

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Vláda má plnit úkoly, na nichž jsme se dohodli



Domácí politická scéna prochází poslední týdny silnými turbulencemi. Ty se více či méně dotýkají i ekonomiky. Jak situaci vnímá Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů České republiky, člen Rady hospodářské a sociální dohody, o tom jsme hovořili s jejím prezidentem Janem Wiesnerem.

Na čem pracujete, co v této chvíli pokládáte za nejdůležitější?

V současné době si přejeme, aby se podařilo dotáhnout některé důležité věci, u nichž jsme našli shodu v tripartitě, prošly vládou a konečnou podobu dostanou v parlamentu. V první řadě se to týká zákoníku práce. Jen nás mrzí, že na poslední chvíli se ještě odboráři snaží vnést do něj změny, které nepovažujeme za dobré, například pětidenní dovolenou, úpravy home office, výpovědi ze zaměstnání, zastavení práce odbory z bezpečnostních důvodů a podobně. U týdne volna navíc má návrh i podporu ministerstva práce a sociálních věcí. Některé podniky už většinou mají pětidenní dovolenou zakotvenou v kolektivní smlouvě a další, tedy šestý týden, mnozí nemohou akceptovat. Chceme tento benefit ponechat pouze na zaměstnavatelích, ať se sami rozhodnou podle svých možností, jestli k němu přikročí, nebo ne.

Jak vnímáte snahy partnerů v tripartitě dál posouvat povinnou hranici u mezd?

Ano, dalším sporným místem zůstává minimální mzda. Odboráři přicházejí do tripartity s návrhem na její zvýšení o 1500 korun na 12 500 korun. Představa vlády je 1200 korun, tedy požadují 11% růst. My říkáme, že tak silný tlak na mzdy neodpovídá vývoji produktivity práce. Nelíbí se nám ani plošné zvyšování platů ve státní správě. Ať se přidá těm, kteří to opravdu potřebují, například hasičům a policistům, ale paušálně rozdávat peníze na přebujelý a špatně fungující úřední aparát pokládáme za ekonomický nesmysl. Minimální mzda ovlivňuje odměňování ve všech třídách, stoupají odvody na sociální a zdravotní pojištění



Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

do státního rozpočtu, a tím pádem mzdové náklady ve firmách. Největší problémy vzniknou těm, kteří dělají subdodávky pro zahraniční i tuzemské odběratele a kteří provádějí práce ve vzdálených oblastech, kde je větší nezaměstnanost, nebudou do východních Čech dojíždět za prací. Zvláště proto, že chybí infrastruktura, nejsou připraveny byty pro ně a jejich rodiny. Vláda by tento problém měla řešit celistvě, ne že si každý rezort bude „hrát na vlastním písečku“.

Problémem stále větším se stává skutečně situace na trhu práce. V čem by mohla tripartita pomoci?

Jde o celý komplex problémů a jejich řešení. Poukazuje například na investiční pobídky státu, jejichž podmínky už neodpovídají současným potřebám a měly by se změnit. Proč podporovat cizí investory v oborech s nízkou přidanou hodnotou (například v logistice), proč podporovat výstavbu v oblastech, kde chybí pracovní síla? V některých průmyslových zónách jsou zaměstnavatelé, pokud nechtějí odmítnout zakázky, nuceni dovážet lidi z velké dálky. Jako typický příklad mohou jmenovat

Kvasiny. Zúčastnil jsem se jednání krajské tripartity v Hradci Králové, kde se dostala nezaměstnanost Rychnova pod 2%. Situace je tam taková, že silnější hráči vytahují zaměstnance z malých a středních firem, chybí stále víc personál ve službách, např. v nemocnicích. Ano, na Ostravsku se propouští, ale horníci z OKD a případně dalších oblastí, kde je větší nezaměstnanost, nebudou do východních Čech dojíždět za prací. Zvláště proto, že chybí infrastruktura, nejsou připraveny byty pro ně a jejich rodiny. Vláda by tento problém měla řešit celistvě, ne že si každý rezort bude „hrát na vlastním písečku“.

Vládní krize se vás nijak nedotkla?

Nás to velmi trápí, i když jsme nepolitická organizace. Nepletme se do politických hrátek, ale přejeme si, aby vláda plnila to, na čem jsme se už společně domluvili a co jsme se vzájemně dohodli, že je pro udržení ekonomiky a případný růst nutné udělat.

pokračování na straně 3

České firmy ochrání před sankcemi EU Konica Minolta

Podnikatelé v České republice budou muset od příštího roku zpracovávat osobní údaje podle nového nařízení EU. Pokuta až 550 milionů korun nově hrozí všem, kteří vedou jakékoli databáze fyzických osob, ať už zákazníků, nebo zaměstnanců. Obecné nařízení o ochraně osobních údajů EU (tzv. GDPR) začne v celé unii platit jednotně od 25. května 2018. Konica Minolta v této souvislosti představila novou službu, která odhalí nedostatky a nabídne vhodná řešení.

„Reagujeme na žádosti zákazníků, kteří už nyní hledají řešení v souladu s novým nařízením EU. Díky spolupráci se specialisty na IT právo a ochranu osobních údajů nabízíme komplexní posouzení ze všech úhlů pohledu. Audit zahrnuje nejen analýzu firemních technologií a procesů z hlediska bezpečnosti, ale také právních náležitostí smluv, směrnic a jiných dokumentů,“ řekl Pavel Štěpán, obchodní ředitel Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodal: „Zejména u větších společností může být zavedení nových postupů zpracování osobních údajů časově náročné. Sankce za případné porušení nařízení mohou být přitom pro většinu firem likvidační. Doporučujeme proto připravit se na nové nařízení co nejdříve.“

Nová služba Konica Minolta prověří bezpečnost všech hardwarových i softwarových nástrojů využívaných k přenosu či uchování dat, zabezpečení sítě proti kybernetickým útokům nebo například kontrolu zálohování. Rovněž posoudí smlouvy se zaměstnanci, klienty i dodavateli, stejně jako interní procesy, směrnice či šablony dokumentů. „Před zahájením auditu uzavíráme se zákazníkem nejprve dohodu o mlčenlivosti. Výstupem je pak písemné memorandum, které jasně definuje případné rozpory s GDPR a návrh doporučení ke změně,“ upřesnil Pavel Štěpán. Následuje implementace systémů pro prevenci úniků dat, zavedení šifrování informací či nových procesů a dokumentových řešení, která Konica Minolta přizpůsobila požadavkům EU.

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů EU v Česku nahradí současnou právní úpravu ochrany osobních údajů v podobě směrnice 95/46/ES. Nová pravidla budou platit pro všechny společnosti bez ohledu na jejich velikost či obchodní zaměření a také na většinu orgánů veřejné správy. Přizpůsobit se budou muset všechny subjekty, které jakkoli shromažďují údaje o zákaznících, zaměstnancích, ale například také o pacientech, návštěvnících a podobně, či s nimi manipulují. Při nedodržení nařízení hrozí sankce ve výši až 20 mil eur nebo 4% ročního obrátu, vždy podle toho, která částka je vyšší. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU

RENOMIA se potřetí stala Pojišťovacím makléřem roku, Jiřina Nepalová obdržela titul Osobnost pojistného trhu	3
9. červen – Světový den akreditace	4
Velký závazek vůči klientům, kteří si na kvalitní poskytované služby zvykli	13
Podnikatelé musí odvádět DPH z nezaplacených faktur = Absurdita roku 2017	14
Čtvrtina Čechů by kvůli své kariéře jednala podle průzkumu EY neeticky	16

Prosperita Madam Business mezi oceněnými

Finále 12. ročníku soutěže Marketér roku se odehrálo 18. května v Praze. Prezidentka České marketingové společnosti Jitka Vysekalová uvedla, že letos byla soutěž velmi silně obsazena a tak kromě Velkého modrého delfína a hlavních cen udělila hodnotitelská komise i několik zvláštních ocenění za mimořádné aktivity a úspěšné inovativní marketingové projekty. „Potěšilo nás, že o soutěž je každým rokem větší zájem,“ sdělil předseda hodnotitelské komise Gustav Tomek.

Pro vítěze byly připraveny sošky křišťálových delfínů z českého skla v čele s Velkým modrým delfínem v působivém designu z dílny uměleckého skláře Vladimíra Zubříčana. Večerem provázel excelentní moderátor Karel Voříšek a Swing kvartet Ivana Smažka se zpěvačkou Evou Emmingero-

vou zpřijemnil slavnostní chvíle všem zúčastněným. Setkání obohatila i výstavka fotografických obrazů uměleckého fotografa Jadrana Šetlíka, který do své galerie připravuje nový projekt Význam-



PhDr. Eva Brixi, šéfredaktorka Prosperity a příloh Madam Business a Fresh Time (vlevo), a doc. Jitka Vysekalová, prezidentka České marketingové společnosti foto Martin Šimek

ných osobností českého marketingu. Máme radost, že i my jsme v soutěži uspěli. Hodnotitelská komise ocenila Prosperitu Madam Business z prosince 2016, která se snažila ve své příloze prezentovat vedoucí osobnosti firem, ženy i muže, a pátrat po jejich vztahu k literatuře. Odpovídali na to, zda-li mají čas číst a jaké knihy jim působí potěšení. Odpovědi byly inspirativní a ukázaly, že i přes velké časové nároky na profesní život si podnikatelky a manažerky, podnikatelé a manažeri na čtení čas vždy najdou. Soubor odpovědí jsme ilustrovali autorskými fotografiemi našeho redakčního týmu, vytvořili je Kateřina Šimková a Martin Šimek. Součástí stránek byly verše Evy Brixi. Všem partnerům našeho projektu děkujeme za milou spolupráci, bez níž by totiž nevznikl. Více informací přineseme v červencovém vydání Prosperity Madam Business.

výsledky soutěže najdete na straně 7

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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 prezentací 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. června 2017

PhDr. Eva Brixí-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 Krmáček

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 inzerentem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,

U Sýpky 555, 664 61 Rajhradice

Časopis je v roce 2017 rozšiřován dle vlastního

adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255. Mezinárodní standardní

číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Prosperita partnersky spolupracuje:

ANOPRESS IT

www.anopress.cz

■ se společností Anopress IT, a. s.

■ s konsorciem Gascontrol Group

www.gascontrol.cz

**Pojďte na trh s námi
a inzerujte!**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

Madam
BUSINESS

www.madambusiness.cz

FRESH
TIME

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 19. rokem.



SEPIŠU S VÁMI KUPNÍ
SMLOUVU NA DOBU
URČITOU.

kresba: Miloš Krmáček

S TUŽKOU ZA UCHEM

Slovo v digitálním světě

Digitální svět nás obepíná těsněji než rovník matičku Zemi. Aplikace nás ženou do náručí anonymity obchodu, celý svět je na dotyk a na kliknutí. Proč ne, když nám to třeba šetří čas, který můžeme věnovat osobnímu rozvoji, bádání, realizaci nápadů, sportu, ušlechtilému dobrovolnictví.

Ale pozor! Místo milého slova jsme se naučili vyjadřovat v číslech, zkratkách, symbolech. Básníci nejsou slyšet, a když už, tak jen tehdy, zbudeli na ně místo, které je potřeba zaplnit. Přeháním, od toho jsem novinářka. Ale myslím si, že zrychlený tep života nás postupně přivádí k názoru, že je potřeba jej něčím dostat postupně do rovnováhy lidství. Je potřeba dát čas slovu. Laskavému výrazu. A místo monitoru a displeje vsadit občas i na lidskou tvář. Na pozdrav, úsměv a povzbuzení.

Eva Brixí

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Absurdita pod ocasem

Pořadatelé Absurdity roku 2017 si pro vyhlášení letošní ankety vybrali velmi příznačné místo. Pozvali novináře na tiskovku do pražské pasáže Lucerna pod Svatého Václava. Patron české země sedí na koni, který visí za stropu hlavou dolů, kopyty míří vzhůru. Známa socha Adama Černého symbolicky vyjadřuje situaci, v níž se octli drobní a střední podnikatelé. Místo aby jim vláda a zákonodárci vytvářeli ty nejlepší podmínky pro provozování jejich živností, dělají pravý opak. Celý státní aparát, který financují, ať už přímo, nebo prostřednictvím svých zaměstnanců, se snaží, aby podnikatelské prostředí v Česku bylo co nejkomplicovanější a nejabsurdnější. Jak by mohl tento stát prosperovat, kdyby založit a rozvíjet firmu bylo u nás stejně snadné jako třeba v USA nebo Singapuru!

Pavel Kačer

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2017

1. Národní politika kvality
2. Partnerská spolupráce se Sdružením pro oceňování kvality
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. Projekt Ocenění českých podnikatelek
11. Konference ISSS 2017
12. Soutěž Hvězda GERnetic
13. Zlatý kuchař 2016
14. Mezinárodní strojírenský veletrh
15. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
16. Konference Novinky v ochraně osobních údajů pro obchod a cestovní ruch

Dva rozvozcí květin spojili síly pod novou značkou Rosario

Úspěšné projekty RůžeDomů.cz a Růže non-stop dokončily fúzi a pod názvem Rosario připravily zcela nový koncept služeb. Kromě standardního rozvozu květin je možné si na webu Rosario.cz objednat například také originální dárky, nechat si připomenout významný den, a navíc podpořit lidi s epilepsií, kteří kytice aranžují. Rosario je nyní jedním z největších rozvozců květin v tuzemsku, v Praze s dopravou zdarma, který se specializuje výhradně na růže s důrazem na kvalitu. „Abychom zajistili nej-

vyšší jakost růží, nakupujeme je přímo na holandské burze květin. K zákazníkovi se tak dostanou maximálně čerstvé, někdy i pouhý den po sklizni. Navíc odebíráme jen nejkvalitnější odrůdy, např. Red Naomi,“ komentoval kvalitu květin CEO projektu David Zábřez.

Jednou z výhod Rosaria je propracovaný software připomínající významné dny. Květiny lze objednat i měsíce dopředu. „Každému se občas stane, že na nějaké významné výročí zapomene. U nás si zákazníci mohou zdarma nastavit zaslání upomínek e-mailem nebo SMS. Pokud člověk chce, může si kytici rovnou objednat klidně půl roku dopředu – my už mu potom jen připomeneme, aby nezapomněl popřát,“ uvedl k výhodám Rosaria David Zábřez. Přidanou hodnotou rozvozce květin Rosario je spolupráce s květinovou dílnou, která zaměstnává lidi s epilepsií. Spolu s profesionální květinovou vazbou si tak člověk může odnést dobrý pocit, že pomohl lidem, pro které je běžné zaměstnání často nedosažitelné.

(tz)

Vznikla nová Vinařská skupina VINIFERA, s ročním obrátem přes 750 milionů korun míří na špici českého trhu

Na 750 milionů korun při 25 milionech litrů vyrobeného vína, takové jsou loňské výsledky firem z Vinařské skupiny VINIFERA s.r.o. Skupina, již tvoří Vinařství NEOKLAS Šardice a.s., Vinařství Mutěnice, s.r.o., a společnost Víno Trade, spol. s.r.o., usiluje o brzké dosažení prvního místa v objemu i tržbách nejen na českém trhu, ale i ve střední Evropě. V blízké době navíc plánuje další akvizice vinařství na Moravě i na Slovensku, na které má vyčleněných 200 milionů korun.

„Naše cíle pro letošní rok jsou jasné. Obrát blíží se k jedné miliardě, nákup alespoň 200 hektarů vinic, nové produkty, nové prodejní cesty a další zvyšování kvality vína při maximálně vstřícných cenách pro konečného odběratele. Jedničkou na trhu se chceme stát i tak, že koupíme jedno nebo dvě zavedená vinařství s dostatečným portfoliem vinných odrůd, a to nejen v České republice,“ popsal další kroky Jindřich Robek, jednatel Vinařské skupiny VINIFERA, který by se skupinou a jejím moravským vínem ještě letos rád expandoval i na zahraniční trhy. Prvním krokem po vzniku Vinařské skupiny VI-

NIFERA je plánovaná investice o výši desítek milionů korun do rozšíření kapacit vinařství, techniky používané na vinicích, obnovy vinice samotných či vývoje nových produktů a jejich designu. Investice navazuje na dosavadní modernizaci provozu, v rámci které vznikly nové budovy, sklad, výrobní linky a další. Skupina tak v uplynulých třech letech investovala do rozvoje vinařství, zejména pak do technologie, výroby a obnovy vinic, více než 100 milionů korun.

Aktuálně společnost hospodaří na 345 hektarech vinic na 23 viničních tratích z celkem 15 katastrálních území a celkem zpracovává hrozny z 500 ha vinic. Do budoucna si však stanovila cíl vlastnit celých 1000 ha. Za tímto účelem vykupuje VINIFERA celoročně vinice či pozemky na Moravě a Slovensku od menších pěstitelů, zároveň soustavně obnovuje a rekvultivuje staré vinohrady a zakládá nové.

(tz)



kresba: Přebay

RENOMIA se potřetí stala Pojišťovacím makléřem roku, Jiřina Nepalová obdržela titul Osobnost pojišťovacího trhu

RENOMIA, největší pojišťovací makléřská společnost založená ve střední a východní Evropě, získala ocenění za první místo v anketě Pojišťovací makléř roku 2016. Jiřina Nepalová, ředitelka společnosti RENOMIA, a. s., v rámci soutěže obdržela čestný titul „Osobnost pojišťovacího trhu“ za vynikající a mimořádný přínos rozvoji českého pojišťovníctví.



Jiřina Nepalová,
ředitelka společnosti RENOMIA, a. s.

„RENOMIA vybudovala svou silnou pozici na tuzemském i mezinárodním trhu díky tomu, že jedná vždy v nejlepším zájmu klientů a poskytuje jim poradenský přístup. Být makléřem roku je cenné proto, že naše kvality oceňují odborníci z řad pojišťoven, kterých si vážím,“ říká k ocenění Jiřina Nepalová, ředitelka společnosti RENOMIA.

Titul Pojišťovací makléř roku získala RENOMIA již potřetí během šesti let, kdy se cena v rámci soutěže Pojišťovna roku vyhlašuje. Soutěž organizují společně Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM) a Česká asociace pojišťoven (ČAP). Záštitu nad celou soutěží udělil Jiří Rusnok, guvernér České národní banky, která vykonává dohled nad pojišťovacím trhem.

„Nároky našich klientů se neustále zvyšují a pokud chceme být dlouhodobě úspěšní, musíme se neustále zlepšovat a rozvíjet. Velký důraz klademe na risk management, díky rizikovým analýzám předcházíme škodám klientů. Dále rozvíjíme i naše specializace a rozumíme podnikání klientů, investujeme do digitalizace. Daří se nám růst jak organicky, tak cestou akvizice v ČR i zahraničí. Poskytujeme pojišťovací služby po celém světě. To vše nám pomáhá poskytovat špičkovou péči klientům a profesionalizovat trh,“ dodává Jiřina Nepalová.

Mezi hodnotícími kritérii byly kvalita produktů dodávaných pojišťovně, úroveň komunikace mezi makléřem a pojišťovnou, a především mezi klientem a makléřem, odbornost při správě pojištění a profesní znalosti makléřů, včetně rozvoje nových produktů.

Jiřina Nepalová, ředitelka a zakladatelka společnosti RENOMIA, byla také v rámci galavečera oceněna čestným titulem „Osobnost pojišťovacího trhu“. Ten se uděluje za vynikající a mimořádný přínos rozvoji českého pojišťovníctví. Jiřina Nepalová v pojišťovníctví působí bezmála 40 let a má bohaté zkušenosti s realizací pojišťovacích programů pro společnosti z nejrůznějších oborů a s likvidací pojišťovacích událostí. V roce 1993 založila v Hranicích na Moravě společnost APS Hranice. Ta se později přejmenovala na RENOMIA a posledních deset let je jedničkou na českém trhu. Dnes je RENOMIA GROUP největší poradenská společnost založená ve střední a východní Evropě v oblasti pojištění a risk managementu.

Co šikovný makléř musí, ale co nesmí?

Pojišťovací makléř musí vždy hájit zájmy klienta a být na jeho straně. Musí ovládat a naplňovat roli poradce. Nesmí zklamat důvěru klienta. Dlouhodobý úspěch je možné si zajistit dodržováním těchto zásad.

Oč mají dnes firmy v pojišťovacích produktech největší zájem oproti době, kdy se v České republice s businesssem po Sametové revoluci opět začínalo?

Firmy mají velký zájem o spolupráci s makléři. To je velká změna. Pojišťovacímu makléři však již nestačí, když ví, jaké produkty nabízí jaká pojišťovna a umí je sjednat. Kvalitní makléř rozumí risk managementu a umí klientovi poradit v této oblasti, např. jak zlepšit rizikový profil nebo jaké vhodné zabezpečení si opatřit. Rozsah pojištění pak záleží na vyhodnocení rizika klienta. Naši roli a očekáváním klienta je poradenský přístup. Klienta neoklamete, musíte do větší hloubky znát specifika jeho oboru podnikání. Proto jsme se v RENOMIA zaměřili na budování specializací. Již nyní máme 30 speciálních týmů zaměřených na konkrétní rizika např. v energetice, letectví, strojírenství, stavebnictví, sportu, dopravě, zdravotnictví, pojištění pohledávek a dalších. Důležité je také mezinárodní zázemí, protože podnikatelé investují v zahraničí, cestují nebo mají zahraniční dodavatele. Musíme tedy být připraveni na stále častější požadavky a dotazy i z této oblasti.

Vznikají zcela nové produkty, které lépe mapují potřeby podnikatelů, středních firem i velkých korporací. Jaké to například jsou?

Cím dál častěji podnikatelé požadují pojištění odpovědnosti managementu, tzv. D&O pojištění. Pro manažery, kteří nejsou v pracovním poměru a kteří nemají nárok na odškodnění podle zákoníku práce, je velmi vhodné rizikové pojištění. Lze očekávat, že poroste význam tzv. pojištění kybernetických rizik, ze kterého je možné hradit náklady vzniklé útokem a ztrátou citlivých dat.

Od května 2018 začne platit nové evropské nařízení známé pod názvem General Data Protection Regulations, které podnikatelům nařizuje, aby chránili zákaznická data, zajistili jejich bezpečnost a určili odpovědnou osobu, která bude hlídat dodržování ochrany osobních dat klientů. Toto nařízení ovlivní i pojišťovací trh. RENOMIA se na něj aktivně připravuje.

Jak by se dal dnes váš obor, měřeno podmínkami v České republice, charakterizovat?

Český pojišťovací trh udělal velký skok vpřed a pořád se zlepšuje, je stabilní. Velký zájem o získání klienta ovlivňuje cenu a rozsah pojištění, a to v jeho prospěch. Pojištění firem ve velké většině ovládají pojišťovací makléři. Jejich výhodou je, že fungují jako poradci, a to nejen při sjednání pojištění, ale také v oblasti řízení rizik, a zejména při likvidaci škod. Díky tomuto přístupu vidíme u našich klientů rostoucí zájem o kvalitní služby v oblasti pojištění a risk managementu. Bohužel přesto, že v současné době trh nabízí velmi dobré podmínky, je propojitelnost poměrně nízká oproti západním zemím.

A konsoliduje se pojišťovací trh?

Všeobecně platí, že když máte malou firmu, je těžké investovat do specializací, zabezpečit služby například v risk managementu, a jeví se, že je výhodnější se spojit s firmou, která disponuje zázemím specialistů a lepší vyjednávací pozicí. Partnerství s velkou firmou pak nabízí komfort a zázemí, které mohou menší makléři využívat ve prospěch svých klientů. Například naše síť RENOMIA NETWORK umožňuje svým partnerům po celé republice využívat nejrůznější služby a pomáhá jim růst. Máme členy sítě, kteří se za dobu naší spolupráce několikanásobně zvětšili. Nejvíce na spolupráci oceňují podporu, kterou jim poskytujeme při každodenní práci, a praktické vzdělávání. Pokud jde tedy o pojišťovací makléře, tak konsolidace probíhá, menší firmy se zastřešují v sítích nebo se často prodávají.

otázky připravila Eva Brix



Vláda má plnit úkoly, na nichž jsme se dohodli

dokončení ze strany 1

Konkrétně chceme, aby se dotáhl do konce nový stavební zákon. Ministerstvo pro místní rozvoj má na přípravu už jen několik týdnů, předložit ho má do poloviny roku. Podaří se to?

Nelíbí se nám situace na ministerstvu školství. Jediná ministryně, která pro nás něco udělala, mám na mysli zejména větší důraz na technické vzdělávání a praxi, podala demisi. Musíme si uvědomit, že změny ve školském systému jsou dlouhodobou záležitostí. Když se potřebný legislativní proces zastaví, znamená to ztrátu nejméně dvou až pěti let. Nyní prožíváme období ekonomického růstu,

ale přešlapování na místě se projeví v budoucnosti v konkurenceschopnosti a připravenosti českých společností na nutné změny i např. v souvislosti s Průmyslem 4.0. Podporovali jsme zavedení elektronické evidence tržeb. Jsme proto, aby stát nastavil v podnikání rov-

Poukážeme kupříkladu na investiční pobídky státu, jejichž podmínky už neodpovídají současným potřebám a měly by se změnit.

né podmínky, udělal pořádek a odstranil nešvary, které přináší černý trh. I na to je zapotřebí politická shoda a kontinuita. A zejména

musí příslušné orgány stále plnit své povinnosti.

Ne vše se dá zvládnout na centrální úrovni, míříte i tam, kde pulzuje skutečný hospodářský život. Co se vám podařilo na regionální úrovni?

Společně se Svazem průmyslu a dopravy ČR jsme se dohodli na obsazování krajských tripartit. Když to nejde na centrální úrovni, snažíme se větší projednat a řešit v regionech, v místech působení podnikatelské sféry. Mám na starosti Královéhradecký kraj, kde hejtmani spoluprací s námi vždy podporovali. Hejtmanství tlačí na školský odbor a úřady práce, aby spolupracovaly s podniky a znaly jejich potřeby. Uvedu jeden příklad:

Učitelé navštěvují textilní a strojírenské firmy, organizují v provozech setkání s rodiči. Mohou se přesvědčit v továrnách, jaké mají průmyslové obory perspektivu, v čem je vyučení výhodné, jaké budou mít učňové možnosti uplatnění, platové podmínky, v jakém prostředí budou pracovat a podobně. Rady hospodářské a sociální dohody v krajích jdou v řešení problémů správným směrem, budeme na ně klást stále větší důraz.

Samozřejmě je nezbytným předpokladem aktivní spolupráce mezi jednotlivými odbory kraje s odbornými školami, průmyslem, zaměstnavateli a podnikateli, zástupci odborů, neboť ti především znají problematiku regionu, její potřeby a nejlépe dokáží nastínit a najít vhodná řešení.

ptal se Pavel Kačer

9. červen – Světový den akreditace



Český institut pro akreditaci, o.p.s. – národní akreditační orgán České republiky notifikovaný Evropskou komisí, se i v letošním roce připojuje ke Světovému dni akreditace. Tématem roku 2017 je tentokrát akreditace ve stavebnictví. Význam této celosvětové akce nám v rozhovoru přiblížil Mgr. Ing. Igor Tyleček, Ph.D., náměstek ředitele ČIA.

Proč se zapojujete do Světového dne akreditace?

Hlavní myšlenkou a cílem je podpora významu akreditace. Jde o globální iniciativu celosvětových organizací, které se akreditací zabývají – International Accreditation Forum (IAF) a International Laboratory Accreditation Cooperation (ILAC). Primárně akreditace slouží jako nástroj k odstraňování překážek obchodu a souvisejícímu prokázání odborné způsobilosti subjektů, a to již téměř ve všech oblastech lidské činnosti. Proto se také Světový den akreditace zaměřuje vždy na určitou oblast. V letošním roce je tedy tematicky zaměřen na akreditaci využívanou ve stavebnictví.

Jakým způsobem je akreditace ve stavebnictví využívána?

Nejprve si představme, co všechno slovo „stavebnictví“ zahrnuje. Následně si můžeme položit otázky, které nás běžně ani nenapadnou: Jsou budovy, ve kterých žijeme a pracujeme, bezpečné? Existují prostředky zabezpečení, že staveniště je bezpečným pracovištěm? Máme jistotu, že vstupní suroviny a samotné stavební výrobky splňují požadavky technických norem, a jsou tedy vyhovující kvality? Jak víme, že budovy jsou schopné odolávat požáru, bouřkám, vodě a jiným přírodním úkazům? Jak máme věřit prohlášením o dopadu na životní prostředí stavebních projektů? Jde o to, že i bez dalšího máme ve výsledky stavební činnosti důvěru. Motto ČIA zní: Accredo – dávám důvěru. Akreditace a akreditované subjekty dávají odpovědi na položené otázky, a tím nám všem poskytují i důvěru.

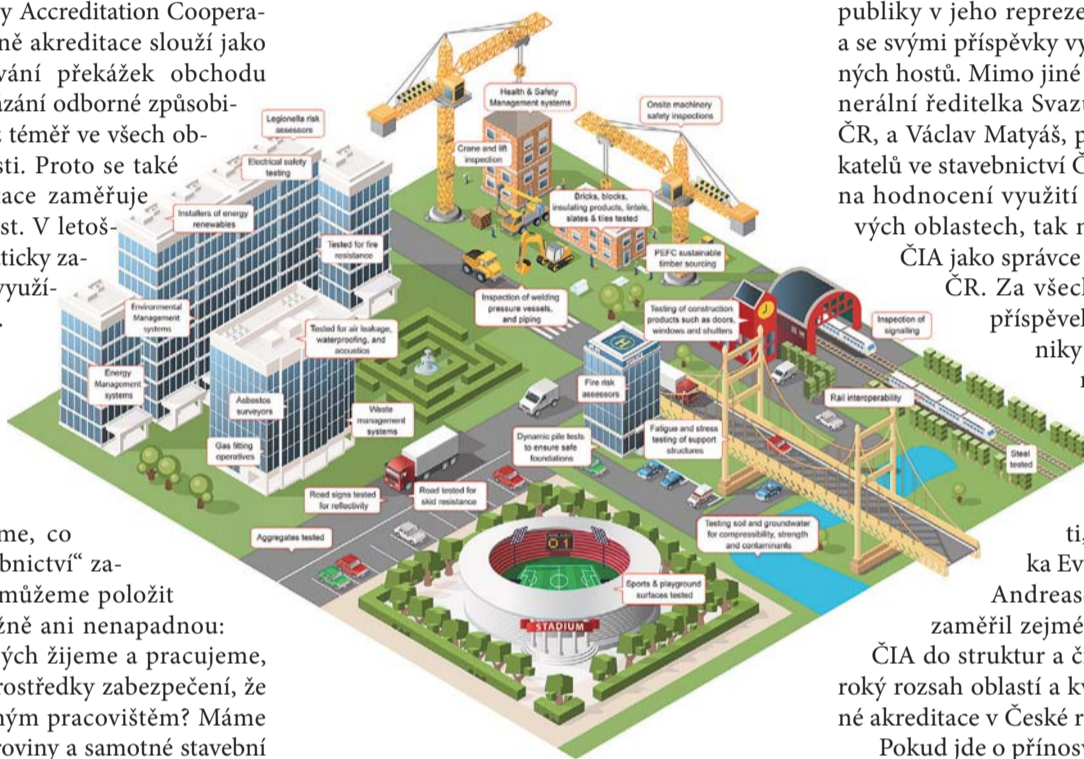
Můžete uvést konkrétní příklady využití akreditace ve stavebnictví?

Několik příkladů zpracovala kolegyně Ing. Markéta Šilhavá, která působí v odboru certifikačních a inspekčních orgánů, takže si je na tomto místě dovoluji použít. Začneme třeba tím, že akreditované laboratoře provádějí zkoušky vstupních surovin, samotných stavebních materiálů a také vlastního prostředí stavby, např. měření a analýzy obsahu škodlivých látek v ovzduší, vodách, půdách a materiálech. Tyto zkušební laboratoře k tomu používají měřidla, která jsou kalibrována akreditovanými kalibračními laboratořemi. Tím je zaručena metrologická návaznost výsledků měření těchto zkušebních laboratoří.

Postup výroby stavebních materiálů ověřují certifikační orgány posuzující shodu produktů s technickými specifikacemi. Tyto certifikační orgány ve své činnosti využívají také výsledků akreditovaných zkušebních laboratoří. Specifickou oblastí ve stavebnictví, kde je možné využít tzv. výrobního certifikátu, je doložení kvalifikace/způsobilosti ve veřejných zakázkách. Splnění kvalifikačních požadavků je posouzeno certifikačním orgánem akreditovaným pro posuzování shody Systému certifikovaných stavebních dodavatelů a stavební organizace při soutěži o veřejnou zakázku dokládá splnění kvalifikačních požadavků jedním dokumentem (podrobnosti na www.sps.cz, sekce Systém certifikovaných stavebních dodavatelů).

Systémy managementu jsou pak certifikovány z různých pohledů. Certifikační orgány

mohou posuzovat systémy managementu kvality např. pro doložení technické kvalifikace ve veřejné zakázce. Například požadavky zákona o veřejné zakázce jsou v oblasti projektování a realizaci pozemních komunikací pro potřeby Ředitelství silnic a dálnic dále upraveny Metodickým pokynem Systému jakosti pozemních



komunikací (SJ-PK), (viz www.pjpk.cz). Certifikační orgán systému managementu kvality pak prověřuje schopnost organizace realizovat konkrétní činnosti/technologie v souladu s technickými předpisy Ministerstva dopravy.

Systém environmentálního managementu prověřují akreditované certifikační orgány dle normy ISO 14001 a tento certifikát je možné uplatnit nejen při dokladování kvalifikace u veřejných zakázek, ale např. při plnění povinnosti zákona o předcházení ekologické újmy a o její nápravě. Za určitých podmínek je organizace povinna mít finanční zajištění vzhledem k rizikům svých činností s ohledem na možné dopady na životní prostředí. Toto zajištění nemusí organizace provádět, pokud je registrována v programu EMAS nebo má certifikovaný systém environmentálního managementu podle ISO 14001.

Podíl stavebnictví na smrtelných úrazech za rok 2015 je přibližně 25 % (Statistika pracovních úrazů v ČR, www.bozpinfo.cz). Jedním ze způsobů práce s riziky v oblasti BOZP je zavedení, udržování a zlepšování systému managementu. Prověření jeho adekvátního zavedení provádí certifikační orgán systému managementu BOZP.

Zákon o hospodaření s energií stanovuje podnikateli, který není malým nebo středním podnikatelem, zabývat se svým energetickým hospodářstvím. Jednou z možností, jak systematicky přistoupit k této povinnosti tak, aby vedla také k energetickým úsporám, je zavést, udržovat a neustále zlepšovat systém hospodaření s energií dle ISO 50001. Doložení splnění tohoto požadavku se pak provádí předložením akreditovaného certifikátu.

Jaký význam má Světový den akreditace pro Českou republiku?

U nás v České republice, jako i jinde ve světě, tento den také využíváme k informování představitelů průmyslu, zemědělství, služeb, a zejména státní správy o možnostech a přínosech využívání akreditace. Neznamená to však, že

během roku žádnou informační činnost neprovádíme. Zpravidla nám však v období okolo 9. června vychází pro naše klienty uspořádat seminář. Také probíhá jednání Rady pro akreditaci – poradního orgánu ČIA, publikujeme příspěvky atd. Letos se podařilo na 7. června 2017 připravit tradiční seminář Systémy kvality v Praze, který proběhne 28. června 2017 rovněž v Brně (více na www.cai.cz v části Semináře).

Jaké jsou přínosy využívání akreditace?

V této souvislosti bych nejprve rád připomenul, že akreditační systém u nás funguje od roku 1991, kdy bylo také vydáno první osvědčení o akreditaci. V loňském roce jsme si na společném setkání zainteresovaných stran toto 25. výročí připomněli. Akce se uskutečnila ve spolupráci se Senátem Parlamentu České republiky v jeho reprezentativních prostorách a se svými příspěvky vystoupila řada významných hostů. Mimo jiné Dagmar Kuchtová, generální ředitelka Svazu průmyslu a dopravy ČR, a Václav Matyáš, prezident Svazu podnikatelů ve stavebnictví ČR, kteří se zaměřili jak na hodnocení využití akreditace v jednotlivých oblastech, tak na hodnocení činnosti ČIA jako správce akreditačního systému ČR. Za všechny další pak uvádím

příspěvek paní senátorky Veroniky Vrecionové, která zdůraznila význam akreditace jako výsadního prostředku k prokazování odborné způsobilosti, a výkonného tajemníka Evropské akreditace (EA) Andree Steinhora, který se zaměřil zejména na aktivní zapojení ČIA do struktur a činnosti EA a zmínil široký rozsah oblastí a kvalitu námi poskytované akreditace v České republice.

Pokud jde o přínosy akreditace v konkrétních číslech, tak v České republice zatím žádná taková analýza nebyla provedena. Avšak v Německu a Velké Británii byly nedávno publikovány studie potvrzující přínosy využívání akreditace. Ve Velké Británii to bylo kon-



Mgr. Ing. Igor Tyleček, Ph.D.,
náměstek ředitele Českého institutu
pro akreditaci, o.p.s.

krétně 600 milionů liber ročně, což už nejsou žádné malé peníze.

A jaký je praktický význam pro koncového uživatele akreditace?

Otevřeně řečeno měl by být „neviditelný“. Jak už bylo uvedeno výše, akreditace je o důvěře, takže jejich držitel by měl obdrženým výsledkům důvěřovat. Tak jako i státní instituce, které s takovými výsledky pracují; těm v rámci Evropské unie nařízení č. 765/2008/ES ani nic jiného neumožňuje. Opakovaně však varujeme před využíváním služeb a „výhodných“ nabídek pochybných neproověřených organizací. Zájemce o poskytnutí služeb proto vždy informujeme o průběžně aktualizovaném seznamu akreditovaných subjektů na našem webu www.cai.cz, kde si mohou kdykoliv najít požadovaný typ služby.

rozmloval Jiří Novotný

Český institut pro akreditaci, o.p.s.
Olšanská 54/3, 130 00 Praha 3
www.cai.cz

NABÍDKA SLUŽEB ČIA

- Zkušební laboratoře (ČSN EN ISO/IEC 17025)
- Kalibrační laboratoře (ČSN EN ISO/IEC 17025)
- Certifikační orgány provádějící certifikaci systémů jakosti, systémů environmentálního managementu, systémů managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, systémů managementu bezpečnosti informací, systémů managementu bezpečnosti potravin a systému trvale udržitelného hospodaření v lesích (ČSN EN ISO/IEC 17021-1)
- Certifikační orgány certifikující produkty (ČSN EN ISO/IEC 17065)
- Ověřovatelé emisí skleníkových plynů (ČSN EN ISO 14065, nařízení Komise (EU) č. 600/2012)
- Certifikační orgány provádějící certifikaci osob (ČSN EN ISO/IEC 17024)
- Inspekční orgány (ČSN EN ISO/IEC 17020)
- Poskytovatelé zkoušení způsobilosti (ČSN EN ISO/IEC 17043)
- Výrobci referenčních materiálů (ČSN EN ISO/IEC 17025, TNI Pokyn ISO 34)
- Environmentální ověřovatelé programů EMAS a dohled nad zahraničními environmentálními ověřovateli (nařízení ES č. 1221/2009).

Mezinárodní vazby

ČIA je členem mezinárodních organizací zabývajících se akreditací:

- European co-operation for Accreditation (EA),
- International Laboratory Accreditation Cooperation (ILAC),
- International Accreditation Forum (IAF),
- Forum of Accreditation and Licensing Bodies (FALB)

ČIA je signatářem:

- Mnohostranné dohody o vzájemném uznávání výsledků akreditace (MLA EA) v oblasti zkoušek, kalibrací, certifikace produktů, systémů managementu, osob a inspekci
- Mnohostranných dohod o vzájemném uznávání výsledků akreditace (MLA IAF) v oblasti certifikací systémů managementu, produktů a osob
- Mnohostranné dohody o vzájemném uznávání výsledků akreditace (MRA ILAC) v oblasti zkoušek, kalibrací a inspekci
- Etického kodexu akreditačních orgánů
- Jako uznaný FALB pro provádění akreditace environmentálních ověřovatelů působících v rámci programu EMAS.

Akce plánované na rok 2017

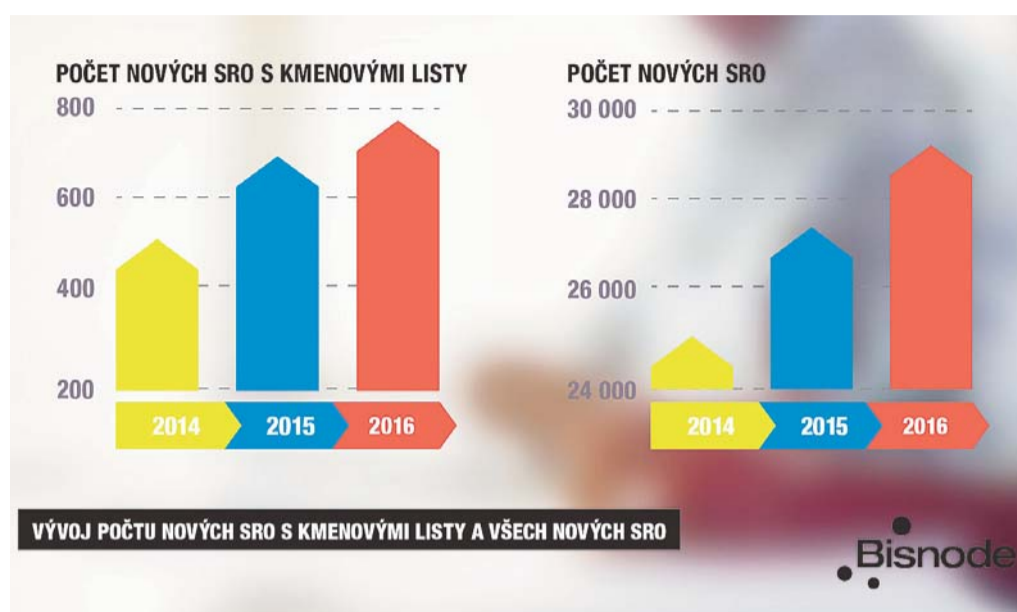
- Systémy kvality – Praha, 7. 6. 2017; Brno, 28. 6. 2017
- Akreditace zdravotnických laboratoří – zkušenosti s plněním odborných požadavků – Praha, 13. 6. 2017
- Revize normy ISO/IEC 17025 – Praha, 4. 10. 2017; Brno, 11. 10. 2017

Podnikatelé začali hojně využívat s.r.o. s kmenovými listy

Novela zákona o obchodních korporacích platná od roku 2014 umožňuje u společností s ručením omezeným vydat k podílu společníka kmenový list. Kmenové listy dokáží anonymizovat skutečného vlastníka společnosti. Zájem podnikatelů o tento typ firem v posledních třech letech prudce roste. V České republice je aktuálně 3099 společností s ručením omezeným, které vydaly kmenové listy, což představuje 0,7 % podnikatelské základny. Informace zveřejnila v květnu poradenská společnost Bisnode.

„Kmenové listy dokáží anonymizovat skutečného vlastníka společnosti s ručením omezeným a zájem o tento typ firem mezi podnikateli prudce roste,“ sdělila analytička Bisnode Petra Štěpánová. Kmenový list je listinný, neomezeně převoditelný, cenný papír. V podstatě se chová jako akcie na jméno. Převádí se předáním a rubopisem s jednoznačnou identifikací nabyvatele. Kmenový list, resp. obchodní podíl, se převádí předáním a zjednodušuje a zlevňuje převody obchodních podílů. Do doby, než je kmenový list předložen společnosti, přičemž není určena řádná lhůta, je podíl fakticky anonymní a identita skutečného majitele by nemusela být zjistitelná až do chvíle, kdy bude chtít vykonávat vůči společnosti svá práva.

„Kmenové listy vydalo 2,5 %, tj. 726 společností s ručením omezeným, které byly založeny v loňském roce, zatímco v roce 2014 šlo o 2 % nových subjektů, tedy o 487 společností s ruče-



	počet nových s.r.o. s kmenovými listy	počet nových s.r.o.	podíl na celku . mezi novými s.r.o.
2014	487	24 870	1,96 %
2015	650	26 953	2,41 %
2016	726	28 837	2,52 %
celkem	3099	442 143	0,70 %

data k 15. 4. 2017

zdroj: Bisnode

ním omezeným. V letech 2014 až 2016 vzniklo 1863 společností s ručením omezeným s vydávanými kmenovými listy, což jsou tři pětiny všech firem s kmenovými listy. V registru smluv figuruje minimálně 126 dodavatelů s kmenovými

listy, kteří vysoutěžili 513 zakázek v objemu převyšujícím 188 milionů korun. Čtvrtina společností s kmenovými listy má registrovanou adresu na virtuálním sídle,“ zhodnotila populaci firem Petra Štěpánová. (tz)

Britská obchodní komora v ČR vyhrála hlavní cenu v kategorii nejlepší komora Evropy

Britská obchodní komora v České republice byla oceněna jako Komora roku 2017 v rámci evropské soutěže britských komor. Hlavní cena soutěže Chamber of the Year je udělována Radou britských obchodních komor v Evropě (COBCOE) za mimořádné úspěchy, inovace a kvalitu poskytovaných služeb.

Britská obchodní komora v České republice byla již v minulosti několikrát oceněna za dosažené úspěchy ve své činnosti, avšak poprvé za celou dobu své dvacetileté existence získala hlavní cenu Chamber of the Year 2017. Slavnostní vyhlášení cen proběhlo 27. dubna 2017 v Londýně a cenu si osobně převzala výkonná ředitelka Britské obchodní komory Marcela Černochová.

„Ocenění Komora roku 2017 bychom nezáskali bez společného úsilí a tvrdé práce výkonného týmu a představenstva Komory, aktivního přístupu naší členské základny a skvělé spolupráce s týmem britského velvyslanectví v Praze. Ocenění je pro nás jednoznačně největší dárek k oslavám 20. výročí působení Britské obchodní komory na českém trhu, zároveň však udělení ceny vnímáme jako závazek v našem dalším působení a podpoře britského obchodu v České republice, zejména v době jednání o vystoupení z Evropské unie,“ sdělila výkonná ředitelka Britské obchodní komory Marcela Černochová.

Cenu Komora roku 2017 Britská obchodní komora získala za poskytování individuálního přístupu ke svým členům, za nabídku na míru šitých členských balíčků a šíření britské kultury a hodnot. Zvláštní pozornost při předávání ceny byla věnována mentoringovému programu Equilibrium a programu Britské dny v regionech. (tz)

Dříve slavná porcelánka v Horním Slavkově opět změní majitele

Luxusní porcelán odtud před léty putoval na dvůr britské královny, do Vatikánu i na Pražský hrad. Kdysi proslulá porcelánka Haas & Czjzek v Horním Slavkově na Sokolovsku jde teď ale opět do dražby.

Cílem majitele, který ji koupil v roce 2013, byl její restart. Porcelánka s velkou tradicí měla znovu ožít, místo toho se však její vlastník ocitl v insolvenční. Proto se slavkovský areál nyní zno-

vu prodává. Dobrovolnou dražbu vyhlásila v těchto dnech renomovaná realitní společnost Naxos, která se zaměřuje na prodeje velkých komerčních nemovitostí. Podle jejích zástupců se již objevilo několik zájemců. Nejvyšší podání je 8 770 000 korun. Licitovat se bude 14. června v Praze.

„Nejzajímavější by bylo obnovit výrobu porcelánu, a navázat tak na slavnou tradici v Česku i v zahraničí velice známé značky. Rozsáhlé výrobní a administrativní prostory v areálu o rozlo-

ze téměř 12 000 m² ale nabízejí i možnosti jiné výroby nebo skladování. Například bývalé sklárny v Jihlavě se dnes využívají ke zpracování tříděného odpadu, výrobě kartonů a právě také ke skladování,“ řekl Petr Vácha z Naxosu, který má prodej na starosti.

„Nový investor také může porcelánku využít částečně k výrobě a částečně k pronájmu. Popřípadě může pronajmát celý areál několika nájemcům,“ sdělil Petr Vácha. K výhodám někdejší slavné porcelánky podle něj patří také její dobrá

poloha v blízkosti rychlostní silnice, která spojuje Plzeň s Karlovými Vary.

Tato vůbec první porcelánka v českých zemích vznikla v Horním Slavkově v roce 1792. Vyrobila více než 220 let proslulý porcelán a využívala při tom rukodělný um českých mistrů. Oceňovala jej i britská královna Alžběta II., pro niž se tu vznikla unikátní porcelánová výtava s erbem, papež Jan Pavel II., pro kterého zde dekorovali vázu, či někdejší první dáma Olga Havlová – ta si tu před léty vybrala servis pro Pražský hrad. (tz)

INZERCE

Plzeňský Prazdroj opět boduje u mladých

Největší český pivovar uspěl v průzkumu Czech Republic's Most Attractive Employers 2017, který vypracovala společnost Universum ve spolupráci se Studenta Media. Plzeňský Prazdroj získal speciální ocenění v oblasti rychloobrátkového zboží Best in Industry 2017: Fast Moving Consumer Goods. Stal se tak nejatraktivnějším zaměstnavatelem pro studenty technických oborů v kategorii FMCG. Výsledky průzkumu vyplývají z rozsáhlého dotazování studentů vysokých škol, které je rozděleno podle jejich studijních oborů. Plzeňský Prazdroj bodoval v kategorii technických oborů, a potvrdil tak svou pozici jednoho z vůbec nejatraktivnějších tuzemských zaměstnavatelů. Plzeňský Prazdroj tímto oceněním navázal na úspěch v jiné prestižní soutěži. „V únoru tohoto roku jsme se již po čtvrté stali Top zaměstnavatelem v kategorii Spotřebitelský průmysl a těší nás, že se tato role potvrdila i v renomovaném průzkumu společností Universum a Studenta Media,“ řekl Tomáš Srb, talent manažer Plzeňského Prazdroje. Plzeňský Prazdroj se drží na předních pozicích v průzkumech veřejného mínění studentů podle Tomáše Srba také díky množství mladých lidí, kteří v Prazdroji již pracují a sdílejí se svými kamarády své dobré zkušenosti. (tz)

Vyhlášení šestého ročníku soutěže o Cenu prof. Františka Vencovského

Rektorka Vysoké školy finanční a správní Bohuslava Šenkýřová vyhlásila šestý ročník soutěže o Cenu prof. Františka Vencovského s tematickým zaměřením Konkurenceschopnost podniků v souvislosti s fiskální a monetární politikou, která je určena mladým ekonomům do 35 let. Termín odevzdání přihlášky s abstraktem příspěvku je 12. 6. 2017, termín odevzdání příspěvku je nejpозději 30. 9. 2017. Vítězná práce bude oceněna odměnou ve výši 200 000 Kč z prostředků VŠFS. Bližší informace jsou k dispozici na www.vsfcs.cz/cena. Výsledky soutěže budou vyhlášeny na mezinárodní vědecké konferenci se stejným zaměřením 16. listopadu 2017 v Kongresovém centru České národní banky. Konferenci poskytl záštitu guvernér ČNB Jiří Rusnok. (tz)

INZERCE



Vzdělávání
Otevírá
X možnosti

Emoční inteligence a její využití v profesním a osobním životě

10. – 11. 7. 2017; 9:00–16:00

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

Typologie osobnosti a její využití při vedení a řízení

11. 7. 2017; 9:00–16:00

doc. PhDr. Ing. Jan Urban, CSc. (ředitel poradenské společnosti, lektor, konzultant)
Cena: 3 590 Kč bez DPH / 4 344 Kč vč. 21 % DPH

Letní škola Excelu

13. – 14. 7. a 20. – 21. 7. 2017; 9:00–16:00

Ing. Jaroslav Nedoma (lektor kancelářských aplikací MS Office)
Cena: 9 870 Kč bez DPH / 11 943 Kč vč. 21 % DPH

Padesát barev padesátky aneb jak zaujmout zaměstnavatele svými zkušenostmi, spolehlivostí a nadhledem

17. 7. 2017; 9:00–16:00

Pavla Svobodová (lektorka, cvičitelka, konzultantka)
Cena: 3 590 Kč bez DPH / 4 344 Kč vč. 21 % DPH

Asertivita, způsob jednání a zvládání konfliktních situací

20. – 21. 7. 2017; 9:00–16:00

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

Čtyři hlavní návyky pro dokončení důležitých úkolů

25. 7. 2017; 9:00–16:00

Ing. Radek Drnovský (lektor, konzultant, vedoucí pracovních a projektových týmů, instruktor zážitkových a outdoorových kurzů)
Cena: 3 590 Kč bez DPH / 4 344 Kč vč. 21 % DPH

Více informací nejen o těchto seminářích najdete na www.vox.cz, kde se můžete i přihlásit.



vox@vox-kurzy.cz | 777 741 777

VIA ALTA s vysokoškoly: nová technologie výroby paliva z odpadů

Nová technologie MULTIFERM pro výrobu paliva z biologicky rozložitelných odpadů (BRO), kterou vyvinula třebíčská společnost VIA ALTA ve spolupráci s Mendelovou univerzitou v Brně, jde do provozu. Technologická linka, která využívá nízkopotenciálního fermentačního tepla, má za sebou úspěšné poloprovozní testy.

Zajišťuje homogenizaci a hygienizaci vstupního materiálu, snížení relativní vlhkosti a tvarovou úpravu tak, aby byl výstup přímo využitelný ve spalovacích energetických zařízeních. Obdobná technologie, kterou mohou využít původci a zpracovatelé odpadu, i výrobci tepla, dosud nebyla na trhu k dispozici. Společnost VIA ALTA, která poskytuje dodávky v oblasti technologií odpadů a průmyslové ekologie, má na uvedené technologii vydan Úřadem průmyslového vlastnictví užitný vzor č. 30603.

V ČR se každý rok vyprodukuje více než 2,5 milionu tun biologicky rozložitelného odpadu. Díky moderním technologiím se může odpad stát materiálem pro další využití. „Naším cílem je poskytnout zpracovatelům BRO a energetickým provozům technologii pro výrobu paliva, a to s parametry vyhovujícími platné a budoucí předpokládané environmentální legislativě, s fyzikálními a chemickými parametry vhodnými pro přímé energetické využití v průmyslovém i občanském měřítku,“ řekl Jakub John, ředitel společnosti VIA ALTA. „Výstupním materiálem je sypká směs, kte-

rou je následně možno briketovat, granulovat nebo jinak tvarově upravit. Jde o vhodnou alternativu klasickému kompostování, případně zpracování biologicky rozložitelného odpadu v bioplynových stanicích,“ upřesnil Jakub John. VIA ALTA je dodavatelem technologie, která bude nabízena provozovatelům jako dodávka na klíč, včetně souvisejícího inženýringu, provozního poradenství a servisu. „Technologie MULTIFERM je spíše než konkurentem konvenčních kompostáren jejím možným rozšířením a zvýšením její konkurenceschopnosti. Z provozních zkušeností víme, že ne vždy se na sezonním trhu nachází uplatnění pro klasický kompost. Právě zde může pomoci tato technologická linka, která dává provozovatelům variantní možnost nakládání s jejich BRO a schopnost optimalizovat provoz celé kompostárny,“ vysvětlil Jakub John.

Do vývoje, který byl realizován za podpory Technologické agentury ČR, se zapojila i Mendelova univerzita v Brně. „MULTIFERM kombinuje vyspělou technologii a možnosti využití biologicky rozložitelného odpadu,“ sdělil prof. Jan Mareček z Agronomické fakulty. „Poloprovozní testování probíhalo několik měsíců. Aktuálně je technologie plně připravena k tržnímu uplatnění. Odezva je velmi pozitivní jak z ČR, tak ze zahraničí. Aktuálně zpracováváme první tržní příležitosti a poptávky z tuzemska i ze zahraničí (Chorvatsko, Rusko, Vietnam),“ dodal Jakub John.

Jak to celé funguje? Na vstupu je hmota ze sozů biologicky rozložitelného od-

padu. Příprava materiálu se ve své podstatě neliší od provozu konvenční kompostárny. Materiál putuje do drtiče, který jej zhomogenizuje a rozdrtí na požadovanou frakci. Takto připravený je volně skladován pro jednu až dvě dávky do reaktorové části. Následně je připravený materiál dopraven do bioreaktoru a spouští se proces hygienizace. Poté následuje přeložení materiálu do sušárny za pomoci dopravníku a mechanismů. Po ukončení sušení obsluha vyskládá objem produktu ze sušárny pomocí vyprazdňovacího mechanismu do přepravního kontejneru. Celá linka pracuje v poloautomatickém režimu, ale je také plně nahraditelná automatickými pokyny.

VIA ALTA za 13 let svého působení v oblasti inženýrských a dodavatelských řešení poskytla své služby klientům od velkých nadnárodních korporací po malé živnostníky, od státu, krajů a velkých měst až po malé vesničky a od velkých univerzit až po malá výzkumná a vývojová pracoviště v ČR i zahraničí. VIA ALTA poskytuje komplexní inženýrský servis a dodávky v oblasti technologií odpadů a průmyslové ekologie. Součástí služeb jsou doprovodné inženýrské činnosti – provozní poradenství, technický dozor a řízení projektu, zajištění dotačního managementu, provádění odborných studií, analýz a posudků (např. analýz spolehlivosti a udržitelnosti, energetických auditů, studií vlivu na životní prostředí apod.) a kompletní technický servis a činnosti údržby. (tz)

www.via-alta.cz

Skřivánek spustil nový web

Jazyková agentura Skřivánek redesignovala své webové stránky. Po změně českého webu jsou na řadě i veškeré zahraniční verze. Cílem změny je především zlepšení dohledatelnosti informací pro B2B zákaznky a podpora prodeje. Za redesignem webu stojí agentura Proof & Reason, s.r.o.



Nová podoba webových stránek agentury Skřivánek reaguje nejenom na potřebu vhodné oslovovat odlišné cílové skupiny B2B a B2C, ale snadno realizovat přes dvě desítky jazykových verzí po celém světě.

„Cílem nových webových stránek byla především jednoduchá orientace. Aby návštěvník pochopil, že jsme dodavatelem komplexních služeb nejen pro celou firmu, ale i jednotlivce či celé rodiny, če-

muž bylo třeba přizpůsobit strukturu i obsah webu,“ upřesnila Bronislava Chudobová, ředitelka společnosti Skřivánek.

Do dvou měsíců bude spuštěna také slovenská (.sk) verze a anglická verze (.com) pro komunikaci na globální trhy. V dalších měsících budou následovat další zahraniční verze, například polská, maďarská, slovinská, bulharská, německá, litevská, belgická, estonská, britská, americká, ruská, rakouská, lotyšská,

dánská, švýcarská, rumunská, švédská, nizozemská a španělská. „Nový web pro společnost Skřivánek byl navržen na základě rozsáhlého uživatelského výzkumu, včetně průběžného uživatelského testování. V současnosti je spuštěn v minimalistické podobě, která se během následujících týdnů ještě obsahově rozroste do plánované finální podoby. Technologicky web pohání Drupal CMS 8, což umožní zadavateli v případě potřeby naprostou nezávislost na nás, jako dodavateli a zahraničním pobočkám poskytnout svobodu v dalším rozvoji lokálních variant webů,“ upřesnil Tomáš Izák, CEO Proof & Reason, s.r.o.

Jednotlivé weby si budou spravovat samostatně i jednotlivé zahraniční pobočky. Se spuštěním nových webů probíhají i další důležité aktivity, ať už je to optimalizace pro vyhledávače, nebo revize a rozjezd PPC reklamních aktivit. (tz)

Studenty přírodních věd láká práce v Zentivě

Nejatraktivnějším firemním zaměstnavatelem pro vysokoškolské studenty přírodních věd je i letos společnost Zentiva. Vyplývá to z rozsáhlého průzkumu Universum Talent Survey. Zentiva se, stejně jako loni, umístila hned za Akademii věd ČR. Za ní následovaly Google, Nestlé či Kofola. Vysoko si práci v Zentivě cení také studenti medicíny. Jako jedinou farmaceutickou společnost ji zařadili už do první desítky oblíbených zaměstnavatelů, mezi prestižní tuzemské nemocnice.

Průzkum Universum Talent Survey letos zkoumal názory, preference a očekávání u více než 14 500 studentů a absolventů a 4000 profesionálů. A podle jejich studijních oborů pak vyhlásil nejatraktivnější zaměstnavatele. „Je pro nás nesmírná pocta,

že jsme první farmaceutickou firmou, kterou studenti oceňují jako nejatraktivnějšího zaměstnavatele. A také jedinou v první desítku. Fakt, že nás letos, stejně jako loni, v očích mladých lidí předčila pouze Akademie věd ČR, je odpovědí na naši mnoha-

letou snahu,“ komentovala druhé místo v žebříčku Anna Hudáková, personální ředitelka skupiny Sanofi v České a Slovenské republice a připomněla, že mladí absolventi jsou v Zentivě významnou součástí nejen výzkumu, ale také marketingu a dalších oblastí. „Jsme velmi diverzifikovanou společností a naše firemní kultura je vstřícná k potřebám všech skupin zaměstnanců, což mileniálové jednoznačně oceňují,“ dodala Anna Hudáková. Studenti a absolventi přírodních věd opakovaně umísťují na nejvyšší příčky společnost Zentiva, a to už od prvního ročníku průzkumu, který proběhl v roce 2014. (tz)

Mlékaři vysvětlují znova to, co předci věděli už dávno, a přidávají nové poznatky



Českomoravský svaz mlékárenský zahájil koncem května novou propagační a osvětovou kampaň nazvanou **Mléčné léto**. Úkolem všech členů tohoto profesního sdružení je naladit českou veřejnost na trochu jinou notu, než podle jaké se řada lidí neopodstatněně stravuje – zbytečně odmítá mléko a mléčné výrobky s tím, že se domnívá, že jim škodí. Co všechno by svaz rád sdělil, na to jsem se zeptala Ing. Jiřího Kopáčka, CSc., předsedy ČSMS:

Je povědomí Čechů tolik zdeformované různými informacemi o tom, že nám pít mléka a konzumace mléčných výrobků neprospívá? A je tedy potřeba lidi zase přivést k rozumu osvětou, prezentací staronových pravd?

Je. Mnoho občanů podléhá vlivu různých článků na internetu, doporučením tak zvaných výživových poradců, rádobydietologů, a je i pod vlivem neúplných, z kontextu vytržených informací či informací špatně interpretovaných. Mléko raději nepijí, jogurty odmítají, k sýrům mají nedůvěru. Ale pravdou je, že mléko je v podstatě úplná, komplexní potravina přírodního původu obsahující téměř veškeré makro i mikroživiny nepostradatelné pro život. Mléko je také surovinou pro výrobu nepřehledného množství mléčných výrobků představujících „koncentráty“ zastoupených živin. Jímí jsou plnohodnotné živočišné bílkoviny, lehce stravitelný mléčný tuk, cenný mléčný cukr laktóza jako významný zdroj energie, a především mnoho vitamínů a minerálních látek, mezi nimiž sehrává hlavní roli především vápník.

I přes nenávisťné tažení mnohých rádoby odborníků ale spotřeba mléčných výrobků v České republice stoupá...

To ano, avšak za průměrem EU zaostáváme. Velkým problémem také je, že dětem chybí ve výživě potřebné množství vápníku, v chlapecké populaci je to zhruba 15 %, u dívkách pak až 30 %. A 35% deficit vápníku v případě seniorů doslova ohrožuje jejich zdraví. Důsledkem toho jsou různá civilizační onemocnění – obezita, osteoporóza,

kardiovaskulární poruchy a další. Zdá se to podivné, ale 99 % vápníku lidského těla je obsaženo v kostech, a i zbývající jediné procento má zásadní význam pro optimální srážlivost krve, srdeční a svalovou činnost, krevní tlak, přenos nervového vzruchu, fungování mnohých enzymů. Pokud je přísun vápníku nedostatečný, organizmus začne využívat jako zdroje vápník obsažený v kostech, aby zajistil životní funkce.

Kolik mléčných výrobků u nás sníme a vypijeme?

Konzumních mlék vypijeme na osobu ročně asi 60 litrů, smetany 5,5 litrů, jogurtů a dalších zakysaných mléčných výrobků spotřebujeme 15 kg, sýrů a tvarohů pak 17,9 kg. U posledních dvou jmenovaných kategorií se v posledních letech jejich spotřeba zvyšuje. Másla sníme okolo 5,5 kg. Zajímavé rostoucí kategorii tvoří mléčné dezerty, těch nyní spotřebujeme 3,1 kg za rok. Výše uvedená čísla představují v přepočtu na mléko hodnotu 247,5 kg tak zvaného mléčného ekvivalentu, tato hodnota u nás stoupá, v EU však činí 263 kg. Je tedy otázkou, co brzdí větší spotřebu v České republice. Domníváme se, že je to skutečně šíření neopodstatněných informací o tom, jak mléko lidem škodí či neprospívá. Přitom opak je pravdou.

Tedy oč jde především?

O šíření nepravd o mléce různým způsobem. Jsou to rovněž různé útoky veganů, zvyšující se konkurence alternativních výrobků podobných mléku většinou rostlinného původu, podléhání strachu vznikajícího kvůli zkresleným polopravdám. A také leckdy nevhodná zdravotní doporučení a nedostatečná edukace naší populace o zdravé výživě a vyvážené stravě. Měl by nastoupit zdravý rozum, ale ono se to lehce říká. Proto se náš svaz rozhodl oživit některé myšlenky osvětou a zmíněnou propagační kampaní.

Neškodí českým mlékařům také velký dovoz mléčných výrobků ze zahraničí?

Samozřejmě. V roce 2016 představoval podíl dovozu na domácí spotřebě už 46,5 %, a to je alar-



Ing. Jiří Kopáček, CSc., předseda Českomoravského svazu mlékárenského

mující číslo. Smutné však je, že jde o výrobky s nízkou cenou a ne vždy dobrou kvalitou. Loni se v ČR zkonsumovalo z dovozu 8,4 % konzumních mlék, 12,3 % smetan, 15,4 % jogurtů, 29,7 % ostatních zakysaných výrobků, a dokonce 51 % sýrů a tvarohů a 52,8 % másla. Naše nová propagační kampaň propojená se vzdělávacím systémem pod názvem Mléčné léto chce podpořit prodej a spotřebu mléčných výrobků z domácí produkce. Do první fáze projektu, která potrvá od května do října, investujeme 2,4 milionu korun, a na tento rozpočet přispělo částkou 1,7 mil. korun Ministerstvo zemědělství. Hlavními komunikovanými tématy budou informace o kvalitě a benefitech domácích mléčných potravin, přínos mléka ve výživě dětí a mládeže a o vhodnosti konzumace mléčných výrobků v létě.

Spustili jste nový aktivní webový portál www.mlekovaszdрави.cz. Co se z něj dovíme?

Především budou k dispozici různé tematické články o mléce, aktuality, přehledy kategorií mléčných výrobků, zajímavé recepty, návod jak poznat kvalitní mléčný výrobek, jak číst na etiketách apod. Mlékaři usilují o to, aby naši spotřebitelé dobře poznávali kvalitní domácí mléčné výrobky, přesvědčili se o jejich dobré chuti

i přínosech pro zdraví. Rádi bychom je přesvědčili, aby mléko a mléčné výrobky zařazovali nejméně třikrát denně do svého jídelníčku.

Nejde však o samoučelnou akci, která má zajistit větší odbyt naší produkce na domácím trhu. Jde o to, aby se lidé k nakupování těchto výrobků vrátili a zjistili, že jejich zdraví skutečně prospívají. Mlékaři se chtějí pravidelně setkávat s novináři a komunikovat své záměry, poznatky, výzkumy, nové informace, a tím přispívat i k vyvrácení mýtů o mléce, které, podle mého názoru, často způsobují až paniku v nazírání na to, co je pro člověka užitečné a co ne.

Zpochybňovat význam potravin, které lidem prospívaly po staletí, je ale dnes velmi módní. Infikovat dav a ovlivňovat strachem je velmi účinné. Myslíte, že se to dá lehce napravit?

Rozhodně se o to náš svaz bude snažit. Poslouží nám argumenty. Například ten, že člověk si na rozdíl od jiných savců udržuje schopnost trávit mléko i v dospělosti. Platí to především o Evropanech, neboť u této části populace před několika tisíci lety došlo k šťastné mutaci, tedy k tomu, že člověku umožnila udržet si laktázovou aktivitu i v dospělosti. Ta chybí v dospělosti například asijské a africké populaci. Intolerance mléčného cukru (laktózy) se u nás týká asi 10 % obyvatel.

Častým mýtem je také to, že se po mléčných výrobcích tloustne. Nejsou pro to vědecké důkazy. Mléko a mléčné výrobky jsou sice energeticky bohaté, zvláště pak když obsahují mléčný tuk. Energetický obsah mléka a většiny mléčných výrobků však nedosahuje na takovou výši, jakou je například energie z masa a masných výrobků.

Také nejnovější vědecké poznatky naznačují, že je čas přehodnotit pohled na nasycené tuky v mléčných výrobcích. Pouze tři z širokého spektra nasycených mastných kyselin nacházejících se v mléčném tuku (a je jich zde přibližně 400) mohou být považovány za látky, které ovlivňují propustnost koronárních cév, pokud by byly konzumovány v nadbytku. Bylo prokázáno, že cholesterol z mléčných výrobků neovlivňuje hladinu cholesterolu v krvi, nýbrž to mohou způsobovat specifické mastné kyseliny.

ptala se Eva Brixí

Výsledky 12. ročníku soutěže Marketér roku

Velký modrý delfín – hlavní cena soutěže

■ **Ing. Margaréta Víghová, Ph.D.**
Zetor Tractors, a.s. – ředitelka korporátní komunikace za realizaci nové marketingové strategie úspěšně na mezinárodních trzích

Cena Zelený delfín

■ **Jaroslav Barvíř**
Krondorf, a.s. – spolujednatel, generální manažer, prokurista za unikátní přístup při uvedení nového produktu na trh

Cena Zlatý delfín

■ **Ing. Jaroslav Kurčík**
PENAM, a.s. – generální ředitel za rozvoj produktové politiky a úspěšné řešení interní i externí komunikace

Cena Purpurový delfín

■ **Ing. Marie Mořová**
Hartmann-Rico, a.s. – Marketing manager za novou marketingovou strategii zaměřenou na komplexní potřeby zákazníka

Zvláštní cena prezidia ČMS Zelený eko-delfín

■ **Bronislav Janeček**
REC Group, s.r.o. – generální ředitel za originální marketingovou strategii podporující ekologii, rozvoj nových forem podnikání a kulturu

Zvláštní cena prezidia ČMS Růžový delfín

PhDr. **Eva Brixí-Šimková**
Prosperita – šéfredaktorka za specifickou formu marketingové komunikace zaměřenou na ženy-manažerky

Zvláštní cena prezidia ČMS Duhový delfín

Ing. **Jaromír Kříž**
Merkur Toys, s.r.o. – ředitel a jednatel za rozvoj marketingové strategie podporující technické vzdělávání mládeže

Zvláštní cena prezidia ČMS Duhový delfín

Miroslav **Šorma**
Vánoční ozdoby, DUV – družstvo – předseda za úspěšnou inovaci produktů charakterizujících českou výrobní tradici

Zvláštní cena prezidia ČMS Duhový delfín

Vinařský fond ČR
za strategii posilující hodnotu produktů a značek tuzemského vinařství

Malí delfíni

Martina Bauerová
Papei, a.s. – vedoucí komunikace a marketingu za marketingovou strategii podporující novou koncepci produktu a komunikace
Ing. Kateřina Kadlecová
USSPA, s.r.o. – ředitelka za úspěšné uvedení produktů nové generace na trh

■ Ing. Alena Kotašková

Madeta, a.s. – Senior product manager za úspěšnou realizaci nových forem komunikační politiky

■ Petr Paksí, MBA

J.A.P., spol. s r.o. – výkonný ředitel za úspěšnou realizaci nového přístupu k produktovému designu

■ Ing. Radka Prokopová

Alcaplast, s.r.o. – výkonná ředitelka za komplexní přístup k marketingové strategii při uvádění nových produktů na trh

■ Anna Tůmová

České Radiokomunikace a.s. – Head Of Marketing a PR za originální přístup k budování značky se zřetel na potřeby zákazníka

Diplom za úspěšnou nominaci marketingového projektu

■ Jana Kiclová

OKNOHTERM, s.r.o. – ředitelka marketingu

■ Ing. Tomáš Milich

OVUS – podnik živočišné výroby, s.r.o. – jednatel

■ Petr Patočka

Čajová květina, s.r.o. – jednatel

■ Ing. Andrea Trčková

Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS – výkonná ředitelka

■ Marek Valášek

LearnTube, s.r.o. – ředitel obsahu, founder

■ Ing. Miluše Valdová

Druchema, družstvo pro chemickou výrobu a služby – obchodní a marketingová ředitelka

Mladý delfín

Porota pod vedením Doc. Ing. Olgy Juráskové, Ph.D., udělila dva Mladé delfíny a dva diplomy.

■ kolektiv studentek Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně

Kateřina Martínková, Tereza Vodáková
za marketingový projekt v soutěži Marketér roku 2016 – Mladý delfín na téma Jak komunikovat značku Made in Czechia

■ kolektiv studentek Vysoké školy ekonomické v Praze, Fakulty mezinárodních vztahů,

Katedry obchodního podnikání a komerčních komunikací Lucie Kloboučnicková, Ivana Dvořáková, Eliška Farářová
za marketingový projekt v soutěži Marketér roku 2016 – Mladý delfín na téma Jak komunikovat značku Made in Czechia

■ kolektiv studentek Vysoké školy ekonomické v Praze, Fakulty mezinárodních vztahů,

Katedry obchodního podnikání a komerčních komunikací Anastasia Kobzareva, Jitka Davidová, Elizaveta Shkiria
za marketingový projekt v soutěži Marketér roku 2016 – Mladý delfín na téma Jak komunikovat značku Made in Czechia

■ kolektiv studentek Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně

Magdalena Pecníková, Jana Pastyřiková
za marketingový projekt v soutěži Marketér roku 2016 – Mladý delfín na téma Jak komunikovat značku Made in Czechia

(red)

Safina byla zařazena do světového programu certifikace zodpovědných zpracovatelů zlata



Česká společnost Safina vstoupila do programu certifikace zodpovědného zpracovatele vzácných kovů. Během kvalifikačního řízení bude muset prokázat, že kupuje suroviny od organizací, které dodržují lidská práva pracovníků a které nepodporují povstalecké skupiny ve válečných konfliktech. Na seznam žadatelů byla zařazena začátkem května 2017.

V oblasti dodávek vzácných kovů působí řada mezinárodních iniciativ, které si kladou za cíl přidávat k rozhodování o dodavatelích také morální a etické hledisko. Konkrétně jde o Seznam zodpovědných společností působících v oblasti zpracování zlata, cínu, wolframu a tantalu, který spravuje organizace Conflict-Free Smelter Initiative (CFSI). Organizace sdružuje přes 350 předních světových podniků na zpracování vzácných kovů, asociací a poskytovatelů služeb.

Organizace CFSI realizuje program Conflict-Free Smelter Program (CFSP), který formou auditů prověřuje slévárny a rafinerie vzácných kovů, zda nákupem surovin nepodporují válečné konflikty. Jde o dobrovolnou iniciativu zpracova-

telů, během níž nezávislí auditoři kontrolují, jak je do procesů a systémů používaných pro řízení dodavatelského řetězce zahrnuta náležitá péče o to, aby nebyly odebírány konfliktní suroviny.

Kontrola se soustředí jednak na řídicí procesy jako takové, ale probíhají také namátkové kontroly toho, jak je náležitá péče o bezkonfliktnost surovin dodržována v praxi. Pokud zpracovatel prokáže, že odebírá minerály, aniž by podporoval militantní organizace, bude zařazen na Seznam zodpovědných firem organizace CFSP.

„Jsem rád, že naše společnost byla přijata do programu Conflict-Free Smelter Program a že máme možnost prokázat bezkonfliktnost zlata, které zpracováváme. V rámci sociální odpověd-

nosti naší firmy získáváme základní suroviny způsobem, který neohrožuje obyvatelstvo v oblastech těžby, a snažíme se tak omezit utrpení a porušování lidských práv, které je bohužel i v dnešní době pro některé oblasti typické. Nyní nás čeká velmi náročný audit, během nějž musíme prokázat, že splňujeme všechny požadavky. Věřím, že je splníme a zařadíme se do seznamu zodpovědných zpracovatelů zlata,“ uvedl generální ředitel společnosti Safina Petr Koutský.

V současnosti je program CFSP zaměřen na ozbrojené skupiny v Demokratické republice Kongo, kterou sužuje nekončící občanská válka z velké části financovaná právě prodejem nerostů, a na sousední země, ale tato zájmová oblast se může v budoucnu změnit v závislosti na vývoji geopolitické situace.

To, co bylo dosud dobrovolné, bude za několik let v Evropské unii závazné pro všechny zpracovatele vzácných kovů. Evropská rada totiž 3. dubna přijala nová pravidla, která zamezí obchodu s nerostnými surovinami využívanými k financování válečných konfliktů. Platit začnou v roce 2021 a mají se vztahovat až na 95 % dovozu zlata, cínu, wolframu a tantalu, které se používají při výrobě spotřebního zboží, jako jsou počítače, mobilní telefony a automobily.

Podle nového předpisu budou muset evropští zpracovatelé uvedených kovů dodržovat pravidla náležitě péče, stanovená Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj pro dovoz minerálů z oblastí postížených konflikty a z rizikových oblastí. Kromě omezení finanční podpory povstaleckých skupin je cílem také do-

držování lidských práv, která jsou ve zmíněných oblastech často porušována. Díky tomu by rozvojové země měly více profitovat ze svého nerostného bohatství a to by nemělo sloužit k prodlužování vleklých občanských válek.

Safina a.s. patří ve střední a východní Evropě k lídrům v oblasti zpracování vzácných kovů. Klíčovým oborem společnosti je nákup materiálů a surovin obsahujících vzácné a barevné kovy, jejich zpracování a výroba širokého sortimentu produkce obsahující zlato, stříbro a kovy platinové skupiny. V současnosti společnost rozšiřuje svou přítomnost na evropském trhu, ale svou obchodní činnost rozvíjí také v Rusku, Severní Americe a Asii. Od roku 2016 patří Safina do globální skupiny Plaurum.

Skupina Plaurum sdružuje výrobní podniky v Rusku (EZOCM, UZCHR, UZCHP), ve střední Evropě (Safina), ve Spojených státech (Safina Materials), v Číně (Yantai Guodasafina High-Tech Environmental Refinery CO., Ltd.) a obchodní zastoupení na Slovensku, v Polsku, Rumunsku a v Kyrgyzstánu. Základním oborem činnosti skupiny je zpracování minerálních surovin obsahujících vzácné kovy, recyklace materiálů s obsahem drahých kovů a výroba čistých materiálů, slitin a produktů z drahých kovů pro další průmyslové použití. Dále poskytuje služby v oblasti výrobních linek pro zpracování a rafinaci drahých kovů, vyvíjí nové technologie, materiály a produkty, analyzuje různé druhy surovin a materiálů obsahujících vzácné kovy a rozvíjí své kompetence a sortiment služeb v oblasti zpracování drahých a barevných kovů. (tz)

O účast na MSV 2017 je velký zájem, pořadatelé očekávají další rekordně úspěšný ročník

Pět měsíců před zahájením 59. mezinárodního strojírenského veletrhu jsou nejžádanější plochy již vyprodány. Pořadatelé předpokládají účast přibližně 1600 vystavujících firem, o sto více než ve srovnatelném roce 2015. Ze zahraničí opět přijede zhruba polovina vystavovatelů, přičemž největší zájem o účast mají dodavatelé obráběcích a tvářecích strojů, strojírenských materiálů či komponentů a technologií pro zpracování plastů.

Dlouhodobě rostoucí česká ekonomika láká k prezentaci na klíčovém průmyslovém veletrhu domácí i zahraniční výrobce. Nejvíce zahraničních přihlášek letos opět dorazilo z Německa a zajímavé je, že téměř pětina německých vystavovatelů se MSV zúčastní poprvé. Celková zahraniční účast pravděpodobně dosáhne stejně jako loni 50 %, což MSV řadí k nejmezinárodnějším veletrhům v rámci České republiky i regionu.

Velmi početně bude zastoupena Indie, která se stala oficiální partnerskou zemí MSV 2017. Její prezentace bude obdobně velkolepá jako loni čínská. Centrální expozice Indie obsadí téměř celý pavilon A1 a předběžně se očekává účast 150 indických firem.

Ohlášeny jsou ještě další oficiální expozice, a to z Číny, Slovenska, Francie, Itálie, Rakouska, Koreje, Thajska a Polska. Oficiální účast připravuje také Bavorsko a na společném stánku Mitteldeutschland budou vystavovat tři spolkové země středního Německa: Sasko, Durynsko a Sasko-Anhaltsko.

Přes 500 vystavovatelů v klíčovém oboru

Až třetina účastníků se představí v rámci oboru obráběcí a tvářecí stroje, nástroje, nářadí, svařování a povrchové úpravy. Tradiční velké vystavovatele obráběcích strojů návštěvníci najdou na obvyklých místech, jde o lídry oboru jako Tajmac-ZPS, Kovosvit MAS, Yamazaki Mazak, Mi-

san, TOS-Kurim, Alfleth, Strojirna Tyc a další. Nástroje pro obrábění představí firmy jako Gühring, Hoffmann, Schunk Intec nebo Neskan. V branži průmyslových pil nebudou chybět společnosti Pilous, Kaltenbach či Pegas-Gonda.

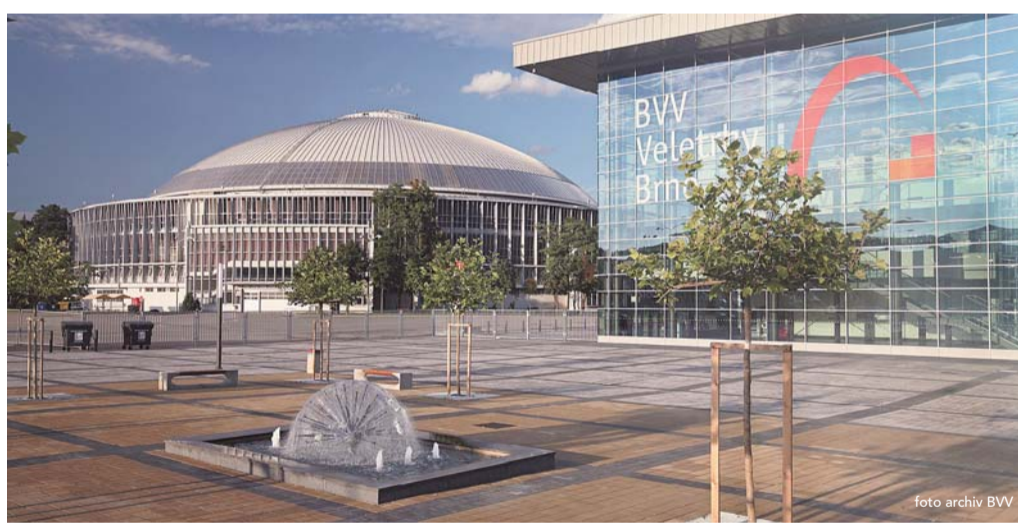
Technologie pro tváření tradičně obsazují pavilon B, který je již dnes kompletně rezervován. Oproti loňskému roku rozšířili plochu lídři oboru Trumpf a Bystronic. Italská firma Prima Power, která se doposud účastnila pouze v zastoupení, nyní chystá vlastní expozici. Velkou plochu obsadí také nováček, korejská firma Simpac, která přiveze tvářecí stroj. Další nové firmy se hlásí z Turecka a Polska a vracejí se také vystavovatelé, kteří se několik let neúčastnili. Někteří noví zájemci proto dnes čekají, zda se v hale tvářecích strojů nějaké místo neuvolní.

Reprezentativní přehlídku nabídne také obor svařovací techniky s účastí firem jako Fronius, ABB, Cloos, Yaskawa či ARC-H, po třech letech se vrací firma Awac.

Technologie pro povrchové úpravy představí lídři oboru jako Surfín a Rösler Oberflächen-technik, z nových vystavovatelů se hlásí například společnost Kulstof a maďarský CSC Jáklekémia Hungária.

Přibývá nových účastníků

Obor materiály a komponenty pro strojírenství je tradičně druhým největším a letos se zde hlásí i významní noví vystavovatelé, mj. firmy Aurubis Slovakia, Berardi Bullonerie, Clamason Slovakia, Eunike nebo Golpretech Czech Republic. Jde o společnosti z oblasti hutních materiálů a zpracování železa a neželezných kovů a výrobce či dodavatele ložisek, spojky, převodů a brzd. Po několika letech se na MSV vracejí také někteří dodavatelé spojovacích materiálů, v této branži se zřetelně rozšířila plocha a k významným vystavovatelům zde patří například Gesipa CZ. Opět budou přítomny také pravidelně se účastnící významné firmy na velkých plochách: ArcelorMittal Ostrava, Bibus, Italinox, ISD Du-



nafer, Národní strojírenský klastř, Vítkovice Holding, ZKL a další.

Co do počtu přihlášek je třetím nejatraktivnějším oborem MSV 2017 zpracování plastů. V oboru plasty, pryže a kompozity se dlouhodobě zvyšuje zájem o účast stejně jako pronajatá výstavní plocha a přihlášení již jsou všichni tradiční vystavovatelé, jmenovitě společnosti Arburg, Engel, Luger, Kuboušek, KUKA, Hasco, Mapro, BOCO nebo Stäubli. Desetina přihlášených bude vystavovat poprvé, vedle českých a slovenských firem jde o vystavovatele z Rakouska, Německa, Itálie a Turecka. Také obor chemie pro strojírenství letos očekává více vystavovatelů zejména v branži maziv a olejů. Tradičními účastníky zde jsou firmy jako Total, Sika nebo Fuchs Oil, někteří další se na MSV po několika letech vracejí.

Hlavním tématem MSV 2017 opět bude průřezový projekt Automatizace – prezentace měřicí, řídicí, automatizační a regulační techniky napříč všemi obory. Samotný obor elektronika, automatizace a měřicí technika pak zůstává jedním z nejsilněji obsazených a návštěvníci se opět mohou těšit na řadu zajímavých novinek

mj. i z oblasti robotizace. Zájem vystavovatelů zde roste a vracejí se i firmy, které na MSV několik let nevystavovaly. Z tradičních účastníků nechybí firmy jako Olympus, Mitutoyo, Harting nebo Hexagon Metrology a noví vystavovatelé přijedou z České republiky a Itálie.

Nováčky se však hlásí ve všech oborech, v hydraulice a pneumatice je to například španělský Compresores Josval a další firmy z Německa či Maďarska. Rostoucí zájem o obor je znát také z návratu firem, které na MSV již dlouho nevystavovaly. Na druhé straně zde nechybí ani společnost Pfeiffer Vacuum Austria, která nevynechala ani jediný z dosavadních ročníků, a k přihlášeným lídrům oboru patří také firmy Pneumax a IMI International.

Souběžně s MSV 2017 proběhnou také dva specializované veletrhy. Již 8. mezinárodní veletrh Transport a Logistika představí novinky v oborech, které úzce souvisejí prakticky s každou průmyslovou výrobou. Po úspěšné premiéře v roce 2015 se na výstavišti vrátí Mezinárodní veletrh technologií pro ochranu životního prostředí ENVITECH. (tz)

Kooperativa, ČPP a Euler Hermes jsou vítězi v anketě Pojišťovna roku 2016



V pořadí již 17. ročník odborné ankety Pojišťovna roku zná své vítěze – pojišťovací makléři z celé České republiky ocenili výkony pojišťovatelů v roce 2016 takto: v hodnocení univerzálních pojišťoven získala hned tři prvenství Kooperativa

pojišťovna ze skupiny VIG, Česká podnikatelská pojišťovna z téže skupiny obhájila své loňské zlato v kategorii autopojištění. Mezi specializovanými pojišťovnami se na první místo vyhoupla pojišťovna Euler Hermes ze skupiny Allianz.

Výsledky ankety oznámili v květnu vyhlásovatelé a organizátoři této nejstarší odborné soutěže na pojišťovacím trhu: Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM) ve spolupráci s Českou asociací pojišťoven (ČAP) a specializovaným serverem OPojištění.cz. Galavečera k dekorování vítězů v Kongresovém centru České národní banky v Praze se zúčastnilo na dvě stě makléřů, top manažerů pojišťoven, zástupců ČNB a MF, představitelů asociací finančního trhu a dalších významných hostů. Záštitu anketě poskytl guvernér ČNB Jiří Rusnok.

Do hlasování, které probíhalo během dubna na www.PojistovnaRoku.cz, se letos – v rekordní anketě – zapojila téměř polovina z celkového počtu 784 pojišťovacích makléřů zapsaných v rejstříku ČNB. Stoupající prestiž soutěže tak podtrhuje význam klíčové role makléřů jako odborných poradců, kteří prosazují a chrání zájmy svých klientů na pojišťovacím trhu.

Místopředseda AČPM Ivan Špirakus, jenž stál u zrodu celé ankety v r. 2000, zhodnotil její 17. ročník takto: „Ve výsledcích se neprojevil žádné dramatické změny – to svědčí o stabilitě trhu i spolupráce makléřů s pojišťovnami. Jako velmi dobrou zprávu pro celý trh bych zmínil návrat České pojišťovny mezi Top 5 v klíčové kategorii pojištění průmyslu a podnikatelů. Dlouhodobá a systematická práce oddělení makléřských služeb ČP, včetně nasazení moderní online podpory a systému odborných školení přinesla zasloužené ovoce. V kategorii specializovaného pojištění se po deseti letech nepřetržitěho kralování musela vzdát trůnu pojišťovna ERV ve prospěch Euler Hermes, specialisty na pojištění pohledávek – to myslím velmi dobře odráží požadavky makléřského trhu, stejně jako 4. místo pojišťovny Atradius, která se také specializuje na pojištění pohledávek, a loni mezi pěti nejlepšími chyběla,“ uzavřel Ivan Špirakus.

V souladu s tradicí organizátoři rovněž udělili titul Osobnost pojišťovacího trhu za vynikající a mimořádný přínos rozvoji českého po-

jišťovnictví. Držiteli tohoto ocenění z předšlých ročníků jsou: Luděk Menčík (Pojišťovna roku 2003), Petr Pavlík (2005), Vladimír Mráz (2007), Marek Venuta (2008), František Stach (2009), Vladimír Příkrýl (2010), Konstantín Alexejenko (2011), Jaroslav Daňhel (2012), Václav Křivohlávek (2013), Zdeněk Voharčík (2014) a Jakub Hradec (2015). Letos se k nim – jako první žena – připojila Jiřina Nepalová, zakladatelka a ředitelka makléřské společnosti RENOMIA.



Již šestým rokem také v rámci ankety pokračuje hodnocení makléřů sdružených v AČPM členskými pojišťovnami ČAP pod názvem Pojišťovací makléř roku. Mezi hlavní kritéria posuzování makléřských výkonů patří kvalita podkladů dodávaných pojišťovně, úroveň komunikace makléř – pojišťovna a makléř – klient, správa pojištění, podpora kultivace trhu atp. Pojišťovacím makléřem roku 2016 se stala RENOMIA a.s.

„Jsem rád, že se nám daří neustále zvyšovat úroveň ankety, a ukázat tak společné úsilí pojišťoven a makléřů přispět ke všeobecné kultivaci českého pojišťovnictví, posílení jejího image jako významného sektoru ekonomiky a zároveň ocenit jeho nejlepší hráče,“ dodal k výsledkům Jan Matoušek, výkonný ředitel ČAP.

Osobností pojišťovacího trhu se stala Jiřina Nepalová, ředitelka a zakladatelka pojišťovací makléřské společnosti RENOMIA a.s. V pojišťovnictví působí již od roku 1978, kdy začala pracovat v České pojišťovně na úseku likvidace majetkových a odpovědnostních škod. V průběhu více než patnáctileté praxe v pojišťovně postupně získala zkušenosti s pojištěním průmyslových a podnikatelských rizik a stala se vedoucí agentury průmyslových rizik České pojišťovny. Ředitelkou společnosti RENOMIA je od roku 1993 a pod jejím vedením se tato firma stala největším pojišťovacím makléřem v České republice.

Od roku 2009 je členkou prezidia Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM). Ve volebním období 2011–2013 zastávala pozici předsedkyně Asociace, znovuzvolena do čela AČPM na volební období 2015 – 2017. Za svou klíčovou prioritu v této funkci považuje úkol posílit vnímání pojišťovacího makléře jako odborného konzultanta a poradce, který profesionálně hájí zájmy svých klientů.

Podrobné informace o anketě, její historii i kritériích hodnocení jsou k dispozici na webových stránkách ankety www.pojistovnaroku.cz.

Anketa přináší odbornou alternativu ke spotřebitelským soutěžím v oboru. Makléři jako profesionálové v pojištění a expertní poradci svých klientů v ní porovnávají nejen parametry nabízených produktů, ale hlavně skutečnou úroveň servisu jednotlivých pojišťovatelů tak, jak se s ní měli možnost každodenně setkat v průběhu uplynulého roku.

Asociace českých pojišťovacích makléřů byla založena v roce 1994 z iniciativy českých kanceláří mezinárodních makléřských firem. V lednu 2005 došlo ke sloučení s Komorou pojišťovacích makléřů. Cílem AČPM je podpora profesních zájmů a zvyšování profesionální i společenské prestiže povolání pojišťovacího makléře.

Asociace se podílí na tvorbě zákonů, prosazuje profesní etiku, stará se o vzdělávání makléřů, publicitu a navazuje mezinárodní kontakty. Je členem Evropské federace pojišťovacích zprostředkovatelů (BIPAR), Světové federace pojišťovacích zprostředkovatelů (WFII) a organizace Partneři zprostředkovatelů (POI). V současné době AČPM sdružuje 76 členů, kteří podle kvalifikovaného odhadu realizují téměř tři čtvrtiny všech makléřských obchodů v ČR. (tz) ■■■

POJIŠŤOVNA ROKU 2016 celkové výsledky

■ Pojištění průmyslu a podnikatelů

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

■ Pojištění občanů

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

■ Autopojištění

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

■ Specializované pojištění

- 1 Euler Hermes SA, organizační složka
- 2 ERV Evropská pojišťovna, a.s.
- 3 D.A.S. Rechtsschutz AG, pobočka pro ČR
- 4 Atradius Crédito y Caución S.A. de Seguros y Reaseguros, pobočka pro ČR
- 5 AGRA pojišťovna, organizační složka

■ Životní pojištění

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

■ Osobnost pojišťovacího trhu

Jiřina Nepalová

■ Pojišťovací makléř roku 2016

- 1 RENOMIA, a. s.
- 2 INSIA a.s.
- 3 Respect, a.s.
- 4 Pojišťovací makléřství INPOL a.s.
- 5 OK Group a.s.

INZERCE

Úvěr pro všechny podnikatelské nápady, které se Vám zrodí v hlavě.

Využijte výhodných podnikatelských úvěrů od nás. Pojdme se osobně setkat a zjistíte, že každý váš nápad má u nás podporu. Více na artesa.cz

Volejte zdarma: 800 128 836



artesa

Exportní cena DHL UniCredit dospěla do 20. ročníku

Již 20. ročník soutěže Exportní cena DHL UniCredit, jež podporuje, a hlavně oceňuje úspěchy českých exportérů, byl zahájen 11. května. Soutěž založená společností DHL Express i letos ocení nejlepší exportéry v kategoriích Malá společnost, Středně velká společnost, Globální exportér nebo Exportér teritoria. Posledně jmenovaná kategorie se v aktuálním ročníku zaměří na ocenění firem, jež se svými produkty či službami uspěly na trzích USA a Kanady. Soutěž opět probíhá pod záštitou vládní agentury CzechTrade, která vyhlásí vítěze dalších dvou kategorií.

„Jako pořadatel Exportní ceny DHL UniCredit jsme velmi hrdí, že můžeme zahájit její jubilejní 20. ročník. Za dobu své existence si tato soutěž získala nejen pozornost médií a široké odborné veřejnosti, ale především se rok od roku zvyšuje zájem těch, pro které je primárně určena, tedy českých malých a středních exportujících podniků. Díky tomu roste i prestiž celé soutěže a jsem velmi rád, že se nám daří udržet její vysokou kvalitu i atraktivitu, a každoročně tak zvyšovat počty přihlášených,“ komentoval význam soutěže Luděk Drnec, obchodní ředitel DHL Express pro region střední Evropy.

Tradičně budou ceny udělovány v kategoriích Malá společnost, která je určena pro firmy s maximálním počtem 50 zaměstnanců a s obratem do 300 milionů korun, a Středně velká společnost, tedy firma s počtem zaměstnanců do 250 a obratem do 1,5 miliardy korun. Cena poroty v kategorii Globální exportér hodnotí zejména nárůst exportních destinací v posledních dvou letech, tedy za roky 2015 a 2016. Vítěz kategorie Exportér teritoria, kterým jsou pro letošní rok Spojené státy americké a Kanada, je vybírán podle průměrné složené míry růstu Compoud Annual Growth Rate (CAGR) zjišťované za poslední tři roky. Výsledná hodnota

ukazatele vypovídá o tom, jakou má export do teritoria dynamiku růstu.

Zájem tuzemských firem o zahraniční trhy neustává. Potvrzují to i slova Jiřího Flégla, manažera strukturovaného exportního financování UniCredit Bank. „Čeští exportéři se zaměřují především na tradiční exportní destinace jako země EU, vzpamatovává se také ruský trh. Potenciál pro naše vývozce vidíme především v zemích jihovýchodní Asie. Ty jsou českými firmami často neobjevené, nabízí ale vysoký růst a hlad po dovozu. Letošní ukončení kurzového závazku ČNB bylo pro české exportéry zlomovou událostí. Musí se vrátit k zajišťování krátkodobých kurzových rizik, což v uplynulých třech letech neměli zapotřebí,“ vysvětlil Jiří Flégl.

Celou soutěž zaštituje agentura CzechTrade, která v letošním roce slaví, stejně jako Exportní cena DHL UniCredit, jubilejní 20. výročí. „Těší mě, že se agentura CzechTrade už 20 let daří úspěšně plnit její hlavní cíl – ulehčit vstup a expanzi českým exportérům na zahraniční trhy. Již od roku 1997 jsme tak především pro malé a střední firmy průvodcem po zahraničních trzích, který jim napomáhá k úspěchu, dodává jim sebedůvěru a pomáhá jim prosadit se i v náročnějších podmínkách,“ sdělil Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade. Nejzajímavější exportní příběh a svého nejúspěšnějšího klienta za loňský rok ocení agentura ve dvou vlastních kategoriích.

Odborným garantem soutěže je společnost CRIF – Czech Credit Bureau. „Naše role spočívá ve vytvoření prvotního seznamu firem splňujících pravidla soutěže. Pro každou firmu následně zpracujeme Index Cribis hodnotící jejich úroveň hospodaření. Pro společnosti v užším výběru potom zpracováváme Flexi report obsahující informace z více než 43 informačních zdrojů poskytnutých aplikací Cribis. Věříme, že těmito postupy zajistíme výběr skutečně nejlepších českých exportérů,“ popsal průběh výběru finalistů soutěže Pavel Finger,

místopředseda představenstva CRIF – Czech Credit Bureau

Letos v dubnu došlo ke zrušení intervencí České národní banky, které měly za cíl oslabovat kurz koruny vůči ostatním měnám. Otázkou je, jaký vliv bude mít jejich konec na české exportéry. „Dle firem, se kterými jsme v kontaktu, převážná část firem zejména strojírenského charakteru je zajištěna proti pohybům české koruny, takže kurzové výkyvy na jejich export nebudou mít v letošním roce žádný vliv. Očekáváme kontinuální nárůst exportu,“ konstatoval Petr Šíma, partner poradenské firmy NSG Morison a zakladatel agentury Export Agency s.r.o.

„Jsem velmi ráda, že letos můžeme již po dvacáté ocenit výjimečné úspěchy českých firem na zahraničních trzích. Jsme si vědomi toho, že vývoz z České republiky má na fungování a růst celé její ekonomiky významný vliv. Proto je naším cílem, a cílem celého projektu Exportní cena DHL UniCredit, vytvořit pro účastníky soutěže výjimečné a atraktivní podmínky, které jim pomohou při rozvoji jejich podnikání. Díky sdružování českých exportérů se nám daří budovat platformu, na jejímž základě se mohou představitelé vývozců setkávat, vyměňovat si zkušenosti, informace, a pomáhat si tak k dosažení ještě větších úspěchů. A to vše formou spolupráce. Jen tak dokážeme i nadále budovat hrdé Česko,“ říká Helena Kohoutová, pořadatelka Exportní ceny DHL UniCredit.

Kritéria soutěže

Do Exportní ceny DHL UniCredit pod záštitou CzechTrade se mohou přihlásit vývozci, kteří splňují podmínky vlastnictví a hranici minimálního vývozu. Základní hodnocení vývozců vychází z indexu vypočítaného jako násobek meziročního růstu exportu (rok 2015 a rok 2016) a podílu exportu na obratu firmy. Na základě získaných výsledků jsou společnosti rozděleny do kategorií a je určeno jejich konečné pořadí v soutěži. Soutěže se mohou zúčastnit

společnosti se sídlem v České republice, které vznikly před 1. lednem 2015. Obrat firmy je zařazujícím kritériem pro stanovení, ve které kategorii firma bude soutěžit (malá či středně velká firma).

Soutěžní kategorie:

■ **Malá společnost** – kategorie je určena pro malé firmy s maximálním počtem 50 zaměstnanců a s obratem do 300 milionů korun. Podíl zahraničního vlastníka ve firmě nesmí přesáhnout 49 %.

■ **Středně velká společnost** – kategorie je určena pro středně velké firmy s maximálním počtem 250 zaměstnanců a obratem do 1,5 miliardy korun. Ani zde nesmí podíl zahraničního vlastníka společnosti přesáhnout 49 %.

■ **Cena poroty – Globální exportér** – v této kategorii je oceněn nejúspěšnější exportér mezi malými a středními společnostmi, u kterého podíl zahraničního vlastníka nepřesáhl 49 %. Hodnotí zejména nárůst exportních destinací v posledních dvou hodnocených letech (rok 2015 a 2016).

■ **Exportér teritoria** – kategorie je zaměřena pro exportéry s vývozem do zemí USA a Kanady. Nejúspěšnější exportér je vybírán podle průměrné složené míry růstu CAGR (Compoud Annual Growth Rate) zjišťované za poslední tři roky. Výsledná hodnota ukazatele vypovídá o tom, jakou má export do teritoria dynamiku růstu.

■ **Nejúspěšnější klient CzechTrade** – kategorie je určena pro klienty agentury CzechTrade, kteří za poslední rok deklarovali více než jeden úspěšný exportní případ podpořeného vývozu. Hodnotí se celkový objem realizovaného obchodu.

■ **Exportní příběh roku** – kategorie je určena pro klienty agentury CzechTrade. Její konzultanti vybírají klienta s nejzajímavějším příběhem skutečného exportu, který může inspirovat další firmy ke vstupu na zahraniční trhy. (tz)

www.exportnicena.cz

ČNOPK a top firmy posouvají inteligentní infrastrukturu kupředu

Chytrá Praha, inteligentní Brno a mezi nimi digitální poušť? Obnoví se hranice, když Česko a Německo nebudou digitálně „kompatibilní“? Ve středu 10. května odstartovala Česko-německá obchodní a průmyslová (ČNOPK) kick-offem TopTéma Inteligentní infrastruktura. Komora, klíčové firmy z průmyslu, startupy, města a obce budou v příštích měsících společně pracovat na tom, aby se inteligentní infrastruktura posunula kupředu.

Pod střechou ČNOPK se spojila silná sestava globálních hráčů: Bosch, E.on, PRE, Siemens, Škoda Auto a T-Mobile. Vytvořili platformu, která chce přinést nová řešení, technologie a obchodní modely a odpovědi ohledně života v budoucnosti. Tyto inovační procesy budou doprovázet poradenské firmy Deloitte a Roland Berger. „Chceme koncentrovat sílu našich top firem a spojit ji s agilními startupy a městy. Dáme prostor novým synergickým a společně budeme pracovat na flexibilní koncepci, která ukáže, jak může inteligentní infrastruktura fungovat,“ uvedl Jörg Mathew, prezident ČNOPK.

Partnerské firmy na kick-offu představily své vize a možné cesty k jejich realizaci. Startupy z Česka a Německa a zástupci měst Praha a Litoměřice prezentovaly svoje plány pro inteligentní město. Hovořili také o překážkách. Především je třeba rozvinout inovativní myšlení obyvatel a vedení měst. ČNOPK TopTématem zároveň odstartuje druhý ročník startupové soutěže Connect Visions to Solutions. Inovativní know-how startupů se tak stane součástí inteligentní infrastruktury. Do soutěže se od srpna mohou hlásit startupy z celého světa. Výsledky platformy a vítězové startupové soutěže budou představeni 23. listopadu na Winners' Night v pražské Galerii Mánes. (tz)

CzechTrade pomáhá v rámci projektu NOVUMM vystavovat firmám i na mimoevropských veletrzích

Agentura na podporu exportu CzechTrade dlouhodobě podporuje české firmy v získávání nových obchodních příležitostí a kontaktů v rámci projektu NOVUMM. Účast na zahraničních veletrzích, kterou jim agentura pomáhá zprostředkovat, může podnikům usnadnit vstup na zahraniční trhy. Projekt proto podporuje jejich účast na veletrzích v Evropě i mimo ni.

„Jedním z prvotních problémů, se kterým se mohou firmy při vstupu na zahraniční trhy setkat, je nedostatek kontaktů a obchodních příležitostí. Díky projektu NOVUMM, jehož prostřednictvím jsme schopni malým a středním podnikům zajistit účast na zahraničních veletrzích, mohou tyto kontakty a příležitosti získat mnohem snadněji,“ řekl o projektu Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Zásluhou agentury CzechTrade a projektu NOVUMM je malým a středním mimopražským podnikům poskytována podpora ve výši maximálně 80 000 Kč, a to formou zvýhodněných služeb. Firmy oproti předchozím projektům od agentury nezískávají přímo peněžní prostředky, ale služby za zvýhodněných podmínek. Jedním z předpokladů účasti je také participace společnosti na nákladech spojených s realizací expozice – na evropských veletrzích jde o minimálně 50 %, na veletrzích konaných mimo Evropu pak o 30 %.

„Za jednu z velkých výhod tohoto projektu považují fakt, že se neomezuje pouze na evrop-



kresba Shutterstock

ské trhy. CzechTrade tak malým a středním podnikům usnadňuje vstup i na velmi lukrativní regiony mimo hranice Evropy,“ dodal Radomil Doležal.

Mezi nedávné veletrhy, kterých se české firmy za pomoci agentury CzechTrade zúčastnily, patří mongolský veletrh Mongolia Mining 2017, zaměřený na oblast těžebního průmyslu, a brazilský LAAD Defence & Security 2017, který je největší a nejvýznamnější akcí v sektoru obranného a bezpečnostního průmyslu v oblasti celé Latinské Ameriky. Díky projektu NOVUMM na tyto důležité události vyjelo deset českých vystavovatelů.

Na mongolském veletrhu vystavovala společnost INCO engineering s.r.o. Tato společnost

úspěšně navázala obchodní spojení se společností New Eco Energy Group LLC, se kterou po vyjednávání podepsala Memorandum of Understanding za přítomnosti novinářů a televize. Zároveň tento mongolský partner společně s vládní delegací naplánoval návštěvu České republiky za účelem setkání a zapojení českých vystavovatelů do velmi zajímavého projektu.

Další z vystavovatelů, kteří využili zvýhodněných služeb projektu NOVUMM, a zúčastnili se tak veletrhu v Brazílii, byly společnosti ORITEST, spol. s r.o., a ARESET, s.r.o. „Naše první účast na výstavě LAAD byla motivována tím, že Brazílie patří mezi tři teritoria s nejvyšším předpokládaným potenciálem růstu exportu pro následující roky. Obě naše společnosti, které na sebe v expozici prostorově navazovaly, přivítaly mnoho seriózních, většinou společných návštěv, zejména z řad brazilské armády, ale i hasičů, kteří budou tvořit základ nových obchodních vztahů. Celkově můžeme výstavu zhodnotit jako velmi úspěšnou s tím, že splnila a v některých směrech i překročila naše očekávání,“ zhodnotili účast firmy Oritest její majitel Ing. Josef Orel a Marta Špelinová z firmy ARESET.

V rámci projektu NOVUMM bude podpořeno celkem 100 akcí se zaměřením napříč různými průmyslovými obory. Zájemci o účast, kteří splňují kritéria projektu, se mohou hlásit a žádat o poskytnutí zvýhodněné služby. Více informací o podmínkách účasti je k dispozici na stránkách agentury CzechTrade www.czechtrade.cz/programy-eu/opik/novumm. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Vytvořit si nadhled a odlišit se od konkurence

Centrum excellence je noblesní název pro platformu organizací, jejichž cílem je systematické zlepšování. Iniciátory vytvoření se stali zástupci vítězů v Národní ceně kvality ČR. Jak dnes Centrum excellence funguje a jaké jsou jeho základní atributy, jsem se zeptala Kláry Fouskové, výkonné ředitelky Sdružení pro oceňování kvality a manažerky rozvoje Centra excellence:

Centrum excellence představuje platformu organizací, které ke své činnosti využívají moderní nástroje řízení. Jak vlastně vzniklo?

Nápad se zrodil mezi samotnými vítězi a oceněnými organizacemi v rámci Národních cen. Z tohoto důvodu více než před třemi lety zástupci České společnosti pro jakost, Sdružení pro oceňování kvality a Národního střediska podpory kvality založili Centrum excellence s mottem „Váš partner pro excelentní řízení“. Na základě programu Centra se tak pro české firmy a organizace otevřela cesta k výraznému zvýšení efektivity, a tím pádem i zisku. Co je cílem Centra excellence? Sdružovat organizace, které ke své činnosti využívají moderní nástroje řízení, a inspirovat ostatní k dalšímu zlepšování. Tedy setkávat se, sdílet zkušenosti a komunikovat, jednak pozitivní zkušenosti, ale i naše chyby či nedostatky. Základem je TQM přístup (Total Quality Management) a sebehodnocení. Všichni víme, že sebehodnocení (laicky řeče-

no, když se podívám na fungování organizace v kontextu určité metodiky) je především dobrým nástrojem, který daný subjekt nasměruje ke zlepšení a ukáže, jak se odlišit od konkurence. Vytváří také nadhled ve své organizaci na vlastní činnost. A v neposlední řadě dává prostor i k získání ocenění – národního i mezinárodního.

Kolik má dnes centrum členů? A přibývají?

Počet se každým měsícem mění. Za prvé přibývají. Všem členům a zájemcům děkujeme a jsme rádi, že je naše aktivity dokázaly zaujmout. Za druhé se mění druh členství. Člen Centra excellence může být řádný, nebo přidružený, dle toho, jaké jsou potřeby organizace. V současné době je jich okolo 60, cílem však není kvantita, ale kvalita, postavená především, jak jsem již naznačila, na sdílení zkušeností. Do Centra excellence se mohou přihlásit ty organizace i jednotlivci, kteří nechtějí stát na místě a jejichž hlavním cílem je neustálé zlepšování. U nás se mohou mnohému přiučit.

Sebehodnocení organizací a výměna zkušeností z aplikace modelů EFQM, CAF a CSR je základem pro konkurenceschopnost organizace. Uvedla byste příklad?

Naše poslání „sdružovat organizace využívající moderní nástroje kvality“ je stále stejné, ale zásadní. Svět TQM (Total Quality Management) nástrojů, tzn. Model excelence EFQM, CAF a CSR nás nejen všechny spojuje a je naší pracovní náplní, ale zejména nás baví. To je základ celého úspěchu. Snažíme se propojit zkušenosti, lidi, nástroje, a tím okolo sebe všechny inspirovat. Díky úzké spolupráci a výměně zkušeností to opravdu jde. Pronikavě si to uvědomujeme, když se účastníme semináře nebo konference. Nejvíce oblíbenou akcí je Benchlearning Visit, tedy návštěva na místě přímo ve výrobním závodě nebo v organizaci. Když vše vidíte na vlastní oči, uvědomíte si, že výše uvedené modely doopravdy fungují a pomáhají zvyšovat výkonnost dané organizace. Náznorně se můžeme poučit, jakým způsobem zmíněné nástroje fungují v praxi a jaké zkušenosti mají jednotlivci se zaváděním atd.

Proslychá se, že program činnosti je velmi zajímavý a že některá setkání získala značný vřelý hlas...

Nejoblíbenější akcí je již zmíněná Benchlearning Visits. V červnu se například jedeme podívat k vítězi Národní ceny kvality ČR – programu excellence za rok 2016 do společnosti Miele technika s.r.o., kde nás čeká odborný program, včetně prohlídky závodu. Na to se velmi těšíme, protože vždy je lepší vše vidět na vlastní oči. Další velmi oblíbenou akcí jsou Winners Conference (konference vítězů), které nám moderu-



Mgr. Klára Fousková, výkonná ředitelka Sdružení pro oceňování kvality, která zodpovídá za činnost Centra excellence při České společnosti pro jakost

je Rey Koranteng. Na těchto setkáních, jak napovídá název, se prezentují organizace, které se v předchozím ročníku účastnily programů Národních cen a jejich zástupci nám sdělují své zkušenosti. Stanovili jsme si, že každý měsíc uspořádáme určitou odbornou akci. Letos vstupujeme, jak jsem již naznačila, do třetího roku fungování Centra excellence. Tak si to spočítejte... Nezbytnou podporou jsou newslettery Centra excellence. Ty jednou až dvakrát do měsíce zasiláme všem členům a zainteresovaným osobám. A věřte, psát je stále o čem.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Podnikáme odpovědně: ocenění na míru ušité malým a středním firmám



Rada kvality ČR přijímá přihlášky do třetího ročníku ocenění za společenskou odpovědnost Podnikáme odpovědně. Program na míru ušitý pro malé a střední podniky vyhláší Rada kvality ČR společně s Asociací společenské odpovědnosti, Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR a P3 – People, Planet, Profit. Proč zrovna malé a střední podniky a v čem se liší právě toto ocenění od ostatních?

Vnímání společenské odpovědnosti firem prochází v posledních letech významnými změnami. Už se ne bavíme jen o pojmech, jako je firemní dárcovství, charita nebo dobrovolnictví, často spojovanými se zvučnými jmény nadnárodních organizací. Společenská odpovědnost (CSR) dostává postupně konkrétní obraz a ucelenější podobu také v očích českých občanů.

Protože očekávání společnosti neustále narůstá, stává se tak společenská odpovědnost jedním z důležitých kritérií na trhu. Podle nedávné-

ho průzkumu společnosti IPSOS CSR & Reputation Research 2016 si konkrétní organizaci, věnující se společenské odpovědnosti, vybaví až třetina Čechů. Oproti předchozímu roku se tak projevily výrazný nárůst v národním povědomí. Společenská odpovědnost sehrává podle tohoto průzkumu významnou roli také při spotřebním chování či při výběru zaměstnavatele.

Za účelem ocenit společensky odpovědné konání organizací vyhláší Rada kvality ČR ve spolupráci s partnery Asociací společenské odpovědnosti, Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR a P3 – People, Planet, Profit, další ročník programu Podnikáme odpovědně.

Soutěž je určena především malým a středním podnikům. Právě tyto sehrávají na českém podnikatelském prostřední hlavní úlohu. Přes jeden milion subjektů, přesně takový je počet malých a středních podniků u nás. Dohromady tak vytvářejí 60 % všech pracovních pozic. Sektor malých a středních podniků je často také nazýván hybnou silou vyspělé ekonomiky. V souvislosti se společenskou odpovědností sehrává neméně významnou roli. Má zásadní vliv na utváření národního morálního rámce. Malé a střední podniky působí lokálně, mohou tak úderněji

ovlivňovat místní dění. Do svých aktivit zapojují místní komunitu, neboť zaměstnávají občany z okolí. Jejich CSR strategie mnohdy nepředstavuje mnohastránkový dokument, ale sestává často z několika málo zásad, které vyznávají v první řadě sami majitelé a zakladatelé. Málokde naleznete pozici tzv. CSR specialisty, nebo dokonce samotné CSR oddělení. Tyto firmy „nedělají“ společenskou odpovědnost, ony jí tak nějak přirozeně „žijí“...

Stále platí, že negativní ohlasy se šíří rychleji než ty pozitivní, a to je jeden z důvodů, proč je důležité neustále upozorňovat právě na dobré příklady z praxe. Díky Podnikáme odpovědně máte možnost seznámit se s praktiky jiných organizací. Rada kvality ČR ty nejlepší z nich ocení ve třech kategoriích (malý a střední podnik, rodní firma a sociální podnik). Vítězové přezvou ocenění na slavnostním vyhlášení v listopadu v rámci Listopadu – Měsíce kvality ČR ve Španělském sále Pražského hradu.

A jak se na své loňské vítězství dívají v organizaci Channel Crossings (výherce kategorie malé a střední podniky)? Projektová manažerka Ing. PhDr. Zdeňka Havlíková říká: „Už samotné týmové vytváření přihlášky nám přineslo při-

ležitost zastavit se, ohlédnout se zpět a promyslet, zda a jak bychom naše aktivity mohli dále systematizovat a rozvinout. Cenu Podnikáme odpovědně vnímáme i jako skvělou příležitost sdílet zkušenosti s ostatními organizacemi a učit se od sebe navzájem. Nechceme si chránit své hřiště před ostatními, společná hra nás baví mnohem víc.“

Program nejenže hledá vítěze a oceňuje ty nejlepší. Ostatním účastníkům kromě zviditelnění však nabízí také jednoduchý nástroj, jak zhodnotit stávající CSR strategii. Prostřednictvím dotazníku, který pokládá otázky z tematických oblastí společenské odpovědnosti a zahrnuje specifika malých a středních podniků, mají organizace možnost nahlížet na své počiny v uceleném pohledu, nabízejí se jim tak prostor pro plánování, hodnocení a v konečném důsledku také pro zlepšování.

Přihlášky do třetího ročníku můžete podávat do 31. srpna 2017. Kdo další ještě podniká odpovědně? Více informací o podmínkách v soutěži naleznete na stránkách Národního informačního portálu o CSR www.narodniportal.cz. (red) zdroj: ČSÚ 2015 a IPSOS CSR & Reputation Research 2016

PayPal rozšiřuje ochranu prodejců v České republice

Společnost PayPal v květnu oznámila rozšíření svého programu ochrany prodejců v České republice. Tento program chrání prodejce, pokud jim přijde neautorizovaná platba (například z účtu, kterého se zmocnil hacker) nebo pokud kupující tvrdí, že zboží neobdržel. V takových případech program PayPal na ochranu prodejců vyplatí celou částku, která byla u prodejů zahrnutých do tohoto programu zaplacená.

Tento program se dříve v České republice vztahoval jen na hmotné zboží. Nyní se vztahuje i na služby (například design, vzdělávání nebo fotografické služby atd.), vstupenky (na koncerty, představení, sportovní akce atd.) a cestování (výlety, letenky, rezervace hotelů atd.).

„Jsem z tohoto rozšíření našich služeb opravdu nadšený. Společnost PayPal se roz-

hodla svůj program ochrany prodejců rozšířit, aby jim poskytla jistotu, že elektronické obchodování mohou používat ve větším měřítku a s ještě větší důvěrou – pro více typů zboží a služeb,“ řekl Matt Komorowski, generální ředitel společnosti PayPal v severní a střední Evropě. „Tyto změny představují důležitý krok v poskytování rozšířené ochrany našich pro-

dejců při používání platformy PayPal. Jistota, že vás případné potíže nemohou postihnout, by měla být základním požadavkem, když nakupujete nebo prodáváte online. Tato vylepšení, která jsme realizovali na základě podnětů od uživatelů, lidem umožňují obchodovat na internetu s ještě větší důvěrou než kdy dřív. Těší nás, že tato vylepšení ochrany – navíc k dalším důležitým službám, jako je ochrana kupujícího nebo služba Refunded Returns – můžeme zavést v rámci našeho úsilí zvyšovat důvěru a jistotu v souvislosti s elektronickým obchodováním.“

Tento program pomáhá českým obchodníkům prodávat zboží a služby bezpečněji nejen

v České republice, ale také na všech ostatních více než 200 trzích, na kterých společnost PayPal působí. Podle nedávné zprávy společnosti Accenture bude mít přeshraniční e-commerce v období 2014 až 2020 složenou roční míru růstu (CAGR) 29,3 %, a stává se tak nejdůležitějším hnacím motorem obchodování s koncovým spotřebitelem (B2C). Mezi nejoblíbenější kategorie při prodeji do zahraničí patří cestování (vstupenky, ubytování, služby průvodců atd.), které představuje 26 % veškerého prodaného zboží a také služeb. Společnost PayPal doufá, že rozšířená ochrana prodejců pomůže českým obchodníkům pozvednout jejich podnikání na ještě vyšší úroveň. (tz)



Strana je připravena ve spolupráci se Sdružením pro oceňování kvality

Velký závazek vůči klientům, kteří si na kvalitní poskytované služby zvykli

Český dům Moskva má v rámci Českých center specifické postavení. Jde o prestižní subjekt s velkým dosahem, který významně ovlivňuje business vztahy mezi Českou republikou a Ruskou federací. Poskytuje zázemí pro exportní aktivity našich firem v Ruské federaci na nejvyšší úrovni. Mezi prvotní zájmy patří také snaha o zdokonalování procesů řízení organizace, která má získat odpověď na to, jak přinášet vzájemným vztahům a ekonomice patřičný prospěch. V listopadu 2014 přebíral ředitel Českého domu Moskva Mgr. Jiří Podhola, MBA, titul Úspěšná organizace v Národní ceně kvality ČR v programu START PLUS. Zeptala jsem se na dosavadní zkušenosti s uplatňováním systému řízení kvality:

ním úkolem je podpora českých podnikatelů a exportérů v Ruské federaci, vytváření dobrého jména ČR, podpora a spolupráce s velvyslanectvím ČR v RF, institucí CzechTrade, CzechTourism na tomto teritoriu. Dále v činnosti podporujeme České centrum Moskva, a to jak jeho kulturní činnost, tak především kurzy českého jazyka. Podporujeme rovněž vysoké školy. Pro Česká centra představujeme jeden z hlavních zdrojů financování jejich projektů.

Jste držiteli certifikátu ISO management kvality 9001. V roce 2014 jste se zařadili do Programu START v Národní ceně kvality ČR. To vám na cestě ke kvalitě řízení nestačilo a ve spolupráci s Českou společností pro jakost a Sdružením pro oceňování kvality jdete v procesu sebezdokonalování dál. Čím se zabýváte nyní?

Řízení kvality poskytovaných služeb musí tvořit ucelený a komplexní systém. Nyní se hlavně zabýváme dalším zdokonalováním poskytovaných služeb našim zákazníkům, kde se snažíme flexibilně se přizpůsobovat jejich požadavkům. Dále pokračujeme ve standardizaci všech procesů a jejich zefektivňování, na programu je neustálé zlepšování se ve všech směrech, včetně vzdělávání našich zaměstnanců. V prostředí Ruské federace také postupujeme ve snaze minimalizovat dopad své činnosti na životní prostředí, vypracováváme komplexní systém GREEN Policy, což není úplně ještě v tomto prostředí obvyklé. Zlepšování vnímáme jako neustálý proces k dosažení vyšších standardů, a proto jsme zvolili cestu pokračovat v procesu sebezdokonalování. V tomto roce se zúčastníme soutěže Národní ceny kvality v programu Excellence, která je nejúspěšnějším modelem řízení v současnosti.

Proč tolik sázíte právě na kvalitu řízení? Jak to pomáhá praxi a jak vaši image?

Je pro nás velmi důležité, že pro naše klienty představujeme partnera, na kterého se mohou spolehnout a vždy se na něj obrátit. Kvalita řízení se následně odráží v kvalitě poskytovaných



služeb a tato kvalita je pro nás důležitá z mnoha hledisek:

- Spokojenosti klientů, kteří se na nás mohou polehnout a kteří se k nám rádi vrací
- Dosahování stabilních finančních výsledků
- Využívání zdrojů, které můžeme efektivněji v podobě investic do objektu vracet

Podpořila tato orientace i určitá obchodní jednání? Nebo jste zaujali důrazem na kvalitu při propojování šéfů firem?

Naši klienti nás vnímají jako spolehlivého partnera poskytujícího komplexní kvalitní služby a tímto získáváme silnou konkurenční výhodu, což nám velmi pomáhá při naší obchodní činnosti při udržování stávajících a získávání a přesvědčování nových klientů.

Nakolik zajímavé jsou zkušenosti Českého domu Moskva z Modelu Start pro ruské partnery?

Za poslední roky se situace s kvalitou poskytovaných služeb v Ruské federaci poměrně změnila. Mnoho společností systematicky pracuje na svých systémech řízení kvality, ruští zákazníci také daleko více požadují kvalitu poskytovaných služeb na evropské úrovni. Systémy řízení kvality v jednotlivých společnostech nejsou tak



propracovány a samy společnosti nemají s řízením kvality takové zkušenosti jako v evropských státech. Stále ještě přetrvává názor, že se kvalitou řízení zabývají hlavně kvůli legislativním požadavkům nebo systémům zahraničních mateřských společností. Své nabyté zkušenosti velmi rádi sdílíme s našimi partnery, kterým prezentujeme konkrétní účinky námi zavedených systémů.

Co vás vlastně inspirovalo k uplatňování prvků kvality na vědeckém základě? A při jakých příležitostech se dosavadními výsledky prezentujete?

Při efektivním řízení velkého podniku, kterým Český dům Moskva bezpochyby je, je zapotřebí systémový přístup ve všech směrech, včetně řízení kvality. Uvědomujeme si, že v oboru poskytování služeb je kvalita zcela rozhodujícím kritériem pro naše zákazníky a klíčem k celkovému úspěchu, a my chceme být úspěšní v tom, co děláme. Prezentace našich dosažených výsledků zcela jistě neodmyslitelně patří celkovému řízení kvality. Ocenění, kterých jsme dosáhli, pro nás představují potvrzení správnosti směru, který jsme si vytyčili, a velký závazek vůči klientům, kteří si na kvalitní poskytované služby od ČDM zvykli.

otázky připravila Eva Brix



Mgr. Jiří Podhola, MBA, ředitel Českého domu Moskva

Česká centra jsou nástrojem zahraniční politiky České republiky v oblasti veřejné diplomacie. Český dům Moskva je od roku 2002 součástí a má poměrně svébytné postavení. Jak byste ho charakterizoval?

Ve struktuře Českých center je Český dům Moskva zcela výjimečný. Je to také jedinečný objekt, který Česká republika v zahraničí má. Jeho hlav-

INZERCE

Získejte NÁRODNÍ a MEZINÁRODNÍ ocenění



Národní cena kvality České republiky

- Přiveďte svou organizaci na cestu k business excelenci.
- Podnikatelé, kteří model v českých podmínkách vyzkoušeli, ho nazývají „návodem na řízení firmy“. Umí organizaci popsat a přesně odhalit její silné stránky i prostor pro zlepšování.
- Přihlásit se můžete do programů Start, Start Europe, Start Plus, Excellence a CAF.
- Program je podporován Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR.
- Účast v programu může být korunována ziskem Národní ceny kvality ČR a mezinárodního ocenění EFQM udělovaných nejvyššími představiteli státu ve Španělském sále Pražského hradu.

Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj

- Dokažte, že berete společenskou odpovědnost vážně.
- V zahraničí patří CSR k nejvíce komunikovaným částem firemní strategie.
- Hodnocení je založeno na sebehodnocení organizace a zaměřuje se na čtyři oblasti – People, Planet, Profit a Product.
- Organizace obdrží na Pražském hradě národní ocenění Rady kvality České republiky a mezinárodní certifikát od EFQM.

Uzávěrka přihlášek do cen je 30. června 2017

Kontaktní informace: Klára Fousková

Telefon: 724 780 254, e-mail: fouskova@sokcr.cz, www.sokcr.cz



vyhlašovatel, www.npk.cz



realizátor, www.sokcr.cz



odborný garant, www.csj.cz

Podnikatelé musí odvádět DPH z nezaplacených faktur = Absurdita roku 2017

Nedostaneš proplacenou fakturu? Nezájem, DPH státu zaplať! Tak by se dala shrnout absurdita, která podnikatelům už dlouho leze krkem. Letošní absurdita není nějakou čerstvě uzákoněnou novinkou, mnozí se už s ní naučili žít. To ale neznamená, že jim nevadí. Alespoň to ukázalo letošní hlasování o největší byrokratický nesmysl. Odvod DPH státu z nezaplacených faktur bezkonkurenčně zvítězil. Platit daň z peněz, které jsem nedostal, to se zdravému rozumu skutečně přičí.

Stát v této věci podnikatelům opravdu moc nepomáhá. Odvádění DPH z nezaplacených faktur rozhodně neprospívá hlavně středním a malým firmám, které nemají páku na vymáhání pohledávek a které si nemohou dovolit vůči svým vlastním dodavatelům platit později. Narušení cash-flow může v takových případech ohrozit celý business. Půjčovat si nebo dotovat ze svého platbu DPH je logický nesmysl. Jsou bohužel známé případy, kdy to zejména u živnostníků výrazně přispělo k jejich úpadku. Podnikatelé musí daň z nezaplacených faktur platit hned. Žádat zpět ji mohou jen za určitých okolností.

O tom, že se nominace trefila do černého, se stačí přesvědčit v diskuzích na internetu: „Pokud za zboží nedostanu zaplacené, je to jistě mé riziko podnikání, ale proč mám ještě odevzdávat DPH za par...ta, co mi nezaplátí?“ Mnozí se ptají, jak mají postupovat. Nekonečná řada komentářů je možná dobrým čtením na dlouhé zimní večery. Najdou se mezi nimi také ironické rady, které nejsou daleko od pravdy: „Případné dotazy a stížnosti směřujte na zákonodárce ČR a EU, kteří žijí mimo realitu...“

„Absurdity často vynikají tím, že jdou zdánlivě proti logice nebo zdravému rozumu. I proto letos tak zaujala povinnost platby DPH českých firem státu ještě před obdržetím příjmu od svých dlužníků. S ohledem na současný stav platební morálky to mnohé podnikatele a firmy tlačí jako kámen v botě,“ vysvětlila Renata Pazourková, národní manažerka pro prodej firemním zákazníkům z Vodafone Czech Republic.

„Daň z přidané hodnoty je všeobecnou daní ze spotřeby, přičemž mechanismus fungování systému DPH je zjednodušeně řečeno založen na odvodu DPH z uskutečněných zdanitelných plnění dodání zboží nebo poskytnutí služeb (jejich spotřeby). V okamžiku uskutečnění zdanitelného plnění je proto plátcé povinen přiznat a následně i zaplatit daň, a to v souladu s běžnými procesními postupy, neboť není sporu o tom, že předmětné plnění bylo poskytnuto, a tím pádem i umožněna jeho spotřeba. Související hrozba úplného či částečného nezaplacení představuje riziko podnikání, jehož eliminace v zásadě nepřísluší daňovým právním předpisům,“ reagovala na výsledek ankety Absurdita roku 2017 ředitelka odboru komunikace Generálního finančního ředitelství Petra Petlachová.

S velkým ohlasem se v anketě setkaly také informační cedulky k EET. V každé hospodě, a nejen tam, musí viset viditelná cedule, většinou je to obyčejný, otrhaný kus papíru, s „důležitým“ a pro zákazníka v uvozovkách nepostradatelným sdělením, že od prodávajícího dostane účtenku, že je prodávající povinen tržbu zaevidovat a jak je prodávající povinen postupovat v případě technického výpadku. To jsou jistě cenné informace, ale zákazník možná pátrá spíše po denní nabídce.

„O konkrétním záměru zákonodárce ve vztahu k této povinnosti důvodová zpráva mlčí, patrně je motivována snahou o rozšíření povědomí o evidenci tržeb a její vyžadování mezi veřejností. Jde o jedno z více formálních pravidel, stejně jako třeba povinnost uvádět předepsané údaje na účtence, nebo povinnost v případě výpadku internetu tržby doevidovat později. Dobře zpracovanou analýzou, přípravou a vybráním vhodného pokladního systému se dle našich zkušeností lze vyhnout většině problémů v běžném provozu a splnit veškeré náležitosti, komentoval informační cedulky k EET Martin Di-



viš, partner v oddělení Danových a právních služeb, PwC ČR. Podle průzkumu PwC celkem 84 % šéfů českých firem považuje nekvalitní legislativu či její časté změny za potenciální hrozbu pro své podnikání. Hned po nedostatku lidí jde o největší obavu pro letošní rok. Na 65 % z nich bylo ochotno účastnit se expertních skupin, které by pomohly zlepšit fungování státu a necelá polovina předávat státní správě své know-how.

Velké množství hlasů získala i další byrokratická zátěž pro podnikatele v podobě exekucí na mzdy. Exekutoři jsou totiž napojeni na registr zdravotních pojišťoven a jejich automatické počítačové systémy začnou chrlit datové zprávy s rozkazy, co všechno musí podnikatel v případě, že je jeho zaměstnanec v exekuci, udělat a dodržet. Zaměstnavatel musí ze zákona poskytnout součinnost a v případě, že tak neudělá, hrozí mu pokuta až do výše 50 000 Kč. Co má ale společného s tím, že jeho zaměstnanec někomu dluží peníze?

„Anketa umožňuje veřejnosti projevit nesouhlas s byrokratickou zátěží a my jsme rádi, že můžeme v rámci podnikatelských soutěží pomoci podnikatelům ji účinně snižovat,“ uvedla Věra Šidlíková, manažerka distribuční sítě České spořitelny.

Anketa Absurdita roku 2017 je součástí podnikatelských soutěží Vodafone Firma roku 2017 a Česká spořitelna Živnostník roku 2017. Má za cíl upozornit na zbytečné a často nesmyslné administrativní povinnosti a nařízení, které úřady ukládají podnikatelům. Absurdita roku však není jen populární anketou, ale současně účinným nástrojem ke snižování administrativní zátěže. Za dobu své existence přispěla k odstranění celé řady zbytečných zákonů a vyhlášek.

SEZNAM NOMINACÍ NA ABSURDITU ROKU 2017

■ Informační cedulky k EET do každé hospody a nejen tam

O povinnosti dát kupujícímu účtenku už asi každý v České republice ví a nikoho nepřekvapí. Co v restauraci nebo hotelu ale udiví, je – ano, dle litery zákona viditelně a čitelně umístěná – cedule, většinou cár papíru, s hezkým českým a do každé provozovny se hodícím textem: „Podle zákona o evidenci tržeb je prodávající povinen vystavit kupujícímu účtenku. Zároveň je povinen zaevidovat přijatou tržbu u správce daně online; v případě technického výpadku pak nejpozději do 48 hodin.“ Proč je tím živnostník nucen obtěžovat své zákazníky? Protože je to v zákoně! Místa pro jídelní lístek nebo denní nabídku je přeci jinde dost. Ale pozor – nezapomenout informovat (ne o nabídce, ale o EET). Úřednické kontroly chodí, pokuty hrozí.

Zákon č. 112/2016 Sb., o evidenci tržeb, § 25 odst. 1) a 2)

■ Papírové kolký v digitálním věku. Přežijí 21. století?

Název „kolek“ pochází od primitivních dřevěných razítek, jejichž otiskem na podání se kdysi potvrzovalo zaplacení poplatku. První papírové kolký se u nás vydávaly už v dobách habsburského mocnářství. K nelibosti živnostníků jsou hitem i v dnešní době elektronického bankovníctví, datových schránek a eGovernmentu. V případě, že je třeba kvůli podání dokumentu na úřadu zaplatit správní poplatek, část úřadů stále při některých úkonech neumožňuje zaplatit jej elektronicky. Dochází tak k situaci, kdy podnikatel nejprve pošle dokument elektronicky datovou schránkou, a poté musí hotově koupit kolkovou známku a tu doručit ve fyzické podobě úřadu. Je to na dobré vůli úřadů, na podnikatele zase zůstala pozice rukojmího. Změny se jen tak nedočkáme. S úplným nahrazením kolků se počítá při přechodu na euro!

Vyhláška č. 383/2010 Sb., o kolkových známkách, dle § 163 odst. 4 zákona č. 280/2009 Sb., daňový řád.

■ Nerovný přístup při prokazování finanční způsobilosti dopravců

Pouze u jedné z bezpočtu živností existuje povinnost každoročně dodat na příslušný odbor krajského úřadu dokument prokazující finanční způsobilost. Dopravce je povinen prokázat kapitál a rezervy ve výši nejméně 243 189 Kč pro jedno vozidlo a 135 105 Kč pro každé další vozidlo. V případě, kdy podnikatel trvá na finanční způsobilosti neprokáže, podává dopravní úřad návrh živnostenskému úřadu na zrušení nebo změnu rozsahu živnostenského podnikání. Paradoxem je, že finanční způsobilost nelze prokázat z daňové evidence (kterou by si mohli úředníci ověřit sami), protože příslušné evropské nařízení tuto možnost neuvádí. Zase práce a náklady navíc.

Zákon č. 111/1994 Sb., o silniční dopravě, § 8

■ Exekuce na mzdy – když si stát neumí poradit sám, vezme si jako rukojmí zaměstnavatele

Představte si, že jako podnikatel zaměstnáváte člověka, který má exekuci. To při jeho výběru ani nemusíte vědět, ani se podle toho rozhodovat. Hned po jeho přijetí vám začne do datové schránky chodit lavina zpráv a informací o povinnostech. Exekutoři jsou totiž napojeni na registr zdravotních pojišťoven a jejich automatické počítačové systémy začnou chrlit datové zprávy s rozkazy, co všechno jste povinni udělat a dodržet. Zaměstnavatel musí ze zákona poskytnout součinnost a v případě, že tak neudělá, hrozí mu pokuta až do výše 50 000 Kč. Zákon přitom neřadí jasně, co všechno takové poskytnutí součinnosti zahrnuje a nejednoznačnost hraje do karet různým výkladům. Asi se někomu zdá, že má zaměstnavatel povinností ještě málo. Ale

má být pokutován za něco, co by si měl stát s konkrétním člověkem vyřídit sám?

Zákon č. 120/2001 Sb., exekuční řád, § 33
Zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád, § 128

■ Novou občanku si můžete vyřídit kdekoli, u řidičáků to ze záhadných důvodů stále nejde

Člověk by si řekl, že když o vydání občanského průkazu lze požádat u kteréhokoliv obecního úřadu obce s rozšířenou působností, stejně jako o živnostenské oprávnění u kteréhokoliv živnostenského úřadu, bude to možné i s řidičákem. Opak je pravdou. Výměnu řidičského oprávnění lze provést pouze na příslušném úřadě obce s rozšířenou působností podle místa trvalého bydliště řidiče. Absurdní situace se netýká pouze podnikatelů, řidičů z povolání, ale také všech občanů. Jde o exemplární příklad nepružnosti státní správy, jejímž hlavním posláním má být služba občanům. Mimochodem, že statisíce lidí ročně musí na řidičák přinést papírovou fotku, i když veřejná správa ji má v elektronické podobě na občanský průkaz, nad tím už rozum zůstává stát.

Zákon č. 361/2000 Sb., o silničním provozu, § 92

■ Zákruty stavebního zákona. Běh na dlouhou trať

Chtělo by se říci méně razítek a méně běhání po úřadech. Získání stavebního povolení totiž předchází 21 různých kroků, které trvají v průměru 247 dní. Podle průzkumů horší než v Rusku, Číně, Tádžikistánu nebo Papui-Nové Guinei. To jsou věci, které nepotěší domácí ani zahraniční investory. Firmy musí navštívit řadu různých institucí od městského úřadu přes místního dodavatele elektriny, dopravní úřad a požárníky až po katastr nemovitostí a další státní úřady. V realu to znamená třeba i téměř deset měsíců pro povolení stavby výrobní haly nebo přes pět let čekání a vyřizování pro bytový dům. Chce to změnu zákona. Stostránkové průvodce stavebním řízením, které jsou různé k dohledání, to asi nevyřeší. Možná se ve sněmovně schválenou novelou zablýsklo na lepší časy.

Zákon č. 183/2006 Sb., stavební zákon



TOBĚ SE TO PODNIKÁ, KDYŽ MÁŠ VE FIRMĚ ZAMĚSTNANCE. JÁ JSEM SÁM, A TAK NEMOHU PROPOUŠTĚT.

kresba: Miloš Krmáček

■ Nedostaneš proplacenou fakturu? Nezájem, DPH státu zaplať!

Neproplacená faktura za poskytnuté zboží či služby je černou mýrou snad všech dodavatelů. V takovém případě totiž přicházejí nejen o své zisky a náklady vynaložené na výrobu zboží nebo zajištění služby, ale zároveň musí odvést do státního rozpočtu DPH. Daň mohou sice žádat zpět, ale jen za určitých okolností. Podnikatelé musí daň z nezaplacených faktur platit hned. Žádný pardon kvůli tomu, že čekají na peníze od svých dlužníků, neexistuje. To nepotěší hlavně provozovatele služeb, stejně jako firmy a živnostníky v oboru stavebnictví nebo dopravy, kteří čekají na své peníze ze všech nejdéle.

Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, a směrnice 2006/112/ES, o společném systému daně z přidané hodnoty (tz)

Majitelé firem jsou dnes se svým životem spokojeni

Osm z deseti českých podnikatelů menších firem s obratem do 50 milionů korun je se svým životem spokojeno. Z průzkumu pro ČSOB nicméně vyplývá, že podnikatelé málo spí a nemají čas na aktivní pohyb. Průměrný věk majitelů těchto firem se pohybuje kolem 48 let a na rozdíl od jiných segmentů se mohou pyšnit vysokou platební morálkou. I proto jim banka vychází vstříc zvýhodněným ČSOB Rychlým úvěrem na podnikání.

„Lidé, kteří jsou s firmami většinou majetkové a vlastnický spojení, mají obrovskou zodpovědnost, a to jak za své firmy, tak za vlastní zaměstnance. Často přitom zapominají sami na sebe – berou si málo dovolené, dostatečně neodpočívají apod.“ říká Petr Manda, výkonný ředitel pro firemní bankovníctví ČSOB. S odpovědností těchto podnikatelů podle něj souvisí i další zjištění z průzkumu, podle něhož řada podnikatelů velmi promyšlí lhůty splatnosti tak, aby je zcela naplňovali nebo platili dokonce dříve.

„Je pravda, že u některých menších společností přináší předčasné splacení faktur i zvláštní benefit v podobě slev za dřívější zaplacení, které se pohybují mezi dvěma až třemi procenty. Často ale majitelé a jednatelé menších firem v tomto chování vidí způsob, jak budovat korektní vztahy na trhu a stejně chování vyžadují i od svých odběratelů,“ dodává Petr Manda.

Více svobody a nezávislosti

Mezi majiteli a jednatelem malých a středních firem v daném segmentu jasně převládají muži

nad ženami (žen-podnikatelek je jen čtvrtina). Přestože čeští podnikatelé tráví v práci velké množství času, stále si ještě váží volna, které jim poskytuje víkend.

Většina respondentů průzkumu uvedla, že se víkend v práci snaží trávit zcela výjimečně či nárazově, když je potřeba. Volný čas se snaží investovat do rodiny, kde však opět vzrůstá procento žen-podnikatelek vůči mužům.

Podle průzkumu si šéfové menších a středních firem váží především svobody a nezávislosti. Zároveň ale tráví odpočinkem jen hodinu denně, na dovolené jsou dva, maximálně tři týdny v roce. Co se týče zdraví, tak nejčastěji trpí bolestmi zad, nadváhou nebo vysokým krevním tlakem.

Rychlý úvěr na velké plány

ČSOB vychází podnikatelům, kteří si chtějí plnit své sny a zachovat si svobodu a nezávislost, vstříc jednorázovou akcí v podobě ČSOB Rychlého úvěru na podnikání. Úvěr lze získat bez překážek, bez zbytečného papírování a za zvýhodněných podmínek. „S ČSOB Rychlým

úvěrem na podnikání se sazbou sníženou až o 3 % mohou mladí, ale i zkušení podnikatelé své plány a nápady jednoduše zrealizovat,“ říká Petr Manda z ČSOB. Nabídka zvýhodněného úvěru pro menší podnikatele platí do 30. června. „Jde o jednoduchý a rychlý úvěr na financování investičních potřeb až do výše 1,5 milionu korun na dobu až pěti let,“ doplňuje Petr Manda. Při čerpání ČSOB Rychlého úvěru do 300 000 korun navíc banka nepožaduje jakékoli zajištění. K samotnému úvěru v jakékoli výši je potřeba jen minimum dokumentů a podnikatel nemusí dokladat jeho účel.

Kampaň s dětmi podnikatelů

Banka nabídku Rychlého úvěru na podnikání podpoří online kampaní s novým videospotem na internetu a v rozhlasovém spotu. Děti podnikatelů v něm říkají, co by vylepšily na podnikání svých rodičů. Chce tím podnikatele povzbudit a inspirovat je.

Vizuály kampaně se na jaře objeví také na venkovních reklamních plochách, letáčích a plakátech. „Tímto výhodným produktem chceme oslovit jak stávající, tak nové klienty, kteří u nás ještě firemní úvěr nemají. Chceme ukázat, že půjčka nemusí jen zavazovat, ale také osvobozovat. A to zvláště v době, kdy se podnikání daří, a zvláště u podnikatelů, kteří jsou odpovědní a mají skvělou platební morálku,“ uzavírá Petr Manda. (tz)

NAŠE KAVÁRNA

J. Maier v představenstvu ČMSS

Novým členem představenstva Českomoravské stavební spořitelny se na začátku května stal Jochen Maier. Je nástupcem Manfreda Kollera, který po 15 letech strávených v ČMSS odejde do penze.

HR ředitelem Conectart J. Malina

V nově vzniklé pozici má Jiří Malina za úkol zastřešovat kompletní HR business agendu s hlavním zaměřením na náborové a rozvojové projekty.

M. Singer v dozorčí radě MONETA Money Bank

Na valné hromadě MONETA Money Bank, a.s., rozhodli akcionáři o doplnění dozorčí rady společnosti o nové členy. Těmi se stali Miroslav Singer a Marie Luisa Cicognani.

DámeJídlo.cz má nového obchodního ředitele.

Petr Indra bude v DámeJídlo.cz zastávat pozici Director of Sales & Partner Success a jeho hlavním úkolem bude zefektivňování spolupráce s restauracemi.

Provozním ředitelem Zaslát.cz M. Slunečko

Zaslát.cz, největší tuzemská internetová právnická služba, uvedla Miroslava Slunečka pozici provozního ředitele. Jeho úkolem bude posilovat a rozvíjet vztahy se zákazníky.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

ERGO pomáhá policistům a hasičům

Vzájemná pomoc je jednou z nejdůležitějších lidských vlastností. Nadace policistů a hasičů – vzájemná pomoc v tísni existuje již 15 let. Pomáhá zlepšit životní podmínky dětí policistů a hasičů, kteří zemřeli při výkonu služby a těžce tělesně postiženým bývalým policistům a hasičům zraněným v souvislosti s výkonem služby, které přibrala do své péče od roku 2005. ERGO pojišťovna společně s její dceřinou společností ERGO Pro, nadací pravidelně podporují. Věnovaly jí i v letošním roce finanční dar a to ve výši 58 214 korun. V současné době nadace poskytuje podporu 36 pozůstalým rodinám, ve kterých žije 59 dětí a 43 invalidům. Nepřispívá však jen materiálně, pomáhá také v řešení těžkých životních situací a při výchově dětí „nadační rodiny“. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

FoodCzech ohlídá původ masa

Nová mobilní aplikace FoodCzech díky informacím od výrobců a státní správy ohlídá nejen původ potravin, především masa, ale rovněž datum jejich spotřeby. Cílem je přinést větší transparentnost při prodeji potravin, zajistit jejich vyšší kvalitu a také podpořit české chovatele. Statistiky týkající se spotřeby a produkce hovězího a vepřového masa v České republice hovoří jasně. V posledních letech již v produkci vepřového nejsme soběstační. U hovězího se naopak setkáváme s opačným trendem, kdy se více než polovina masa vyprodukováného u nás vyvážá a zároveň se přibližně polovina spotřebovaného hovězího masa dovážá.

FoodCzech je informační systém, jehož základem je sběr informací od všech, kteří se na výrobě potravin podílejí – ať už jde o farmáře, řezníka, velký masokombinát, či obchod, kde se výsledný produkt prodává. Tyto informace jsou zároveň ověřovány v informačních systémech státní správy, např. na portálu ministerstva zemědělství eAGRI nebo v systému Státní veterinární správy. Je tak vyloučeno, že dojde k jejich zkreslování nebo falšování. Veškeré údaje o potravinách jsou pak přes aplikaci okamžitě přístupné každému zákazníkovi, stačí vlastním mobilním telefonem naskenovat QR kód na obalu zboží. Mobilní aplikace FoodCzech je zatím dostupná pro operační systém Android a můžete ji jednoduše stáhnout přes Google Play. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.

www.albatrosmedia.cz

O komunikaci

Kolektiv autorů

Pokud byste o efektivní komunikaci neměli číst nic jiného, stojí za to přečíst si těchto deset příspěvků z Harvard Business Review. Světoví experti na problematiku komunikace dávají rady, jak co neefektivněji komunikovat v nejrozmanitějších situacích a jak se zachovat, aby komunikace proběhla za všech okolností ku prospěchu zúčastněných stran.

Ego je váš nepřítel

Ryan Holiday

Autor ve své zatím nejlepší knize rozebírá ego, které je nepřítelem všeho, co opravdu chceme dokázat. Snaží se pomoci potlačit ego dřív, než nás zlozvyky z něj plynoucí svedou na scesti, a ukazuje, jak různá úroveň přebujlosti ega ovlivňuje úspěch člověka a jeho schopnost prosadit se.

Kultura Kaizen

Jon Miller, Mike Wroblewski, Jaime Villafuerte

Tato kniha vysvětluje, jak vytvořit adaptivní, profesně excelentní a udržitelnou organizaci pomocí využití klíčových hodnot kaizen. Prověřené metody významně zvýší vaše šance uspět při zavádění kaizen kultury. Díky knize pochopíte, co je vlastně kaizen kultura, jak ji dlouhodobě udržovat a jak ji proměnit v konkurenční výhodu.

Myšlenkový graf

Tony Buzan, Jennifer Goddard, Jorge Castaneda

Myšlenkový graf vychází z veleúspěšných myšlenkových map, které ideálně doplňuje a navazuje na ně. Myšlenkové mapy pomáhají dnes už milionům lidí na celém světě a myšlenkový graf odvádí potenciál tohoto konceptu k dokonalosti.

Nastartujte mozek za 60 sekund

Michelle Schoffro-Cook

Jak ochránit a povzbudit náš nejdůležitější orgán? Kniha, kterou držíte v rukou, přináší program, který vám umožní připravit vašemu mozku co nejpříznivější prostředí a – což je naprosto úžasné – musíte pro to obětovat pouhou minutu denně.

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

Využijte sílu autohypnózy a autosugesce

Jan Becker

Zbavte se svých zlozvyků a závislostí, zvyšte si sebedůvěru, zlepšete vztahy s okolím, zvyšte své sportovní i studijní výsledky! Stačí k tomu jediné – ovládnout umění autohypnózy a autosugesce, díky kterému dokážete přeprogramovat své vnitřní nastavení a převzmete kontrolu nad svým životem.

Jak z dobré firmy udělat skvělou

Jim Collins

Jedinečná kniha, které se ve světě prodalo přes tři miliony výtisků, ukazuje, čím se odlišují firmy, které se z průměrných vyhouply mezi nejlepší. Dozvíte se, proč některá společnost nabrala skvělý výkon, zatímco jiná zůstala jen dobrá. Výsledky vás překvapí a osvětlí každou oblast manažerské strategie a praxe.

Jak vybudovat trvale úspěšnou firmu

Jim Collins, Jerry I. Porras

Autor bestselleru Jak z dobré firmy udělat skvělou (Good to Great) ve své další knize odhaluje, co odlišuje trvale úspěšné firmy od těch ostatních. Kniha nabitá stovkami příkladů nabízí praktické koncepty, které mohou aplikovat manažeři a podnikatelé na všech úrovních.

Rodinné firmy na rozcestí

Judy Martel

Jak úspěšně předat rodinné bohatství další generaci? Jak zachovat lidský a intelektuální kapitál rodiny? Co se stane, když zakladatel rodinného bohatství odmítne předat vedení nové generaci a nechce se vzdát kontroly? Podle Judy Martelové odstranit komunikační bariéry, které vedou ke konfliktům a k destruktivnímu chování? Jak mohou rodiče co nejlépe zaopatřit následující generaci, aniž by potlačili iniciativu a nezávislost svých dětí? Jak se mohou rodiny vyhnout stinným stránkám bohatství? Podle Judy Martelové tím, že se čelem postaví k dilematům, která jsou spojena s penězi. Autorka čerpá ze zkušeností skutečných rodin a předních odborníků v oboru a nabízí lidem rozsáhlé poradenství při řešení obtížných problémů, s nimiž se potýkají.

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

Kohezní politika Evropské unie

Petr Zahradník

Ve světě, kde obchod, investice a další formy ekonomických vztahů jsou uskutečňovány v globálním měřítku, existuje stále silnější konkurence mezi jednotlivými teritorii a jejich ekonomickými aktivitami. Cílem kohezní politiky je zmenšit rozdíly mezi členskými zeměmi a jednotlivými regiony v EU, a podnitit tak harmonický vývoj unie. Jejím smyslem je umožnit všem regionům získat plný prospěch z příležitostí, které nabízí jednotný vnitřní trh, a současně přispívat ke stabilitě prostředí Hospodářské a měnové unie. Publikace je určena široké odborné veřejnosti, ekonomům, právníkům, politikům, pracovníkům státních institucí, studentům, ale také pracovníkům škol, vědeckých institucí atd., kteří zde mohou nalézt zajímavé praktické informace.

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 přiznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)
Kontakt: U Kanálky 1, 120 00 Praha 2, tel.: 224 918 293; 224 922 420; 224 922 688; 224 917 584; 223 016 650; 223 016 651, fax z jakéhokoli uvedeného čísla mojmir@fiskus.cz 602 217 061 karel@fiskus.cz 603 423 097
www.fiskus.cz

Čtvrtina Čechů by kvůli své kariéře jednala podle průzkumu EY neeticky

Úspěchy, jichž se v poslední době podařilo v regionu EMEA (zahrnujícím Evropu, Blízký východ, Indii a Afriku) dosáhnout v boji proti podvodům a korupci, jsou v zásadě jen sporadické. Potvrzuje to nejnovější průzkum, který EY provádí v tomto regionu každé dva roky. Letos se ho zúčastnilo 4100 respondentů z 41 zemí, včetně České republiky. Celá polovina z nich (51 %) stále vnímá korupci ve své zemi jako rozšířený problém.

Vedení a zaměstnanci v kritických chvílích často nedělají správná, etická rozhodnutí. Někdy je to z vlastního prospěchářství a snahy o kariérní růst. A jeden z pěti českých respondentů by nabídl úplatek za zakázku, která by firmě pomohla přežít. Celá čtvrtina Čechů by jednala neeticky také kvůli své kariéře. Že je etická laťka v ČR velmi nízká, dokládá reakce respondentů na neetické chování zaměstnavatele – pouze 15 % Čechů by odešlo z firmy, která by se chovala neeticky.

Co zmůže stát proti korupci? Podle Čechů se to rozhodně nevyřeší zákony a novými pravidly. Jen 12 % v nich vidí pozitivní přínos. Podle 7 z 10 českých respondentů je zapotřebí stíhat vedení korumpujících společností, což podle nich odradí další potenciální pachatele.

Průzkum EY totiž ukázal, že vrcholový management nejde v prosazování etického chování vůbec příkladem: mezi zástupci vedení, kteří se zúčastnili průzkumu, se tři čtvrtiny (77 %) domnívají, že nějaká forma neetického jednání je ospravedlnitelná, pokud pomůže jejich společnosti přežít. A třetina je dokonce ochotná na-

bídnout úplatek, aby si jejich společnost udržela nebo aby získala zakázku.

Průzkum EY identifikoval jako rizikovou skupinu i generaci Y (tj. mladí lidé ve věku 25 až 34 let), která tvořila 32 % všech účastníků průzkumu. Její postoj k neetickému chování je bohužel benevolentnější než u ostatních věkových kategorií. „Generace Y je ke korupci náchylnější, než se čekalo. Nesmíme zapomenout, že z generace Y rostou budoucí lídři společností. Pokud se teď nenastaví vysoký etický standard a nebude se vymáhat na všech úrovních ve společnosti, neetické jednání bude stále častější,“ řekl Tomáš Kafka, partner oddělení investigativních služeb a řešení sporů společnosti EY v České republice.

Tři čtvrtiny z nich v průzkumu uvedly, že takové jednání je ospravedlnitelné, pokud společnosti pomůže přežít. Pro srovnání – v generaci X má stejný názor 49 % respondentů. Zhruba 68 % zástupců generace Y se domnívá, že management by použil neetické praktiky, aby jejich společnosti pomohl přežít, a čtvrtina by neváhala nabídnout úplatek, aby získala novou zakázku nebo si udržela stávající. Tato věková kategorie vykazuje i větší nedůvěru ke spolupracovníkům. Polovina (49 %) si myslí, že jejich kolegové jsou ochotni jednat neeticky, pokud jim to pomůže v lepší kariéře. Mezi ostatními účastníky průzkumu je tento podíl 36 %. Nedůvěra ve fair play ostatních může výrazně zvyšovat jejich ochotu porušovat pravidla.

Zvednout laťku etiky se vrcholovému vedení nedaří

Podvodům a korupci se v regionu střední a jihovýchodní Evropy daří – nejhůře jsou na tom



foto Pixabay

Ukrajina, Kypr, Řecko, Slovensko a Chorvatsko. Korupci považuje za rozšířený jev celkově 51 % respondentů; na Ukrajině je to 88 %, na Kypru 82 %, v Řecku a na Slovensku 81 %, v Maďarsku 78 %, v České republice 63 % a v Polsku 38 %. V Maďarsku, Chorvatsku, Slovensku a Polsku není podle respondentů pro oznamovatele podvodů bezpečno. Maďaři se obávají o svoji bezpečnost nejvíce (69 %, Chorvatsko 67 %, Slovensko 55 %, Polsko 50 %, ČR 34 %).

„Dvě třetiny (64 %) respondentů v regionu střední a východní Evropy považují korupci za velký problém,“ upozornila Magdalena Souček, vedoucí partnerka EY v ČR a v části regionu střední a jihovýchodní Evropy. „A ještě znepokojivější je, že nejvyšší vedení se nesnaží tyto problémy řešit. Společnosti by měly vytvářet takovou podnikovou kulturu, ve které bude v zájmu zaměstnance se zachovat vždy správně. Tady mohou sehrát velkou roli komunikace vedení a školicí programy, které lidem pomohou pochopit důsledky podvodů a korupce a dodají jim odvalu na ně upozornit.“

Pouze pětina českých respondentů potvrdila, že vedení jejich společnosti často zdůrazňuje význam dodržování etických standardů. V tom patříme k nejhorším zemím v průzkumu.

Kybernetické útoky představují stále větší riziko

Při stále rychlejším vývoji informačních technologií a jejich zasahování do všech oblastí podnikání a života se stává stále patrnějším, že ač nám na jedné straně přináší mnoho výhod, zjednodušení či zefektivnění, jsou na druhé straně stále větším nebezpečím.

„Povědomost o plánech reakce na kybernetické útoky vlastní společnosti je mezi našimi respondenty stále velice nízká, a to zhruba pouze u čtvrtiny dotazovaných,“ komentoval stav Daniel Bican, partner oddělení investigativních služeb a řešení sporů společnosti EY pro střední Evropu. „Paradoxně téměř polovina dotazovaných ale volá po nutnosti takový plán ochrany před kyberútoky mít.“ Taktéž povědomí o možných typech zneužití IT, a to především interních, nedosahuje zdaleka výše, kterou by závažnost tématu vyžadovala.

Nedaří se pěstovat firemní kulturu motivující zaměstnance, aby neetické jednání ohlásili

I když telefonní linka pro whistleblowery je dnes považována za důležitou součást firemních protikorupčních programů, o tom, že

v jejich společnosti je taková linka zřízena, ví pouze 10 % českých respondentů. A šest z deseti českých respondentů by informovalo přímo nějaký externí subjekt, například orgán činný v trestním řízení nebo novináře. Na 24 % z nich by se obrátilo na novináře, což nás řadí v tomto ohledu mezi země s největší důvěrou v média. S problémem týkajícím se neetického jednání se v podniku setkalo 56 % českých účastníků průzkumu. Na polovinu z nich byl vyvíjen nátlak, aby své podezření nehlásili. Více než polovina se tomuto nátlaku podvolila a věc neohlásila.

„Jak se zdá, společnosti většinou v zavádění účinných mechanismů, které umožňují upozornit na nekalé praktiky, mnoho nepokročily,“ řekl Tomáš Kafka. „Zaměstnanci buď nevědí, jaké nástroje v takové situaci použít, nebo – a to je ještě znepokojivější – je na ně činěn nátlak, aby tyto informace nehlásili, což svědčí o tom, že vedení tuto problematiku nevládá řešit. Společnosti musí kromě investice do nástrojů pro whistleblowing systematicky informovat zaměstnance, jak mají v těchto případech postupovat, a ujistit je, že jim bezpečnost poskytne patřičnou ochranu a uznání.“

Jak proaktivně chránit společnost, když whistleblowing nefunguje? Monitorováním dat

Průzkumu odhalil, že existuje určité napětí mezi využíváním technologií a monitorováním soukromých dat zaměstnanců. Na jedné straně 84 % českých respondentů průzkumu uvedlo, že by jejich společnost měla monitorovat zdroje informací o zaměstnancích, např. elektronickou poštu, instant messaging, sociální síť nebo finanční situaci. Současně si ale většina českých respondentů myslí, že monitoring těchto nástrojů by narušoval jejich soukromí. Rutinní sběr a analýzy dat týkajících se elektronické pošty, telefonních hovorů, záznamů z bezpečnostních systémů nebo z veřejných rejstříků více podporují například respondenti z Indie (87 %) nebo Afriky (80 %), naproti tomu účastníci průzkumu ze západní (42 %) a východní Evropy (49 %) mají rezervovanější přístup.

„Neetické chování zaměstnanců představuje pro každou firmu reálné riziko, které se bez sledování a analyzování dat z nejrůznějších zdrojů obtížně odhaluje,“ upozornil Daniel Bican. „Možností, jak zjistit, kdo by pro společnost mohl představovat zvýšené riziko, je zaměřit se na vzorce chování a na používání neautorizovaných externích paměťových zařízení.“ (tz)

KORUPCE JE V NAŠEM STÁTĚ V PODNIKATELSKÉ SFÉŘE ROZŠÍŘENÝM JEVEM

pořadí 2017	stát	% 2017	% 2015	pořadí L4L*	Pořadí 2015
1	Ukrajina	88	80	1	7
2	Kypr	82	N/A	N/A	N/A
3	Řecko	81	69	2	12
4	Slovensko	81	78	3	8
5	Chorvatsko	79	92	4	1
6	Keňa	79	90	5	2
7	Jihoafrická republika	79	78	6	9
8	Maďarsko	78	73	7	10
9	Indie	78	80	8	6
10	Egypt	75	64	9	15
11	Slovensko	74	87	10	3
12	Nigérie	73	72	11	11
13	Itálie	71	67	12	14
14	Bulharsko	68	N/A	N/A	N/A
15	Turecko	67	63	13	16
16	Rusko	66	60	14	18
17	Španělsko	64	69	15	13
18	Česká republika	63	61	16	17
19	Portugalsko	60	82	17	5
20	Srbsko	57	84	18	4
21	Jordánsko	53	N/A	N/A	N/A
22	Lotyšsko	51	55	19	19
23	Irsko	47	50	20	20
24	Litva	47	45	21	21
25	Německo	43	26	22	30
26	Saúdská Arábie	43	44	23	22
27	Polsko	38	43	24	23
28	Belgie	36	34	25	27
29	Rakousko	32	42	26	24
30	Estonsko	32	21	27	33
31	Rumunsko	31	39	28	25
32	Francie	28	29	29	28
33	Spojené arabské emiráty	27	24	30	31
34	Velká Británie	25	27	31	29
35	Nizozemsko	23	13	32	34
36	Omán	19	36	33	26
37	Švédsko	18	10	34	37
38	Švýcarsko	18	12	35	35
39	Finsko	16	11	36	36
40	Norsko	10	21	37	32
41	Dánsko	6	4	38	38

Tabulka uvádí procentuální podíl souhlasných reakcí na tvrzení v záhlaví.

* Průměr za všechny respondenty: 2017 51 %, 2017 L4L, 2015 51 % (L4L = Like for Like – země, které se zúčastnily průzkumu v roce 2015 i 2017).

Zdroj: Mezinárodní průzkum EY o podvodech a korupci 2017 Lidský instinkt, nebo strojová logika – Na co se spoléhat v boji proti podvodům a korupci?