

leden 2015

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Petr Manda

Michael Petr

Pavel Vosoba

Jarmila Pejpalová

Lukáš Jabůrek

Petr Pasek



Petr Manda

**Firmy svým produktům,
službám a schopnostem více věří**

rozhovor na stranách 2–3

Firmy svým produktům, službám a schopnostem **více věří**



Petr Manda

Každá dobrá zpráva je na začátku roku vítaná. Motivuje, a to je významné. Jedna taková přišla z ČSOB. Čeští podnikatelé konečně zastavili pokles svého investičního apetitu. Potvrzují to aktuální hodnoty Indexu očekávání firem, který čtvrtletně banka sleduje. Za posunem stojí hlavně dílčí údaj o plánovaných investicích, konečně je v republice větší množství firem, co chtějí více investovat, než těch, které investice omezí. To je povzbuzující. Pro všechny.

Celkový Index očekávání firem stoupl o 4,2 bodu na aktuální hodnotu 12,3. Dílčím indexem s největším optimismem v něm zůstává i nadále výhled poptávky, přestože jeho hodnota klesla již v druhém sledovaném období po sobě. Dvojnásobně se totiž zvýšil počet podnikatelů, kteří dopředu nedokážou poptávku odhadnout. Firem očekávajících zvýšení poptávky je 38 %. Naopak nižší poptávku odhaduje kolem čtvrtiny oslovených (24 %).

Dílčí index plánovaných změn podnikání znamenal koncem roku pozitivní tendence. Zatímco procento firem, které plánují zachovat své podnikání ve stávajícím rozsahu, se na rozdíl od předchozího kvartálu prakticky nezměnilo, podíl firem, které chtějí podnikání rozšířit, se zvýšil o 2 %. Současně o 1 % klesl podíl podnikatelů, kteří hodlají podnikání omezit nebo zastavit.

Petr Manda, výkonný ředitel útvaru Firemní bankovníctví ČSOB, má slovo:

ČSOB zveřejnila šalamounskou informaci: Do nového roku vstupují čeští podnikatelé s optimismem, nicméně v kontextu zvýšené míry nejistoty. Formulace je to však přesná a vystihuje, s jakými ambicemi firmy v České republice zahájily rok 2015. Jak to dále komentovat?

Celkový Index očekávání firem, který sledujeme již rok a půl, aktuálně stoupl na hodnotu 12,3, což je druhý nejlepší výsledek

v historii a naznačuje pokračování mírného optimismu českých firem. Za posunem stojí hlavně dílčí údaj o plánovaných investicích, konečně máme v republice více firem, co chtějí více investovat, než těch, které investice omezí.

Za posunem stojí hlavně dílčí údaj o plánovaných investicích, konečně máme v republice více firem, co chtějí více investovat, než těch, které investice omezí.

V letošním roce plánuje 39 % firem investovat více než loni. Pokles investic se tedy zastavil. Firmy také nadále předpokládají nárůst poptávky, byť o něco nižším tempem než doposud, a díky tomu relativně častěji plánují rozšíření svého podnikání. Celkově jsou tedy očekávání firem pozitivní, je vidět, že věří svým produktům či službám a svým schopnostem. Na druhé straně jsou si podnikatelé samozřejmě vědomi ekonomické a politické situace v Evropě. Zprávy přicházející z Ruska, Ukrajiny, Řecka, ale i Německa, Francie či Itálie nejsou příliš veselé, což vede k opatrnosti v podnikatelském sektoru.

Je tedy větší důvod k opatrnosti než k tomu, aby na sebe podnikatelé brali rizika úspěchu?

V minulých letech táhl ekonomiku především export. Nyní se pomalu zvedá domácí spotřeba a investice. To nahrává optimismu malých a středních firem, na které je Index zaměřený – jejich orientace na export totiž není tak silná. I pekárna nebo minipivovar ale musí do svého lokálního podnikání promítnout energie, logistiku, suroviny. Každý podnikatel s podobnými proměnnými počítá, i s jejich případnými výkyvy. Dnes například vidíme, že druhá sezona po sobě nepřeje horským střediskům a vlekařům. Myslím, že se brzy dočkáme zpráv o jejich nepříznivé ekonomické situaci, protože každý rok investují do nových zařízení, ale tyto prostředky se jim nyní nevrací.

Což je samozřejmě průšvih. Mnohé společnosti si to již uvědomují – rády by investovaly, mají dokonce volné peníze, ale bojí se, že jejich potenciál nemusí být po čase dostatečně využitelný. Začínají si zvykat, že nic není dáno, nic nemusí platit a vše se mění. To však pro poskytování úvěrů není zrovna příhodné...

Tyto obavy mohou pramenit z nejistoty, která do značné míry souvisí s aktuální ekonomickou situací v Evropě a České republice. Tato nejistota je patrná i z výsledků poslední vlny

průzkumu Indexu očekávání firem. Ukázalo se, že 38 % firem nedokázalo na konci loňského roku odhadnout poptávku po svém zboží či službách v prvním čtvrtletí tohoto roku.

Nicméně, česká makroekonomická data se zlepšují. Lidé začínají více utrácet, což by



ženy-podnikatelky si alespoň mohou tento čas zorganizovat a přizpůsobit své aktivity tak, aby zvládly i péči o děti.

Zahrnuje váš Index očekávání firem také náladu absolventů vysokých a středních škol? Zda se třeba tito lidé pokouší dnes ve zvýšené míře podnikat, aby se uživilí?

Tuto oblast náš Index nezkoumá, ale můžeme uvažovat o jednorázovém šetření na toto téma.

Ve vaší praxi se jistě najde i řada kuriozit. Nač by si rády firmy vypůjčily, ale nejde to?

Naši důvěru mají firmy působící v různých oblastech služeb, auto-moto, zemědělství a farmářství, strojírenství, elektroniky, potravinářství a dalších, vždy však přihlížíme ke konkrétnímu podnikatelskému záměru a výsledkům hospodaření dané společnosti. „Stopku“ u nás mají firmy působící v oblasti zbraní a střeliva a hazardních her.

Když byste se vy sám rozhodl podnikat, nač byste úvěr nikdy nechtěl?

Na krytí dluhové služby spojené s úvěrem, který již v mém podnikání figuruje. To by byla známka, že jde do tuhého.

otázky připravila Eva Brix

www.csob.cz/cz/Firmy/Podnikatele/Stranky/index-ocekavani-firem.aspx

mohlo uklidnit alespoň ty firmy, které se orientují na domácí trh.

Co se úvěrů týče – více než polovina českých firem se při financování svých projektů na bankovní úvěry spoléhá. Jde o dostupnou, transparentní a v dnešní době nízkých úrokových sazeb i velmi levnou záležitost. Zatímco u firem s obrátem do 100 milionů korun potřebuje úvěr jen necelá třetina z nich, u subjektů blížících se k jedné miliardě tržeb už je to skoro 60 procent. Úvěr je standardním a zadaným způsobem řešení provozního a investičního financování. Ve srovnání s Evropou mají české firmy málo kapitálu, a tím pádem větší úvěrovou potřebu. Banka podnikatelům a firmám v tomto směru vychází vstříc. Celá třetina našich stávajících klientů z řad podnikatelů a malých firem může již nyní využít předšválený úvěrový limit bez toho, aby banke musela dokládat své příjmy.

Co podle bankéřů brzdí chuť menších firem investovat? Je to dění na mezinárodní scéně, ceny ropy, vliv teroristických útoků, složitější komunikace s ruskými mluvícími zeměmi?

Pro každou firmu je to jiné. Dění na mezinárodní scéně mnohé tuzemské firmy přímo neovlivňuje. Může mít ale jistý psychologický efekt. Rekordně nízké ceny ropy škodí zejména firmám v energetickém sektoru. Ostatní firmy z nich naopak profitují. Obecně lze říci, že firmy nemají chuť investovat, když nemají potřebnou míru jistoty, nevidí dostatečnou ekonomickou stabilitu, jak jsem to již naznačil. A to i stabilitu v oblasti legislativy. Například, pokud se vám pořád mění sazby DPH, vytváří to v podnikatelském prostředí značné pochybnosti a roztrpčení.

Také se éterem a internetem nesou zvěsti o další blížící se ekonomické krizi, byť je k dispozici řada analýz, které tvrdí pravý opak. Čím se tedy má průměrná česká firma řídit? Co ji může povzbudit, co odradit od toho, aby rozšířila výrobu, obchod, služby?

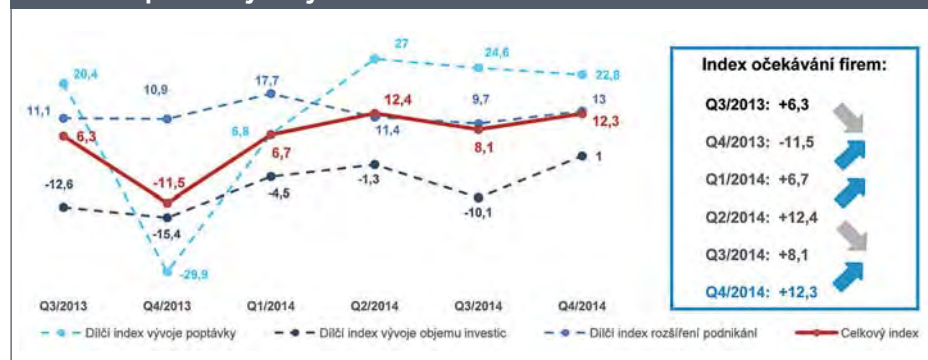
Již jsem to naznačil v minulých odpovědích. Vnější dopady mají svůj díl „vin“, ale klíčová je především stabilita domácího prostředí. Podle

našeho Indexu očekávání firem vévodí pořadí podnikatelských bariér, které rozhodně komplikují podnikání, nadbytečná byrokracie. Jen o něco málo zaostávají časté legislativní změny a s odstupem vysoká daňová zátěž. Na předních příčkách se umístila i nedostatečná podpora ze strany státu.

Do businessu nyní vstupuje hodně žen. Proč zrovna v této době?

Kromě emancipace žen může v tomto trendu hrát roli také skutečnost, že v České republice je nedostatek flexibilních forem práce v podobě například částečných úvazků. To mnoha ženám komplikuje návrat do pracovního procesu z mateřské dovolené. Podnikání je sice časově často náročnější než plný úvazek, ale

Index stoupá – firmy navýší investice



Plánujete v průběhu následujících 12 měsíců nějaké změny svého podnikání?



Internetu odevzdáváme své já, informační exploze představuje nové zdroje bohatství i nová rizika

Elektronický obsah, který vytváříme, uchováváme a sdílíme, lze velmi dobře využít a často i zneužít. Dominantní část informací, znalostí, a vlastně i obraz našeho „já“, má digitální podobu. Internetu se svěřujeme se svými prožitky, pocity, názory a sdílíme informace prostřednictvím pracovních i osobních mailů, sociálních sítí, diskuzí, chatu... Možnost kontroly nad šířením dat je mnohdy jen iluzí. Oč nám moderní technologie usnadňují přenos informací, o to větší pozornost si zasluhuje jejich ochrana.

Informační hodnotu ukrytou ve svých datech se snaží firmy ochránit značnými investicemi do jejich zabezpečení. Předmětem ochrany bývají citlivé informace, duševní vlastnictví a know-how, databáze informací o klientech či obchodních partnerech. Na druhé straně barikády stojí útočníci, kteří se snaží obranu prolomit a získat informace zneužít. Ale i naše osobní data, která příliš nechováme a která bývají víceméně volně dostupná, mohou představovat ve správných souvislostech a kontextu značnou hodnotu. Zde nelze mluvit o barikádách, kontroly se obvykle dobrovolně zřikáme ve prospěch provozovatelů nejrůznějších služeb, které využíváme. Kolik toho vlastně o sobě prozrazujeme? Naše sociální vazby, demografické údaje, zájmy, koníčky, názory, postoje k událostem a fotografie z dovolené nebo firemního večírku mohou být analyzovány a efektivně využity. Jak a proč? Důvodů je víc. Nejobvyklejší je cílení reklamy pro zvýšení její efektivity. Prodejem informací o uživateli se vracejí náklady na poskytování služeb zdarma. Kromě klasického marketingu a reklamy zaměřené na prodej výrobků a služeb existuje i „politický“ marketing zaměřený na výzkum a ovlivňování našich názorů na různá společenská témata. Zadavateli nejsou v tomto případě výrobci snažící se přimět zákazníky ke koupi svých produktů, ale politici, politické strany a různá zájmová hnutí, kterým jde o voličskou podporu. V neposlední řadě jsou tyto informace využívány bezpečnostními složkami států k ochraně jejich zájmů. Co z toho může vyplynout, do jaké míry se můžeme proti riziku zneužití a využití bránit a zabezpečit firemní i soukromá data, se dozví-

te z odpovědi Ing. Michaela Petra, majitele firmy MCI Systems, s.r.o.:

Internet jako mohutná datová platforma šíří nekontrolovatelné množství informací. Z mnohých se vytváří samovolně například mediální obraz firem, jednotlivci jejich prostřednictvím budují svou image. Často si však neuvědomujeme, že je to vlastně daň za geniální služby, jež bezplatně využíváme. Částečně jste o tom hovořil v prosincovém vydání. Čím může být tato daň nebezpečná?

Nebezpečí spočívá především ve ztrátě kontroly nad daty, která svěříme provozovatelům těchto služeb. Jak jsem zmínil, například Facebook považuje veškeré informace a mediální obsah, který jeho prostřednictvím sdílíme, za svůj majetek, se kterým může volně nakládat. Nesmíme se proto divit, že informace, o které jsme se chtěli podělit pouze s určitou skupinou svých přátel, mohou být použity pro účely marketingu a cílení reklamy. Jsou tedy ve zprostředkované podobě upotřebeny způsobem, který jsme nepředpokládali. Než začneme určitou službu užívat, musíme souhlasit s obchodními podmínkami. Při jejichž čtení narazíme na odstavce, případně celé články upozorňující, že informace mohou nějak posloužit i třetí straně. A za druhé – kromě samotných poskytovatelů specifických služeb mohou být data elektronické komunikace analyzována na základě tajných vládních programů. Legalita takového plošného sběru a analýzy dat je sporná. Kontroverzním tématem je zapojení komerčních poskytovatelů služeb do tohoto systému, protože jejich uživatelé jim k tomu nedali svolení, a toto chování podkopává víru v zachování důvěrnosti informací.

Vede to k absurdním úvahám – má vůbec smysl chránit své soukromí? Vždyť specializované týmy dokáží vystopovat na základě mých návštěv na internetových portálech, kdy mám třeba depresi či svou slabou chvíli a přimět mne k nedbalé virtuální operaci, na základě které se nechám zmanipulovat k tomu, co bych jinak nikdy neudělala.

V rovině osobních dat se vývoj ubírá tím směrem, že nemáme-li co skrývat, pak nám nezbyvá než dát své soukromí všanc v míře nezbytně nutné. A doufat, že naše data nebudou zneužita jiným způsobem než ke sledování vládními agenturami a k reklamním účelům poskytovatele využívaných služeb. Vyšší míry anonymity lze

dosáhnout například využitím sítě Tor, která pracuje s mnohonásobně zabalenou informací do vrstev připodobňovaných ke slupkám cibule. Informace putuje přes několik počítačů v síti, přičemž každý rozbalí jednu vrstvu, která obsahuje pouze adresu následujícího článku řetězce, kam má informace poslat. Informace o původním odeslateli, cílovém příjemci ani obsah zprávy nejsou k dispozici. Síť Tor je pro svou anonymitu využívána často k nelegálním aktivitám jako prodej drog, zbraní nebo dětské pornografie, ale slouží i disidentům, kteří se tak uchrání od státní cenzury.

Ale obecně vzato se na internetu nesetkáváme s nátlakem v té podobě, jako je vyvíjen například některými subjekty při prodejních zájezdech cílících především na seniory. Za monitorem se obvykle nedostáváme pod časový tlak a máme prostor si své jednání rozmyslet. Pokud hovoříme o manipulaci, stojí za ní obvykle nepřehledné a matoucí znění obchodních podmínek, popisu výrobku. Zkráceně zde hraje roli určitá informační asymetrie, která není vždy úmyslně vytvářena. Proto má také zákazník po zakoupení produktu na e-shopu možnost jej v určité lhůtě vrátit bez udání důvodu. Kromě nákupu v e-shopech může mít i další naše počínání na internetu formu právního úkonu, to je třeba brát v potaz.



Takže člověk si vlastně nevybere. Vždy je něco za něco, anebo absurdněji: anonymita například jako ochránce poctivých, ale zároveň živná půda pro největší nepravosti...

I tak se to dá pochopit. Doplnil bych ještě, že v rámci internetu existuje část nazývaná hluboký web (Deep Web), jejíž obsah není možné vyhledat pomocí internetových vyhledávačů. Součástí jsou servery přístupné přes Tor. Samozřejmě takové prostředí chrání bezelstné uživatele stejně tak dobře jako lotry. Takže ano, člověk si vlastně nevybere, nebo naopak, vybírá si, každý podle svých potřeb a možností.

Zatímco v rovině osobních dat stačí pro zachování bezpečnosti obezřetnost, zdravý rozum, aktualizovaný operační systém a případně antivir, ve firemní sféře zůstane zajištění informační bezpečnosti důvodem pro značné investice. Firmy často pro zachování úplné kontroly nad zabezpečením svých dat provozují informační služby ve vlastní režii místo využívání outsourcingu, SaaS (Software as a Service), PaaS (Platform as a Service), IaaS (Infrastructure as a Service) apod. Úroveň zabezpečení pak odpovídá výši investic na pořízení a provoz vlastní zabezpečené infrastruktury. Například soukromý e-mail využíváme zdarma i za cenu, že provozovatel analyzuje obsah naší korespondence pro účely cílení reklamy, a tím o nás vlastně prodává informace třetím stranám. Přestože firemní varianty podobných služeb bývají placené a bez reklam, stín podezření, že by poskytovatel mohl použít stejné nástroje analýzy obsahu, jaké používá pro jednotlivce, a prodat výsledky konkurenci, vede mnohé společnosti k provozování vlastních poštovních serverů. Pokud ale firmy nevěnují řádnému zabezpečení dostatečnou pozornost a prostředky, mohou být jejich data ohrožena více než při využití profesionálních outsourcingových služeb.



O zneužívání sdíleného obsahu pro jakékoli účely se hovoří denně. Co mne jako zaměstnance může potkat, když na sociálních sítích zveřejním fotografie z živelné firemní oslavy? Smím vůbec takové snímky postit do světa? Mohu z toho mít problém?

Lidé si zvykli zveřejňovat zajímavé momenty svého života, který do značné míry tráví i v práci. Tím mohou na svého zaměstnavatele vědomě či nevědomě prozradit i nežádoucí skutečnosti, a tak společnost poškodit. V několika případech podobné chování skončilo výpovědí, např. po zveřejnění hygienických podmínek provozovny fast foodu.

Z hlediska povahy zveřejněných dat je třeba vzít v úvahu okruh příjemců. Kromě ostatních účastníků oné divoké párty se mohou nelichotivé fotky a videa dostat třeba k vašemu šéfovi nebo personalistovi, který vás bude přijímat do nového zaměstnání. Znovu připomínám, že na veškerý sdílený obsah je třeba nahlížet jako na veřejně dostupný bez ohledu na zdání, že bude přístupný jen vybranému okruhu vašich přátel.

Mnozí blogeři zveřejňují informace o připravovaných modelech výrobků, zejména na poli elektroniky, mobilních telefonů, automobilů či software a operačních systémů. Některé firmy toto dokázaly dokonce využít ve svůj prospěch jako nenásilnou a levnou formu marketingu a reklamy, kdy připravují trh na nový výrobek a jeho vlastnosti a zároveň vyhodnocují reakce potenciálních uživatelů, které mohou vést ke změnám charakteristik již ve fázi vývoje produktu. A proto, že vývoj nového produktu je časově i finančně náročný, obvykle se nestává, že by takové informace mohly být zneužity konkurencí k uvedení podobného výrobku ve stejnou dobu. Informace o produktu v pokročilém stádiu procesu uvedení na trh bývají spíše zdrojem inspirace pro firmy v závěsu za předními lidry trhu.

Tématem stále aktuálním je také phishing. Mohl byste charakterizovat, jak takový typický phishingový útok vypadá? A jak se proti němu mohou firmy bránit? Mnohé z nich tato rizika berou stále na lehkou váhu...

Phishing se někdy do češtiny překládá jako „rhybaření“. To vystihuje podstatu metod, jak důvěřivé uživatele chytit na udičku a vylákat od nich citlivé údaje. Podvodné jednání spočívá v napodobení e-mailové zprávy nebo webové stránky internetového bankovníctví, sociálních sítí, online platebních terminálů, aukčních portálů apod. Zde pachatel požádá uživatele o zadání přístupových údajů, které následně zneužije. Firmy stále upozorňují na phishingové hrozby pro jejich uživatele, ale vzhledem k tomu, že jde o metodu sociálního inženýrství založenou na

naivitě a nepozornosti uživatelů, nemohou toto riziko úplně vyloučit. Účinnou obranou bývá mimo zdravého úsudku a obezřetnosti uživatelů využití zabezpečeného připojení k serveru pomocí protokolu HTTPS. Kromě šifrování obsahu přenášeného mezi internetovým prohlížečem a serverem dochází k ověření identity protistrany. Úspěšné ověření serveru může uživatel poznat většinou v adresní řádce prohlížeče. Ještě účinnější obranou je dvoustupňová autentizace např. za použití kódu zasláného v SMS, ale ani to není už dnes spásou, vývoj jde rychle dál.

Pro řadu společností vyvstaly problémy s tím, že zaměstnanci používají své mobily, své notebooky, své foťáky k pracovním účelům. Jak to může narušit firemní bezpečnost?

Zatímco ve firemním prostředí se na zabezpečení dat vynakládají oprávněně nemalé částky, zaměstnanci nejsou zvyklí svá osobní data příliš

chránit. Střet těchto světů, ať už na firemním, nebo soukromém počítači, nebo chytrém telefonu, představuje pro zachování firemní bezpečnosti novou výzvu. Firemní zařízení je možné lépe ochránit před hrozbami plynoucími ze surfování zaměstnanců po netu, čtení soukromých

e-mailů a sledování sociálních sítí. Číhajícími hrozbám a útokům lze čelit omezením oprávnění uživatelů ve správě a při používání zařízení. Trendem ke zvýšení spokojenosti, produktivity a snížení nákladů je koncept tzv. BYOD (Bring Your Own Device), tedy začlenění soukromých zařízení zaměstnanců do IT infrastruktury společnosti. Typicky jde o soukromé mobilní telefony, tablety a notebooky, na kterých zaměstnanci vyřizují firemní e-mailovou komunikaci a přistupují často ke sdíleným datovým úložištím, intranetu a dalším firemním aplikacím a datům. Uživatelé v tomto případě nelze chránit omezením v používání zařízení. Funkčním se zdá být koncept oddělení firemní části zařízení, kde mohou být vynucovány bezpečnostní politiky, od soukromé, která je uživateli volně k dispozici. Bezpečné oddělení obou částí vyžaduje souhrn hardware, operačního systému a bezpečnostních aplikací.

To je docela drahé. Nebude řešením opačná cesta? Mají společnosti nástroje k tomu, jak při zapojení notebooku zaměstnance do aktivit podniku lépe kontrolovat jeho práci nebo naopak lenošení, kdy brouzdá po nejrizičnějších webových stránkách, věnuje se vyřizování osobních mailů?

Na soukromém zařízení zaměstnance by nebylo toto sledování vhodné. Obecně prosazují hodnocení zaměstnanců na základě odvedené práce spíše než sledování, co dělají v pracovní době a už



2x foto Shutterstock

vůbec mimo ni. Řízení zaměstnanců by mělo zůstat v rovině manažerské dovednosti spočívající v umění zadat úkoly a kontrolovat jejich plnění, včetně patřičného časového rámce. Omezování soukromých aktivit zaměstnanců má smysl u činností v pracovní době, kde je vyžadováno plné soustředění na pracovní úkoly nebo když činnost nemá měřitelné a kontrolovatelné výstupy a spočívá např. v monitorování bezchybného chodu určitého procesu.

Firmy se potýkají s problémem úniku informací často právě proto, že zaměstnanci na svých noteboocích a tabletech zacházejí s citlivým obsahem lehkověžně. Lze se proti tomu efektivně zajistit?

Zabezpečení firemních i soukromých počítačů, tabletů a chytrých telefonů proti vnějším hrozbám je na trhu k dispozici. Každá společnost by měla zvážit, jestli jí potenciální únik informací může způsobit větší škody, než představují náklady na patřičné zabezpečení. Většinou hrozba průmyslové špionáže, kompromitace citlivých informací nebo zneužití dat v konkurenčním boji za ochranu stojí. Rizika bohužel nepředstavují jen hackerské útoky, které prolomí nedostatečné zabezpečení, krádeže nebo nevědomého jednání personálu. Na tomto poli stále dominuje vědomé úmyslné jednání zaměstnance, ať už jde o korupci, nebo vlastní selhání. Účinné opatření proti této hrozbě spočívá ve striktní kontrole přístupu zaměstnanců pouze k těm informacím, které jsou nezbytné pro výkon jejich práce a odpovídají jejich pracovnímu zařazení. Současně je třeba sledovat, kdo jak se kterými informacemi naložil. U dat, která jsou klasifikována jako důvěrná, je třeba vážit, kdo k nim přistoupil, komu je přeposlal e-mailem, jestli je uložil na externí paměťové médium apod. Tyto činnosti by mělo být možné případně i selektivně zakázat.

Jakým směrem se budou ubírat kroky v zabezpečování firemních systémů? Mají společnosti vůbec šanci srovnat krok s těmi, kteří bývají o kus před nimi a data zneužívají?

Výzvou je udržet požadovanou míru zabezpečení firemních dat na všech zařízeních, která slouží k produktivní práci zaměstnanců a uživatele při tom příliš neomezovat. Vyžaduje to kontinuální inovace a nemalé náklady, které korespondují s rostoucí důležitostí firemních informací, firemní komunikace a know-how firem. Pokud jde o útoky zvenčí, pak konvenční prostředky zabezpečení většinou fungují na základě kolektivního sdílení charakteristik odhalených útoků. Po útoku zaznamenaném bezpečnostní společností nebo výrobcem operačního systému, software a hardware bývá systém aktualizován a proti stejné hrozbě chráněn. Je tu však určitá časová prodleva. Útok nebo vir musí být odhalen. Dokud se tak nestane, nelze se takovým událostem ubránit. Nejnovější technologie na bázi heuristické analýzy a neuronových sítí dokáží v reálném čase odhadnout, že určitá aktivita představuje hrozbu, a okamžitě se bránit i v případě, že tato hrozba dosud nebyla nikým odhalena. Tyto technologie monitorují datové toky a učí se rozpoznat normální a abnormální chování ve firemní síti. Podle míry jistoty a závažnosti hrozby jen reportují nestandardní situace pro pozdější analýzu nebo mohou závažnému narušení bezpečnosti, které hrozí s velkou pravděpodobností, rovnou zabránit. Náklady na kyberšpionáž jsou rovněž značné. Zatímco běžným hrozbám virové nákazy či zapojení do sítě ovládaných počítačů (botnet) lze účinně čelit, cílené velmi sofistikované útoky bývají dlouho neodhaleny. Využívají často tzv. zranitelnosti nultého dne, tedy takového způsobu napadení systému, který dosud nebyl odhalen. Tyto zranitelnosti jsou velmi ceněné, protože do

jejich odhalení jsou proti nim bezmocné i aktualizované operační systémy a antivirové programy. Právě tyto dosud neodhalené slabiny představují Achillovu patu tradičního způsobu zabezpečení. Vzhledem k vysokým nákladům na jejich vývoj lze předpokládat, že jde o cílené útoky a že za nimi stojí promyšlený konkurenční boj velkých firem nebo týmy financované z vládních zdrojů.

Několikrát jste se dotkl obecně práce s daty na základě státního zájmu. Záludnosti internetu jsou nekonečné. Z dříve školáckých legráček dnes již organizované a silně strukturované zásahy, kyberšpionáž. Co z toho může pro politiku a ekonomiku země plynout?

„Kyberšpionáž“ a „kyberválka“ se obecně na úrovni států a vládních organizací institucionalizuje, profesionalizuje a jsou na ně vyčleněny nemalé prostředky z rozpočtu obrany každé země. Tyto činnosti mají řadu různých cílů. Od získávání citlivých informací, které slouží k podpoře strategického rozhodování na ekonomické, politické i vojenské úrovni, přes podporu špionáže a kontra špionáže a odhalování bezpečnostních hrozeb až po činnosti, které mohou protivníka fyzicky a ekonomicky poškodit. Uvádí se, že velmi sofistikovaný systém nazvaný Stuxnet dokázal zpozdit iránský jaderný program o rok přeprogramováním centrifug na obohacování uranu, aniž by jeho tvůrce musel vynaložit náklady na vojenskou akci a čelit jejím následkům, včetně ohrožení životů vlastních vojáků. Systém se podařilo odhalit až po několika letech činnosti a byl natolik sofistikovaný, že vzhledem k potřebným nákladům na jeho vývoj se spekuluje o podpoře některého ze států, zejména Izraele. Stuxnet byl zcela výjimečný, jelikož využíval hned čtyři různé zranitelnosti nultého dne, což je zcela unikátní. Že nejde o ojedinělou akci, svědčí i to, že později byl odhalen další podobně sofistikovaný systém nazvaný Flame, který vykazuje se Stuxnetem podobné rysy. Lze předpokládat, že v současnosti fungují neodhalené nástupci těchto systémů.

Kontroverzním tématem jsou vládní programy pro plošný sběr a zpracování informací z datové komunikace, e-mailů a telefonních hovorů. Bezpochyby to probíhá ve spolupráci s celou řadou soukromých firem, jimž k tomu uživatelé nedali souhlas. O rozsahu těchto aktivit vypovídá svědectví Edwarda Snowdena spolu s ostatními materiály zveřejňovanými serverem WikiLeaks. S odůvodněním boje proti terorismu se uchýlila americká vládní agentura NSA k porušování osobních svobod. Zdá se, že demokratické principy by mohly částečně zvrátit tento trend. Bylo by však naivní domnívat se, že ostatní mocnosti nevyužívají obdobné praktiky, o kterých se ale nemluví, nepodléhají žádné veřejné kontrole, a nebudou se proto omezovat. Podezření z napomáhání při zneužití dat již čelí někteří výrobci síťových prvků.

ptala se Kateřina Šimková

Právo na dokonalý život

Pavel Vosoba je čtvrt století podnikatelem a manažerem, spolumajitelem poradenské firmy M.C.TRITON. Co ho přivedlo ke psaní a proč patří jeho poslední kniha Dokonalý život k bestsellerům? Rozhovor přináší zajímavé odpovědi.

Dokonalý život vychází z vlastních zkušeností autora, nebo je to dokonce zčásti autobiografie? Co bylo impulzem a co je smyslem vaší knihy?

Většina příběhů, i když se odehrávaly jinak, má své reálné pozadí a představitel. Mezi ně jsou vsazené i ty osobně prožité. Které z nich to jsou, však neprozradím. V posledních deseti letech jsem začal více pracovat s jednotlivci. Množina vyčerpaných, osamělých, bezmocných a frustrovaných manažerů rostla geometrickou řadou. Problémy jim přerůstaly přes hlavu, všechno se komplikovalo a zamřžovalo. Prosazovali se neschopní a schopní byli přetěžováni a terorizováni. Ochota rozhodnout samostatně a nést odpovědnost za sebe i ostatní se prudce snížila, nastoupila krize a s ní neuchopitelný strach – ze ztráty pozice, selhání, zklamání. Rostla konformita, snaha nevybočovat, hovořit, diskutovat ano, ale ve skutečnosti nic nedělat. Nejhorší bylo, že nastupující mladá generace přijala tento „standard“ jako normální, zaměnila

těžké. Chtěl jsem napsat něco, co osloví mladou generaci, nedovolí jí zdegenerovat, pomůže odpovědět. Kniha měla být původně pro vysokoškoláky a čerstvé absolventy.

Nakolik jste popustil uzdu fantazii? Líbí se vám vyprávět příběhy, tvořit charaktery postav, konstruovat dramatické zápletky a vést čtenáře k překvapivým a smysplným závěrům?

Miluju fantazii a obdivuji všechny spisovatele, kteří dokáží vytvořit vlastní funkční svět. Neumím příliš skládat charaktery, tvořit páteř, na kterou se všechno nabalí. Jsem spisovatel-nespisovatel. Ale když začnu psát a soustředím se, děj se sám přede mnou rozeběhne, vidím

– jenom my máme právo se poměřovat a hodnotit. To je moje celoživotní krédo.

Úspěšný autor prý musí být ve svém díle, možná i v soukromém životě, pravdivý. Dal byste za každou řádku ruku do ohně?

Nedokážu posoudit. Když dokončím knihu, zmocní se mě obvykle dva pocity. První je omamně vítězství, kdy si dokola opakuji: dokázal jsem to! Seděl jsem v moskevské restauraci „matep“, na břehu zamrzlého jezírka, bylo odpoledne, venku sněžilo a já se radostí smál na plné kolo. Druhý pocit přichází později – zachvátí mě pochybnosti, mám chuť to zahodit nebo přepracovat.

Stal jste se spisovatelem a o vaší knize se hovoří. Změnil se tím váš pohled na svět, na vaše povolání a poslání, nebo si člověk svůj „životní vzorec“ nese v sobě od kolébky do hrobu?

Nečekal jsem takový úspěch a necítím se být spisovatelem. Psaní je pro mne hobby jako pro jiného chalupa, historie, hudba... Pomáhá mi vidět věci jasněji, ostřeji, zabývat se „cizích“ myšlenek, soustředit se a současně odreagovat, ale hlavně tvořit, vymýšlet, snít. Ostatně pokračování knihy, kde mistrem bude Viktorie – tedy žena, je více „mystičtější“. Určitě každý máme svůj „životní vzorec“ – tedy jakési poslání, které když naplníme, budeme šťastní – nikdo jiný to za nás udělat nemůže.

za rozhovor poděkoval
Pavel Kačer



Pavel Vosoba

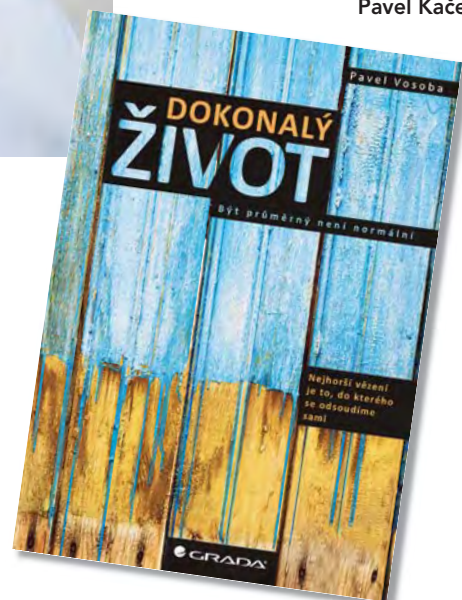
Máme na to právo! Být spontánní, sami sebou, mít vlastní názory, postoje, emoce a touhy. Potřebujeme se mít rádi, neubližovat si, nepodřizovat se vnějším autoritám – máme celý život na to, abychom napravili, co do nás rodiče, škola a společnost ve své pohodlnosti nacpali.

postav, barvy, prostředí, někdy dokonce i vůně – podotýkám, že nic „nekořím“. Jedinou mou starostí je to rychle zachytit.

Tvrdíte, že být průměrný není normální. Můžeme být tedy všichni nadprůměrní?

Ano. Máme na to právo! Být spontánní, sami sebou, mít vlastní názory, postoje, emoce a touhy. Potřebujeme se mít rádi, neubližovat si, nepodřizovat se vnějším autoritám – máme celý život na to, abychom napravili, co do nás rodiče, škola a společnost ve své pohodlnosti nacpali. Jedinečnost je ve vnímání sama sebe

vlastní „chci“ za to, co se od ní očekává. Když vám na první otázku: co vás baví, co opravdu chcete dělat, odpoví devadesát procent stejně, je jasné, že to neví a odpovídají tak, jak to do nich „vtloukla“ společnost. Odpovědět pravdivě na tuto otázku je ve skutečnosti nesmírně



Ženy přejí šéfům úspěch i sebereflexi

S koncem starého a na počátku nového roku máme příležitost udělat si v životě malou inventuru. Zrekapitulovat přínosy a ztráty, přijmout určité ponaučení a popřát do období před sebou něco pěkného a prospěšného. Zajímalo nás, jak s takovou šancí dokáží naložit dámy ve vztahu k mužům. Připravili jsme proto pro ně jednoduchou otázku: Co přejí ženy šéfům?



kresba Věra Krumphanzlová



Ing. Alena Chalupová, MBA
poradce generálního ředitele,
Institut pro testování a certifikaci, a. s.,
Zlín

Chci vám popřát do nového roku hodně zdraví a odvalu být sami sebou. Chci vám popřát, abyste začali pracovat na tom, co jste si naplánovali nebo si jenom představovali. Neztraťte už ani den váháním, čekáním, analyzováním nebo hledáním alternativ. Více dosažených cílů a splněných výsledků! Chci vám popřát, abyste našli lidi, kteří chtějí jít stejným směrem jako vy. Abyste dokázali ocenit rozdíl místo nedostatků. Abyste se dokázali poučit ze svých chyb a chyby ostatních vnímali jako příležitost pro to být laskaví, odpouštějící a chápající. Buďte šťastní!



Ing. Petra Škopová
majitelka rodinného pivovaru Propper

Už dost dlouho nemám žádného šéfa, ale co bych jim všem přála? Hodně rozvahy, ale i několik odvážných rozhodnutí a spravedlivý pohled na zaměstnance.



Mgr. Hana Kadečková
tisková mluvčí Zdravotní pojišťovny
ministerstva vnitra ČR

Co tak ženy mohou přát svým šéfům? Jasně – štěstí, zdraví, pohodu, dobré nápady, častou chuť zvyšovat svým podřízeným plat... Ale co je to základní, co nás motivuje svého šéfa respektovat, s chutí plnit jeho příkazy? Co je důvodem, že chodíme do práce rády a nepřepadá nás žaludeční neuróza, kdykoliv zazvoní telefon s jeho jménem? Tím důvodem je, že náš šéf je šéf jaksi z podstaty. Že si nemusí respekt podřízených „vydupávat“ arogantním jednáním, nesmyslnými příkazy, intriky, řečem, výhrůžkami. Že má prostě přirozenou autoritu. Šéf, který má charisma, přemýšlí o své práci, přichází se smysluplnými vizemi, a navíc vnímá své podřízené jako sobě rovné bytosti, je požehnáním pro celou firmu. Takže co přát svým šéfům? Aby byli těmi na svém místě. A pak už jen to zdraví, štěstí, chuť zvyšovat platy podřízeným...



Ing. Miriam Hanáková
jednatelka, FINVOX

Již nějakou dobu žiji v hlubším respektování zákona rovnováhy, který každé vychýlení na jednu stranu vyrovnává vychýlením na stranu druhou, a proto také již nějakou dobu nepřeji nic úžasného, šťastného, veselého a výjimečně dobrého, neboť každé takové přání vyvolává na svět i svůj opak – a toho se dopouštět nechci, takové neřízené hmoty přání v nečekanou chvíli, situaci a životní a pracovní konstelaci. Myslím ale, že pro manažery – muže by mohlo být dobré, kdyby na konci nového roku mohli zrekapitulovat a v těch rekapitulacích najít stupínky, díky kterým se zlepšil jejich život a životy lidí, pro které a se kterými pracují. Jedním z nich by mohlo být i vědomí, že jejich manažerská osamělost je řešitelná a že pro toto řešení udělali dobré kroky.



Věra Krumphanzlová
akademická malířka

Nikdy jsem žádného opravdového šéfa neměla, jsem odjakživa jen malířka a ilustrátorka, ale dovoluji si virtuálnímu šéfovi (šéfům, ať nejsem lakomá) přát chytré, šikovné, věrné, cituplné, pohledné, pracovitě a ke všem pracovním povinnostem ochotné spolupracovníky a podřízené.



Ing. Jana Erbová
jednatel, AC-T servis, spol. s r. o.

Já bych přála šéfům, aby se jim dařilo vždy do pracovního kolektivu vybrat kvalitní kolegy a kolegyně, kteří jsou loajální a dělají svěřenou práci nejlépe, jak dovedou. Dále bych jim přála, aby byli při jednáních a obchodních aktivitách féroví a chovali se eticky. A zaměstnance dokázali pozitivně motivovat, protože pak budou dobře spát, práce se bude dařit a spokojené bude celé jejich okolí.

připravil Pavel Kačer

Zelené fondy jako nová sázka na jistotu

Na klasické finanční nástroje se už nedá tolik spoléhat. Změny, které se v poslední době udály na finančních trzích, totiž alespoň podle tvrzení odborníků z fondu NOVA Green Energy (NGEF) vyžadují zásadní změnu přístupu k investování. Podle Petera Bálinta, člena investičního výboru fondu, historicky pozitivní zkušenosti s fondy přinášejícími pravidelné fixní výnosy a na druhé straně negativní s akciami způsobily, že čeští investoři jsou velmi konzervativní. Dávají tak přednost jistotě pravidelného úroku před potenciálem kapitálového zisku.



Foto Shutterstock

„Investiční kulturu přivedly do současného stavu špatné zkušenosti skoro s každou formou kolektivního investování a s kapitálovým trhem jako takovým. Vše začalo kupónovou privatizací, kde mnozí drobní investoři přišli o majetek, který světili investičním fondům. Ti, kteří drželi přímo akcie firem, skončili s bezcennými papíry vedenými na účtech u depozitáře,“ řekl Peter Bálint. A podle něj zklamaly i podílové akciové fondy, které začaly vznikat koncem 90. let. V důsledku prasknutí internetové bubliny roku 2001 a také kreditní a realitní roku 2008, dosáhly za 13 let jen velmi slabého zhodnocení. Lépe se dařilo dluhopisovým fondům, které díky klesajícímu trendu v úrokových sazbách a pravidelnému výnosu dosáhly velmi slušné výkonnosti. Kdo si však myslí, že podobnou výkonnost jako dosud dosáhne na dluhopisech i v následující dekádě, bude asi zklamaný. Úrokové sazby jsou obecně na historicky nejnižších úrovních. I 10letý německý dluhopis má výnos pouze 1,04 % p. a. a dvouletý dluhopis má dnes dokonce výnos negativní.

Moderní investiční nástroje

Jedny z nástrojů, které dnes mají zájemci o investování na finančních trzích k dispozici, představují fondy kvalifikovaných investorů (FKI). Jsou zaměřeny na zkušenější investory, kteří rozumí charakteristikám různých tříd aktiv a rizikům s nimi spojených. Tyto fondy proto mohou investovat například do exotičtějších, méně likvidních aktiv. Mnohokrát jsou však méně rizikové než klasické fondy, kde je jediným nástrojem řízení rizik diverzifikace. Fondy kvalifikovaných investorů jsou flexibilnější a mají větší prostor pro investice jako klasické podílové fondy.

„Do kategorie FKI se řadí i tzv. zelené fondy, které namísto dluhopisů či akcií investují do elektráren vyrábějících elektřinu z obnovitelných zdrojů, kterými jsou slunce, vítr, voda, bioplyn, biomasa a jiné. Producenti zelené energie mají na dlouhá léta zajištěn odběr elektřiny za zvýhodněné ceny, jež garantuje stát. Výnosy z takových fondů se pohybují na úrovni 7 až 9 %, stejně jako dlouhodobé výnosy dosahované akciovým trhem, přičemž však mají charakter dluhopisu s minimální volatilitou,“ upozornil Peter Bálint. Jelikož tržby elektráren ve fondech jsou garantovány státem, jde o jistou formu státních dluhopisů, avšak s mnohem větším výnosem, než mají samotné státní dluhopisy. Je to velmi výjimečná a časově ohraničená situace.

Zisk s dobrým pocitem

Protože podíly v elektrárnách nejsou ani zdaleka tak likvidní jako třeba akcie známých firem, možnost investování je buď přímo do nákupu elektrárny, nebo do FKI investujících do těchto elektráren.

Minimální investice je většinou 125 000 až jeden milion eur (v přepočtu 3,4 až 27,5 milionu Kč) – v závislosti na jurisdikci, ve které jsou zřízeny, a na rozhodnutí manažerů fondu. Běžný investor však může investovat s pomocí banky, obchodníka s cennými papíry nebo privátního bankovníctví prostřednictvím tzv. řízených portfolií. Ve světě jsou běžné alokace penzijních fondů do alternativních investic. Kromě toho, že zelené fondy dokážou investorům vydělávat peníze, jejich přínos je mnohem větší. Fosilní paliva jsou vyčerpatelná a v jistém okamžiku bude muset civilizace přejít na obnovitelné a udržitelné zdroje energie. Investice do obnovitelných zdrojů stimu-

lují výzkum a vývoj nových technologií. Díky nim roste produktivita, snižují se ceny komponent, a tím i ceny nových elektráren. Například fotovoltaický materiál zlevnil za tři roky o neuvěřitelných 50 % – podobně jako kdysi mikroprocesory a mobilní telefony. Současné vládní subvence pro „zelené“ elektrárny tedy přispívají k tomu, že časem bude energie z alternativních zdrojů cenově plně konkurenceschopná fosilním palivům. To je strategicky největší přínos, protože zajišťuje udržitelnou budoucnost. (tz)

Za otevřeným podílovým fondem **NOVA Green Energy (NGEF)** kvalifikovaných investorů stojí zkušený finanční manažer. Vizí fondu je stát se dlouhodobě úspěšným investičním fondem do obnovitelných zdrojů energie v regionu střední a východní Evropy. Investuje do funkčních elektráren vyrábějících energii z obnovitelných zdrojů s dlouhodobými odběratelskými smlouvami. Fond chce být nejlepší volbou pro konzervativní investory, kteří očekávají stabilní, vládou garantovaný příjem a přiměřené zhodnocení kapitálu v oblasti obnovitelných zdrojů energie. Přísný regulační rámec, přehledné nastavení motivací manažerů, renomovaný správce, znalec, auditor i další institucionální partnerské a projektové záruky zabezpečují maximální transparentnost fondu podle vzoru investičních fondů v západní Evropě.

www.novagreenenergy.eu/cz/



Rádi utrácíme, abychom si mohli hrát

Kolik hraček dostali tatínkové pod stromeček? Tedy synové, dcery a tatínkové? Jsme národ hravý, kutilský a kreativní, a Vánoce patří nejen pohádkám, ale také hračkám. Zejména pánové se v tomto období vracejí do svých dětských let a namísto domácích prací třeba při údržbě obydlí prohrají raději se svými ratoletami spoustu času... A to je dobře.

České domácnosti na nákupu hraček pro děti nešetří. V roce 2013 vydala průměrná rodina na položky spotřební skupiny „hračky, hry, sběratelské předměty“ v přepočtu na jednu osobu 751 korun. Což bylo více, než činily výdaje kupříkladu na nádobí a kuchyňské předměty, či překvapivě i více než na knihy. Za ty jsme v průměru na osobu utratili 423 Kč. Češi se tak prostředky, jež věnují na nákup hraček, v porovnání s jinými výdaji řadí k nejštedřejším národům v Evropě. Lze předpokládat, že největší část finančních prostředků na toto zboží je vynakládána právě v období Vánoc. Z velké stability výdajů na hračky v uplynulých letech vyplývá, že domácnosti na hračkách nešetří ani v době finanční nepohody. V krizovém roce 2009 dosáhl podíl výdajů domácností na hračky 0,62 %, přičemž na stejné úrovni byl i v roce 2013. V letech 2010 až 2012

se podíl pohyboval na velmi podobných hodnotách, konkrétně mezi 0,64 % a 0,65 %.

„Že Češi utrácí za hračky ročně nemalé částky, není zas až takovým překvapením. Spíš je zajímavé, že se to týká i rodin, které často nemají peněz nazbyt. Platí sice, že kdo vydělává více, dává na hračky o něco vyšší částku, zároveň však u této movitější skupiny tvoří výdaje na hračky nižší procentuální část jejich celkových výdajů,“ sdělil Pavel Sobišek, hlavní makroekonom UniCredit Bank, a potvrdil myšlenku, že lidé s nižšími příjmy jsou schopni uskomnit se tak, že se to nedotkne peněz vynaložených právě na hračky.

Pozoruhodné je i srovnání výdajů na hračky mezi různými typy domácností. Nepřekvapí, že nákup hraček je doménou rodin s dětmi do 15 let, které v roce 2013 takto utratily v přepočtu na jednoho člena domácnosti 843 korun. Podíl hraček na celkových spotřebních výdajích dosáhl u této skupiny 0,83 % a byl téměř dvojnásobný oproti podílu u bezdětných domácností.

Vezmeme-li domácnosti podle počtu dětí, pak nám vyjde, že za hračky v přepočtu na osobu vydává nejvíce rodina se dvěma dětmi, u vícečetných rodin pak tato částka klesá. Je otázkou, jestli se s příchodem druhého dítěte do rodiny snaží rodiče kompenzovat snížení pozornosti prvnímu potomkovi nákupem hraček, či jestli mají tyto hračky sloužit ke společným aktivitám. Tak či onak toto spotřebitelské chování přestává fungovat, pokud se rodina rozroste o třetího potomka. Důvodem mohou být jak finanční omezení vícečetných rodin,

tak skutečnost, že hraček je doma až až. Největší část rodinných výdajů – celých 1,23 %, jde na hračky v úplných rodinách se dvěma dětmi, zároveň ale jen s jedním pracujícím členem. Což je na první pohled sice zarážející fakt, má však poměrně logické vysvětlení. Primárně tato statistika neznamená, že v dvoukariérovních rodinách rodiče své děti odbyvají a pro samou práci nemají čas jim hračky kupovat. Mnohem pravděpodobnějším vysvětlením je skutečnost, že v rodinách s dětmi s jedním vydávajícím bývá často druhý rodič na rodičovské dovolené nebo krátce po ní. Jde tedy o rodiny s dětmi v tom nejlepším věku pro nákup hraček. Právě takové rodiny jsou pro česká hračkářství zákazníky s největším potenciálem.

Co si ale myslet o 643 korunách na osobu, které utratily ve spotřební skupině „hry, hračky a sběratelské předměty“ za předloňský rok bezdětné domácnosti? Sběratelské předměty v rámci uvedené spotřební skupiny jsou sice spíše doménou dospělých než dětí, jediným možným vysvětlením však nebudou. Správnou odpovědí zcela jistě není ani tvrzení „kdo si hraje, nezlobí“, a to i navzdory tomu, že je obecně platné i pro svět dospělých.

Pro věrohodnější odpověď se zastavme u výdajů jednočlenných domácností bez pracujících členů, tedy převážně samostatně žijících důchodců. Takovýto důchodce zaplatil v roce 2013 za hračky v průměru nezanedbatelných 480 korun. Větší část z nich přitom tvoří samostatně žijící ženy než muži. Úvaha tedy směřuje k modelu láskyplné babičky, která dopřává svým vnoučá-



ilustrační foto z archivu firmy Efkart-karton, s.r.o.

tům. Ale nebudme nespravedliví k samostatně žijícím dědečkům. Ti, jak vyplývá z dat, zase kompenzují členům rodiny nižší výdaje za hračky vyššími peněžními dary.

Hračky nejsou jen spotřební položkou českých domácností, nýbrž také výrobním a vývozním artiklem s rostoucí důležitostí pro českou ekonomiku. Export hraček se v Česku za posledních pět let dvaapůlkrát znásobil, díky čemuž třeba v roce 2013 přesáhl objem úctyhodných 45 miliard korun. Loni za první tři čtvrtletí rostl vývoz hraček v korunách meziročním tempem 17,5 %. Zajímavostí je, že čtyři pětiny celkového exportu hraček tvoří stavebnice. Lvi podíl na přírůstku českého exportu hraček mají nepochybně tuzemské aktivity dánské hračkářské gigantu se stavebnicemi Lego. Právě díky této továrně na dětské sny se Česko bez nadsázky stává hračkářskou velmocí Evropy.

Český přebytek zahraničního obchodu s hračkami za uplynulý rok zřejmě přesáhne 30 miliard korun. Kromě Česka se přebytkem obchodu v této komoditě mohou chlubit pouze tři další členské země EU – Maďarsko, Slovensko a Malta. Dlouhodobě však i tyto země koukají Česku se svými obchodními výsledky takzvaně na záda. Objemem exportu hraček jsme před pár lety dokonce přeskočili Německo, dříve největšího exportéra ze zemí evropské osmadvacítky.

Dvě třetiny exportu českých hraček míří na ostatní trhy EU, ale na exportu hraček celé EU mimo tento ekonomický blok dosahuje český podíl celých 40 %. Ano, i zdánlivě nedostupnou Čínu zřejmě dobývá v Česku vyrobené Lego a náš podíl na exportu hraček z EU do této země v roce 2013 dosáhl neuveditelných 69 %.

Čeští výrobci hraček samozřejmě neslaví úspěchy jen za hranicemi. Až před Vánoce 2015 svým nákupem přispějeme ke zhruba desetimiliardovému ročnímu obratu tuzemského maloobchodního trhu s hrami a hračkami, můžeme tak učinit s dobrým pocitem, že tím uděláme radost nejen svým potomkům, ale také dost pravděpodobně podpoříme český průmysl.

(tz, rix)

ČEŠI SVÝM DĚTEM HRAČKY DOPŘEJÍ!



751 Kč

ZA KNÍŽKY
POUZE
423 Kč

ZA HRAČKY VYNALOŽÍ KAŽDÝ ČECH ROČNĚ V PRŮMĚRU 751 Kč

643 Kč



BEZDĚTNÁ DOMÁCNOST

843 Kč



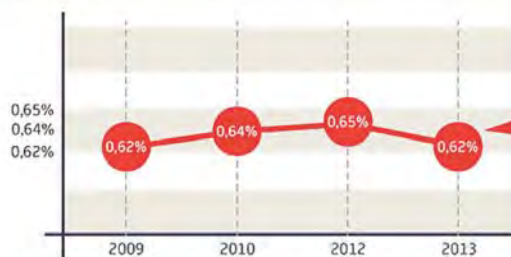
RODINA S DĚTMI DO 15 LET

Pozn: Ročně na osobu

480 Kč



JEDNOČLENNÁ
DOMÁCNOST DŮCHODCE



VÝDAJE
ZA HRAČKY
JSOU
STABILNÍ

Pozn: Podíl výdajů průměrné domácnosti na hračky z celkových výdajů za rok se zásadně neměnil ani v krizových letech

EXPORTNÍ GIGANT

45 mld. Kč

EXPORT HRAČEK V LOŇSKÉM ROCE

2,5x

VÍČ NEŽ
PŘED PĚTI LETY

40%

VÝVOZU HRAČEK
CELÉ EU



V kladenském
závodě LEGO
se vyrábí nejvíc
hraček v ČR.

ZDROJ DAT:

UniCredit Bank

Kytice pro pány s fantazií designérské duše

Prodejna květin kousek od Pražské tržnice v Holešovicích stejně jako firma Jarmily Pejpalové se jmenuje Floraservis. Ti, kteří sem cestu znají, většinou také vědí, že květinářství se tady nachází od roku 1992. A že se právě zde připravují kytice nádherné, neobvyklé, odvážné a zdaleka nejen pro ženy. A zákazníci sem nechodí jen nakupovat, objednávat, ale také trochu snít, přemýšlet, popovídat si, ladit své představy, možnosti, přání.

Nejen ženy, ale také muži dostávají květiny. Treba při významných výročí ve firmě, u příležitosti získání manažerské ceny, oslavy podnikatelského úspěchu, velkých narozenin. Jak pojmut kytici k takové příležitosti?

Především je to o dialogu s člověkem, který obdarovává. Florista by měl vědět, jaká osobnost je ta, pro niž květiny bude vázat, co by měla kytice sdělit. Stejně tak je vhodné mít na paměti, za jakých okolností se květiny budou předávat, jestli v úzkém kruhu managementu, nebo před velkým týmem zaměstnanců na výroční konferenci apod. Zda je příjemce povahy veselé, nebo si na legraci moc nepotrpí, zda jde o muzikanta, nebo úředníka, instalatéra, nebo generálního ředitele pojišťovny, podřízeného, či nadřízeného, jaké je člověk národnosti. Jestli je člověk vášnivý, nebo hypochondr, zda se rád baví, nebo je to spíš introvert. Záleží také na tom, je-li příjemce vysoký, nebo spíš drobnější postavy, jaké má rád barvy, není-li například alergik na lilie. A také, jaký objem finančních prostředků má tvůrce k dispozici. Těch faktorů, které dokáží znásobit či potlačit radost z květinového dárku, je opravdu hodně.

Jsou nějaké vyložené „mužské“ barvy květin, druhy kytěk, větví, které do takových kytic patří?

Kytice pro pány bývají spíše v tlumenějších barvách, často laděné do modra, a velmi často ve fialových tónech. Určitě ne romantické, spíše jednoduché, a z velkých květů a listů, ne příliš zdobené. Jednodušší, strohé, na výšku, ne tak rozverně jako kytice pro ženy. Bývají zkrátka jinak designérsky pojaté. Platí dvojnásob, že v jednoduchosti je krása.

Ostatně – jaký trend by se dal vystopovat ve vázání kytic pro mužskou část světa? Jsou to kytice spíše vážné, hodně symbolické, nebo naopak s nadsázkou, doplňované párečky, buřtíky a jinými dekoracemi?

Vážné i rozverně, ale jak jsem již naznačila, více tíhnou „k serióznosti“. Se zmiňovanými buřtíky a jinými odvážnějšími dekoracemi jsme jich už navázali spousty, k významným životním kulatinám se dávají i kytice přizdobené léky, doplňky stravy, kombinované s ovocem či zeleninou. Meze fantazii se nekladou. Pro jednoho klienta jsme připravovali třeba kytici se stočenými bankovkami, a že jich bylo! Dobrý florista by měl být i zkušeným psychologem. Na výsledku je to znát.

Kupují květiny i muži mužům?

Určitě kupují muži mužům, není to vůbec neobvyklé. Například právě firemní klientela je tou typickou. Nedávají se jen láhve, bonboniéry a jiné hmotné dárky, ale také květiny. Ona květina je totiž takový zvláštní dárek. Způsobí úplně jinou radost než krabice chlebiček, obálka s finančním obnosem, předplatné do fitka nebo koupená dovolená k moři. Květina je květina a její řeč k člověku promlouvá citlivým jazykem. Květinou dokážeme sdělit více než jakýmkoli jiným dárkem, na to se nezapomíná. Vezměte si třeba vztah maminky a syna – kytice jsou často spojeny i se slzičkami dojetí. Nepředáváte květiny, ale emoce.

Blíží se Valentýn – přichází k vám slečny a paní s přáním dát kytičku svému partnerovi? Stává se to?

Valentýn už není výjimečným svátkem. Pamatuji si na roky, kdy jsme díky jisté mezinárodní provázanosti dostávali zakázky na vázání kytic do ciziny – chystali jsme valentýnské pugéty pro zahraniční klientelu. Čeští floristé jsou totiž hodně šikovní... Na českém trhu se nic převratného v souvislosti s Valentýnem nestalo, platí, že nosí květiny muži ženám.

Ostatně, když už jsme u svátku zamilovaných, jaké kytice připravujete v tomto období? Sladké a voňavé? Velké pugéty, nebo nazdobíte jedinou květinou, dáte jí novou přidanou hodnotu?

Valentýn je stále v barvě rudé, ale i růžové a bílé, ale k lásce patří tradičně červená, i kdyby všichni marketéři

řekli, že to bude oranžová. Muži často kytice objednávají pár dní dopředu, mnoho je samozřejmě také náhodných kupujících, a každý má jiné přáníčko. Většinou si muži nechají poradit, takže i my máme prostor tvořit, popustit uzdu fantazii.

Jak nejlépe pánům připomenout, že by měli květinářství navštěvovat častěji?

To kdybych věděla, nelámala bych si hlavu nad mnohými problémy podnikání! Ráda bych však podotkla, že podstatné je vědět, kde květiny nakupovat. A že přidaná hodnota práce českého floristy má svůj smysl.

Vzpomenete na nějaké neobvyklé zákaznicko-přání?

Je jich nespočet, ale ne o všech se může mluvit. Vztah dárce a obdarovaného bývá občas velmi citlivý až intimní, takže není vhodné je publikovat. Vzpomínám ale na zajímavou vazbu vodnické kytice pro vášnivého rybáře, vyráběli jsme i květinové letadlo nebo květinový motor motocyklu se všemi detaily. Do kytic se vsazují šperky, tužky, nebo se dají namísto kytic zhotovit i celé dekorace, které déle vydrží. Podstatné je poselství, vyjádření myšlenky, darování radosti.

ptala se Eva Brixi
www.flora-servis.cz



Jarmila Pejpalová
s dcerou Petrou

Mladší generace hledá osobitost



Lukáš Jabůrek

Ušlechtilé sklo s pečeti nekopírovatelných výtvarnických emocí, škála barev typických pro jednu jedinou značku na světě. Originály, které zdobí sídla králů, nejbohatších firem, nejzámožnějších jednotlivců či státních reprezentací. Ale také sběratelské kolekce nebo třeba patří „pouze“ k dědictví generací za vitrínou skřínky v obývacím pokoji, jídelně či pracovně. A také naopak, v podobě číše na víno, sklenky na vodu a dózičky na čokoládové pralinky slouží všednímu dni a dotváří firemní kulturu, která povyšuje předměty každodenního užití na kategorie noblesy. To je Moser. S uměleckým ředitelem této společnosti, Lukášem Jabůrkem, je jeden z našich rozhovorů lednového vydání Fresh Time:

nou poptávku a nárůst speciálních zakázek do interiéru i v tuzemsku. A to nás samozřejmě moc potěšilo.

Sázíme na kombinace barev, jednoduchý zřetelný design a rukopis výtvarníků, vtip a nadsázku. Mladší generace nemá moc v oblibě tradice, hledá výrazné věci, osobitost.

Strategie firmy Moser je také o hlubším působení na mladší generaci milovníků značkového nápojového skla. Čím se snažíte tento zájem podchytit a vyvolat?

Každoročně vytváříme a představujeme nové nápojové a dekorativní kolekce v moderním stylu, aby oslovily i představitele současné

mladší generace. Sázíme na kombinace barev, jednoduchý zřetelný design a rukopis výtvarníků, vtip a nadsázku. Mladší generace nemá moc v oblibě tradice, hledá výrazné věci, osobitost.

Barový set, nápojový set, váza, mísa na ovoce, to všechno patří k moderní kanceláři. Roste zájem českých firem o vaši produkci?

Zájem českých firem o produkci sklárny Moser neustále roste, a není to jen o dekorativním interiérovém křišťále, ale také o různých dárkových tematických předmětech, například bych uvedl sportovní trofeje a ceny pro akce zaměřené na kulturu.

Co chystáte letos ve svých pražských prodejnách a galeriích v Celetné?

Připravujeme řadu překvapení, z nichž nejbližší bude představení nových kolekcí Design Moser 2015, které vznikly ve spolupráci s předními českými výtvarníky.

V Moser Art Gallery, která je součástí prodejní galerie Moser na Staroměstském náměstí, zahájíme na začátku února výstavní sezónu představením děl Střední umělecko-průmyslové školy sklářské z Kamenického Šenova. Půjde o výběr děl pedagogů a studentů školy.

Máte na paměti, jaké umělecké předsevzetí jste si pro rok 2015 dali?

Tím největším předsevzetím je vytvoření nové kolekce Moser pro rok 2016. Víím, že to bude vyžadovat velké úsilí, ale těším se na to.

otázky připravila Eva Brix

Jak se mění vztah firem u nás k uměleckému a užitému sklu? Je zřetelnější tendence obklopotovat se krásnými a špičkovými výrobky?

Každý člověk se chce obklopotovat krásnými a kvalitními výrobky, je to ale otázka priorit a samozřejmě financí. U nás si pomalu začínáme zvykat na to, že má smysl si připlatit za špičkovější zboží než nakupovat levné horší výrobky. Je znát velký posun v zájmu společnosti i firem o kvalitu ve spojení s osobitým designem a přijatelnou cenou. Proto je důležitá podpora řemesla a ruční práce, aby mohly vznikat originální a dokonalé výrobky s vysokou přidanou hodnotou.

Sklo jako atraktivní prvek výzdoby interiéru. Dostáváte zakázky na tento typ prací od domácích společností?

Většina těchto zakázek směřuje do zahraničí, ale v poslední době jsme zaznamenali zvýše-



Češi a pivo patří k sobě

Jsou muži, kteří si bez piva nedokáží život představit. Pivo je pro ně nápojem, který patří do jejich jídelníčku, na němž si stále pochutnávají, jímž rádi hasí žízeň, berou ho jako nezbytný doplněk minerálů a tělu prospěšných látek. Také jim chutná, ale zároveň vědí, kdy se napít mohou a kdy se v roli řidičů piva jako alkoholického nápoje nesmí ani dotknout. Na české pivo jsou náležitě vlastenecky hrdí a svůj patriotismus se nestydí dát najevo. Nejsou alkoholičtí ani fanatici, mají jen k pivu pozitivní vztah. Také dokáží rozpoznat, jaké pivo je kvalitní, které se sládkovi naopak moc nepovedlo, a bujaře se pouští do diskuzí o tom, jakému pivu kdo z nich a proč dává zásadně přednost.

Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR zveřejnilo jako již tradičně koncem loňského roku data, která se týkají vztahu Čechů k pivu. Z výzkumu vyplývá, že 90 % české mužské populace aktivně pije pivo, a to ať už jde o pivo samotné, pивní mixy, či jeho nealkoholickou podobu. Mezi ženami činí tento podíl více než polovinu, konkrétně 56 %. Zajímavým trendem je pokles spotřeby nealkoholického piva, na jehož úkor se rozrostla skupina konzumentů pivních mixů. Podle více než 77 % lidí však obliba pivních mixů neznamená ohrožení výsostného postavení piva jako tradičního nápoje Čechů.

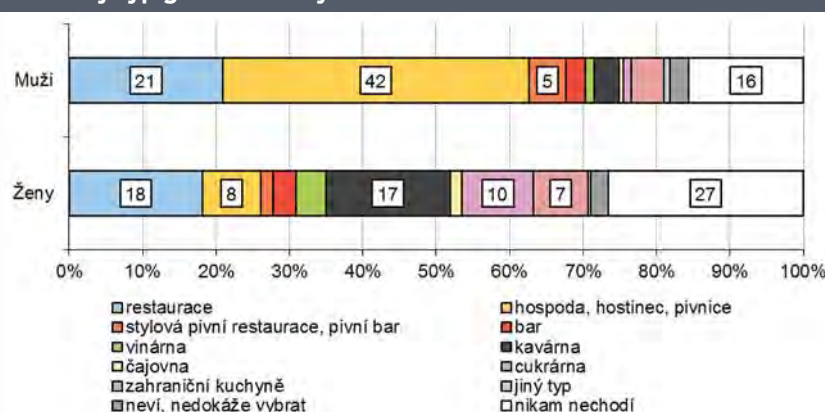
Český svaz pivovarů a sladoven představil tyto výsledky s komentářem, z něhož vyplynul obecně proklamovaný odlišný vztah mužů a žen k pivu a jeho konzumaci. Podle Centra pro výzkum veřejného mínění 42 % mužů nejčastěji navštěvuje pivnice či hospody, zatímco 35 % žen si při zvažování, kam usednou, volí mezi kavárnou a restaurací. Zatímco téměř 80 % mužů si v podnicích objedná pivo, ženy si nápoje pečlivě vybírají. „Vztah žen k pivu je sice specifický, nicméně v lecčem se od mužského chování neliší. Například 19 % žen si při posezení s přáteli objedná právě pivo. To jen do-

kazuje, že ten tradiční lidský rituál, jít na jedno s lidmi, ať už jde o ženy, či muže. Nicméně když si vezmeme skupinku pěti mužů v hospodě, čtyři z nich budou před sebou mít pivo. U žen je ten poměr obrácený“, vysvětlil největší rozdíl ve vztahu k pivu PhDr. Jiří Vinopal, Ph.D., z Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR.

Podíl konzumentů piva v české populaci se u mužů oproti loňskému roku příliš nezměnil (90 % oproti 91 %), u žen poklesl o čtyři procentní body (56 %). Zatímco nejčastěji pijí pivo muži ve věku 45–59 let (93 %), mezi ženami je nejaktivnější věková skupina 30–44 let (62 %), následovaná těmi ve věku 18–29 let a 45–59 let (58 %, respektive 57 %). „Ačkoli podle letošních výsledků podíl žen pijících pivo v loňském roce mírně poklesl, celkově tento trend nevybočuje z již 10 let probíhajícího výzkumu. Časová řada nám říká, že ten podíl žen pijících pivo dlouhodobě osciluje mezi 60–50 %,“ vysvětlil dále Jiří Vinopal.

Výrazně se nezměnil ani postoj Čechů k nealkoholickému pivu. Od roku 2007, kdy v Centru pro výzkum veřejného mínění zkoumají právě vztah obyvatel k nealkoholické podobě piva, je názor obyvatel konzistentní. I nadále platí názor, že nealkoholické pivo není náhradou za to alkoholické. Dokládají to i loňské výsledky průzkumu: pouze 44 % mužů a 20 % žen si myslí, že je nealkoholické pivo adekvátní alternativa. Důvod, proč Češi nealkoholickému pivu příliš neholdují, zcela jistě souvisí s jakousi vybíravostí Čechů, co se piva týče. Konzumenti piva jsou totiž poměrně vyprofilovanou sortou lidí, zejména pak co se týče mužů. „Devět z deseti mužů je schopno

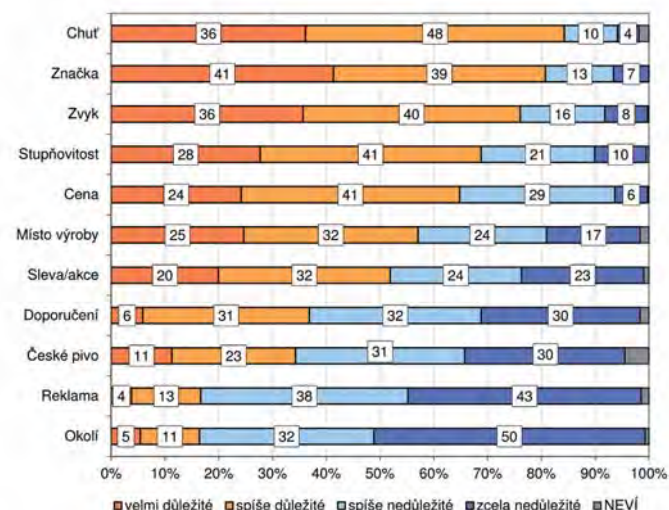
Oblíbený typ gastronomických zařízení



Pozn.: Pro zachování přehlednosti v grafu nejsou zobrazeny popisky hodnot nižších než 5 %.

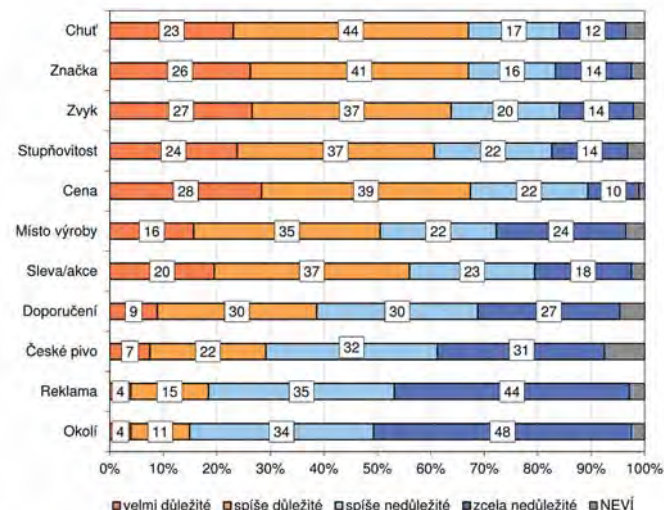
Zdroj: CVMV SOU AV ČR, v.v.i., Naše společnost 8.–15. 9. 2014, 977 respondentů starších 18 let, osobní rozhovor.

Důležitost některých aspektů při výběru piva – muži



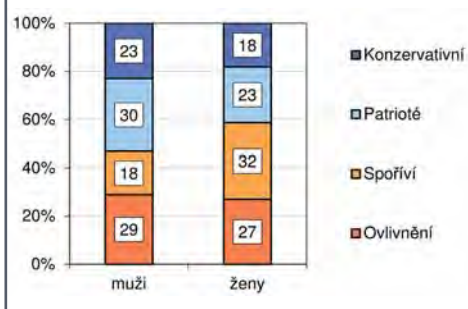
Pozn.: Hodnoty vypovídají o mužích, kteří uvedli, že pivo alespoň někdy pijí (N v roce 2014 = 426) a jsou seřazeny sestupně podle součtu podílů „velmi důležité“ a „spíše důležité“.
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost, 8.–15. 9. 2014, 977 respondentů starších 18 let, osobní rozhovor.

Důležitost některých aspektů při výběru piva – ženy



Pozn.: Hodnoty vypovídají o ženách, které uvedly, že pivo alespoň někdy pijí (N v roce 2014 = 282) a jsou seřazeny sestupně podle součtu podílů „velmi důležité“ a „spíše důležité“.
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost, 8.–15. 9. 2014, 977 respondentů starších 18 let, osobní rozhovor.

Strategie výběru piva u mužů a žen



Strategie výběru piva u mužů podle konzumovaného množství piva

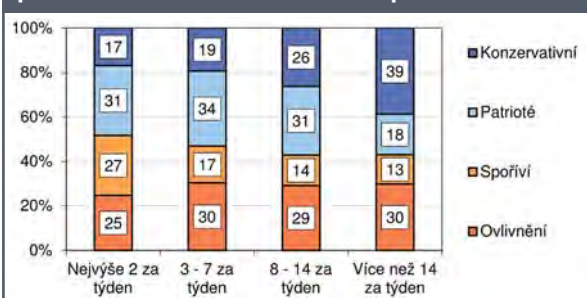


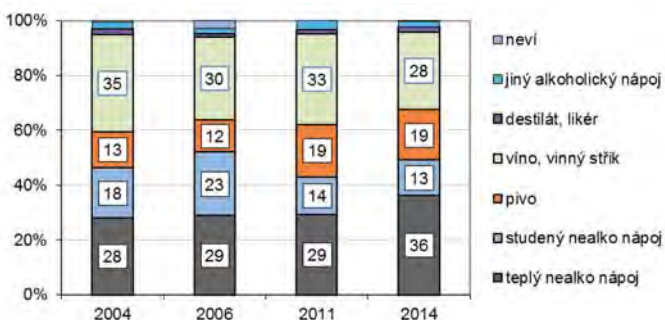
Foto Shutterstock

spatru jmenovat oblíbenou značku svého piva. V případě opačného pohlaví má sedm žen z deseti jasnou představou o tom, které pivo jim chutná. Nejdůležitější pro ně bývá specifická nahořklá chuť, která u nealkoholických piv skutečně není tak výrazná,“ popsal specifické chování českého pivního národa Jiří Vinopal. Kolem 84 % mužů a 67 % žen tvrdí, že při výběru piva je pro ně důležitá chuť. Zajímavostí je, že celých 57 % mužů a jen o 6 % méně žen se při výběru ohlíží na místo výroby. Stále však převládá podíl těch, kteří se při nákupu piva řídí více cenou než místem výroby. Mezi muži

je přibližně čtvrtina těch, kteří nikdy neochutnali žádný pivní mix. Ten je stále oblíbenější zejména mezi ženami, neboť mnohdy potlačuje specifickou hořkost piva. Mezi ženami ve věku 18 let a více pivní mixy ochutnalo okolo 66 % žen. Ženy jsou zároveň v pravidelnosti pití pivních mixů před muži – pravidelně jej pije 30 % žen, zatímco mužů pouze 24 %. Přesto pivní mixy většina obyvatel republiky nepovažuje za pivo, převažuje přesvědčení, že jde o svébytný druh alkoholického nápoje. I tak jej většina považuje za dobrý způsob rozšíření nabídky pivovarů. Jedním ze zkoumaných faktů

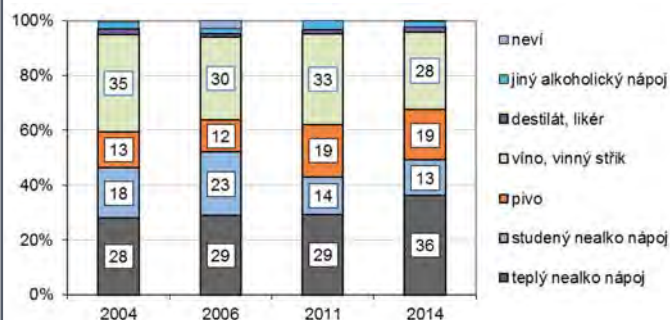
byl také vztah Čechů k obecně proklamované vysoké spotřebě piva v zemi. Ostatně Češi dlouhodobě patří k největším konzumentům piva na světě (v přepočtu na jednoho obyvatele). Podle průzkumu jsou na tento fakt náležitě hrdí především muži (38 %), zatímco u žen je toto číslo o více než polovinu nižší (15 %). Naopak až 28 % příslušnic něžného pohlaví by se tímto prvenstvím nejraději vůbec nechlubilo. Téměř jedné třetině lidí je pak vysoká spotřeba piva v České republice takřikajíc jedno. Obecně platí, že jsou Češi na pivo a jeho spotřebu v zemi hrdí. (tz, rix)

Nejčastěji objednávaný nápoj v oblíbeném podniku – ženy



Pozn.: Pro zachování přehlednosti v grafu nejsou zobrazeny popisky hodnot nižších než 5 %.
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2011, 09/2014.

Nejčastěji objednávaný nápoj v oblíbeném podniku – muži



Pozn.: Pro zachování přehlednosti v grafu nejsou zobrazeny popisky hodnot nižších než 5 %.
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2011, 09/2014.

Ačkoliv většina Čechů své sousedy řeší, pouhých 10 % lidí se před nákupem nemovitosti pídí po tom, kdo bydlí v okolních bytech či domech. A po nastěhování nechává více než 60 % Čechů kontakt se sousedy na náhodě. Co ale dělat, když vedle vás bydlí rodilý potíživista nebo zavilý kutil? Případně když víte, že loňský Silvestr u vás doma rozhodně neproběhl tiše, pokojně, bez konfliktů?

„Z velkého výzkumu Hypoteční banky na téma sousedské vztahy vyplynulo, že ona seznamovací náhoda po nastěhování obvykle probíhá při domovní schůzi, při setkání v obchodě, přes děti či psy nebo při řešení již vzniklých problémů. Zhruba 6 % lidí dokonce přiznalo, že se svými sousedy žádný kontakt nemá,“ komentoval výsledky výzkumu Jiří Ohec, ředitel marketingu Hypoteční banky. Nejvíce nás logicky ovlivňují nejbližší sousedé, buďto ti „z činžáku“ našeho patra, nebo z okolních domů v případě, že bydlíme v rodinném domě. Asi 3 % dotazovaných své sousedy nezná ani od vidění, naopak 34 % respondentů udržuje s vybranými sousedy pravidelný kontakt. „V zásadě jsme se svými sousedy spokojeni, ačkoliv očekávání ne vždy odpovídají realitě,“ doplnil Jiří Ohec s tím, že ideální soused je slušný, ochotně pomůže a nedělá hluk či nepořádek, avšak v reálu to s touto vzájemnou výpomocí zase tak horké není. Většina lidí se během svého života setká se sousedem, který spadá do některé z následujících kategorií. Tou nejbizarnější je bezpochyby soused pozorovatel, který má neuvěřitelný přehled o tom, co se v domě i jednotlivých bytech

Být sousedem se učíme celý život...

děje. Je neustále ve střehu, ať už v okně, u kuchátka, nebo přímo na chodbě (za vaší brankou v případě domu), kde přímo či nepřímo slídí. Je zvědavý, dle svého vnímání zvědavý, a tak se neváhá zeptat. O získané informace se zároveň rád podělí s dalšími lidmi, a tak může v domě nebo ulici způsobit spoustu trapných situací a napjatých vztahů.

Ani potíživista si většina lidí za souseda nepřeje. Je pravým opakem pozorovatele, protože se plně soustředí na vlastní život. Ten probíhá buďto v noci, ať už hlasitým poslechem hudby, nebo vášnivým sexem, případně v průběhu celého dne, kdy má dotyčný tendenci umravňovat svou rodinu. Aniž byste o to stáli, poznáte,

že jeho syn zase dostal pětku a manželce trvala cesta z práce podezřele dlouho. Ve středu zájmu potíživisty stojí jen on sám, bohužel pokud bydlíte v jeho bezprostřední blízkosti, budete jeho pestrý a hlučný život sdílet s ním.

Kutil domácí působí na první pohled vlastně sympaticky. Milý chlapík v montérkách a šroubovákem v ruce, který s vámi bude ochotně sdílet informaci, že v nejbližším hobyemarketu zlevnili obklady do koupelny. Když se vám doma cokoli porouchá, není nic jednoduššího než u něj zdrceně zazvonit, a pak už se jen radovat z jeho ochoty vám pomoci. Bohužel, až vám pak potřeří v jednom týdnu pustit k večernímu filmu brusku nebo vrtačku, bude vám trapné na něj křičet.

Také soused vtíravý může působit problémy. Rád by se s vámi přátelil a jako záminku často volí prosbu, že by potřeboval půjčit trochu mouky nebo že se mu porouchala televize. Až vám ale začne narušovat víkendový program a zvát vás domů na Štědrý den, nebudete vědět, jak se ho zbavit.

„Náš výzkum potvrdil, že jsme nejvíce citliví na své soukromí a domácí klid a pohodu,“ potvrdil Jiří Ohec. „Zajímavé také je, že když nám něco vadí, často nijak nereagujeme.“ Na 9 % respondentů se kvůli nepříjemným sousedům dokonce už někdy stěhovalo.

Být sousedem se učíme po celý život. Postupně přicházíme na to, jak s jednotlivci ve svém okolí vyjít, na určité věci, které nám dříve vadily, si postupně zvykáme, případně nám začínají vadit jiné... Je také fajn nastavit si určité nepsané podmínky bezproblémového soužití a ty dodržovat. Inu, život je stále o kompromisech. Možná k nim bude od letoška právě u vás patřit sem tam nějaké to předsevzetí...

(tz, rix)



3x foto Shutterstock

Jazyky s námi ve Velké Británii, Španělsku, Latinské Americe nebo na Novém Zélandu...

Kde se naučíte lépe cizí řeč než tam, kde je doma? Nemusíte však kvůli tomu v zahraničí studovat semestr nebo celý rok, mnohdy postačí k zlepšení znalostí a praktickému procvičení i krátkodobý studijní pobyt. Proto přišla jazyková škola Sluně – svět jazyků, se zajímavou novinkou. Nabízí velmi efektivní kurzy v zahraničí. Hovořili jsme o tom s ředitelem společnosti Ing. Petrem Paskem.



Kurzy v zahraničí jste zařadili do programu koncem loňského roku. Reagujete tak na poptávku, nebo to spíš byla vaše iniciativa, již se snažíte firmám i jednotlivcům rozšířit možnosti výuky?

Upřesním: kurzy v zahraničí nabízíme od září 2014. Primárně jsou určeny jazykové pobyty našim firemním klientům, potažmo jejich rodinným příslušníkům, pro které připravujeme individuální nebo skupinové jazykové kurzy. Nová divize naší společnosti takto cílená je naší iniciativou. Jejím prostřednictvím chceme motivovat naše studenty k tomu, aby mohli využívat získané jazykové kompetence během roku i mimo učebnu. Podle dosavadních zkušeností, včetně mých vlastních, jsou kurzy v zahraničí nejlepším způsobem naučení se jazyku.

Jaké jazyky lze v cizině studovat, v jakých destinacích, školách a na jaké úrovni?

V současné době nabízíme angličtinu, španělštinu, němčinu a francouzštinu. Další jazyky plánujeme výhledově, a to konkrétně portugalštinu a italštinu. Pokud nás klient osloví s přáním vycestovat za studiem jiného jazyka nebo se chce podívat do jiné destinace, budeme se mu snažit vyjít maximálně vstříc. Rozhodne-li se klient pro angličtinu v rámci Anglie, může vycestovat do Londýna, Bournemouth nebo Malmesbury. V Irsku máme partnerské školy v Kilkenny



a v Dublinu, ve Skotsku sídlí naše partnerské školy v Edinburghu. Angličtinu můžete studovat i na Maltě v San Gwann nebo na Novém Zélandu v Taupu. V případě španělštiny nabízíme školy v Granadě, Salamance, Madridu, Valencii nebo Conilu de la Frontera ve Španělsku, vycestovat ale můžete i do Latinské Ameriky. Co se týče němčiny, mohou klienti odjet za studiem do Berlína nebo Darmstadtu. Rozhodne-li se někdo pro jazykový kurz francouzštiny, nabízíme partnerskou školu ve Vichy. Ve všech školách lze studovat na všech úrovních jazyka, od začátečníků po velmi pokročilé, tzn. úroveň A1–C1 podle Evropského referenčního rámce pro jazyky.

Setkala se novinka s očekávaným zájmem?

Přestože jde o novou službu, o jazykové kurzy v zahraničí je značný zájem. Naši studenti firemních i veřejných kurzů nám důvěřují a o kurzy v zahraničí se aktivně zajímají. V posledních třech měsících poptávka narůstá, kontaktují nás jak naši klienti, tzn. studenti firemních kurzů na základě interních informací, tak i lidé „zvenčí“, ke kterým se naše nabídka dostala různými informačními kanály. Největší zájem je o studijní pobyt ve Velké Británii, na Maltě a ve Španělsku.

Paradoxně, což je pro nás milým překvapením, přijímáme poptávku na kurzy pro děti a juniory, což zatím není naše cílová skupina. Zájem celých rodin naučit se více a lépe nás nesmírně v našich aktivitách povzbudil. V současné době máme reference od prvních dvou klientů, kteří na podzim vycestovali za studiem angličtiny. V prvním případě odjela studentka na dva týdny do Dubli-

nu, druhý student si vybral rovněž dvoutýdenní kurz ve škole v Londýně. Momentálně zpracováváme další poptávky a pevně věříme, že se počet lidí, kteří začnou aktivně ovládat další jazyky, zvýší. Budeme-li jim v tom nápomocni, potěší mne to dvojnásob.



Ing. Petr Pasek

Stává se, že firmy poskytují svým zaměstnancům zahraniční kurzy jako určitý bonus, nadstavbu k výuce v ČR nebo jako motivační prvek k povzbuzení zájmu?

Ano, některé firmy tuto formu bonusu svým zaměstnancům nabízejí. Snaží se je povzbudit ke studiu a používání jazyka během školního roku i mimo učebnu. Klienti, kteří pracují online, mohou odjet na studijní pobyt do ciziny, a přesto na dálku pracovat pro svoji firmu. To znamená, že budou např. půl dne navštěvovat školu ve zvolené destinaci a pak půl dne pracovat na dálku. Je to zajímavá možnost, jak být v cizím prostředí, ale zároveň neztratit kontakt s pracovními záležitostmi.

Budete nabídku kurzů po získaných zkušenostech modifikovat a dále rozšiřovat?

Určitě ano. Stále se snažíme navazovat kontakty s dalšími školami v různých zemích, nechceme, aby možnosti jazykových pobytů byly limitované jen „velkými“ jazyky, kterými jsou angličtina a španělština. Naši aktuální nabídku můžete sledovat na našem webu www.slune.cz/kurzy-v-zahranici/jazyk-a-destinace.html, na facebookovém profilu naší jazykové školy. Kdokoli ze zájemců o studium nás může přímo kontaktovat v kterékoliv pobočce v Praze, Ostravě, Brně, Plzni, Hradci Králové nebo nově také v Pardubicích. Rádi mu připravíme takový studijní plán, který nejlépe vyhoví jeho naturale, časovému i finančnímu možnostem.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



Listování v duši

Loni mi bylo šedesát. Moudrím? Chraň pánbůh! Sice by se to slušelo, ale na to je ještě dost času. Pod pojmem moudrost jsem si totiž vždycky představovala poslední štaci života, kdy člověku nezbývá, než se podívat pravdě do očí. Veselejší je však mít černé nebo růžové brýle. Nevidět vše a trochu si vymýšlet. Tedy – dívat se jinak.

Nenechat se zvíkat trendy, zvyklostmi, požadavky, všeobecností. Být in je riskantní. Jste stejní jako ti druzí. Šedý průměr bez adrenalinu. Tak se tlumí talenty, plýtvá se energií. Je to pohodlné, nic to nestojí. Být osobití, naslouchat svému já a neutíkat před ním: ostatní vás nemusí brát, mohou se dokonce od vás distancovat, a to je prokletí, je hož se bojíme. Jste-li příliš odvážní, průbojní, nepodléháte-li, ne každý vám rozumí, jste za blázna. S bláznem do kšeftu nikdo nepůjde, i kdyby měl předem od deseti auditorů spočítáno, že zisk je nad slunce jasný. Hledat tedy zlatou střední cestu? Mnohým z nás nic jiného nezbývá. Jistoty k přežití, jako je jídlo, bydlení, zaměstnání nebo business, který nese, potřebujeme. Jak tedy nakládat s jedinečným potenciálem, který většina z nás má a bojí se ho objevit a využít? To tedy fakt nevím. Snad se učit potají komunikaci, která umí zázraky.

Eva Brix, šéfredaktorka

čtěte s námi

ACCA a 110 let profesionálů

Asociace certifikovaných účetních si koncem roku 2014 připomenula jubilejních 110 let od svého vzniku. Za více než stoletou historii ACCA se staly jejími členy statisíce účetních – finančních manažerů a ředitelů, které spojuje píle, nadání a citlivost prosadit se ve své profesi. V současné době má ACCA celosvětově na 170 000 členů a je zastoupena ve 180 zemích celého světa, včetně České republiky. Prvním prezidentem ACCA byl v roce 1904 zvolen Arthur Priddle, který se mimo jiné zasadil o definování základních hodnot asociace, jež tvoří: příležitost, rozmanitost, inovace, bezúhonnost a odpovědnost. Největší růst zaznamenala ACCA za poslední čtyři desetiletí, kdy se počet jejích členů více než zestonásobil – z 12 500 členů v roce 1970 na 170 000 v roce 2014. „Dobře koordinované účetnictví, které splňuje nejvyšší etické a technické standardy, je naprosto klíčové pro pozitivní vývoj ekonomiky. ACCA bude proto v rámci své strategie do roku 2020 i nadále investovat do dlouhodobých projektů se zaměřením na všestranný rozvoj finančních profesionálů, jejich podporu a zajištění odborného vzdělání na vysoké úrovni podle mezinárodních regulací a standardů, abychom byli jako společnost schopni reagovat na specifické potřeby daných ekonomik po celém světě,“ řekla Kateřina Benešová, ředitelka ACCA pro Českou republiku, Slovensko a Maďarsko. ACCA se vždy snažila podporovat nové trhy a letos otevřela svou 91. kancelář a centrum v Barmě. V České republice je ACCA aktivní od roku 1992, kdy mohli zájemci o titul ACCA absolvovat vůbec první zkoušky u nás. První české absolventy přivítala ACCA o tři roky později – v roce 1995, a v roce 2003 byla v Praze založena česká kancelář ACCA, která v současné době poskytuje podporu 1841 členům a 5161 studentům ACCA z ČR, Slovenska a Maďarska. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, leden 2015

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

Šéfredaktorka: Eva Brix, e-mail: brix@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Task: H.R.G., spol. s r. o., Distribuce: S P Agency

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Člen statutárního orgánu si na odměnách může přijít i na desítky milionů za rok

Ze zisku firem mohou být vypláceny odměny statutárním orgánům. Na základě rozhodnutí valné hromady této možnosti v Česku využívá tisíce společností. Člen statutárního orgánu si na odměnách může přijít i na desítky milionů za rok. Informace vyplývají ze studie poradenské společnosti Bisnode, která analyzovala necelých 40 000 firem. Poradenská společnost Bisnode se zaměřila na všechny společnosti, které ke konci loňského roku ve svých finančních výkazech publikovaly informace o odměnách statutárním orgánům za rok 2013 a/nebo 2012. Ze 40 000 sledovaných kapitálových společností odměny statutárním orgánům vyplátilo téměř 10 % z nich. Celková částka v roce 2013 dosáhla 3,3 miliardy korun, za rok 2012 šlo o 3,8 miliardy korun. „Z našich výpočtů vyplývá, že člen statutárního orgánu si na odměnách může přijít i na desítky milionů korun za rok. Nicméně průměrná částka na jednoho člena statutárního orgánu v roce 2013 přesáhla 82 000 Kč, zatímco v roce 2012 šlo o více než 106 000 Kč,“ hodnotila výsledky studie analytička Bisnode, Petra Štěpánová. (tz)

Top 5 společností podle celkového objemu vyplacených odměn pro statutární orgány

	2013		2012
Sokolovská uhelná, právní nástupce, a. s.	110 400 000	1.	Strabag, a. s. 293 361 000
Moravia Steel, a. s.	106 001 000	2.	Moravia Steel, a. s. 106 001 000
ČEPS, a. s.	39 266 000	3.	Sokolovská uhelná, právní nástupce, a. s. 92 710 000
Mafra, a. s.	23 842 000	4.	AAA Auto, a. s. 85 300 000
Crystalex CZ, s. r. o.	20 412 000	5.	ČEPS, a. s. 60 602 000

Poznámka: ve statistikách jsou zahrnuty všechny společnosti, u kterých měl Bisnode informace o odměnách statutárních orgánů za rok 2012 a 2013, stav k 15. 12. 2014
Zdroj: Databáze Bisnode, vlastní výpočty

Čeští zemědělci mají chuť nakupovat

Zemědělský dotační program od ČSOB Leasing určený k financování zemědělských strojů předčasně skončil. Připravený úvěrový rámec ve výši 300 milionů korun zájemci vyčerpali během pouhých 13 týdnů. Úspěch měl především u větších firemních zákazníků. Nejvyšší jednorázová investice byla 16 milionů korun. Žadatelé o dotaci hojně využívali také připravené akční sazby pojistného. Speciální nabídka, kterou ČSOB Leasing koncem srpna 2014 spustil za podpory Evropské investiční banky, byla určena pro malé a střední firmy. Kromě zvýhodněné úrokové sazby 1,9 % zahrnovala také allrisk pojištění od 0,8 % z ceny financovaného předmětu. „Zájemci, kteří nestačili využít této speciální nabídky, se mohou těšit na jaro, kdy ČSOB Leasing spustí zcela novou kampaň,“ prozradil Jan Kulhánek, ředitel pro řízení a rozvoj komodity strojů a těžké dopravní techniky ČSOB Leasing. Podle údajů, které zveřejnil Evropský statistický úřad, by měl zisk českého zemědělství letos meziročně vzrůst o 22 % na rekordních 19,8 miliardy korun. O tom, že se zemědělcům vloni dařilo, svědčí jejich ochota investovat do nového vybavení. Rozvoji jejich podnikání napomáhají i speciální programy určené pro financování zemědělských strojů. „Podpora tuzemského zemědělství patří mezi naše priority. Speciální programy pro zemědělce spouštíme nejen kvůli podpoře produkce. Velice důležitým aspektem je pro nás i snižování negativních vlivů zastaralé zemědělské techniky na životní prostředí,“ doplnil Jan Kulhánek. Mezi výhody financování od ČSOB Leasing patří odborné poradenství při výběru vhodného způsobu financování a vysoká flexibilita zákaznických služeb v průběhu trvání smlouvy. ČSOB Leasing navíc jako jediná leasingová společnost umožňuje jednoduchý a rychlý přístup k informacím. Na portálu eLeasing zákazníci okamžitě zjistí, jaký je stav jejich plateb nebo v jaké fázi se nachází likvidace pojistné události. (tz)

Když se můžeme zasmát...



Silvestra již máme za sebou, ale legrácky, které si právě koncem každého roku připomínáme, přináší sám život průběžně. Člověka budou provázet navždy. A tak jsme z těch, které se v naší mailové poště objevily koncem roku 2014, sestavili malé zrcadlo nás samotných, všech, kteří se rádi pobavíme nad tím, co člověk dokáže všechno vymyslet, napsat, tvrdit:

Z letiště: za vízum platit stravenkami nebo na er(x)otickou dovolenou

Desítky úsměvných případů ročně evidují operátorky portálu Letuška.cz v momentě, kdy řeší cestovní záležitosti klientů. Některé dotazy či požadavky zákazníků bývají vyloženě kuriózní. Často vyplývají z neznalosti leteckého prostředí a ze snahy na vše se dokonale připravit, vždyť stát se přeci může cokoli...

„Jistý pán chtěl třeba platit za vyřízení víza stravenkami. Jedna paní se zase operátorek ptala, zda může mít v letadle na sobě neprůstřednou vestu, a to směr Rusko, zejména Moskva. Další úsměvný dotaz, který se prý objevuje často, je, zda lze cestovat „na stojáka“, pokud jsou už všechna místa v letadle obsazena,“ sdělil s úsměvem ředitel portálu Letuška.cz Josef Trejbal a pokračoval:

„Na klientské centrum se obrátila jedna lékařka se zajímavým požadavkem: Dnes jsem celý den musela myslet na tu úžasnou cenu letenky na Havaj. Nejsem si jistá, zda jsem správně ošetřila všechny své pacienty. Počítejte s tím, že v případě komplikací se na vás obrátím... A to bylo myšleno bez nadsázky.“ Další překvapujícím požadavkem klienta byla pomoc při zajištění služby „work and travel“, tedy „pracuj a cestuj.“ Od klienta tehdy přišel dlouhý e-mail, z kterého vyplynulo, že v Kanadě nechce ani moc cestovat, že nemá zájem o kurzy angličtiny, ale že by se tam rád přestěhoval a chce zajistit trvalý pobyt, bydlení a ideálně i práci. „Služby v tak komplexním rozsahu opravdu nezajišťujeme, i přesto však nebyla tato žádost ojedinělá,“ komentoval Josef Trejbal. „Jiný klient totiž po nás chtěl zaří-

dit vízum a zelenou kartu do USA. Nesouhlasí prý s prezidentem Zemanem a rád by se odstěhoval do San Diega, kde už byl.“ Správný obchodník má umět vždy odhadnout, co si zákazník přeje. A to za jakýchkoli okolností. Proto je v zákaznickém centru portálu několik odborníků na luštění a rozklíčování požadavků klientů, které se objeví v e-mailech. Někteří chtějí cestovat s ajsik djetem, jiní potřebují letět do Manžestru, Edibrku či Sanča Franciska. „Občas klienti posílají poptávky po erotické dovolené, překlep exotické,“ uzavřel informaci o sbírce kuriozit Josef Trejbal z portálu Letuška.cz.

Kuriózní hlášení pojistných událostí

Pojišťovna České spořitelny každoročně řeší více než 160 000 škod na zdraví, ve většině případů jde o úrazy. Mezi smutnými příběhy



PROMIŇTE MI MÉ OBLEČENÍ.
DOSTAL JSEM O POČÁSÍ
NEÚPLNOU INFORMACI.

kresba: Miloš Krmášek

se najdou i takové, kterým se po čase nemůžeme než zasmát. Nechybí poetické lékařské zprávy ani ojedinělá zranění intimních partií. „Setkáváme se s typicky mužskými zraněními, která si pánové nepřivodí jen při sportu.

K úsměvným úrazům dam často dopomůže někdo třetí – partner, hmyz nebo třeba koště. K úrazu může dojít v zoologické zahradě, na koupališti i na operačním stole. Bizarní popis situace často okoření láska lékaře k jazyku českému,“ shrnula zážitky likvidátorů Jana Kratochvílová, vedoucí oddělení likvidace pojistných událostí Pojišťovny České spořitelny:

- ✓ Poraněná část těla: levý malík pravé ruky.
- ✓ Zakopnutí o vlastní končetiny na hlavu z vlastní výšky.
- ✓ Dnes ráno spadol z kola, bolesti hlavně navečer a v noci.
- ✓ Při hodině TV seděla na žíněnce, dostala do čela nafukovacím míčem a poté se udeřila záhlavím do čela.
- ✓ Při uhýbacím manévru se snažil prudce uhnout čurajícímu chlapečkovi a vyhodil si rameno. Závěr: vyluxované rameno.
- ✓ Úraz vznikl při napadení zvířetem: Včera ho klovl kohout pod pravé koleno, při snaze nakopnout kohouta pacient trefil nohou králíkárnou. Výsledek: zlomenina palce pravé nohy, sádra.
- ✓ Několikrát nakopnuta pštrosem: klientka nepožila, pštros nevyšetřen.
- ✓ Dnes spadol do pasti podlého labradora. Skočil mu na jeho dobrácký výraz za plotem a nabídl mu svou mužnou ruku k čenichu. Pes ho okamžitě ochutnal.
- ✓ Od soboty se cítí špatně, teplota, kašel, třesavka, u lékaře nebyl, myslel si, že to rozkouří. No, nevyšlo to.
- ✓ Po sexuálním styku jsem narazil penisem do stolku.
- ✓ Nečekaný úder pěstí při rozhovoru s přítelkyní.
- ✓ Při vylézání z vany jsem uklouzl a přisedl si pravé varle.
- ✓ Úder od neznámého člověka do nosu, z neznámých příčin.
- ✓ Utržil jsem zlomení dvou předních zubů – hryzáků.
- ✓ Dnes ráno došlo ke střetu čelo na čelo s krávou (klient je ošetřovatel skotu).
- ✓ Včera spadla z křesla při lovu na komára.
- ✓ Pokousána do pravé paže opilou a zfetovanou osobou.
- ✓ Při zahradní oslavě se kamarád oháněl suchým chlebem, já vedle něj seděla a omyl jsem se trefil do mého oka.
- ✓ Dnes si doma při zkoušce nového struhadla odřízla část měkkých tkání III. prstu pravé ruky. Pozn.: struhadlo funguje...
- ✓ Lékař uvádí: Dnes na leď uklouzla... no a už to bylo...
- ✓ Uhozena hráběmi při tanci (zkouška folklórního souboru).

(rix)

Technika je **múza s velkou fantazií** a český průmysl chce být její kamarád

Rok 2015 se v České republice ponese ve znamení technického vzdělávání. Nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců s technickým vzděláním je totiž dlouhodobým problémem naší země. Pokud však budou mít české firmy i v následujících letech stejné obtíže se sháněním technicky zaměřených pracovníků jako dnes, nebude moci zdejší průmysl nikdy využít svůj plný potenciál. Řešením je užší spolupráce škol a firem, která by mohla mladé lidi přitáhnout k „nezáživným“ oborům. A právě propojování obou sfér je i cílem Nadace Depositum Bonum, kterou založila Česká spořitelna. V letošním roce bude její podpora kvalitního vzdělávání ještě intenzivnější. Česká spořitelna se jako generální partner zapojila do iniciativy Svazu průmyslu a dopravy ČR, který letošní rok vyhlásil Rokem průmyslu a technického vzdělávání.

„Českou ekonomiku vždy profilyovaly inovativní a prosperující průmyslové firmy. O tom, jestli tomu tak bude i za dvacet let, rozhodnou dnešní žáci na základních a středních školách. Pokud v technických a přírodovědných oborech vycítí úžasnou příležitost pro rozvoj svojí kreativity a cestu k osobnímu úspěchu a naplnění, budeme mít vyhráno. V České spořitelně prostřednictvím Nadace Depositum Bonum

děláme dnes maximum pro to, aby se tato vize naplnila. Proto jsme také přivítali myšlenku Roku průmyslu a technického vzdělávání a nezaváhali stát se jeho generálním partnerem,“ uvedl Pavel Kysilka, předseda představenstva České spořitelny a předseda správní rady Nadace Depositum Bonum. Právě Nadace Depositum Bonum, kterou Česká spořitelna založila před dvěma lety, po-

máhá zkvalitnit výuku technických a přírodovědných oborů na českých školách. V rámci projektu Elixír do škol Nadace po celé České republice založila 21 Regionálních center, ve kterých se každý měsíc schází učitelé fyziky a vyměňují si své nejlepší nápady do výuky. V centrech si také mohou zdarma půjčit učební pomůcky v celkové hodnotě necelého milionu korun.

Jedním z cílů Nadace Depositum Bonum je i propojovat školy s místními podniky, aby společně pomohly dětem ukázat technické obory v novém světle. Do projektu se již zapojují firmy, které učitelům a jejich žákům nabízejí exkurze a podporují Regionální centra nákupem dalších pomůcek.

„Od firmy Meopta jsme dostali bedny čoček. Máme rozptylky, spojky i hranoly. Děti pomůcky dostanou do ruky, mohou se sklem dělat pokusy a kantor se nemusí bát, že se něco rozbije. Je to naprosto skvělé a jsme za to velmi vděční,“ pochvaluje si Irena Dvořáková, učitelka fyziky na ZŠ Červený vrch v Praze a hlavní metodička projektu Elixír do škol. (tz)

INZERCE

**VARNSDORF
TOS**



VODOROVNÉ FRÉZOVACÍ A VYVRTÁVACÍ STROJE VODOROVNÁ OBRÁBĚCÍ CENTRA

WRD 130/150 (Q)



WHtec 130



Největší český výrobce obráběcích strojů si letos připomíná 100. výročí výroby první vodorovné vyvrtávačky.

Vodorovné vyvrtávačky stolové a deskové, obráběcí centra, speciální stroje - to vše umocněno pestrou nabídkou služeb.

Více na www.tosvarnsdorf.cz

TOS VARNSDORF a.s., Řiční 1774, 407 47 Varnsdorf
Česká republika
Tel.: +420 412 351 203, Fax: +420 412 351 269
E-mail: info@tosvarnsdorf.cz
www.tosvarnsdorf.cz, www.tosvarnsdorf.eu



WHR 13 (Q)

