firmy: na česko-německém fóru Strojírénství proběhlo přes 80 kooperačních rozhovorů

Německé firmy spatřují v českém strojírenství velký potenciál. Na bilaterálním fóru Strojírénství, pořádaném 8. listopadu v Praze Česko-německou obchodní a průmyslovou komorou, se představilo jedenáct německých firem.

Strojírénství je již řadu let motorem české ekonomiky a velký podíl česko-německého zahraničního obchodu připadá právě na tuto branži. „Strojírénství nabízí v ČR mnoho obchodních příležitostí. Vidí to tak i německé strojírenské firmy, pro které jsme v rámci fóra zprostředko-

vali přes 80 individuálních kooperačních rozhovorů,“ uvedl Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK. „Tato branže má v Česku velký potenciál, protože právě strojírenství a obrábění kovů tu jsou velmi rozšířené a vyrábí se zde díly vysoké kvality, k čemuž jsou zase potře-

ba velmi kvalitní nástroje,“ řekl Jürgen Kästner ze společnosti Kästner Präzisionswerkzeuge.

Na výrobu přístrojů pro testování těsnosti a funkčnosti se specializuje firma Zeltwanger. „Česko může být velmi zajímavým trhem. Hledáme odbytové trhy, ale také dodavatele,“ popsal Mauro de Simon, vedoucí oddělení technika & vývoj, své dva cíle: „Ale obzvláště zajímaví by pro nás byli poskytovatelé služeb, například programátoři, konstruktéři nebo inženýrské kanceláře působící v ČR.“

„Možnosti na českém trhu jsou gigantické,“ sdělil jednatel firmy FRAMAT Christian Eyer. „Na český trh chceme nejprve vstoupit tak, že budeme s lokálním partnerem provozovat poprodejní servis. Druhým krokem bude rozšíření hlavních obchodních aktivit s těmito partnery.“

Česko-německé fórum Strojírénství uspořádala ČNOPK ve spolupráci se společností na podporu exportu bavorského řemesla Bayern Handwerk International. (tz)

Když zazvoní telefon

Crr, crr, crr!!! Ten mobil zvoní na vašem pracovním stole! Popadnete ho a s provinilým výrazem vyrazíte hledat místo, kde budete mít alespoň trochu soukromí. Tušíte totiž, že téma se může každou vteřinu změnit. Doba i lidé kolem nás vyžadují okamžitou komunikaci a pracovní prostory velkých společných kanceláří či open space na to nejsou většinou připraveny.

V obrovských otevřených kancelářských prostorech se před lety zhlédly snad všechny tuzemské firmy, a ne a ne je to pustit. Průzkumy potvrzují, že kromě takřka neustálého šumu a pohybu nás v takovém prostoru nejvíce trápí nedostatek soukromí. Věřte, nebo ne, účinná a efektivní řešení tohoto problému ale existuje. A je dokonce velmi jednoduché. Je to stará známá telefonní budka!

Je o něco sofistikovanější než ty, které ještě před dvaceti lety byly na každém rohu, ale je také elegantnější, barevnější, a hlavně útulnější. Sice v ní chybí telefonní přístroj, ale jinak v ní najdete vše, co potřebujete – sedátko a stolek na psaní poznámek či k odložení notebooku, pokud budete se svým protějším komunikovat třeba po Skype. Samozřejmostí je osvětlení, elektrická zásuvka a řízení větrání. Přece jen jde o malý prostor, kde se rychle vydýchá vzduch... V kancelářích může budka stát kdekoli. U stěny, což může dodat ještě větší pocit soukromí a bezpečí, u okna, pokud si chcete během hovoru dopřát výhled, mezi pracovními stoly či poblíž kuchyňky. Díky prosklení nebude nikde působit jako rušivý element. Navíc si můžete vybírat z několika barev, materiálů a rozměrů, včetně varianty pro dva, určené třeba i k pracovnímu jednání. A to nejlepší nakonec – je dokonale zvukotěsná!

„Když jsme s „budkami“ Framery začínali, počítali jsme, že o ně bude v ČR zájem a že jich ročně prodáme kolem 50. Zájem uživatelů, správců a projektantů kanceláří ale překonává naše očekávání. Za necelé dva roky jsme na 150 kusech,“ říká Jan Bastař, jednatel společnosti cre8, která se zabývá interiérovým designem pracovního prostředí a je výhradním distributorem akustického nábytku finské značky Framery pro český a slovenský trh. Z renezanční telefonních budek tak těžší spousta uživatelů kancelářských objektů. „Z našich klientů je mají ve svých kancelářích například Amazon Bratislava, Oracle či Showmax,“ doplňuje Jan Bastař. A malá poznámka na závěr. Pokud někdo v „budce“ vyryje srdíčko s monogramy, či svůj podpis, že tam byl, má jistotu, že o drahocennou památku nepřijde. Zařízení má vlastní konstrukci a může jít při stěhování firmy pohodlně s vámi. (tz)

NAŠE KAVÁRNA

R. Gauci v čele AXA

Martina Vogla na postu generálního ředitele AXA ČR a SR vystřídal Robert Gauci, který přichází z AXA One Italy. M. Vogl nastoupí jako předseda představenstva švýcarské rodinné firmy v oblasti finančních služeb.

Privátní bankovníctví Expobank vede I. Jandíková

Irena Jandíková je od října 2016 novou ředitelkou oddělení Private Banking v Expobank CZ. V této funkci zodpovídá za řízení týmu odborníků, kteří mají na starosti komplexní péči o soukromé i firemní finance nejnáročnějších klientů. Na nové pozici se zaměří především na rozvoj investičních produktů.

Inngogy s novým finančním ředitelem

Finance společnosti inngogy Česká republika řídí Thomas Merker (44). Ve funkci CFO nahradí Axela Gerhardyho, který se přesouvá do mateřské společnosti inngogy SE.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Strom splněných přání

Začal 5. ročník úspěšného projektu Strom splněných přání. Pořádající organizace Dejme dětem šanci letos obdržela 1057 Dopisů Ježíškovi od dětí z 32 dětských domovů z celé České republiky. Vánoční přání v hodnotě téměř 1 900 000 Kč je možné plnit pohodlně přímo od počítače na stránkách www.stromsplnenychprani.cz. „Podstatou projektu Strom splněných přání je, aby si děti vybraly to, co si opravdu přejí, a nebylo jim jen něco přiděleno. Každý dárcem si zároveň může vybrat, zda podpoří holku nebo kluka a v jaké finanční výši. Samotný nákup dárku je pak otázkou dvou minut,“ dodává Michaela Chovancová, ředitelka projektu Dejme dětem šanci. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Pojišťovna a dlužníci

Plátce zdravotního pojištění se může dostat v podnikání do problémů. Je insolventní a dlužní na pojistném. Jak pojišťovna proti dlužníkům postupuje? „VZP je povinná provádět kontroly placení pojistného a vymáhat dlužné pojistné, včetně příslušného penále. Podle zákona se nevymáhá jen nedoplatek pojistného, který nepřesahuje částku 50 Kč,“ uvedl vedoucí tiskového oddělení a mluvčí Všeobecné zdravotní pojišťovny Mgr. Oldřich Tichý. „O dlužných částkách by měl být pojištěnec informován. Pojišťovna v souladu se zákonem doručuje plátcům pojistného písemnosti, kde jsou vyčísleny či vymeřeny dlužné částky, které po něm vymáhá. „Problém by mohl nastat, pokud si adresát poštu nevyzvedává nebo pojišťovna nemá správný kontakt. „Doporučujeme co nejdříve navštívit příslušné pracoviště VZP, zjistit si aktuální výši dlužného pojistného a penále a situaci řešit, např. žádostí o splátkový kalendář. Nové možnosti v tomto směru nyní nabízí naše aplikace Moje VZP, ve které se snadno a rychle dozvíte, zda a kolik pojišťovně dlužíte i jak máte dál postupovat,“ dodal O. Tichý. Nebylo-li pojistné zapláceno ve správné výši a včas, činí penále za každý kalendářní den 0,05 % dlužné částky. Platná právní úprava umožňuje plátců požadovat ale nelze vyhovět, má-li plátce ke dni rozhodování dluh na pojistném nebo na něho byl podán insolvenční návrh nebo vstoupil do likvidace. Penále se podle zákona nepředepisuje, pouze nepřesáhne-li v kalendářním roce 100 Kč. Dlužné pojistné a penále VZP vyměřuje platebními výměry ve správním řízení nebo předepisuje výkazy nedoplatků. Proti platebním výměrům se plátce může odvolat do 15 dnů od jejich doručení, u výkazu nedoplatků má právo podat námítky do osmi dnů od jeho doručení. Při doručování platebních výměrů a výkazů nedoplatků se postupuje podle správního řádu. Platební výměr na dlužné pojistné je vykonatelný (může být soudně vymáhán) po 15 dnech od doručení bez ohledu na podané odvolání. Výkaz nedoplatků je vykonatelný dnem doručení. (tz)

Budoucnost české železnice jsou vysokorychlostní tratě

V souvislosti s listopadovým Žofínským fórem zabývajícím se perspektivou české železnice dopravní experti HK ČR upozornili, že zatímco sousední země intenzivně budují nebo plánují vysokorychlostní železniční tratě, u nás stále neexistuje ani vládní koncepce, jak a kdy je postavit. Problémem podle nich je i to, že železnice je jediným odvětvím ekonomiky, kde nejsou soukromí investoři vítáni. „ČR při výstavbě vysokorychlostních tratí zaspala,“ sdělil předseda Dopravní sekce HK ČR Emanuel Šíp a dodal: „Není žádným tajemstvím, že si česká železniční infrastruktura stále udržuje značný odstup za kvalitou infrastruktury ve starých zemích EU. Pokud nedojde ke zlepšení tohoto stavu, mohla by se ČR přes svou ideální geografickou polohu ve středu Evropy stát místem, které bude objížďeno jak v železniční osobní, tak nákladní do-

pravě. Proto se také HK ČR angažuje v podpoře přípravy české sítě vysokorychlostních tratí a dohlíží na to, aby koncepty připravované Ministerstvem dopravy ČR a Správou železniční dopravní cesty odpovídaly progresivním evropským trendům a vedly k odbourávání zaostalosti vůči zemím ležícím na západ od republiky.“

Abyste začaly stavět tratě, na kterých by bylo možné dosáhnout rychlosti nejméně 250 km/h, organizuje HK ČR diskuzní kulaté stoly, u kterých usedají odborníci z oblasti dopravy, dopravní experti HK ČR, ekonomové i zástupci soukromého sektoru. Podle Emanuela Šípa je dalším problémem to, že stát protežuje jím vlastněnou akciovou společnost České dráhy v neprospěch soukromých investorů. Dokladem je mj. poslední novela zákona o drahách, která je značně excesivní při potlačování komerčních dopravců

oproti nové evropské směrnici 2012/34/EU, kterou měla transponovat. Dalším příkladem je zajištění spolufinancování regionální železniční dopravy až do roku 2034, které nepokrytě preferuje přímé zadávání záležitosti veřejné služby ČD. To vede mimo jiné k nehospodárnému vynakládání prostředků daňových poplatníků. Hospodářská komora rovněž podporuje diskuzi o budoucnosti společnosti ČD Cargo, a.s., do které nemůže stát jako její dosavadní vlastník účinně investovat, a která v důsledku toho ztrácí podstatnou část své tržní pozice vůči konkurentům.

HK ČR dále prosazuje vznik integrovaného tarifního systému na síti železniční osobní dopravy, který by umožnil jak existenci jednotné jízdenky pro všechny dopravce, tak i neztenčenou možnost nabízet cestujícím akviziční tarifní slevy a programy. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Umění míru

John Stevens, Morihei Uešiba

b4u publishing Inspirativní učení, která toto vydání obsahuje, nám ukazují, že pravá cesta bojovníka se zakládá na soucitu, moudrosti, nebojácnosti a lásce k přírodě. Tato učení jsou výtažkem z hovorů a spisů Moriheie Uešiby, zakladatele populárního japonského bojového umění aikidó. Vydání obsahuje také životopis Moriheie a jeho náhled na umění války v protikladu k umění míru.

Nekomplikujte to!

Richard Koch, Greg Lockwood

mp Téměř všechny velké příběhy úspěšných firem dvacátého i současného století jsou příběhy zjednodušování. Podnikatelé, kteří dokázali změnit nejen tvář byznysu, ale i způsob, jak pracujeme a žijeme, byli v drtivé většině především velkými zjednodušovateli. Chcete znát zlaté pravidlo úspěchu? Zjednodušte!

Assessment centrum

Veronika Šišová, Jana Pechová

mp Kniha umožňuje nahlédnout do zákulisí personálního výběru, získávání zaměstnanců počínaje a výběrem vhodného kandidáta konče. Jejím cílem je představit AC jako výběrový nástroj, charakterizovat metody při jeho vytváření, analyzovat výhody a nevýhody jak klasického, tak virtuálního AC, a diagnostikovat situace, v nichž je efektivnější aplikovat klasické či virtuální AC. Součástí knihy jsou i etické aspekty využívání AC. Je obohacena případovými studiemi i ukázkami z praxe. Pomocí assessment centra si vyberete přesně takové zaměstnance, jaké organizace potřebuje.

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

Odhalte své silné stránky!

Svenja Hofert

S pomocí této knihy odhalíte, jaké jsou vaše silné stránky, a zjistíte, jak je rozvíjet a využívat v práci i soukromí či jaké povolání je vám šité na míru. Ať už si teprve vybíráte svou profesi, nebo uvažujete o změně zaměstnání či o podnikání, tato knížka bude vaším nejlepším rádčem.

Naučte se číst myšlenky!

Henrik Fexeus

Jak poznat, co si druzí lidé myslí? Jak ovlivnit jejich emoce i názory? Jak zjistit, že vám někdo lže nebo s vámi flirtuje? S touto čtivou a poutavou knížkou se naučíte nejen „číst“ druhé lidi, ale také s nimi hladce navázat vztah, získat si je na svou stranu či jim nenápadně vnuknout svůj názor.

Prodávejte jako ti nejlepší!

Miroslav Konopáč

Každý z nás má na výběr! Buď si bude na všechno přicházet sám a smíří se s pomalým pokrokem a mnoha neúspěchy, nebo se bude učit od ostatních, a bude tak díky této publikaci o krok napřed. Autor prozrazuje časté prodejní chyby a nejlepší způsoby prodeje, ke kterým dospěli nejzkušenější prodejci firem, v nichž dlouhá léta působil.

Projektový management v praxi

Jan Doležal, Jiří Krátký

Řízení projektu má svá pravidla a nástroje a tato kniha vás s nimi seznámí. Získáte s ní srozumitelný návod, jak definovat, naplánovat, zrealizovat a ukončit méně komplexní projekty. Pomocí příběhu o vzniku a realizaci projektu v malé organizaci vás provede celým životním cyklem jednoho projektu.



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

Kohezní politika Evropské unie

Petr Zahradník

Cílem kohezní politiky je zmenšit rozdíly mezi jednotlivými členskými zeměmi, a především pak mezi jednotlivými regiony v rámci EU, a podnitit tak harmonický vývoj teritoria EU. Kniha má šest základních kapitol: Cíle Kohezní politiky EU, Stručná historie Kohezní politiky EU, Programové nástroje a programování (2014–2020), Analýza vybraných výsledků, efektů, přínosů a dopadů Kohezní politiky EU primárně v ČR (identifikace hlavních témat), Koncepty strategického rozvoje území (metodický základ a případové studie), Makroekonomický rámec a opatření pro koordinaci hospodářských politik EU a stabilizaci ekonomického prostředí, přijatá v důsledku hospodářské krize.

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 priznání 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 jakéhokoliv uvedeného čísla
mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097

www.fiskus.cz

Po roce spousty ocenění za kvalitu, vede Excelentní organizace a Společensky odpovědná organizace

Na slavnostním večeru ve Španělském sále Pražského hradu byly 22. listopadu oceněny nejlepší firmy a organizace v programech Národní ceny kvality ČR a Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj. Prestižní Národní cenu kvality ČR v podnikatelském sektoru získala a v jediné soutěži firem pořádané v ČR podle mezinárodně platných pravidel zvítězila společnost Miele technika. Titul Excelentní organizace si ze slavnostního večera odnesla i společnost Kaufland Česká republika.

Ve veřejném sektoru v hodnocení podle Modelu excelence EFQM dosáhla na první příčku a titul Úspěšná organizace si odnesl Institut ochrany obyvatelstva Lázně Bohdaneč. V hodnocení Národní ceny kvality ČR podle modelu CAF je vítězem Střední škola Brno, Charbulova. Výše uvedené firmy a organizace hodnocené v Národní ceně kvality ČR v programu Excelence získají právo používat mezinárodní titul udělovaný Evropskou nadací pro management kva-

lity (EFQM) – Recognised for Excellence. V Programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj se vítězem v podnikatelském sektoru staly společnosti Metrostav a Vodárenská akciová společnost. Ve veřejném sektoru se o vítězství podělilo Město Kopřivnice a Statutární město Chomutov.

Na slavnostním večeru po zásluze získaly svá ocenění i menší firmy a organizace. Cenu za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně obdržely Channel Crossings, Centrum andragogiky a Ergotep, družstvo invalidů.

O významu Národních cen nejlépe svědčí podpora nejvyšších představitelů státu a dalších osobností. Svou záštitu Slavnostnímu večeru udělili a předávání ocenění se osobně ujali prezident České republiky Miloš Zeman, předseda Senátu PČR Milan Štěch, premiér Bohuslav Sobotka a ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek.

Národní ceny kvality jsou považovány za nejprestižnější ocenění, jaké může firma získat. Jsou udělovány ve více než 80 zemích světa podle stejných pravidel a jsou nástrojem k dosa-



Na slavnostní okamžiky na Hradě s prezidentem ČR Milošem Zemanem nikdo z oceněných nezapomene

PŘEHLED OCENĚNÝCH V PROGRAMECH RADY KVALITY ČR

NÁRODNÍ CENA KVALITY ČR

Národní cena kvality ČR – program Excellence – podnikatelský sektor – Excelentní organizace

- Miele technika s.r.o. – vítěz, Recognised for Excellence (5 Star)
- Kaufland Česká republika v.o.s. – Recognised for Excellence (4 Star)

Národní cena kvality ČR – program Excellence – veřejný sektor – Úspěšná organizace

- MV – generální ředitelství HZS ČR, Institut ochrany obyvatelstva Lázně Bohdaneč – vítěz, Recognised for Excellence (3 STAR)

Národní cena kvality ČR – program CAF – Úspěšná organizace

- Střední škola Brno, Charbulova, příspěvková organizace – vítěz

Národní cena kvality ČR – program Start Europe – Ocenění za úspěšnou realizaci projektů – Perspektivní organizace

- Centrum pečovatelských a ošetrovatelských služeb Město Touškov – Committed to Excellence
- Město Benešov, Městský úřad Benešov – Committed to Excellence
- Vodní zdroje, a.s. – Committed to Excellence
- Technická univerzita v Liberci Ekonomická fakulta – Committed to Excellence

Národní cena kvality ČR – program Start Plus – Úspěšná organizace

- ACO Industries k.s.
- Pojišťovna VZP, a.s.
- Moravskoslezský kraj, Krajský úřad Moravskoslezského kraje

NÁRODNÍ CENA ČR ZA SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST A UDRŽITELNÝ ROZVOJ

Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj – podnikatelský sektor – Společensky odpovědná organizace

- Vodárenská akciová společnost, a.s. – vítěz, Committed to Sustainability (2 Star)
- Metrostav a.s. – vítěz, Committed to Sustainability (2 Star)
- Palivový kombinát Ústí, státní podnik – Committed to Sustainability (2 Star)

Národní cena za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj – veřejný sektor – Společensky odpovědná organizace

- Město Kopřivnice – vítěz, Committed to Sustainability (2 Star)
- Statutární město Chomutov – vítěz, Committed to Sustainability (2 Star)
- Dům zahraniční spolupráce – Committed to Sustainability (2 Star)
- Obec Otice – Committed to Sustainability (2 Star)
- Družstvo Naproti – Committed to Sustainability (2 Star)
- Fakultní základní škola profesora Otokara Chlupa PedF UK – Committed to Sustainability (2 Star)
- Základní škola, Praha 13, Mláďí 135 – Committed to Sustainability (2 Star)
- Fakultní základní škola při Pedagogické fakultě UK, Praha 13, Brdičkova 1878 – Committed to Sustainability (2 Star)
- Základní škola, Praha 13, Kuncova 1580 – Committed to Sustainability (2 Star)
- Fakultní základní škola PedF UK Praha 13, Mezi Školami 2322 – Committed to Sustainability (2 Star)

CENA ZA SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST PODNIKÁME ODPOVĚDNĚ

Kategorie Malý a střední podnik: Channel Crossings, s.r.o.

Kategorie Sociální podnik: Ergotep, družstvo invalidů

Kategorie Rodinná firma: Centrum andragogiky, s.r.o.

DALŠÍ OCENĚNÍ

Publicistický přínos v oblasti kvality: Barbora Kládiová – Radiožurnál – Kvalita spotřebních výrobků – reportáž

Cena Anežky Žaludové: Alena Plášková

Medaile Anežky Žaludové za kvalitu: Maryla Douchová

Irena Horalová

Manažer kvality roku 2016: Pavel Mikoška, Ahold Czech Republic, a.s.

Program Česká kvalita – Ekologicky šetrná služba: TRIANGL a.s.

Sever – středisko ekologické výchovy Rýchory

Ocenění za dlouhodobou spolupráci: Moravskoslezský kraj, Krajský úřad Moravskoslezského kraje

hování vynikajících výsledků. Managementu poskytuje hodnocení v Národních cenách kvality neocenitelnou zpětnou vazbu a umožňuje nastoupit cestu trvalého zlepšování.

„Naše ekonomika je silně proexportně orientovaná, proto vítám příležitost porovnat výsledky našich firem s nejlepší světovou konkurencí. Národní ceny kvality nejenže právě takové porovnání umožňují, ale jsou i nástrojem pro zavedení trvalého zlepšování a pro efektivní využívání zahraničních zkušeností. Proto podporuji zapojení našich podniků do programu národních cen a věřím, že to povede k dalšímu zvyšování konkurenceschopnosti a úspěšnosti naší produkce na světových trzích,“ řekl ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek.

Národní ceny kvality ČR se významně liší od kteréhokoli jiného ocenění. V jejich hodnocení je využíván Model Excellence EFQM, který nejen dokáže objektivně porovnat firmy různých oborů a velikostí, ale je i silným manažerským nástrojem, který slouží k systematickému a trvalému přezkoumávání kvality organizace a to od vedení, přes strategická rozhodnutí, zaměstnance a financování až po klíčové výsledky. Zjednodušeně řečeno, Národní ceny kvality nejen zhodnotí, v jakém stavu se firma nachází, ale současně ukážou cestu ke zlepšování a dalšímu růstu.

„Účastí v Národní ceně kvality ČR mohou naše organizace získat za velmi výhodných podmínek implementaci jednoho z nejvýkonnějších manažerských nástrojů současnosti – Modelu Excellence EFQM. Jde o vyzkoušený a v praxi prověřený nástroj, který podle nezávislých studií zlepšuje ekonomické výsledky o desítky procent. Úspěšně ho proto využívá přes 30 000 evropských firem. Je škoda, že jen malá část z nich sídlí v České republice. Naší ambicí je tento nepříznivý stav změnit,“ vysvětlil Robert Szurman, státní tajemník v Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a předseda Rady kvality ČR.

V naší zemi je zatím model převážně využíván u společností se zahraničními vlastníky, které ho znají a uvědomují si jeho prestiž a potenciál. Přitom, díky podpoře ministerstva průmyslu a obchodu, mohou čeští podnikatelé model v rámci Programu Národních cen kvality ČR aplikovat s minimálními náklady, nebo využít jeho zjednodušené varianty Start a Start Plus, nebo ocenění za realizaci projektů zlepšování Start Europe.

V zemích EU je model aplikován častěji nejen v komerční sféře, ale i ve zdravotnictví, školství, policii, armádě a dalších organizacích. Evropský institut pro veřejnou správu dokonce vyvinul jeho modifikaci – Model CAF, určený pro organizace veřejné správy, který je Evropskou komisí doporučován jako nejlepší cesta ke zkvalitňování veřejné správy.

Druhé z udělených ocenění, Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitel-

ný rozvoj, prošla na přelomu loňského a letošního roku významnou a jednoznačně pozitivní změnou. Účastníci ceny byli letos hodnoceni podle modelu Committed to Sustainability, vytvořeného Evropskou nadací pro management kvality (EFQM) ve spolupráci s platformou Organizace spojených národů UN Global Compact. Hodnocení je tak plně kompatibilní s nejnovějšími světovými standardy a vychází vstříc potřebám firem, které si uvědomují význam zavádění konceptu společenské odpovědnosti (CSR) nejen jako významného marketingového nástroje, ale především základu pro podnikání v souladu se zásadami udržitelného rozvoje.

„Hodnocení podle modelu Committed to Sustainability se zaměřuje na čtyři hlavní oblasti – People, Planet, Profit a Products. Poskytuje účastníkům ceny nezávislou zpětnou vazbu o úrovni, na které se organizace v oblasti zásad společenské odpovědnosti a udržitelnosti nachází. Současně ukazuje, kterým směrem by se v oblasti CSR měla organizace ubírat a na jaké věci se zaměřit, čímž pomáhá rozvíjet problematiku společenské odpovědnosti maximálně efektivně,“ vysvětlila principy hodnocení ceny Alena Plášková, předsedkyně představenstva Sdružení pro oceňování kvality.

Stoupající význam problematiky CSR ve vespřelém světě přivádí k tématu společenské odpovědnosti i menší a střední firmy. Rada kvality jim vycházela vstříc již v minulosti organizováním Cen hejtmana kraje za společenskou odpovědnost. V loňském roce ale spatřil světlo světa zcela nový program, připravený ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR, Asociací společenské odpovědnosti, a společností P3 – People, Planet, Profit – Cena za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně.

„Společenská odpovědnost zdaleka není jen doménou velkých firem. Existují stovky malých podniků, které to možná nenazývají CSR, ale nezištným způsobem podporují svoje okolí. Cítili jsme proto potřebu připravit program, který pomůže tuto aktivitu v malých a středních firmách rozvíjet. Menší firmy sice své projekty cílí na omezené území a investují do nich nižší částky, ale vzhledem ke svému vysokému počtu je celkový efekt ve smyslu společenské odpovědnosti mimořádný. Proto chceme ty nejlepší ocenit a motivovat další malé firmy k podobné činnosti,“ řekl Karel Havlíček, předseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

Kromě ocenění v Programech Rady kvality ČR byla na slavnostním večeru předána i další ocenění: Cena Anežky Žaludové, Medaile Anežky Žaludové za kvalitu, Manažer kvality roku 2016, Cena za publicistický přínos v oblasti kvality, Ekologicky šetrný výrobek a Ocenění za dlouhodobou spolupráci. (tz)