

Pro muže v nejlepších letech, s nejlepšími úmysly, nejlepšími nápady a nejlepšími výsledky

Filip Král  
Mieczyslaw Molenda  
Josef Peřina  
Věra Krumphanzlová  
Zdeněk Juračka  
Tomáš Kozák

**Muž, který ví, co chce**

*fresh*  
**TIME**®  
PROSPERITA

**Zásadní výhodou je flexibilita, kterou klienti velmi oceňují; mohou měnit výši pojistného, případně si peníze v průběhu pojištění vybírat, nebo dokonce platby po dohodě s pojišťovnou přerušit. Za zmínku stojí i další výhodná vlastnost životního pojištění: pojistné plnění si pojištěný může nechat vyplatit jednorázově nebo může požádat o výplatu pravidelného důchodu, přičemž si z obou variant může vybrat až do konce pojistné doby.**



**Mgr. Filip Král**

ředitel Úseku pojištění osob  
Kooperativa pojišťovna, a.s.  
Vienna Insurance Group

rozhovor o novém produktu pro bezstarostné stáří, který vám spolehlivě zhodnotí peníze  
str. 2, 3



# Určitě pro důstojné a veselejší stáří

**Slovo stáří a důchod mají takový zvláštní nádech. Málokdo je bere s humorem, odvahou či optimizmem. Málokdo si u nás chce totiž připustit, že podmínky života se prudce mění a že podíl odpovědnosti za sebe samého roste. Dnešní populace má nastavena jiná ekonomická pravidla, než platila před 20 lety. Nezbyvá, než se s tím smířit a starat se. Na druhé straně – proč ne?**

Pomoci k tomu mohou finanční a pojistné produkty, trh jich nabízí dost. Jejich využití je však třeba v souvislosti s dalšími okolnostmi a možnostmi jednotlivce důkladně zvážit a kombinovat. Kooperativa pojišťovna, a.s., nabídla na začátku roku novinku nazvanou Penze s garancí.

Myslím, že tento druh životní pojistky vyřešil jedno zásadní – odpovídal totiž na otázku, co vlastně běžný občan potřebuje. Tedy: něco, co je jasné, srozumitelné a čemu se dá věřit. Dostal přesvědčivý argument o tom, proč je dobré myslet na zadní kolečka a jak to udělat. S občanským průkazem může přijít a podepsat. A o své peníze se nemusí bát. Hovořila jsem o tom s Mgr. Filipem Králem, ředitelem Úseku pojištění osob:

*Spoření na důchod – velké téma. Prozíráví již spoří, mladí utrácejí peníze za jiné radosti než cestu do pojišťovny. Mnozí jsou také naštvaní na celou důchodovou reformu a zpuštěně odmítají jakékoli nabídky. Jak vidí naléhavost problému Kooperativa?*

Situaci okolo důchodové reformy i vývoj jednotlivých produktů zajištění na stáří dlouhodobě sledujeme. V každém případě považujeme za pozitivní, že se o tomto problému začalo ve společnosti mluvit. Zjistili jsme však, že lidé se v proble-



Mgr. Filip Král

matice velmi špatně orientují a mají o jednotlivých variantách velmi nedostačující informace. Velmi často spoléhají na stát nebo řešení svého zajištění na stáří stále odkládají. Abychom se přesněji dozvěděli, co lidé od zajištění na stáří očekávají, zpracovali jsme si exkluzivní průzkum mezi pojišťovacími poradci, kteří úspěšně prodávají životní pojištění a současně jsou oprávněni prodávat i produkty II. důchodového pilíře.

*Doslova před pár dny jste představili produkt, který by se mohl radě lidí líbit – Penze s garancí. Žádný druhý pilíř, ale životní pojištění, k němuž může mladší i starší člověk získat důvěru. V čem spočívá?*

Naše Penze s garancí nabízí garantované zhodnocení vložených prostředků – minimálně ve výši technické úrokové míry 2,4 % p.a. K tomu ještě připisujeme podíl na zisku. V posledních 4 letech tak získali naši klienti každoroční výnos kolem 4 %. Zásadní výhodou je flexibilita, kterou klienti velmi oceňují; mohou měnit výši pojistného, případně si peníze v průběhu pojištění vybírat, nebo dokonce platby po dohodě s pojišťovnou přerušit. Za zmínku stojí i další výhodná vlastnost životního pojištění: pojistné plnění si pojištěný může nechat vyplatit jednorázově nebo může požádat o výplatu pravidelného důchodu, přičemž si z obou variant může vybrat až do konce pojistné doby.

*Proč bych si měla takové pojištění – spoření uzavřít? Co mi dá, čím mne potěší?*

Oslovili jsme téměř 700 našich nejúspěšnějších prodejců životního pojištění, abychom zjistili, co jejich klienti od spoření na důchod očekávají. Nejvíce respondentů (85 %) uvedlo garanci návratnosti a zhodnocení vkladů. Na druhém místě v žebříčku důležitosti zazněla nezávislost na politické situaci (78 %), třetí místo obsadila flexibilita (75 %), tedy mj. možnost jednorázové výplaty na konci spoření, možnost vybírat část nasporených prostředků v průběhu spoření nebo možnost úpravy výše platby. Přesně podle těchto očekávání jsme připravili produkt Penze s garancí.

*Lákavě zní pro moderního člověka skutečnost, že Penze s garancí nabízí možnost investovat do 10 tržních fondů. Podle čeho si může klient fondy zvolit? Může výběr fondů nějak ovlivnit? O jaké fondy jde?*

Pro investování si může klient zvolit z široké nabídky investičních fondů nebo garantovaný fond, u kterého je závazek pojišťovny zvýšit hodnotu podílové jednotky o 2,4 % ročně. Pokud si klient zvolí garantovaný fond a nikdy ho nezmění, poskytneme mu výplatu konkrétní částky při dožití stanoveného věku (klient pak ale nesmí například vybrat část účtu předčasně atp.).

Záleží tedy jen na klientovi, jaké fondy si zvolí, zda bude investovat raději konzervativně, nebo si vybere některý z našich akciových fondů, kde ovšem také nese vyšší riziko ztráty.

*Domnívám se správně, že se jedná spíše o konzervativní produkt, jehož největší výhodou je právě ona garance úroku alespoň 2,4 %? Plus případně procenta z výnosu investovaných prostředků? Peníze jsou jisté, žádná divoká burza a kouzla s akciemi, lákadlo dynamického růstu podbarvené úměrným rizikem...*

Máte pravdu, Penze s garancí přináší zejména předem definovanou jistotu zhodnocené penze. Klient sjednáním smlou-

vy získá garanci, že jeho zůstatek na účtu se převede na měsíční penzi tak, že klientovi vyplatí v drtivé většině případů více peněz, než jaký měl zůstatek na účtu. Např. v případě, že bude mít střadatel na účtu před zahájením výplaty penze přesně 1 000 000 Kč a požádá nás o výplatu penze na 30 let, budeme mu vyplácet nejméně 3689 Kč měsíčně. Celkově mu tedy garantujeme výplatu částky 1 328 040 Kč, což představuje garanci na zhodnocení 2,1% p.a. ročně. Tato garance je dána technickou úrokovou mírou ve výši 2,4 %, kterou poskytujeme jak na spořicí dobu, tak i na výplatní fázi.

### V jakém věku je nejvhodnější takovou pojistku uzavřít?

Samozřejmě čím dříve, tím lépe. Výhodou Penze s Garancí je to, že klient může částku upravit podle svých možností. Začne spořit například v 25 letech a měsíčně bude ukládat 500 Kč. Pokud se bude zvyšovat jeho příjem, může poté navýšit i měsíční úložku.

### Mohu vložit i jednorázově například 100 000 Kč? Je výše jednorázového vkladu omezena?

Ano, Penze s garancí je otevřená i pro jednorázové vklady.

### Zkusme modelový příklad. Muž, rok narození 1978, hrubý příjem 25 000 Kč měsíčně.

Důchodový věk 67 let a 2 měsíce – počátek výplaty penze.

	Pouze I. Pilíř*	Účastník II. pilíře*	Klient s Penzí s garancí**
Měsíční platba navíc	0 Kč	500 Kč	500 Kč
Celkové náklady navíc	0 Kč	288 902 Kč	192 000 Kč
Jednorázová výplata	---	Nelze	Min. 238 505 Kč
pilíř I.	12 372 Kč	11 033 Kč	12 372 Kč
pilíř II.	0 Kč	2 558 Kč	0 Kč
Kooperativa	0 Kč	0 Kč	1 206 Kč
Celková měsíční penze	12 372 Kč	13 591 Kč	13 578 Kč
Očekávané zhodnocení	---	4,5 %	4,5 %
Délka výplaty penze	Doživotně	Doživotně	20 let výplaty
Návratnost vložených prostředků v letech	---	Za 19 let a 7 měsíců	Za 13 let a 3 měsíců
Celková výplata penze	(neznámá) Končí úmrtím	(neznámá) Končí úmrtím	Min. 289 440 Kč Končí uplynutím doby

\* zdroj: <http://duchodovakalkulacka.mpsv.cz/www/>

\*\* zdroj: <http://www.penzesgaranci.cz>

Příklady vycházejí z veřejných informací, které lze dohledat na internetu. U Kooperativy není platba nijak vázána na příjem, rozhodnutí, kolik si chce klient spořit, je jen na něm. V případě účastníka druhého pilíře je platba daná zákonem, který stanovuje 3 % + 2 % z hrubé mzdy a data pocházejí z oficiálního modelu zveřejněného Ministerstvem práce a sociálních věcí ČR.

### Kdo může po mně naspořené prostředky zdědit, pokud se radosti ze života nedožiji tak, jak bych ráda?

Pro případ, že se klient nedožije celé stanovené výplaty, je penze doplacena přesně podle stanovené doby obmyšleným osobám, které si sám zvolí. V případě, že by došlo k úmrtí v průběhu doby „spoření“, je celá hodnota účtu vyplacena rovněž osobám, které zvolil klient.

### Platí ženy stejně jako muži?

Ano, platby u Penze s garancí se podle pohlaví nerozlišují.



### A jak je vlastně pojistka konstruovaná? Jde-li o spořicí produkt, pak je pojištění na životní rizika v menšině... Jsou nějaká pravidla, podle nichž se mohou rozhodovat?

Je to přesně tak. Penze s garancí je postavena na základě univerzálního životního pojištění s důchodovými prvky. Klient si stanoví věk, kdy mu má být zahájena výplata penze, bez ohledu na to, kdy mu vzniká nárok na starobní důchod. Sjedná si pravidelnou platbu pojistného, kterou může kdykoliv v průběhu pojistné doby zvýšit či snížit. Stejně tak může zaplatit mimořádnou platbu, nebo naopak část hodnoty účtu vybrat předčasně. O způsobu čerpání z pojištění opět rozhoduje klient, může zvolit jednorázovou výplatu nebo měsíční penzi. V případě penze je to opět klient, který stanovuje počet let výplaty penze. Penze tedy není doživotní, ale po stanovenou dobu klientem, přičemž může zvolit výplatu např. do 100 let svého věku.

### Také jste na [www.penzesgaranci.cz](http://www.penzesgaranci.cz) připravili lákavou soutěž – skutečně bude odměna pro výherce tak velká, jak uvádíte? Renta 600 000 Kč?

Ano, výherce naší soutěže opravdu získá rentu ve výši 600 tisíc Kč.

ptala se Eva Brixl



# ODLIŠTE SE OD KONKURENCE

webové stránky na klíč

loga a vizuální identita

aplikace pro chytré telefony či tablety

firemní brožury a produktové katalogy

design dalších grafických materiálů

internetový marketing



**DESIGN4NET**



# Podnikatelská mise se stala osudovou

**Mieczyslaw Molenda, současný spolumajitel společnosti Gascontrol, původně nepředpokládal, že bude podnikat. Když v česko-dánské společnosti, v níž dříve pracoval, došlo ke zrušení kovovýroby s následným propouštěním lidí, založil v roce 1992 se svými kolegy společnost Gascontrol, z níž se po letech stala úspěšná firma v oboru výroby a dodávek technologií pro plynárenství, strojírenství a stavebnictví zastřešující dnes třicetku dalších firem a subjektů s více než tisícem zaměstnanců.**

V rámci konsorcia Gascontrol Group se pod vedením tohoto vizionáře a manažera inspirovaného nezapomenutelným velikánem českého průmyslu Tomášem Baťou rozvíjí vědecko-výzkumná základna zaměřená na inovace v oblasti výroby, montáže a servisu plynárenských, energetických a vodárenských zařízení a další zkvalitňování služeb poskytovaných drobným spotřebitelům, firmám, distributorům i obcím a městům. Společnost Gascontrol se v posledních letech podílí také na rozšiřování sítě plnicích stanic CNG po celé České republice dodávkami špičkových technologií i kompletních „plničků“ na klíč v roli aktivního propagátora masovějšího využívání této alternativy klasických paliv v dopravě. Obchodní aktivity Gascontrolu se již dávno rozšířily na trhy našich severních a východních sousedů i do dalších východoevropských zemí. Výzkumnému centru pro energii a plasty, jež v rámci Gascontrol



**V diskuzi, jak jinak...**

Group zhruba před třemi lety vzniklo, se ve spolupráci s řadou vysokých škol a výzkumných center doma i v Evropě podařilo docílit řady významných úspěchů, ať již v podobě nových PE materiálů nacházejících využití v energetice, automobilovém a leteckém průmyslu, nebo zajímavých inovací plynárenských a jiných zařízení, technologií či postupů. Zkrátka, je asi dobře, že se původně neplánovaná podnikatelská mise stala Mieczyslawu Molendovi osudovou.

Vzmemme-li v úvahu všechna vítězná tažení Gascontrolu v řadě oborů doma i za hranicemi, nelze se divit aktivitě nejbližších spolupracovníků podpořených i zaměstnanci ve snaze přimět Mieczyslawu Molendu, aby byl přihlášen do soutěže Podnikatel roku 2012 České republiky a Moravskoslezského kraje, organizované společností Ernst & Young. Nezávislá porota rozhodla počátkem února o jeho vítězství a Mieczyslaw Molenda si cenu převzal na zastupitelství Moravskoslezského



**Mieczyslaw Molenda, ředitel společnosti Gascontrol, vítěz soutěže Podnikatel roku 2012 Moravskoslezského kraje**

kraje z rukou hejtmana Miroslava Nováka. Tím se stal šéf havířovské společnosti Gascontrol také jedním z finalistů celostátního kola soutěže Podnikatel roku 2012. A protože první vyřčenou větou Mieczysława Molendy při přebírání vítězné ceny bylo připomenutí, že bez svých spolupracovníků by to nikdy nedokázal, lze jednoduše odvodit, že tomuto podnikateli a visionáři v jedné osobě nechybí ani skromnost. Ostatně je to právě tato vlastnost, která, kombinovaná bezděčně s pokorou a cílevědomostí či nenapodobitelnou pílí, motivuje i jeho tým. Jmenované atributy se staly firemní kulturou a náleží k image celé skupiny. V pojetí Mieczysława Molendy to však neznamená plané odpouštění prohřešků, opomíjení chyb, jež se staly a bez nichž by se asi těžko dalo podnikat. Je osobností nesmlouvavou, i když chápající, protože sám ví, že pochopit znamená často posun v myšlení, pronikání ke kořenu věci, je to i cesta k následnému správnému řešení.

Titul Podnikatel roku nepřišel náhodou – ty prý neexistují – je vyústěním jeho vizí a strategií, které se stále košatí.

**Jiří Novotný**

**GC**  
GASCONTROL



**Finalisté soutěže Podnikatel roku 2012 Moravskoslezského kraje**

# Možná by to zvládla dobrá kresba

To bylo tak – když nám malířka a ilustrátorka Věra Krumphanzlová odpovídala na anketní otázku do prvního čísla Fresh Time, na téma jak si představuje imponujícího muže, podpořila svá slova kresbičkou. Když jsme to s kolegy uviděli, nejen že jsme radostně zaječeli: To je ono!!!, ale jednohlasně jsme posléze vykřikli: Jéžíš, to je přece Václav! Maje na mysli externího spolupracovníka naší redakce. Proč stylizace ideálního chlapa vyústila málem v portrét našeho kolegy, to věru (Věru) netuším.

Ovšem: netrvalo dlouho a s paní Věrou jsme začali chystat rozhovor na téma kresba, ilustrace a firemní kultura. V ten den se shodou všech okolností náš kolega Václav probíral svým archívem, kde objevil dva obrázky, kresby-originály, světe drž se, od paní Věry. Pejsek a kočička s věnováním václavovými dětem Aničce a Tomáškoví. Málem zapomenuté poklady, které se jednou budou dražit za hromadu peněz, z dávné akce umělců pro pražské děti. No řekněte sami – existují náhody? Určitě ne. Proto má slovo akademická malířka Věra Krumphanzlová:

*Jste známá ilustrátorka a malířka, podepsala jste se na grafické tváři několika časopisů, ilustrovala hodně knížek pro děti, učebnice, byla jste u řady aktivit, které povznesly význam kresby a ilustrace v české kultuře. Nemáte pocit, že kresba jako svébytná forma umění využívaná hojně v praktickém životě ustoupila v posledních 20 letech do pozadí, na rozdíl například od fotografie?*

Kresba je skutečně v menší- ně oproti fotografii – v časopisech, knižní produkci i nakonec v komerční sféře. Jsme ve věku digitalizace a tam patří logicky především fotografie, video, film. Kresba/ilustrace je pracná, trvá podstatně delší čas než klik digitálním fotoaparátem. A bohužel nejen kresba/ilustrace by měla být chráněným druhem, tak samozřejmě i dobrá umělecká fotografie. Protože ne každý, kdo vlastní tu magickou krabičku, která zastaví okamžik navždy, je opravdu dobrý fotograf a umí vidět. Ale abych si nestýskala, dobrých ilustrátorů máme u nás ještě pořád dost a doba renezanace ilustrace určitě zas přijde.

*Asi nejen vám to je líto, že námi hodnotná kresba v roli užitého umění neprolíná tolik, jak by si zasloužila...*

Po roce 1989 k nám doslova razantně vtrhly americké kreslené seriály a všichni jich byli lační. Kresby, velmi často nepovedené, zaplavily všechny časopisy, hlavně, bohužel, i ty pro děti. V té době ještě dobře fungoval Klub ilu-

strátorů při Unii výtvarných umělců. A v té době, teď z odstupem času a naprosto úsměvně, jsme chtěli stávkovat proti nastupujícímu kýči, v čele té myšlenky stál tehdy Radek Pilař... moc se nám to nepovedlo.

*Domnívám se, že noviny, časopisy, webové stránky, tištěné propagační materiály firem si o kresbu přímo říkají, ale chybí impuls k rozhýbání trhu.*

Nevím, jaký by to měl být impuls, ale je fakt, že webové stránky jsou studené a velmi často jsou si podobné, totéž reklamy, časopisy – není tam opravdu nějaký provokativní nápad a možná, že by to zrovna mohla zvládnout dobrá kresba.

*Není to v tom, že „grafikem“ je dnes doslova každý, pokud se naučí pracovat s příslušným programem v počítači? Aniž respektuje určitá pravidla hry, principy, zkušenosti odborníků? Na druhé straně úspěch často dnes vzniká z toho, že jdu schválně proti proudu a dělám věci jinak...*

A jsme zas na začátku, digitalizujeme, necháme se vést schématy, nemáme čas, nemyslíme samostatně, máme přeci na to program...

Dříve se dělala grafická úprava pomocí cicerometru, grafik znal pojmy, co je co a jak je velký např. nonparel, a uměl spočítat do písmenka celý text, aby byl zajímavě vysázený a měl i správné typografické náležitosti, jako rozpálení písma, kompozici strán-

**...business nikdy dobře neskončí, pokud to není zábava, hra a jiná cesta než jen myslet na to, co nám to, hlavně hodně rychle, vynes.**



akademická malířka Věra Krumphanzlová





ky... no a toto nyní dělá počítač. A od počítače nemůžeme chtít, aby ho zajímalo, zda budou v textu díry... Jsme prostě naprogramováni, nikomu to nevadí, zvykli jsme si. A tak je to i s ilustrací.

**Také přetrvává názor, že kresba je drahá, předražena, a že autoři jsou příliš svébytní a tvrdohlaví. Co vy na to?**

Nevím, s tím nemám zkušenosti, naopak honoráře za ilustrace jsou někdy i pod hodnotou špatné fotografie i lidskou obchodní důstojnost, bohužel. Svěbytnost a tvrdohlavost je ale velmi kladná vlastnost, a to hlavně v umění. Ale pokud je to myšleno tak, že jsou autoři neústupní a že se s nimi nedá spolupracovat, pak je to spíš vina nakladatele, zadavatele, že si neuměl vybrat. Vždy jde o dialog, tak jako v jiných vztazích, jinak to nemůže nikdy dobře fungovat.

**Na druhé straně získat konkurenční výhodu tím, že mám vkusné, vtipné propagační letáky, inzeráty, kalendáře, záložky nebo faktury – to přece firmám musí stát za to.**

Některé už na to přicházejí, nedávno jsem dělala kreslené vizitky, faktury a dopisnice jedné nejménovaně firmě.

**S čím vším může grafik, malíř, ilustrátor firmě pomoci?**

Svým osobitým pohledem, nápadem, výtvarným projevem, právě tou svébytností a tvrdohlavostí v dialogu.

**Proč volí většina společností konzervativní a nejlevnější postupy?**

Myslím, že z lenosti podívat se za svůj plot.

**Firma však může své jméno okořenit i jinak – vztahem k umění. Vyzdobit interiéry sídla obrazy současníka – výtvarníka, vždyť umění patří hlavně do života, nejen do galerií, muzeí, na hrady a zámky. Ale také do ordinací, kanceláří, nebála bych se ani hal továren, předváděcích center...**

Ano, mnohé firmy již na to vsadily, nakupují do svých sbírek dobré umění.

Mohu jmenovat například PRE, která ode mne nedávno zakoupila dva obrazy, společnost Bohemia Sekt, která mi uspořádala luxusní výstavu ve svém sídle...

V současné době vystavuji rozměrnější obrazy ve firmě BMW v Brně a v Corsu 2 v Praze. Výstavy jsou velkorysé, a hlavně jsou prezentovány galerií, která mne odpovídajícím způsobem zastupuje s pronájem obrazů na určitou dobu. Čili je to pro mne jistý finanční přínos za to, že svými pracemi zdobím luxusní prostory. Samozřejmě obrazy jsou i prodejně a mne vždy potěší, když najdou seriózního kupce.

**Otázku jsem položila záměrně: jste akademickou malířkou, hojně vystavujete, podílíte se průběžně na zajímavých projektech, před lety jste pomáhala rozhybat Chodovskou tvrz v Praze. Vaše obrazy nejsou neznámé, ba naopak.**

Na Chodovskou tvrz v Praze jsem přišla v době, kdy nikoho nezajímala a nikdo v jejích krásných prostorách neměl zájem ani vystavovat. Zastavil se tam čas a lenošilo se tam. Začala jsem vymýšlet projekty, shánět peníze na úpravu parku, závěsné zařízení, opravy... Oslovila jsem kamarády, aby tam vystavovali, založila jsem prodejní galerii, zaangažovala jsem odborné kustodky, na výstavy tam lidé stáli fronty, park dodnes zdobí sousoší...



Velmi mne bavily nemnohé další projekty týkající se dětí, knižní kultury, školství.

Teď chci hlavně malovat, neodbytně mne líbají Múzy a já skoro nestačím jejich polibky realizovat.

**Budete oponovat, když si dovolím tvrdit, že business není jen o penězích, ale může to být i zábaava, hra, jiná cesta než jen tabulky, grafy, závěrky?**

Ne to nebudu, protože business nikdy dobře neskončí, pokud to není zábava, hra a jiná cesta než jen myslet na to, co nám to, hlavně hodně rychle, vynese. Myslím, že vše, co děláme, máme dělat naplno s tím vědomím, že to chceme opravdu dělat, a dokonce nás to bude i bavit. Jinak marníme čas, tabulky, grafy a závěrky nám ho nevyvážadí, on totiž čas strašně rychle plyne.

**Kdy a kde si budeme moci vaše obrazy zase prohlédnout?**

Nyní se připravuji na dvě letošní velké samostatné výstavy. V květnu ve Vrtbovské zahradě v Praze a v září v Městské galerii v Týně nad Vltavou. Potěší mne, pokud budete mít chvíličku a vypravíte se tam.

**otázky připravila Eva Brixí**

**foto Věry Krumphanzlové Václav Michálek – fotoatelier Kostelec**

**ilustrace jsou ukázky z prací Věry Krumphanzlové**



# Zloděj je v bytě za pět minut

Společnost Jablotron, přední expert na zabezpečovací systémy, provedla unikátní reprezentativní průzkum mezi českými vězni odsouzenými za vloupání a krádeže. Zjišťovala, jaké zabezpečení je podle nich nejlepší, co je přiláká do domácnosti a jakých chyb se lidé dopouštějí nejčastěji. Na 82 % pachatelů vloupání říká: „Průměrně zabezpečený byt otevřou do pěti minut.“ A Češi jim to ještě ulehčují, přes 80 % z oslovených vězňů se do objektu dostalo otevřeným nebo špatně zajištěným oknem.

Výzkum se uskutečnil na konci roku 2012 s cílem dozvědět se zkušenosti pachatelů vloupání a zjistit nejnovější trendy při pácháání této trestné činnosti. Obecně nejčastější chybou, kterou podle pachatelů lidé dělají, je nedostatečné zabezpečení oken. Právě ta celé tři čtvrtiny oslovených považují za nejsnazší cestu do objektů. Druhým nejjednodušším vstupem je údajně sklep. Naopak vchodové dveře jsou pro pachatele prý celkem oříšek a mezi vyložené snadné propustky do objektů podle nich nepatří ani střecha.

## Kudy se zlodějům nejsnáze vniká do objektu?

**Okna (84 %)**  
**Sklep (74 %)**  
**Garáž (73 %)**

„Neustále se snažíme vylepšovat výrobky a služby tak, abychom zamezili škodám na majetku našich zákazníků. Jsme výrobcem alarmů a také provozovatelem největšího bezpečnostního centra v Česku, a proto nás velmi zajímá pohled těch, proti kterým své produkty vlastně vyvíjíme,“ uvádí Dalibor Dědek, majitel Jablotronu.

Z průzkumu vyplývá, že z běžných zabezpečovacích systémů jsou pro zloděje největší překážkou alarmy (70 %), bezpečnostní dveře typu NEXT (69 %) a bezpečnostní skla (63 %). Více než polovinu pachatelů by k odchodu přimělo i označení „Objekt je napojen na pult centrální ochrany“ a stejný počet uvádí, že by si vloupání rozmysleli kvůli hlídacím psům.

Zhruba 80 % respondentů naopak uvedlo, že sousedé ve vedlejší domě pro ně nepředstavují žádnou překážku a 2/3 pokračují v krádeži i přes houkající alarm.

**Čeho se zloději nebojí?**  
**Sousedů ve vedlejší domě (80 %)**  
**Venkovních žaluzií (75 %)**  
**Fólií na oknech (71 %)**

Kdy je pro zloděje vhodná doba pro lup? Celých 54 % dotazovaných uvedlo, že do rodinného domu je lepší přijít v noci. Naopak u panelového domu je podle 79 % respondentů vhodnější den. Významným zjištěním je, že přes 42 % zlodějí preferuje pro vloupání situaci, kdy v objektu lidé spí.

A na základě čeho si pachatelé objekt pro vloupání vytipují? Nejčastěji jsou to podle průzkumu Jablotronu „doporučení“ od někoho známého. Přilákají je ale samozřejmě také signály delší nepřítomnosti, plná poštovní schránka nebo to, že se v domě dlouhodobě nevětrá a nesvíti. Rozumné také není ani vystavování cenných věcí či chlubení se jimi například na Facebooku. Sociální sítě dnes totiž při přípravě vloupání využívá zhruba desetina zlodějí.

**Způsob tipování objektů:**  
**Tipy od známých**  
**Plná poštovní schránka**  
**Sledování zvyklostí obyvatel domu/bytu**

Za rok 2012 Policie ČR eviduje více než 55 tisíc případů krádeže vloupáním, a to v celkové škodě takřka dvou miliard korun. Oslovení vězni se sice většinou shodují, že díky dnešním pokročilým zabezpečovacím systémům je proniknout do objektů stále těžší, avšak i z těchto dat vyplývá, že v ochraně majetku mají Češi pořád rezervy.

Jablotron byl založen v roce 1990 a je zaměřen zejména na vývoj, výrobu a prodej zabezpečovací a signalizační elektroniky a poskytování bezpečnostních služeb. Produkty jsou prodávány do více než 80 zemí všech světadílů. Holding v roce 2011 zaměstnával celkem 469 pracovníků a dosáhl obrátu přesahujícího 1,4 miliardy Kč. V roce 2012 se společnost umístila na prvním místě v anketě CZECH TOP 100 v kategorii Elektrotechnika, elektronika a optika, stala se také Nejobdivovanější firmou Libereckého kraje. Holding Jablotron tvoří: výrobce zabezpečovací techniky JABLOTRON ALARMS a.s.; výrobce komunikační techniky JABLOCOM s.r.o.; poskytovatel služeb bezpečnostního centra JABLOTRON SECURITY a.s.; výrobce elektronických systémů JABLOPCB s.r.o.; poskytovatel podpory pro monitorovací centra JABLONET s.r.o.; distributor zabezpečovací techniky na Slovensku JABLOTRON SLOVAKIA s.r.o.

(tz)

## Pozor na okna, krade se ve dne v noci

Unikátní průzkum mezi českými vězni odsouzenými za vloupání a krádeže, který uskutečnila společnost Jablotron, doplnil Ivan Pavlíček, ředitel firmy NEXT a odborník na komplexní zabezpečení domů a bytů, o vlastní poznatky a zkušenosti.

Z průzkumu vyplynulo, že zlodějí otevřou průměrně zabezpečený byt do pěti minut. Škody na majetku v důsledku vloupání do domů a bytů pak policie vyčíslila za loňský rok na 473 milionů korun. „Proražení běžných dveří s dřevotřískovou deskou a papírovým jádrem je dílem okamžiku. Oplechování problém vůbec neřeší, ba spíše naopak. Obyčejné panty lze zase snadno vypáčit, vylomit nebo vysadit. To samé se týká i zámků nebo vložky, která ovládá dveře a je nejčastějším místem napadení. Vložky nižších kategorií odolají „školenému“ pachateli jen pár sekund. Naproti tomu bezpečnostní dveře jsou pro 69 % oslovených vězňů nepřekonatelný oříšek,“ vysvětlil Ivan Pavlíček.

### Vloupání za přítomnosti obyvatel

Kdy je pro zloděje vhodná doba pro lup? Celých 52 % dotazovaných uvedlo, že do rodinného domu je lepší přijít v noci. Naopak u panelového domu je podle 74 % respondentů vhodnější den. Významným zjištěním je, že přes 40 % zlodějí preferuje pro vloupání situaci, kdy spí v obydlí lidé. „Zlodějí jsou zkrátka stále drzejší. Krádeže za přítomnosti obyvatel domů a bytů jsou novým fenoménem. Velká část domácností je navíc vykrádána opakovaně. První vloupání je často jen průzkumem terénu a během pár týdnů či měsíců následu-



je další. Většinou vám pak ukradnou všechny nově pořízené věci. Zlodějí však nemusí jít vždycky o velké cennosti. Spokojí se klidně i se třemi stovkami, které najdou u vás v šuplíku a použijí je k uspokojení nejzákladnějších potřeb,“ potvrdil Ivan Pavlíček zjištění Jablotronu.

### Nejsnadnější místo průniku je nezabezpečené okno

Obecně nejčastější chybou, kterou podle pachatelů lidé dělají, je nedostatečné zabezpečení oken. Právě toto místo považuje 84 % oslovených lupičů za nejsnazší cestu do domácnosti. „Nepodceňujte okna a balkony bez ohledu na to, ve kterém patře se váš byt nachází. I společný balkon, který sdílíte s nezabezpečeným sousedem, je rizikový. Jestliže chcete snížit nebezpečí vloupání, nemusíte nutně vyměňovat stávající okna za bezpečnostní prosklení, což by bylo poměrně nákladné. Prosklené plochy můžete ošetřit dodatečnou instalací bezpečnostní fólie. Toto cenově dostupné řešení vás vyjde na pár stovek za metr čtvereční. Pořízujte si však pouze certifikované fólie, které mají potřebné vlastnosti, ty ostatní nemusí být pro zloděje dostatečnou překážkou,“ upozornil Ivan Pavlíček.

(tz)



# Požárů se firmy bojí stále více

Více než 500 odborníků Allianz na podnikatelské pojištění z 28 zemí světa analyzovalo již podruhé největší podnikatelská rizika, která ohrožují firmy v jejich zemích. Tentokrát se nezaměřili pouze na velké společnosti, ale i na menší a střední firmy. Proto se i loňské a letošní výsledky jejich zkoumání mírně liší. Zatímco z loňské studie vyplynulo, že velké firmy se nejvíce obávají ekonomických rizik, přerušení činnosti a přírodních pohrom, pro menší a střední firmy jsou v roce 2013 hrozbou kromě živelních kalamit a přerušení činnosti také požáry. Podniky naopak podceňují rizika výpadků elektřiny a počítačové kriminality.

Allianz Global Corporate & Speciality (AGCS), kompetenční centrum pro firemní a průmyslové pojištění Allianz tentokrát shromáždilo názory od 529 odborníků a sestavilo Rizikový barometr napříč regiony i nejrůznějšími odvětvími podnikatelské činnosti. První z těchto rizik spojuje společnosti po celém světě – zásah vyšší moci, tedy přírodní katastrofy, které jdou většinou ruku v ruce s přerušením podnikatelské činnosti. V top trojici rizik je ještě požár a výbuch. Na dalších místech jsou pak obchodní rizika – výkyvy kapitálových trhů, zásahy regulačních orgánů, měnová rizika... Velké podniky se pak obávají vad a snížení kvality výrobků i ztráty dobré pověsti, zatímco středně velké podniky jsou nejvíce znepokojeny nedostatkem finančních zdrojů a také stárnutím odborných zaměstnanců a nedostatkem nových, talentovaných nástupců. Odborníci z Allianz se shodli na tom, že přerušení podnikání a dodavatelského řetězce je největším podnikatelským rizikem (ve svých odpovědích to uvedlo 46 procent z nich). Globální dodavatelské řetězce jsou tlačeny ke snižování nákladů, a mnoha firmám tak chybějí alternativní dodavatelé. Pokud například z důvodu přírodní katastrofy některý z článků řetězce „vypadne“, může způsobit dominový efekt v rámci celého odvětví třeba i na druhém konci světa.

Také ztráty způsobené přírodními katastrofami jsou na vzestupu – toto riziko uvedlo 44 % odborníků. Ačkoli rok 2012 byl relativně mírný na živelné pohromy – s výjimkou hurikánu Sandy, není důvod k optimismu. Pojistné nároky způsobené přírodními katastrofami za posledních 30 let vzrostly 15krát. „Evropa může i nadále očekávat častější extrémní výkyvy počasí, regionální silné deště, záplavy, bouřkovou činnost a vichřice...“ uvedl Markus Stowasser, meteorolog Allianz Re.

Tradiční a velmi staré riziko, kvůli němuž vlastně v historii vznikaly první pojišťovny – požár – bylo jmenováno jako třetí nejdůležitější. Požáry jsou relativně vzácné, ale když už se stanou, způsobují obrovské škody. Statistika AGCS hovoří sama za sebe: ze sedmi velkých průmyslových škod v roce 2012, při nichž ztráty přesáhly 10 milionů eur, bylo šest způsobeno požárem. Nejvíce se tohoto rizika obávají odvětví zpracovatelského průmyslu.

## Jak to vidí čeští podnikatelé

Také pro české podnikatele je požár právem hrozbou. „Počty těchto událostí i objem škod se v poslední době nezanedbatelně zvýšily. Je možné vysledovat vliv nízkých investic do obnovy

technologií a často i omezené prostředky na údržbu, které tuzemské firmy při neustálém tlaku na snižování nákladů mají k dispozici,“ rekapituloval příčiny současného stavu ředitel úseku průmyslového pojištění Allianz Václav Bohdanecký.

Představitelé zahraničních firem jsou například zvyklí spolupracovat s risk manažery pojišťoven, protože vědí, že jejich zjištění pomohou odhalit případná riziková místa a navržená řešení pak snížit potenciální škody, nebo jim zcela zamezit. „I naši risk manažeři poskytují klientům zdarma rizikovou analýzu, která se firmám vyplatí, dokonce dvakrát. Kromě toho, že jimi doporučená opatření pomohou zamezit vzniku škod a následných komplikací, sníží také jejich náklady na pojištění,“ dodal Václav Bohdanecký.

## Počítačová kriminalita není jediným rizikem IT

Ze studie dále vyplývá, že společnosti jsou obecně špatně připraveny na IT poruchy a výpadky elektrického proudu. Přitom právě IT selhání, ať už vlastním zavěněním, tedy lidskou chybou, nebo počítačovou kriminalitou, může znamenat v současném velmi digitalizovaném hospodářství vysoké ekonomické ztráty. Odborníci v této souvislosti upozorňují na to, že podnikatelé berou některá rizika opravdu velmi zodpovědně, ale naopak některá zcela podceňují. Pouze 6 % dotázaných si myslí, že jejich klienti si jsou výpadků proudu a počítačového selhání dostatečně vědomi. Střední podniky mají ještě další starosti – jsou to hlavně otázky financování, protože mají omezenější přístup k bankovním úvěrům a kapitálovým trhům. V těchto firmách považují odborníci za problém také podvody a korupci.

Zavedené německé firmy pak mají významné obavy ze ztráty kvality svých výrobků. Razítko „Made in Germany“ pro ně zůstává důležitou známkou kvality například v takových odvětvích, jakými jsou automobilový průmysl nebo strojírenství. S tím úzce souvisí následný strach ze ztráty dobrého jména, což také patří mezi 10 nejvýznamnějších podnikatelských rizik. „Proto je kvalitní pojištění odpovědnosti s dostatečnou pojistnou částkou zásadní nutností každého českého dodavatele jak do německého automobilového průmyslu, tak i ostatních podnikatelských odvětví,“ uzavřel Václav Bohdanecký z Allianz pojišťovny.

(tz)



# Myší past – pro exportéra jistá slast

Za tři miliony korun vyvezlo v roce 2011 KOVO DRUŽSTVO Olomouc myší a jiné pasti a úspěch pokračoval i v roce loňském. Neobvyklá výroba zde má osmdesátiletou tradici. Řeknete si – pastičky na myši, na tom přece svět nestojí! Jenže, jak kdy. Mnozí z nás by jistě dokázali vyprávět, vzpomínat i hrozit pěstí. I když jsou různé metody, jak na myši, krysy, krtky, ne do každého prostředí se hodí všechny. Pasti mají tedy stále jednoznačnou konkurenční výhodu.



Ing. Josef Peřina

A tak – jsem ráda, že na našich stránkách nečtete jen o daňových rájích, neobvyklých nápadech, analýzách trhu, nových autech či chutných vínech. Ale naopak, že své místo na slunci i ve vaší pozornosti může mít příběh myších pastí v podání Ing. Josefa Peřiny, předsedy KOVO DRUŽSTVA Olomouc:

*Myší pasti – pamatuji se, když to bylo ještě nedostatkové zboží...*

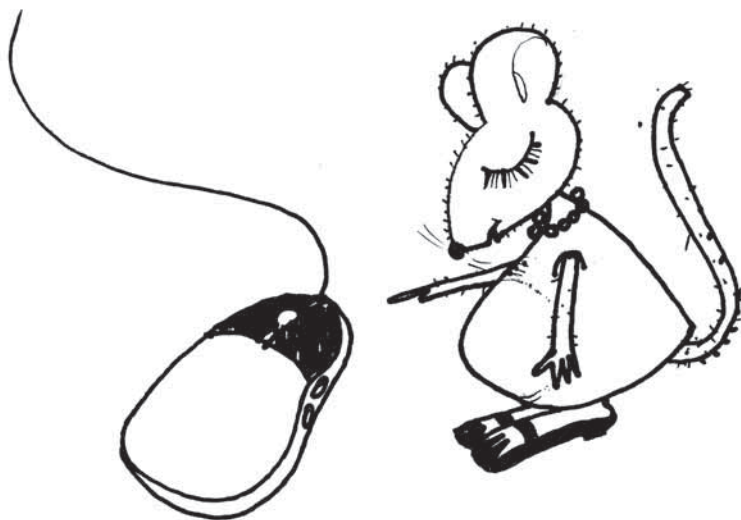
Jako malé děcko jsem na statku prarodičů myší pasti raději obcházel, protože byly trochu ušmudlané a někdy se stopami krve po myši,

prostě jsem je nemusel. Když jsem v roce 1978 začal pracovat v autoopravárenství družstva, zjistil jsem, že součástí výrobního programu této firmy jsou pasti na myši a jinou škodnou, což bylo do jisté míry netušené. Ale ještě větší překvapení bylo to, že tento sortiment, tehdy tržního zboží, je nedostatkový, a navíc že by byl o ně zájem i na západě Evropy, a dokonce v Americe.

*Napověděl jste, že nevyrobíte jen pasti na myši, ale také na krysy, potkany, krtky. Jaká je historie, co vás vedlo k tomu, aby to byl stěžejní sortiment?*

Po několika letech jsem výrobu družstva dostal na starost a musel jsem obsáhnout i výrobu pastí, do které se mi chtělo nejméně – jednak proto, že moji někteří kamarádi se mi smáli, že jsem pasťar, a potom jak jsem uvedl, takovou havěť ne-

**Nechci pasti přirovnávat ke geniálnímu výrobku, faktem ale je, že jejich jednoduchost se těžko překonává, ať co se týká výroby, nákladnosti a v neposlední řadě i cen na trhu.**



musím. Přes můj odpor jsem ale rychle zjistil, že tato část sortimentu je docela zajímavá. A že se pasti vyrábějí nejen dřevěné na myši a krysy, ale že můžeme začít i s produkcí dalších. A tak jsme se snažili rozšířit program o pasti kovové nejprve na krysy a následně na myši a v různých povrchových úpravách – „zlaté“ a „stříbrné“. Nejdéle jsme se trápili s pastmi černými požadovanými v Africe, které se nakonec černí technologií jako hlavně zbraní. V té době výroba želez na škodnou nestačila k pokrytí poptávky, a proto Žďas Žďár nad Sázavou dostal za úkol převzít část této výroby. Protože nosným výrobním programem družstva byla kovovýroba, a občas jsme získali i nějaký úlovek (vzorek), ať ze západu, nebo jiných zemí, jako inspiraci, tak jsme si řekli,

že začneme s inovací – proto se začaly vyrábět i pasti na krtky.

že začneme s inovací – proto se začaly vyrábět i pasti na krtky.

*Umíte sám pasti natahovat? Jakou návnadu doporučujete více? Sýr, nebo špek?*

Samozřejmě jako zástupce výrobce pastí umím každou námi vyráběnou past nalíčit dostatečně jemně, a doslova tak, že doběhne-li udýchaná myš k pasti a vydechne, past spustí. Co se týká návnady, potom máme celou škálu různých návrhů, názorů a přímo rad, na co se který druh nejlépe, ne-li přímo zaručeně chytá (nejvíce se jich dozvíme na výstavách a veletrzích od návštěvníků). Jisté snad je to, že past na myš nalíčená u zdi nemusí mít ani návnadu a myš se většinou chytne.

*Když se na vesnici myši nebo krtci přemnoží, je to docela málér. A jsou různé metody, jak proti hlodavcům bojovat. Jakou roli hraje dnes mechanické odchyťávání právě prostřednictvím pastí? Je neekologičtější a nejlépejší?*

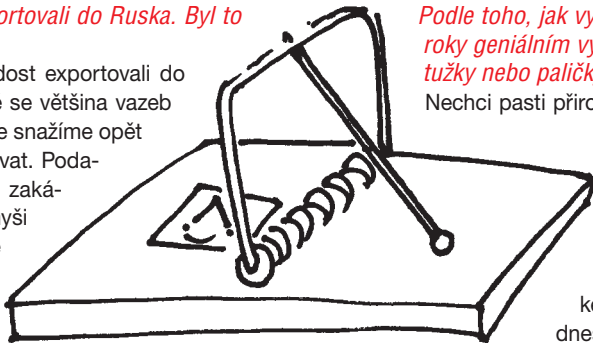
Přemnožené myši nám pomáhají likvidovat dravci, a dokonce sledujeme určité periody opakující se v několikaletých cyklech – po přemnožení myší se více množí i dravci a naopak. Boj s krysy je do jisté míry zábava a napětí kdo z koho – jsou velmi inteligentní. Krtka je člověku málem líto, ale špatně se to zdůvodňuje zahrádkáři na pěstěném trávníku. Naše pasti jsou bohužel likvidační, dnes díky materiálům a dalším vstupům i dražší (starší pamětníci znali past za 1 Kč), ale domníváme se, že i účelné.





*Loni i předloni jste výborně exportovali do Ruska. Byl to nebývalý úspěch. Co dál?*

V minulém režimu jsme docela dost exportovali do zemí Východního bloku, následně se většina vazeb přetrhala a již několik let nazpět se snažíme opět naše výrobky na tyto trhy umisťovat. Podarilo se nám několik významných zakázek převážně „zlatých“ pastí na myši a krysy, pastí na krtky i nějaké množství zahradního nářadí vyvézt, jak jste zmínila, do Ruska.



*Vaše myší pasti jdou ale na odbyt v celé Evropě, dokonce i v USA. Kdo pastičky kupuje? Lidé do domácností, nebo i firmy do skladů?*

Naše pasti kupují nejen zákazníci do domácností, a to hlavně na podzim, kdy se tato havěť stěhuje z polí, ale i firmy jako jsou obchodní řetězce apod., do jejichž prostor není vhodné použít jedy.

*Podle toho, jak vyprávíte, zdá se mi, že myší pasti jsou roky geniálním výrobkem. Stejně jako šanony, dřevěné tužky nebo paličky na maso. Čím to?*

Nechci pasti přirovnávat ke geniálnímu výrobku, faktem ale je, že jejich jednoduchost se těžko překonává, ať co se týká výroby, nákladnosti a v neposlední řadě i cen na trhu. Známe i tzv. myší kombajny, kde do pasti vlezle i několik, někdy i deset myší, a po nějaké době se seschlé vyndají, módní jsou dnes pasti na živého škůdce, ale pokud se několikrát denně nekontrolují, potom se dá mluvit o trýznění takto chycených zvířat (a následně jak se potom s nimi naloží?).

Takže myší past je, dejme tomu, chytré vymyšlená věc, která sloužila a slouží.

**ptala se Eva Brixl**

**autorkou kreseb je akademická malířka Věra Krumphanzlová**

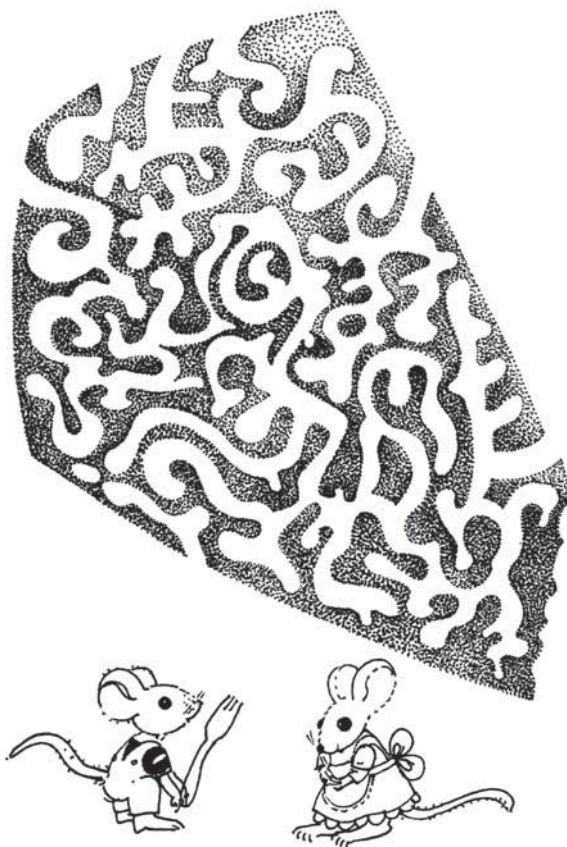
**Samozřejmě jako zástupce výrobce pastí umím každou námi vyráběnou past nalíčit dostatečně jemně, a doslova tak, že doběhne-li udýchaná myš k pasti a vydechne, past spustí.**

*Myš je takové zvláštní zvíře – děti milují pohádky, v nichž je hlavním hrdinou myš, myšák, myška, na druhé straně dospělí myši proklínají, ženy při pohledu na prchající šedé zvíře zvyšují hlas k nesnesitelnosti, zdravotníci by myš polní nejraději vymazali z dějin zeměkoule. Vaše družstvo však myším musí blahořečit... Vlastně vám dávají práci, pečují o zaměstnanost, rozvoj výrobního družstevnictví, konkurenceschopnost české ekonomiky...*

Neznám mnoho lidí, kteří by hlodavcům a škůdcům blahořečili, prostě bereme to tak, že jsou mezi námi, a protože více škodí (proto i jejich nové názvosloví podle tvůrců zákona je „škodlivé organizmy“), než přinášejí užitek, je třeba se tímto zabývat, a zrovna u nás to přináší práci lidem, a hlavně lidem zdravotně postiženým, kteří vždy na této výrobě našli své uplatnění.

*Vy se myší skutečně bojíte? Hloupá otázka, nevěřím vám: můžete je milovat...*

Odpověděl jsem již několikrát po pravdě – krysu jsem měl v ruce jen hadrovou, s myši se srovnám, krtka je mi líto, ale prostě nemám je rád, zvláště ne v domě.



## Světoví účetní podrobně hodnotili...

Podle průzkumu mezi 1994 finančními profesionály z celého světa globální podnikatelská důvěra v posledním čtvrtletí roku 2012 mírně klesla. Třiačtyřicet procent respondentů hlásilo nižší úroveň podnikatelské důvěry a pouze 19 procent respondentů uvedlo, že cítí vyšší důvěru. Avšak 30 procent respondentů se domnívá, že globální ekonomika směřuje k oživení (nárůst o jeden procentní bod), zatímco 65 procent (pokles o dva procentní body) si myslelo, že stagnuje nebo se zhoršuje.

Globální průzkum ekonomických podmínek, prováděný ACCA a kanadskou IMA (Institute of Management Accountants), je největší pravidelný ekonomický průzkum finančních manažerů po celém světě co do počtu respondentů i dat a rozsahu ekonomických proměnných, které sleduje.

Střední východ ztratil těsné vedení nad Afrikou co do ekonomické důvěry – může za to setrvalé zpomalení ve Spojených arabských emirátech, které trvá již tři čtvrtletí, a výrazně horší výsledky hlásí i Egypt. Podnikatelská důvěra v západní Evropě se v druhé půli roku 2012 slabě, ale setrvalě zvedala, přičemž důvěra se mírně zvýšila v Británii a na Kypru a lehce klesla v Irsku. Na regionální úrovni zažilo největší propad důvěry Švýcarsko.

Důvěra dále klesala v USA, kde se žádný region neubráníl skepsi. Největší propad zažil Jih a Středozápad – negativní trend je zde sledován již celý rok. Západu a Severovýchodu se na počátku roku 2012 dařilo lépe, ale pak zde přišel pokles stejně jako ve zbytku země. Pouze ve středoatlantických státech USA, kde byla důvěra už od počátku na nejvyšší úrovni, zažili v posledních třech měsících větší stabilitu.

Z analýzy podnikatelských podmínek v praxi plyne, že globální ekonomika učinila v posledních třech měsících jistý pokrok. Všeobecně respondenti v západní Evropě, Asii a Tichomoří a Africe poukazovali na zotavující se trhy práce, ačkoli jejich kolegové v Jižní

a Severní Americe, na Středním východě a obzvláště v jižní Asii již nebyli tak optimističtí. Vzato kolem a kolem index zaměstnanosti GECS stoupl jak v meziročním srovnání, tak ve srovnání mezi jednotlivými čtvrtletími.

Po roce stabilně rostoucích cen vstupů počet firem hlásících nárůst cen ostře poklesl na úroveň nižší než před rokem, s výjimkou regionů produkujících komodity, tedy například Afriky a Středního východu. Avšak ve třetím čtvrtletí roku 2012 se vrátily problémy s cashflow, pozdní platby a bankroty, a tento trend pokračoval i v následujícím čtvrtletí. Problémy s nedostatkem likvidity a úvěrů by podle ACCA a IMA mohly světovou ekonomiku uvrhnout do další globální recese.

I přes klesající důvěru se kapitálové výdaje ostře zvýšily na Středním východě a v západní Evropě a v regionu Asie-Tichomoří mírně rostly. Obzvláště povzbudivé bylo oživení v Hongkongu a ve Spojených arabských emirátech po šesti měsících velmi utlumených investic. Nejpozitivnější úspěch se dostal v Irsku, kde po celý rok rostly kapitálové výdaje, a to i přes agresivní program fiskální konsolidace. Už méně povzbudivý byl mírný pokles kapitálových výdajů v USA, kde ani ke konci roku nepřišel obrat, který by napravil propad kapitálových výdajů v předchozím čtvrtletí.

Od poloviny roku 2010 se očekávání a preference finančních profesionálů ohledně fiskální politiky významně změnily – dluhová krize se totiž táhla a významní hráči jako MMF a Evropská komise byli nuceni uznat, že dopad fiskální konsolidace na evropské ekonomiky byl horší, než se očekávalo. Ke konci třetího čtvrtletí 2012 respondenti v západní Evropě po svých vládách chtěli, aby již přestaly šetřit. Avšak po skrovném oživení v posledních třech měsících roku 2012 přišli znovu na chuť fiskální konsolidaci.

(tz)

# Drahá stáž v zahraničí a návrat do firmy...

**V 72 procentech globálních společností mají programy mezinárodní mobility pracovníků za úkol především podpořit obchodní cíle a strategii firmy. V posledních letech hraje stále častěji roli také snaha získat konkurenční výhodu v boji o talenty.**

Uspadnit odjezd zaměstnanců na zahraniční pracovní stáž mají vedle motivujících podmínek také benefity poskytované rodinným příslušníkům, jako jsou třeba víza či pomoc s kulturní integrací. Firmy si ale zároveň pečlivěji hlídají přímé i nepřímé náklady na zaměstnance. Stále opomíjenou oblastí pak zůstává péče o vyslané pracovníky po návratu do domovské země. Ta mnohdy nebývá dostatečná a ze 47 procent firem do jednoho roku po skončení zahraničního pobytu odejde až deset procent účastníků stáží. Údaje přinesl aktuální průzkum celosvětové sítě poradenských společností KPMG Global Assignment Policies and Practices 2012.

Téměř polovina společností vysílá své zaměstnance na zahraniční stáže již více než deset let, pětina dokonce přes 20 let. Navzdory nestabilním hospodářským podmínkám k rušení těchto programů nedochází.

„Společnosti potřebují být v silném konkurenčním prostředí maximálně flexibilní a efektivní, a proto mění i svůj přístup k mezinárodní mobilitě zaměstnanců. Za poslední dva roky například vzrostl počet alternativních typů stáží. Více se využívají programy, kdy zaměstnanci rotují na obdobnou pozici postupně do více zemí včetně návratu do domovské země. Případně zaměstnanec dojíždí do jedné nebo více zemí vyslání a pravidelně se vrací domů k rodině. Tyto alternativní programy jsou totiž méně finančně náročné. Tento trend je patrný i v České republice, kde je obecně menší ochota stěhovat se, třeba i krátkodobě, za prací,“ vysvětlila změny Jana Bartyzalová, Partner, Daňové poradenství, KPMG Česká republika.

## Rodina nejen na papíře

Nejvýraznější změnou v podmínkách programů mezinárodní mobility je rozšíření definice rodinného příslušníka i na nesezdané partnery. Zatímco v roce 1999, kdy KPMG provedla první ročník průzkumu, zahrnovaly plány mobility partnery jen ve 24 procentech firem, letos se s nimi setkáme u více než poloviny společností (55 procent). Akceptování partnerství jako formálního soužití se přitom netýká jen osob opačného pohlaví, rapidně narostla i tolerance u partnerů stejného pohlaví: ze 17 procent před 13 lety na letošních 49 procent. Tato tendence je nejvýraznější v Evropě a Asii, kde je do příprav stáží zahrnutých v 63, respektive 60 procentech.

„Rozšíření definice rodinného příslušníka odráží celospolečenskou změnu ve vnímání tradiční rodiny. A přesto, že může nastat problém v zemích, kde partnerství není uznáno jako právní svazek, pomůže tento krok zvýšit atraktivitu zaměstnavatele pro nové talenty. Zároveň nepochybně přispívá k udržení kvalitních zaměstnanců,“ domnívá se Jana Bartyzalová.

Mezi benefity, jež jsou standardně nabízené rodinným příslušníkům, patří zajištění víza, pracovního místa či vzdělávání pro děti. Navíc firmy stále častěji poskytují školení, která pomáhají překonat kulturní rozdíly. V roce 2011 je pro rodinu připravovalo jen 37 procent společností, letos jsou součástí plánů již u 56 procent.

## Náklady pod kontrolou

Se změnou definice rodinného příslušníka se benefity dosud vyhrazené jen manželům a manželkám rozšiřují na více osob, čímž firmám narůstají náklady. Toto navýšení společnosti kompenzují snížením ostatních výdajů na pobyt, například mnohem efektivněji přistupují ke správě daní z příjmů. Klíčovým faktorem je stále tzv. daňová ekvivalence (poskytuje ji 73 procent společností), díky níž zaměstnanec po

dobu svého vyslání do zahraničí platí na daních stejně, jako kdyby zůstal ve své domovské zemi. „V posledních letech se výrazně zpřísňují pravidla pro zdanění mimomzdových příjmů. Ukazuje se to třeba u firemních akciových plánů – mnohem více firem očekává, že si veškeré související daně zaměstnanci v zahraničí zaplatí sami. Tento trend se bude dále posilovat,“ uvedla Jana Bartyzalová.

Pod větší kontrolou jsou i daňové odvody z vedlejších příjmů – z 63 procent firem uplatňujících v roce 1999 princip laissez-fair klesl jejich počet na 29 procent v roce 2011. S limity se ve 28 procentech případů vyslaní zaměstnanci setkají, i pokud jde o příplatky na úhradu životních nákladů, a 13 procent je nemá hrazené vůbec. V neposlední řadě se omezení dotýkají také plateb školného dětem, letecké dopravy či pořízení auta. Kvůli efektivnějšímu využívání nákladů se firmy ve větší míře obracejí na externí dodavatele (ve 48 procentech). Kromě zapojení globálních zdrojů jim tato spolupráce pomáhá také programy lépe procesně nastavit.

## Šikovní přesto odcházejí

Na přípravu odjezdu zaměstnance do zahraničí vynaloží firmy nemalé úsilí, jeho návratu však již tak velkou pozornost nevěnují. Téměř polovina společností (43 procent) plánuje příjezd

vyslaného pracovníka s předstihem tří a méně měsíců, 13 procent jej opomíjí úplně.

„Opětovné zařazení zaměstnance do struktury domovské společnosti je velmi důležité a zároveň náročné. Během několika měsíců, či dokonce let se na obou stranách změni mnoho věcí. Aby měl zaměstnanec zájem firmě předat v zahraničí nabyté zkušenosti, musí mu zaměstnavatel nabídnout motivující pozici i prostředí. To se však často neděje a třetina respondentů si myslí, že o pracovníky se zkušenostmi ze zahraničí v jejich firmě není po návratu dostatečně postaráno. I to může být důvodem, proč z poloviny firem do roka odchází až deset procent účastníků stáží,“ upozorňuje Jana Bartyzalová.

(tz)

foto z archivu společností Renault ČR, Citroën ČR a Kia Motor Czech



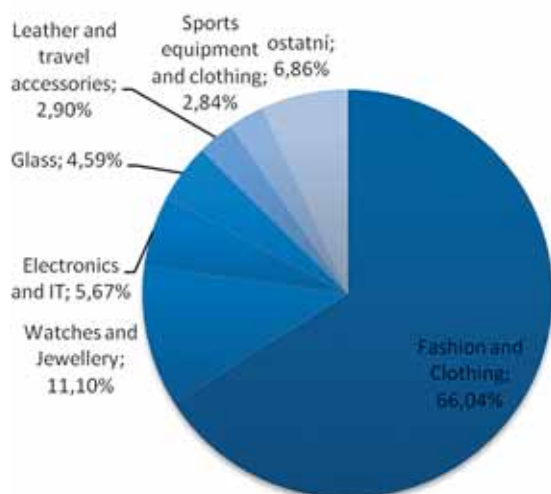


# Zač utrácení Rusové v českých obchodech

Ruská klientela v Česku stále více utrácí. Po konci našich Vánoc se tuzemské obchody především v Praze a Karlových Varech již tradičně vždy připravují na příval ruských turistů, kteří do ČR přijíždějí oslavit pravoslavné Vánoce. Letos zde Rusové utratili o téměř 40 procent víc než během loňských svátků. Čím dál více se také orientují na obchody s luxusním zbožím. Vyplývá to z údajů za loňský prosinec a leden společnosti Global Blue, která turistům zprostředkovává službu Tax Free.

Dominantní podíl mezi cizinci ze zemí mimo EU, kteří přijíždějí nakupovat do České republiky, dlouhodobě drží Rusové a jejich podíl stále roste. Za celý rok 2012 dosahoval už téměř 51 procent. V prosinci a lednu, kdy Rusové slaví pravoslavné Vánoce, to bylo 62 procent. Nejvíce a stále ve větší míře Rusové nakupují módu a oblečení (66 procent). „Hlavně mladí Rusové a příslušníci střední třídy si zakládají na tom, aby vypadali dobře, což považují za známku úspěchu. Jsou orientováni na značku a status,“ vysvětlil Jiří Macas, regionální manažer společnosti Global Blue.

Co Rusové nakupují - 2013



Na druhém místě jsou stabilně hodinky a šperky (11 procent). Tradiční české sklo, které se dlouhodobě drželo na třetí příčce, vytlačila už o Vánocích 2011–2012 spotřební elektronika (především telefony, tablety a notebooky).

Produkty ze skla, které tvořily v roce 2006 desetinu ruských vánočních nákupů, nyní drží jen téměř pětiprocentní podíl. V tom se

Rusové od ostatních národností odlišují. Obecně totiž cizinci nakupující v České republice vydávají za sklo osm procent všech útrat.

Největší žně v republice přitom zažívají pražské obchody na Václavském náměstí, které každoročně utřítí více než pětinu peněz, které

tu Rusové o Vánocích utratí. „Do některých obchodů na Václavském náměstí dokonce posíláme naše rusky mluvící brigádníky, kteří prodavačům pomáhají zvládat nápor turistů tím, že s nimi vyplňují formuláře Tax Free,“ potvrdila záměr o centrum Prahy marketingová manažerka Global Blue Adéla Kupková.

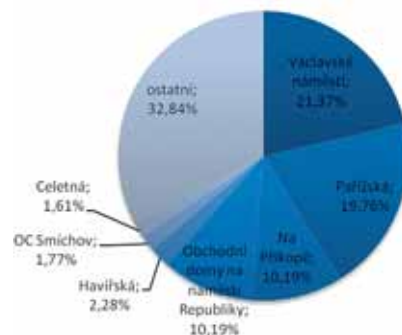
Rusové se ale stále více orientují na luxusní zboží. Zatímco v prosinci 2006 a lednu 2007 měli na útratách všech cizinců za luxusní zboží podíl 25,7 %, v prosinci 2012 a lednu 2013 to bylo už 41,4 %.

Oblibu luxusního zboží ze strany Rusů dokazuje také zvyšující se podíl nákupů v Pařížské ulici našeho hlavního města. Zatímco o Vánocích roku 2006 zde Rusové uskutečnili z hlediska objemu tržeb 12,5 % svých nákupů, o posledních Vánocích to bylo už 19,8 %. Butiky v nejluxusnější pražské ulici se tak co do zájmu začínají vyrovnávat s obchody na zmíněném Václavském náměstí.

O trendu zvyšujícího se zájmu Rusů o ČR jako nákupní a dovolenkovou destinaci svědčí i počet spojů, které dopravci z a do Ruska každoročně na přelomu roku vypravují. Například tuzemské národní aerolinky, pro které tvoří cestující z východu významnou část klientely, vypravily od 28. prosince 2012 do 13. ledna 2013 celkem 184 doplňkových letů do ruských destinací nad rámec letového řádu, o 113 více než ve stejném období předchozího roku. Podíl tržeb od ruských turistů roste i přes přísnou vízovou politiku v ČR. „Ačkoli zde Rusové ročně nakoupí řádově za miliardy korun, získat vízum na české ambasádě je pro ně složitější, než ho dostat na zastoupení jiného státu Schengenského prostoru. Vstřícnější vydávání víz občanům Ruské federace by rozvoji jejich nákupní turistiky v ČR určitě prospělo,“ podotkl Jiří Macas.

(tz)

% podíl na celkových tržbách Rusů 2013



## Existence pomaturitního studia jazyků stále ohrožena

Sdružení pro zachování pomaturitního studia jazyků o.s. pokračuje spolu s asociací jazykových škol v boji za zachování jednoletého pomaturitního studia jazyků. Stát odebral všem účastníkům tohoto typu kurzů od školního roku 2013/2014 status studenta.

Čerství maturanti nastupující do jednoletého pomaturitního studia jazyků mají do srpna nárok na stejné výhody jako studenti středních škol. Stát za ně platí zdravotní pojištění, mají i další studentské výhody. Studium je regulováno na základě vyhlášky MŠMT. Tyto jednoleté pomaturitní kurzy mají dlouhou tradici. Za posledních dvacet let jimi prošlo přes 100 tisíc studentů, v tomto školním roce se jich účastní kolem 5000 studentů.

Stát ale přesto od 1. 9. 2013 odebral všem účastníkům tohoto typu kurzů status studenta. Stalo se tak na základě prohlášení Legislativní rady vlády a v důsledku neúspěšného jednání MŠMT a MPSV ohledně kompetencí a otázky, pod čí gesci jednoleté pomaturitní studium jazyků spadá.

Předseda Sdružení pro zachování pomaturitního studia jazyků o.s., Martin Hejhal, rozhodnutí kritizuje: „Stát rozhodl o zrušení podpory studentů v těchto kurzech jen proto, že ji nebyl schopen legislativně upravit.“

Dagmar Navrátilová, místopředsedkyně školského výboru, k tomu uvedla: „Vláda není pomaturitní studiu příliš nakloněna, neboť to znamená jisté výdaje ze strany MPSV. Zamysleme-li se však nad jazykovou úroveň našich maturantů, měli bychom ty, kteří se nedostali na vysokou školu, podpořit v jejich snaze získat certifikát v jazyce. Je to přece lepší

cesta, než kdyby se zaregistrovali na úřadu práce. Mám pocit, že v takovém případě by to stát přišlo podstatně draž.“

Největším problémem pro uchazeče o zaměstnání podle výzkumu mezi 237 zaměstnavateli a personalisty z listopadu 2012 opravdu jsou cizí jazyky na komunikační úrovni. „Více než padesát procent zaměstnavatelů a personalistů v dotaznících uvedlo, že jako největší problém českého vzdělávacího systému vidí neschopnost naučit lidi užívat cizí jazyky tak, aby se dorozuměli se zahraničními partnery ústně a písemně,“ prezentoval výsledky dotazníkového řešení ředitel rakouské WIFI Czech Republic Tomáš Zdechošský.

Skupina poslanců v čele s Vlastou Bohdalovou za ČSSD, Walterem Bartošem za ODS a Dagmar Navrátilovou za LIDEM iniciovala ve spolupráci s odborníky novelu zákona o státní sociální podpoře, která uvádí pomaturitní studium jazyků v souladu s požadavky Legislativní rady vlády. „Denní pomaturitní studium na jazykové škole je příprava na budoucí povolání. Stejně jako studium na VŠ či VOŠ. Maturant jej většinou zvolí proto, že se nedostal na vybranou VŠ a bere to jako aktivní přípravu na další studium. Nevidím důvod, proč by mu měl být odebrán status studenta, a tudíž si musel platit zdravotní pojištění,“ připojila se ke kritice zrušení statutu studenta poslankyně Vlasta Bohdalová.

Společně se Sdružením a profesními asociacemi usilují navrhovatelé o to, aby novela prošla legislativním procesem tak, aby mohlo pomaturitní jazykové vzdělávání pokračovat bez přerušení i ve školním roce 2013/2014.

(tz)

# Med našich včelařů pro radost

**Muži neradi přiznávají, že mají také rádi sladké. Nějak se to k nim nehodí, nějak se jim zdá, že steak charakterizuje jejich osobnost poněkud prestižněji než chleba s máslem a medem k snídani anebo odpolední káva s perníčky potají zakoupenými vedle sídla firmy v právě navštívené cukrárně. Ať je to, jak je to, faktem zůstává, že právě med je nadčasovým produktem, který se nyní učíme znovu objevovat. Připomínáme si řadu faktů, které byly pro naše předky samozřejmostí, i když ne v tak sofistikovaném pojetí. Snažíme se o něm vypátrat mnohé, od příběhů slavných osobností až po humorné scénky z natáčení. Med si to však zaslouží.**

Tak třeba – vím, že med patří k rannímu rituálu básníka Jaroslava Holoubka, alespoň podle jeho vyprávění. Pokud si to dám do rovnice s jeho chápáním života jako skutečnosti, již je potřeba naplno prožít, věřím tomu, že si na lžičce medu nalačno pochutná víc než labužnický a otvírá tak den novým zážitkům, sladkým emocím i touze si to všechno zasloužit.

Tak třeba – už chápu proč a kolik času věnuje moje dcera a kolegyně v jednom přípravě mas a zeleninových salátů s přidavkem medu. Pravdou je, že medové zálivky a marinády s kořením, které nám roste jako zázrakem pod okny na zahradě, jsou ty její medové variace moc a moc dobré, a když tuším, že se blíží nějaká taková malá hostina, nepozřu nic, i kdybych měla hlad sebevětší, jen abych dopředu neošálila chuť něčím nepatřičným.

Tak třeba – perník bez medu by se vlastně tak neměl jmenovat, protože je to podvod, opravdický perník totiž dělá med, ten mu dává chuť, konzistenci, trvanlivost, zkrátka med je tím know-how, jež se nedá ošidit. A perník je pečivo, pro něž je typickou součástí právě med.

Med by měl být nejen samozřejmostí našeho jídelníčku, ale čímsi, čeho si vážíme a čemuž věnujeme mimořádnou pozornost. Vždyť si to vezmete – než vznikne jediný gram medu, uvádí se, že je potřeba, aby včela nasála nektar z 2500 květů. Těžko si to člověk pohodlný, jehož motivací k pohybu je jen to, jak si práci usnadnit, umí představit. Málokdo z nás asi pátrá nad talířem medových pochoutek, z čeho se med skládá, proč tomu tak je a co z toho plyne. Tak jen připomeňme, že je to fruktoza, glukóza, sacharóza, vyšší cukry, voda a látky ostatní. Třeba enzymy, minerály, vitaminy, aminokyseliny, hormonální složky, barviva, vonné látky. A jestlipak víte, kdo byl na světě průkopníkem včelařství? Historikové se shodli, že Egypťané a Kréťané.

Díky medu jsem se naučila více přemýšlet nad tím, jaké nejrůznější spojitosti mezi přírodou a člověkem hledat. Jak být vůči určitým jevům, faktům i možnostem vnímavější a pokornější. A jak si vážít práce včelařů, jejich med kupovat a především konzumovat.

Vždyť aby nám včely vyprodukovaly kilogram medu, musí navštívit zhruba 5 milionů květů. Takový kilogram medu podle odborníků znamená celoživotní úsilí až 400 včel. Za svůj krátký život nalétá včela kolem 800 kilometrů. To

jsou argumenty, před nimiž někdy rozum zůstává stát. A přesto je to samozřejmostí, která na zeměkouli patří.

Udává se, že med je asi jedinou potravinou, která hned po požití přechází do krve člověka. Proto se doporučuje při vysoké únavě, vyčerpání, rekonvalescenci. Je také vynikajícím prostředkem proti kornatění cév. Je doporučován jako podpůrný prostředek při nachlazení, tedy zánětu horních cest dýchacích stejně jako při zánětu jater.

A protože zpomaluje stárnutí, zlepšuje kondici, a ještě k tomu chutná, měli bychom na něj pamatovat nejen v době,

kdy je nám nejhůře a kdy zpytujeme svědomí. Denně polykáme několik pilulek nazývaných doplňky stravy a zdůvodňujeme to tím, že je jiná doba, která si žádá nadlidské výkony podnikatelů i manažerů, a že proto musíme doplňovat rychle ubývající zásoby v našem těle tím a tím přípravkem. Proč ne. Ale zkuste si ještě naordinovat lžičku medu denně! Uvidíte, že med vás nezklame.

Také si myslím, že by se med mohl využívat jako krásný a užitečný dárek. Už dnes se dá koupit v nejrůznějších ozdobných sklenicích, s mašlemi i kreativními etiketami, v dárkovém balení třeba ještě s dalšími výrobky jako svíčky ze včelího vosku, pleťové krémy, ořechy v medu, a samozřejmě spolu s lahvičkou medoviny. Kvalitní med v nejoznamitějších variacích jako dárek k svátku, narozeninám, manželskému výročí, k Vánocům i Velikonočům, jako firemní prezent, milá pozornost, pokud vcházím jako host kamkoli. Určitě se to vyplatí – jak včelařům, tak obdarovaným, i nám, kteří máme náš med prostě rádi.

**Eva Brixi** ▶



**BEZ MEDU TO NEJDE**  
Kampaň financovaná z prostředků Evropské unie a České republiky.

    [www.medu.cz](http://www.medu.cz)



# Čeští bankéři jsou spokojeni

Podle dvou třetin vrcholových manažerů bank působících v regionu střední a východní Evropy se ekonomická situace na bankovním trhu v roce 2012 zhoršila. Jedinou zemí, kde převažuje pozitivní či neutrální hodnocení loňského roku, je Česká republika. Čeští bankéři také jako jediní kladou do budoucna důraz na investice, zatímco v ostatních zemích dávají přednost dalšímu snižování nákladů. V roce 2013 však bankéři v regionu očekávají mírné zlepšení situace. Údaje přinesl exkluzivní průzkum KPMG v České republice Banking Executive Survey 2012, který zahrnoval Českou republiku, Rakousko, Slovensko, Maďarsko, Polsko a Rumunsko.

„Český bankovní sektor zůstal ziskový i během krize a disponuje dostatečným kapitálem pro krytí případných ztrát. Je jedním z nejstabilnějších ve střední Evropě, a proto současné ekonomické podmínky hodnotí nejpozitivněji právě čeští bankéři,“ komentoval výsledky průzkumu Zdeněk Tůma, poradce odpovědný za služby pro bankovníctví, KPMG Česká republika.

Naopak nejpesimističtější jsou manažeři slovenských a maďarských bank: situaci v roce 2012 ve srovnání s předchozím rokem hodnotí jako horší 79 procent slovenských a 83 procent maďarských bankéřů. Tyto postoje odrážejí celkovou ekonomickou situaci daných zemí. Maďarský bankovní sektor byl ze sledovaných států krizí zasažen asi nejvíce. Slovensko zase čelí růstu zadlužení a značným regionálním nerovnováhám. V roce 2011 se slovenským bankám i přesto v mnoha parametrech poměrně dařilo, a dokonce vytvořily nejvyšší zisk ve své historii.

## Rok 2013 má přinést zlepšení

V roce 2013 očekává 29 procent respondentů, tedy vrcholových manažerů bank vybraných zemí střední a východní Evropy, zlepšení situace na bankovním trhu. Nejvíce v něj věří manažeři v Rumunsku. Na Slovensku pokračuje skepse a další zhoršení v následujících 12 měsících očekává 85 procent bankéřů. Podobně smýšlejí i Poláci – budoucnost vidí negativně 73 procent tamějších bankovních manažerů.

## Čekají se slabší výnosy a horší ziskovost

Výnosy bank za rok 2012 jsou nižší než v předchozím roce a ani v roce 2013 se neočekává žádné významné zlepšení. Celých 44 procent dotázaných očekává v roce 2013 horší výnosy. Podobné jsou odhady ohledně ziskovosti, neboť přínosy úsporných opatření již banky očividně plně využily. Zhoršení ziskovosti tak v příštím roce očekává 39 procent respondentů. Nejvíce jsou v tomto ohledu skeptičtí bankovní manažeři v Polsku a na Slovensku. Stabilitní očekávání bez zásadnějších výkyvů oproti předcházejícímu období mají manaže-

ři v Rakousku a České republice. Největší optimizmus panuje v Rumunsku, kde předpokládají, že se ekonomika konečně odrazí od pomyslného dna.

## Co bankám pomůže zvýšit výkonnost?

Pro zvýšení finanční výkonnosti v bankovníctví považují respondenti za klíčové posílení důvěry společností a investorů (25 procent), efektivní regulaci (24 procent) a měnovou politiku (17 procent). Vývoj nových služeb, produktů a trhů hraje nejvýznamnější roli pro Slovensko a Polsko, kde ho jako nejdůležitější ohodnotilo 29 a 18 procent dotázaných.

Zároveň se změnil postoj bank k rizikům. Většina jich zlepšila metodologii a zvýšila pozornost managementu. Jako nejvýznamnější je chápáno úvěrové riziko. Schopnost navýšit kapitál celkově o něco vzrostla, zatímco schopnost získat nové finanční prostředky se snížila.

## Konsolidace většinou završena

Proces konsolidace bankovních trhů je většinou završen, i když v některých zemích (Maďarsko, Rakousko, Rumunsko) lze ještě očekávat jeho pokračování. V České republice je tento proces dokončen podle 92 procent respondentů.

## Banky budou dále šetřit

„Ve svých strategiích na následující roky plánují banky další úsporná opatření na úkor investic do dlouhodobého růstu. Úspory hledají zejména ve snižování marketingových výdajů a počtu zaměstnanců. V plánech se často objevuje také outsourcing a prodej neklíčových činností. Pokud banky investují, tak do řízení rizik, souladu s regulatorními požadavky, rozvoje zaměstnanců a informačních technologií,“ uvedl Zdeněk Tůma.

Příštích pět let budou situaci na bankovním trhu ovlivňovat zejména zvýšené regulatorní požadavky, nové jednoduché bankovní produkty a produktová optimalizace.

(tz)

## Dvě třetiny rodinných firem ve světě převezmou potomci majitele

Dvě třetiny (66 %) majitelů rodinných firem po celém světě plánují předat svůj podnik další generaci. Z toho 25 % hodlá předat potomkům pouze vlastnictví společnosti, ale řízení nechá na profesionálním managementu. Nevěří totiž ve schopnosti svých potomků vést úspěšně podnik. Další 41 % vlastníků hodlá svým potomkům předat jak vlastnictví, tak i řízení firmy. Každý druhý z nich má však rovněž obavy, zda jeho děti budou mít dostatečné nadšení a schopnosti firmu úspěšně převzít. Ukázal to průzkum PwC mezi téměř dvěma tisíci vedoucími představiteli rodinných firem z více než 30 zemí světa.

Celkem 17 % majitelů hodlá svoji rodinnou firmu prodat. Nejčastěji zvažují prodej strategickému či finančnímu investorovi. Zbytek dotázaných v současné době neví, jak řešit otázku nástupnictví, nebo volí jinou variantu.

„Vedle nezájmu mladé generace uvádějí respondenti jako další nejčastější důvod k prodeji firmy nezáměr ze strany další generace nebo příliš nízký věk potomků. Podobnou situaci pozorujeme i v Česku. Zde jsou firmy zpravidla v rukou první generace, která teprve řeší otázku předání, s níž dosud nemají zkušenosti. Když jsme se ptali před časem majitelů českých firem, tak předání v rámci rodiny uvedla pětina dotázaných. Více než stejný počet jich však zatím váhá či zvažuje různé kombinace zahrnující vstup dalších vlastníků,“ řekl David Borkovec, partner společnosti PwC Česká republika, který radí českým podnikatelům v otázkách předání firmy.

Nejen při předání podniku, ale stále častěji při jejím rozvoji a získávání profesionálního managementu, řeší majitelé rodinných firem, jak zapojit špičkového experta či profesionálního manažera do organizační struktury společnosti. Bez těchto odborníků se neobejdou ani rodinné firmy, nedokážou dále růst a konkurovat nadnárodními korporacím. Jak

ukázal průzkum PwC, rodinné firmy dokážou získat kvalitního odborníka, často se však potýkají s problémem, že se dotýčný manažer či specialista dostává do konfliktů se členy rodiny vlastníka, kteří zasahují do fungování firmy, bez ohledu na nastavenou organizační strukturu.

„Má-li být firma úspěšná, musí mít profesionální vedení. Kvalitní manažer však potřebuje vedle pravomocí také možnost je reálně uplatnit. Setkali jsme se s řadou případů, kdy si rodinná firma najala špičkového manažera zvenčí. Zaměstnanci ho však neuznávali, neboť věděli, že si pan majitel nakonec stejně rozhodne po svém,“ upozornil David Borkovec.

Spory ve firmách hrozí nejen mezi majitelem firmy a jeho zaměstnanci či dodavateli, ale i uvnitř rodiny vlastníků. Průzkum PwC ukázal, že rodiny se poučily a již dopředu si nastavily mechanismy a dohody, jak takové spory řešit. Celosvětově má již nějaký mechanismus řešení sporů nastavený 79 % rodinných firem. O významu těchto mechanismů svědčí i to, že v případech rodinných firem, které vlastní druhá či další generace majitelů, je to dokonce 84 % firem.

Nejčastější, u téměř poloviny (49 %) firem, je takzvaná dohoda mezi akcionáři (shareholders' agreement), následuje vstupní a výstupní ustanovení (28 %) a rezerva na mediátora ze třetí strany (24 %), který by pomohl spor vyřešit.

„Pozorujeme rostoucí zájem českých podnikatelů nastavit si pravidla pro řešení případných sporů. Uvědomují si, že je to výhodnější a efektivnější řešení než následné hašení sporů. Ty navíc zpravidla ovlivní nejen život samotné firmy, ale také jejího majitele a jeho rodiny,“ dodal David Borkovec.

(tz)

# Čárové kódy prozradí spotřebitelům o zboží téměř vše

Sdílení informací o potravinách se spotřebiteli se stává velkým tématem, které zesiluje nejen se změnou chování zákazníků a rozvojem technologií, ale také s novými povinnostmi výrobců a prodejců s přijetím nové evropské směrnice 2011/1169/EU o poskytování informací o potravinách koncovým spotřebitelům. Díky využití lineárního čárového kódu, který obsahuje standardní GTIN, na obalu zboží a pomocí aplikace v chytrém telefonu lze zákazníkům sdělit vše potřebné. Přitom téměř dvě třetiny obchodníků a výrobců dnes vnímají čárový kód na obalu jen jako nosič informací pro logistiku. Pro identifikaci zboží v rámci celého dodavatelsko-odběratelského řetězce se využívá tzv. GTIN (Global Trade Item Number) dříve známý pod zkratkou EAN.

Přestože pro výrobce, obchodníky i logistické firmy práce s ním představuje každodenní rutinu, běžným spotřebitelům, kteří se s ním setkávají v podobě čárového kódu na většině rychloobrátkového zboží, doposud nepřinášel žádný praktický užitek.

„Zkušenost z trhu potvrzuje, že současný trend používání QR kódů na obalech často zavádí spotřebitele do zcela nevyžádaných informací. Výrobci přitom deklarují nedostatek prostoru na etiketě k poskytování informací, které chtějí nebo musí sdělovat zákazníkům. Úspěšné modely ukazují, že QR kód může posloužit spíše ke stažení aplikace pro telefon zákazníka, zatímco GTIN nese jednoznačné ID produktu a další na ně navázané informace,“ sdělil Petr Ondrášek, ředitel pro strategický rozvoj ze společnosti CCV Informační systémy, která je technologickým dodavatelem aplikací pro chytré telefony.

Jak ukázal aktuální průzkum, realizovaný ze strany GS1 Czech Republic a CCV Informační systémy na pražském Retail Summitu, samotní manažeři firem působících v retailovém prostředí chápou GTIN na obalu převážně jako logistickou informaci. Pouze třetina si uvědomuje, že čárový kód může být klíčem k celé řadě pro spotřebitele zajímavých informací o produktu. To se však s nástupem chytrých telefonů a uživatelsky zaměřených aplikací může velmi rychle změnit.

## Nový rozměr využití zaujal

Za správnou a jedinečnou identifikaci každého produktu pomocí GTIN (EAN) zodpovídá vždy ten subjekt, který zboží dodává na trh. Příslušný číselný rozsah pro vygenerování GTIN přiděluje sdružení GS1 Czech Republic, která je jako jediná v ČR oprávněna k registraci subjektů do Systému GS1.

Velkého potenciálu pro využití čárových kódů konečnými spotřebiteli si je Pavla Cihlářová, ředitelka GS1 Czech Republic, vědoma: „Zákazník požaduje stále více informací o nabízených produktech a využití čárových kódů k tomu účelu se díky masivnímu rozšíření chytrých mobilních telefonů přímo nabízí. Staré dobré skenování čárového kódu tak je díky moderním technologiím postaveno do zcela nové, atraktivní role – zákazník naskenováním kódu prostřednictvím mobilu zjistí vše, co aplikace o zboží umožňuje dohledat.“ A dodává: „Průzkum globální organizace GS1 navíc ukázal, že zákazníci jsou vůči mobilním aplikacím velmi kritičtí. Chtějí pouze důvěryhodné a kvalitní informace.“

## Úspěšné aplikace se orientují na původ potravin nebo možnosti prodeje

Rostoucí nároky spotřebitelů na maximum informací o zboží už nabízeném na pultech obchodů se rozhodly v plné míře uspokojit Tem-

plářské sklepy Čejkovice. S pomocí chytrého telefonu a mobilní aplikace Templářská vína mohou nyní zákazníci načíst všechny dostupné informace o vínu přímo z láhve z čárového kódu, který je nedílnou součástí etikety každé prodávané lahve řady Sanctus Victoria.

„Načtením čárového kódu s pomocí nové verze multiplatformní aplikace Templářská vína získá zákazník o daném výrobku celou řadu užitečných informací, které mu usnadní správný výběr. Během okamžiku se tak dozví vše o charakteru vína, příslušné vinici či technologii výroby. Zjistit ale může podrobnosti ohledně sklizně, počtu nalahvovaných kusů, nebo dokonce on-line aktuální stav skladových zásob. Velmi důležitá je možnost důvěryhodného ověření certifikace vína dozorovými orgány s odkazem na provedení laboratorních a senzorických hodnocení,“ popsal možnosti nové technologie Petr Ondrášek. Po sdělení všech transparentních informací se může zákazník dostat až k on-line nákupu nebo GPS navigaci na nejbližší místa prodeje.

## Standardy GS1 základem kvality dat

Přístup Templářských sklepů Čejkovice, které jsou ke svým zákazníkům zcela otevřené, je zcela v souladu s aktuálními zákaznickými požadavky, kdy jednoduchá dostupnost a kvalita informací o produktu představují životně důležitou součást úspěšného obchodování. „Kvalitní data poskytnutá spotřebitelům přitom úzce souvisejí s kvalitní identifikací a standardy GS1, proto je také tato problematika jednou z klíčových pro GS1 Czech Republic,“ uzavřela Pavla Cihlářová.

## Správné informace ve správný čas

Většímu využití kombinace čárového kódu na obalu a mobilního telefonu nahrává také přijetí Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011 a připravovaná novela zákona o potravinách. Nová legislativní úprava, která u nás začne platit od prosince 2014, přináší vyšší nároky na poskytování informací o potravinářských výrobcích konečnému spotřebiteli. „S ohledem na omezený prostor na obalech lze očekávat, že výrobci a obchodníci pro splnění těchto náležitostí využijí právě mobilní aplikace,“ řekl Petr Ondrášek.

(tz)





# Šavlový tanec: marže a zisk

Obchodníci tvrdí: Nepleťme si pojmy s dojmů, marže není totéž co zisk, a už skoro nevíme, co udělat, aby to veřejnost i někteří odborníci pochopili. Že je to trápení, tato mylná interpretace, ví naprosto jistě Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR. Proto na své letošní první tiskové konferenci zopakoval ústy svého prezidenta Ing. Zdeňka Juračka: „Marže a zisk nejsou totéž. Marže je navíc důvěrná, až intimní veličina každého obchodníka. Ale vzorec, podle něhož se obecně postupuje při výpočtu marže, není nic tajného.“



Ing. Zdeněk Juračka

Co k razantnímu tvrzení vedlo? Určitě skutečnost, že se stále častěji obchodníci setkávají s nařčením, jak na prodávacím zboží vydělávají závratné sumy díky nastavování vysokých marží. Značná část populace navíc zcela mylně zaměňuje pojmy marže a zisk s přesvědčením, že se jedná o jedno a to samé.

Marže obchodníků činí dle Českého statistického úřadu 22,9 % ceny. Jednoduše řečeno, obchodník nakoupí za 77 korun od dodavatele a zboží prodá za 100 korun. Znamená to, že jeho zisk je 23 korun? To ani omylem. Z takto vypočítané marže totiž musí pokrýt všechny náklady obchodu, jako jsou elektřina, voda, ale také nájemné, vydat peníze na logistiku, uskladnění, mzdy zaměstnanců a v neposlední řadě daně. Je na místě zdůraznit, že uvedená marže zahrnuje i nepotravinářské zboží.

„Lidé jsou přesvědčeni, že obchodníci v plné míře rozhodují o cenách potravin. Konečnou cenu však zásadním způsobem ovlivňuje zejména spotřebitelská poptávka a konkurence. Maloobchodní prodejci jsou pouze posledním článkem složitého dodavatelského řetězce.“

**Marže a zisk nejsou totéž. Marže je navíc důvěrná, až intimní veličina každého obchodníka.**

Platí pro ně tržní ceny stanovené dodavateli a obchodníci jejich výši ovlivňují již jen velmi omezeně,“ řekl Ing. Zdeněk Juračka.

Podle odhadu svazu je marže maloobchodníků několikrát nižší než marže dodavatelů. Spotřebitelé ani média však s tímto faktem obeznámeni nejsou, a útočí proto na maloobchodníky, na jejichž pultech jsou výše cen vidět nejmarkantněji. Tento stav trhu způsobuje, že ziskovost maloobchodu je pouze do 1%.

„Dnešní ekonomická situace je pro obchodníky již natolik nepříznivá, že není možné počítat s jakýmkoliv snížením jejich již tak nízké marže, aby mohlo dojít k pozitivnímu ovlivnění ceny pro koncové zákazníky. To znamená, že jakékoliv zvýšení ceny na trhu včetně zvýšení DPH je

## Marže – příklad publikovaného výpočtu

Mléko 1 l (1,5 % tuků) - Zdroj: nejménovaný deník, 22. prosince 2012						
Cena pro dodavatele	Prodejní cena vč. DPH	Prodejní cena bez DPH	DPH 14%	Marže v Kč	Marže dle PK v %	Marže správná dle vzorce ČSÚ
8,93	13,50	11,85	1,65	2,92	32,69	24,64%

Vysvětlivky k tabulce: Ceny pro výpočet marže jsou uvedeny bez DPH. Do cen dodavatelů jsou započteny slevy, bonusy či poplatky. Pod písmeny A až F jsou skryty obchodní řetězce, cena pro dodavatele je po odečtení všech slev.

## PK ČR navýšila údaj o marži o 33 %

Mléko 1 l (1,5 % tuků) Počítáno dle dat ČSÚ (ČERVENEC 2012)					
Cena pro dodavatele	Prodejní cena vč. DPH	Prodejní cena bez DPH	DPH 14%	Marže v Kč	Marže v %
13,00	18,49	16,22	2,27	3,22	19,85%

průměrná marže MLEKA za 2012 (do října)

zpracovatele 39,83 %

obchodníka 21,24 %

## Marže – Příklad dalších potravin

Másto 250 g - Zdroj: nejménovaný deník, 22. prosince 2012							
Odběratel	Cena pro dodavatele	Prodejní cena vč. DPH	Prodejní cena bez DPH	DPH 14%	Marže v Kč	Marže v %	Marže správná dle vzorce ČSÚ
A	23,64	39,90	35,00	4,90	11,36	48,05	32,46%
B	23,06	37,90	33,24	4,66	10,18	44,14	30,63%
Průměr	23,35	38,90	34,12	4,78	10,77	46,10	31,57%

Šunkový salám 1 kg							
Odběratel	Cena pro dodavatele	Prodejní cena vč. DPH	Prodejní cena bez DPH	DPH 14%	Marže v Kč	Marže v %	Marže správná dle vzorce ČSÚ
A	102,74	169,00	148,24	20,76	45,50	44,28	30,69%
B	98,77	181,00	158,77	22,23	62,00	62,77	37,79%
Průměr	100,76	175,00	153,51	21,50	53,75	53,53	34,36%

maloobchodník nucen dříve či později do koncové ceny promítnout,“ doplnil Zdeněk Juračka.

## Jakým způsobem tedy vypočítat marži obchodníků podle metodiky ČSÚ?

TZ - tržby za zboží, NZ - náklady na prodané zboží,  
M - marže, MP - marže v procentech

$$M = TZ - NZ$$

$$MP = M / TZ * 100$$

Příklad:

- 1) TZ - 100 Kč, NZ - 80 Kč    M = 100 - 80 = 20 Kč    MP = 20 / 100 \* 100 = 20 %  
2) TZ - 240 Kč, NZ - 220 Kč    M = 240 - 220 = 20 Kč    MP = 20 / 240 \* 100 = 8,3 %

Jedná se o tržby a náklady bez DPH

Jak bude pokračovat šarvátka dvou pojmů, z níž nemůže mít nikdo rozumný užitek?

Snad jen v křišťálové kouli je předpověď. Anebo lze doufat, že na každého jednou dojde? A postaru, že pravda zvítězí? Advokáti by řekli, že o pravdu jít vždy nemusí, naopak o argumenty ano.

(rix)

## Do fronty podle obsahu nákupních košíků



Drtivá většina českých zákazníků si pečlivě rozmyslí, do jaké fronty se v obchodech zařadí, jak potvrdil průzkum společnosti MasterCard, který realizovala agentura INCOMA GfK na konci loňského roku. Celých 62 % dotázaných si frontu vybírá podle obsahu nákupních košíků ve frontě před nimi, 21 % si zvolí tu frontu, kde stojí nejméně lidí, a 9 % lidí hledá nejzručnější či nejrychlejší pokladni.

Graf jasně ukazuje, podle čeho si nakupující vybírají, do jaké fronty se v obchodě postaví. Na prvním místě rozhoduje obsah košíků, na druhém místě je počet lidí ve frontě a na třetím je výběr té nejrychlejší pokladni.

Na otázku, jak by respondenti urychlili obsluhu u pokladen, lidé nejčastěji uváděli, že by měl být větší počet otevřených pokladen (45 %). Jako druhou možnost volili zvýšení počtu expresních pokladen pro malé nákupy (23 %). Další urychlení odbavení u pokladen vidí lidé v samoobslužných pokladnách (17 %) a v placení kartou (14 %). „Více otevřených pokladen nebo zavedení express pokladen by sice obsluhu urychlilo, nicméně daleko ekonomičtější a stejně efektivní je využívání nových technologií, jako jsou například bezkontaktní platby PayPass. Transakce pomocí technologie PayPass trvá méně než pět sekund a už se rozšířila do několika tisícovek českých obchodů,“ řekla Tereza Janková, marketingová ředitelka MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko.

(tz)



## Valentýn nás opustil, ale...

Všimli jste si toho? Letošní oslava svátku zamilovaných se mi zdála hodně marketingově připravená, obchodníci neváhali, panovala tak trochu davová psychóza, slavnostní nálada, i když sem tam pokropaná také slzičkami čerstvého rozchodu... Na druhé straně právě k tomuto datu vzniklo spousty nových přátelství, kamarádství i lásek, odehrály se odvážné svatební obřady...

Přiznám se, že marketingová šilenství nemám moc v oblibě, na druhé straně právě to valentýnské mi nevdá, ba dokonce, proč to nepřiznat: mám ho ráda. Atmosféra mezi lidmi je prosycena jako by zvláštním očekáváním, tajemností, zda se nepříhodí Něco s velkým N, co do života člověka vnese milé osvěžení, nepostradatelný společenský flirt, nový vztah tam, kde si to okolnosti náležitě připravily.

Červená a růžová srdce, umělecky vázané kytice, čokolády nejnemnějších chutí jako to správné afrodisiakum, mašle, stužky, drobnosti.



Pozvání na čaj nebo na kávu, na skleničku, do kina a na výstavu. Hrstička něhy, vůně a doufání, přesně to, co nám nějak v tom racionálním pojetí světa termínů, hodnocení, strategií, hypoték, úroků a investic prostě začíná chybět.

**Eva Brixí, šéfredaktorka**



## Čtete s námi

### Pánové, zajíci a Velikonoce

Že vyšly letošní Velikonoce na Apríl, není výstřednost kalendáře, ale fakt, s nímž se musíme smířit. Prostě pomlázky, výzdoba, kolektivní, to vše se odehraje, a to nejdůležitější případně skutečně na 1. dubna. Bude jen a jen na každém z nás, abychom rozpoznali, že to ti ostatní myslí vážně nebo s aprílovou nadsázkou.



Takže pánové, velikonoční Apríl bude váš, připravte se na něj! A jak už to však bývá, i k jarním svátkům patří perníčky. Barevné, plné jasu, veselé, optimistické. Zajíci, kohouti, slepičky, kraslice, zkrátka motivy, které si v sobě, my zákazníci, stejně tak jako perníkáři, neseme v srdci od dětství. Perníkové Velikonoce firmy JaJa Pardubice už běží na plné obrátky a tým neskutečně sebraných žen peče a zdobí voňavé figurky tak, aby nám všem udělaly tu pravou jarní náladu. Pokud váháte, čím zpestřit výběr na velikonoční stůl, čím podarovat děti, vnoučata, anebo také obchodní přátele a partnery, podívejte se na [www.pardubickypernik.cz](http://www.pardubickypernik.cz) a... A zajedte do Pardubic. Určitě si vyberete, načerpáte energii a získáte inspiraci, co vše se dá perníčkem vyjádřit, sdělit...

(rix)

### Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, únor 2013  
Vydává RIX, s.r.o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9  
šéfredaktorka: Eva Brixí  
e-mail: [brixii@iprosperrita.cz](mailto:brixii@iprosperrita.cz), mobil: 602 618 008  
obchodní ředitel: Martin Šimek  
e-mail: [martin@iprosperrita.cz](mailto:martin@iprosperrita.cz), mobil: 606 615 509  
redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková  
zlom: Karel Švihel  
korektury: Mgr. Pavla Rožničková  
tisk: H.R.G. spol. s r.o., distribuce: 5P Agency  
[www.freshtime.cz](http://www.freshtime.cz)  
Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

## Co říká 9 z 10 generálních ředitelů v ČR

Více než polovina (59 %) generálních ředitelů nejvýznamnějších firem působících na českém trhu očekává, že jim letos porostou tržby. Opravdu jistá je si tím však jen pětina z nich (22 %). Mnohem větší optimizmus panuje v horizontu tří let, kdy je alespoň částečně o růstu přesvědčeno 9 z 10 ředitelů. Ukázal to 4. ročník Českého průzkumu názorů generálních ředitelů, který tradičně provádí poradenská společnost PwC Česká republika. Letos se ho zúčastnila více než stovka dotázaných.

Cesta k růstu podle oslovených generálních ředitelů vede přes získání nových a udržení stávajících zákazníků. Toho chtějí dosáhnout jednak inovacemi v podobě vývoje nového výrobku či služby (23 %), popř. růstem na stávajících trzích. Překvapením letošního roku je, že více generálních ředitelů vidí příležitosti k růstu na stávajícím zahraničním (19 %) než na domácím (18 %) trhu. Přičteme-li ještě ty, kteří plánují zahraniční expanzi, zjistíme, že třetina dotázaných spatřují největší růstové příležitosti za hranicemi České republiky.

„Celosvětově firmy zpravidla vidí hlavní příležitost na domácím trhu. Česká republika však není příliš velká ekonomika, a tak není překvapením, že společnostem, které chtějí dále růst, začíná být zdejší trh malý. Za uplynulých dvacet let tu vznikla řada firem, které přerostly hranice naší země. Moderní technologie a globalizace způsobují, že se již setkáváme i s podniky, které se od začátku zaměřují na zahraniční trhy,“ řekl Jiří Moser, řídicí partner PwC Česká republika.

### Škrtnání nevede k prosperitě

Zatímco navenek bude tématem letošního roku boj o zákazníka, uvnitř firmy budou klíčovými otázkami efektivita a kvalitní lidské zdroje. Největší příležitost k rozvoji společnosti vidí polovina (50 %) generálních ředitelů ve zlepšení provozní efektivnosti svého podniku. A zatímco loni provedlo znatelná úsporná opatření 67 % firem, letos se jich ke stejnému kroku stále chystá téměř polovina (49 %). Ředitelé si však uvědomují, že jen prosté škrtnání nákladů není cesta k prosperitě.

„Hledají nové cesty spolupráce napříč dodavatelským řetězcem, které by jim umožnily dosáhnout úspěchu. Zatímco trend uplynulých let, outsourcing, spíše opouští, a některé funkce dokonce včleňují zpět do svých podniků, jasným trendem pro letošní rok je vstup do nové strategické aliance či společného podniku. Loni se pro takové partnerství rozhodlo 7 % firem, letos to má podle odpovědí generálních ředitelů v plánu 18 % společností,“ uvedl Jiří Moser.

Oproti loňsku vzrostl více než o polovinu podíl českých generálních ředitelů, kteří plánují svůj růst financovat bankovním úvěrem. Zatímco loni si v bance plánovalo půjčit 28 % firem, letos je to již téměř polovina dotázaných (48 %). Protože bez vlastních prostředků to zpravidla nejde, investovat je do svého růstu hodlá 92 % firem, to bylo loni 83 %.

### Trh práce se stabilizuje, správní lidé chybí

Pracovní místa by měla v letošním roce v Česku i ve světě více vznikat, než se rušit, i když podíl ředitelů, kteří očekávají zvýšení počtu zaměstnanců, proti loňsku klesl. V Česku se letos chystá nabírat 36 % generálních ředitelů, propouštět 32 %. Celosvětově hodlá nabírat 45 % ředitelů, snižovat stavy 23 %. Nejvíce se bude ve světě nabírat ve firemních službách, strojírenství, stavebnictví, maloobchodě a zdravotnictví. Nejvíce propouštět plánují v bankovním, kovoprůmyslu, papírenství a lesnictví.

Bez ohledu na to, zda budou nabírat, či propouštět, se generální ředitelé obávají toho, že nedokážou získat nebo si udržet ty správné lidi. V Česku se nedostatku klíčových dovedností na trhu obává třetina generálních ředitelů, celosvětově dokonce téměř 60 %, hlavně kvůli nedostatku odborníků v Africe, na Blízkém východě a v Asii. Nejvíce chybí specialisté v těžebním průmyslu, strojírenství, stavebnictví, v informačních a komunikačních technologiích a pojišťovnictví.

pokračujeme na str. 19 →



# Pravý umělec nemusí být vždy dobrý

**Tomáš Kozák je osobnost. Pěkný chlap. Nepřehlédnete ho. Také podnikatel. Stavitel. Literatura je možná jeho osudovou náhodou na křižovatkách mýjení. Tomáš Kozák napsal knihy. Chtěl by napsat další. O tom, kdo je, se nesvěruje. Ale když se ptáte, názor řekne. Slova váží, někdy také ne, může si to dovolit. Kudy vedou jeho myšlenky, to nevím. I když? Čtete se mnou:**

*Proč jste se rozhodl zabydlet také v literatuře? Je to pro vás způsob relaxace, prostředí příhodné k přemýšlení? Tajemství černé skříňky?*

Pro mne je černou skříňkou Jantarová komnata, o které píš již dlouho. To je pro mne literatura, i když doposud nevydaná, ve které jsem se zabyděl. Spousta lidí po komnatě doposud usilovně pátrá po lesích s různými detektory, mně stačí prohledávat staré listiny nebo literaturu faktu a fabulovat.

*Říká se, že k psaní se odváží jen ti, kteří mají přeplněné srdce. Je to tak?*

Myslím, že srdce pouze pohání kardiovaskulární systém, netřeba mu přisuzovat citově či jinak emotivně laděné funkce. Psaní byla dříve otázka drzosti nebo odvahy jít s vlastní kůží na trh. Dnes je to velká obava, když už si čtenář knihu koupí, zda-li ji dočte do konce, (teď nemluví o sobě), byť je sebelepší. Lidé nejsou trpěliví číst knihy, chtějí mít rychlou informaci pomocí internetu. Zpravodajství válčuje krásnou literaturu.

*Z druhé strany – máte čas číst? A co vlastně? Podle jakého klíče vybíráte?*

S přibývajícím věkem čtu pouze knihy ze své knihovny, vždy mě mile překvapí, i když poněkoliť. Nových autorů mi připadá, že je víc než nových knih, neorientuji se, proto chodím po ubývajících antikvariátech. Tam většinou nevykoupí žádný úplný propadák.

*Čím dál víc se diskutuje o tom, co dnes vlastně umění je a co není, platí to i pro literaturu. Máme vztah k Erbenovi, Jiráskovi, Němcově, roste obdiv k současným autorům, i když jich přibývá geometrickou řadou. Podle čeho vy usoudíte, „že je někdo nebo něco“ tím pravým, dobrým, nejlepším?*

Každý z nás má svůj svět umění, který je vymezen schopností jedince vnímat okolí, vytvářet si názor a nepochybně i umělce respektovat. Je to intimní záležitost každého z nás. Pravý

→ pokračujeme ze str. 18

„Není tak překvapením, že více než tři čtvrtiny firem po celém světě hodlají provést významné strategické změny v přístupu k řízení talentů,“ upozornil Jiří Moser.

## Více optimismu ve světě

Český průzkum názorů generálních ředitelů navazuje na Globální průzkum názorů generálních ředitelů, který PwC prezentuje již 16. rokem na Světovém ekonomickém fóru ve švýcarském Davosu. Podle tohoto globálního průzkumu si je téměř polovina (46 %) generálních ředitelů nejvýznamnějších firem po celém světě velmi jistá růstem své firmy v následujících třech letech. Mezi šéfy firem v Česku je to 41 %.

„Česká republika je malá otevřená ekonomika, a tak i o něco opatrnější výhled šéfů českých firem nemusí být na škodu. Navíc opro-



Tomáš Kozák (vpravo) s kolegou na jihu Evropy

umělec nemusí být vždy dobrý, nebo dokonce nejlepší. Měl by ale být vždy řemeslný, a hlavně konzistentní. A to je záruka, že to „něco“, co vytváří, je dobré. Nedávno jsem byl na výstavě obrazů Tomáše Bíma, krásný příklad dělníka umění, jakých určitě bohužel nebude přibývat geometrickou řadou. Po Babičce bych znovu nesáhl, ale s Němcovou bych si kafe dal. Jirásek s Erbenem by mě stoprocentně nudili.

otázky poslala Eva Brix

## Obrazce

Někdy v noci, když do pokoje neproniká ani trocha měsíčního svitu, kreslím z postele na zed' baterkou všelijaké obrazce. Kužel světla je úzký, mohu proto vykreslovat každíčký detail.

Většinou kreslím květiny, stromy, zvířata v běhu nebo rozhoupané lodě na moři. Dost taky kreslím, možná nejvíc, kosočtverce.

Obrázky jsou krásné, černobílé, ale dlouho nevydrží. Pět, deset minut se na ně dívám a pak zmizí. Moc nechápu kam, snad sublimují nebo se vpijí, aby je za miliony let pod vrstvou omítek v mém úžasu objevili archeologové.

úryvek z knihy Tomáše Kozáka *Sputnik a my*, kterou vydalo nakladatelství PLOT a ilustroval akademik Josef Mareš



ti evropskému průměru, kde si je růstem jistá jen přibližně třetina ředitelů, stále patříme mezi větší optimisty,“ komentoval situaci Jiří Moser.

Pro letošní rok je v Česku i ve světě optimistů ještě méně. Celosvětově si je letos velmi jistých jen 36 % šéfů firem. Jejich obchodní partneři v západní Evropě vyšli jako největší pesimisté.

„Generální ředitelé zůstávají v krátkodobém pohledu na své firmy i globální ekonomiku opatrní. Pokud se však podíváme obecně na oblasti, kde jsou znepokojeni současnou situací – přílišná regulace, výše vládních dluhů, nestabilita kapitálových trhů – není pokles jejich optimismu proti předchozímu roku překvapením,“ popsal globální výsledky průzkumu z Ekonomického fóru v Davosu Dennis M. Nally, generální ředitel mezinárodní sítě poradenských společností PwC.

(tz)



RENOMIA

# KOMPLEXNÍ SLUŽBY V OBLASTI POJIŠTĚNÍ A RISK MANAGEMENTU

Sloužíme Vám  
s radostí



- Nejvýhodnější cena a podmínky
- Nejsilnější firma na trhu hájí Vaše zájmy
- Individuální péče jedinečného týmu odborníků
- Služby ve 135 zemích světa
- K dispozici nepřetržitě, mimořádné nasazení
- Komplexní služby, moderní ochrana rizik
- Nadstandardní řešení škod ve Váš prospěch

[www.renomia.cz](http://www.renomia.cz)