

Pojišťovnictví je vysoce konkurenční odvětví,

největší boj o zákazníky se odehrává na poli povinného ručení,

potvrdil Jaroslav Besperát, generální ředitel České podnikatelské pojišťovny

Jednoznačně má Česká podnikatelská pojišťovna mezi klienty dobrou pověst. Vnímají ji jako vstřícnou a aktivní společnost, která se o své pojištěnce stará, upozorňuje na rizika života i podnikání, a také jí není lhostejná jedna velká skupina národa – motoristé. Říká se, že za vším jsou lidé a že jaký šéf, takový tým. Myslím, že v případě ČPP to platí dvojnásob. Generální ředitel České podnikatelské pojišťovny Jaroslav Besperát je manažerskou osobností, která inspiruje: k čínorodosti, soutěživosti, tvořivosti, výkonům. Ne náhodou se loni probojoval mezi nominované na titul Manažer roku. Obor, v němž působí, ho mnohému naučil, ale i naopak. Jaroslav Besperát mu také mnohé dal – svůj čas, invenci, nápady, schopnost vést kolektiv:

Pojišťovnictví je obor, který prochází v posledních letech u nás viditelným vývojem. Co byste uvedl jako nejpodstatnější?

První, co mě napadá v souvislosti s vaší otázkou, je výrazná změna ve vývoji dynamiky pojištného trhu v posledních letech. Pojištný trh prochází velmi složitým obdobím, po mnoha rocích, kdy jsme byli zvyklí na téměř dvouciferný růst, jsme v několika posledních letech naopak svědky stagnace či dokonce poklesu. Důvodem je nejen nepříznivá ekonomická situace a nejistota ve společnosti, ale také cenová válka mezi pojišťovnami, kde tvrdá konkurence způsobila pokles cen, což

se týká především povinného ručení a pojištění průmyslu a podnikatelů. Z ekonomického hlediska je pro všechny pojišťovny letošní rok velmi obtížný, právě v segmentu povinného ručení, kde se cena dostala až na samé dno. Lze předpokládat, že nadále porostou náklady na škody, a to zejména škody na zdraví, které budou odškodňovány daleko vyššími částkami než dříve. Protože situace pro pojišťovny by za stávající výše pojistného byla již dlouhodobě neudržitelná a měla by zásadní vliv i na profitabilitu pojišťoven, lze očekávat, že pojišťovny budou muset sáhnout ke zdražení u povinného ručení, avšak odlišně - v návaznosti na škodní průběh - u jednotlivých skupin klientů.



Podle oficiálních komentářů už v ČR není podnikatele, který by nebyl pojištěn – tedy jeho podnikání. Je to tak opravdu? A jaká rizika podstupují firmy, které pojištění stále nedoceňují?

Jak známo, nešťastí nechodí po horách, ale po lidech. Každý, a tedy i podnikatel, by se měl ve vlastním zájmu chovat zodpovědně ke svému majetku. Letošní rok jsme si připomínali patnáctileté a desetileté výročí ničivých povodní na Moravě a následně v Čechách. Vel-

ké majetkové škody způsobené v důsledku přírodních katastrof se téměř každoročně opakují. V první řadě by se tedy podnikatelé měli pojištit proti takovým nebezpečím, která jim mohou způsobit největší škody – mám na mysli živelní pojištění, pojištění odpovědnosti za škodu a pojištění přerušení provozu. Právě toto pojištění je ochráněno v případě, že musí kvůli požáru, povodni, jiné živelní události, či z docela jiné příčiny na čas přerušit podnikání. Podnikání s sebou přináší rizika a některá z nich je dobré pojistit. Na pojištění se přitom nevyplatí šetřit - to platí dvojnásob v době, kdy se stále ještě potýkáme s dopady ekonomické krize. Jakákoli událost, která by měla mít vliv na chod společnosti, může firmu ohrozit daleko víc, než v době jejího růstu.

Jak nahlížíte na pojištění obecně živnostníci a ti, kteří do businessu vstupují? Je nějaká cesta, jak podchytit tuto skupinu lidí a pracovat s ní? Vysvětlit, ukázat, zdůvodnit, přesvědčit ji o tom, že pojištění má své hodnoty?

Začínající podnikatelé jsou si dnes v převážné většině již vědomi toho, že by pojištění být měli. Při rozjezdu svého podnikání však pochopitelně nemají čas podrobně se této problematice věnovat. Setkáváme se tak s případy, kdy lze uzavřené pojištění spíše vnímat jako „pojištění pro pojištění“ a je třeba zcela změnit koncepci tak, aby pojištění plnilo svoji základní ochrannou funkci. I proto jsme vyvinuli standardizovaný produkt Komplex vhodný pro potřeby začínajících podnikatelů. Podmínkou nutnou pro sjednání kvalitního pojištění vyhovujícího jak rozsahem, tak i cenou je komunikovat s pojišťovnou nebo pojišťovacím zprostředkovatelem a dodat všechny požadované podklady nutné pro pojištění. Klient musí mít důvěru, že navržený program kompletně pokrývá rizika, která ho reálně ohrožují. Podle specifických požadavků jsme schopni připravit pojistná řešení pro všechny podnikatelské subjekty. Běžně vytváříme programy na pojištění určitého druhu podnikatelských činností.

Česká podnikatelská pojišťovna měla vždy silnou pozici v pojišťování motoristů. Jak je tomu dnes a co nového máte pro řidiče, vlastníky aut?

ČPP se profilovala vždy v povinném ručení. A je pravdou, že naše úspěchy v posledních letech jsou skutečně mimořádné.

ČPP si dlouhodobě udržuje a posiluje svou pozici jasně trojky na trhu s povinným ručením. Po demonopolizaci povinného ručení v roce 2000 se nám podařilo získat přes dvě stě tisíc zákazníků. Většina konkurentů předpokládala, že po prvním přerozdělení trhu zůstane stav více méně zakonzervovaný. Jenže my jsme se za osm let dostali až k milionu, což znamená, že nám v podstatě průměrně každý rok

přibýlo sto tisíc vozidel. Ani počet aut v České republice zdaleka nerostl takovým tempem. Daří se nám díky výborně nastavené kombinaci produktů a služeb, které klientům poskytujeme. Nejde jen o samotné pojištění, ale také rychlou likvidaci pojistných událostí či kvalitní asistenční služby. Prodej pojištění pravidelně podporujeme nějakou zajímavou akční nabídkou. A tak například na jaře získali řidiči, kteří si u ČPP pojistili své auto, cestovní pojištění zdarma a teď na podzim poskytujeme k uzavřenému povinnému ručení navíc zdarma připojištění vozidla proti záplavě a povodni.

Lidé často dlouze dokážou mluvit o problému, dohadovat se a přit, a k ničemu to nevede. Já při řešení problému požaduji pojmenovat problém, to, v čem je vlastně jeho jádro, chci návrhy možných řešení toho, co je možné udělat. Důležité je nenechat se okrádat o čas.

pokračování na str. 4



Jaroslav Besperát, generální ředitel České podnikatelské pojišťovny

PFČP klientům radí, jak získat od státu co nejvíce

Klienti penzijních fondů mohou na daních ušetřit až 1800 Kč ročně. Penzijní fond České pojišťovny svým klientům v rámci služby Daňový servis aktivně radí, jak na to. Na stránkách www.klientskyportal.cz lze také zjistit, jak svůj výnos ze spoření právě tímto způsobem maximalizovat.

Administrativa spojená se správou svých finančních záležitostí leckoho odrazuje, proto PFČP svým klientům veškeré kroky spojené s daňovým odpočtem maximálně zjednodušuje. „Klientům před koncem roku posíláme dopisy, ve kterých mají konkrétně vypočítanou částku, při které získají nejvíce výhod. Příkládáme i předvyplněný formulář, do kterého stačí už jen vyplnit částku a podpis. Letos takových dopisů posíláme asi 320 tisíc. Naším klientům chceme nabízet maximum výhod a zároveň jim co nejvíce ušet-

řit práci,“ vysvětlil Libor Pergl, ředitel pro obchod a marketing PFČP.

Kdo chce získávat maximum od státu dlouhodobě, může si aktivovat službu Daňový servis. Službu lze sjednat telefonicky na klientské lince 840 111 280, e-mailem, na všech pobočkách České pojišťovny nebo s finančním poradcem. Pak už stačí jen do konce roku doplatit částku potřebnou k daňovému odpočtu.

V dnešním digitalizovaném světě je ale nejpohodlnější službou Klientský portál. „Je on-line, klienti v něm zjistí všechny informace, které se jejich účtu penzijního připojištění týkají, mohou si propočítat modely s různě velkou měsíční úložkou. Co je nejpodstatnější, všechny změny mohou provést sami a kdykoliv,“ doporučil Libor Pergl.

(tz)

inzerce

KUPEG
ÚVĚROVÁ POJIŠŤOVNA

Silní věří silným

www.kupeg.cz

S filozofií „Bez vody není život“

pojí VODOSTAV OSTRAVA, spol. s r. o., člen konsorcia GASCONTROL GROUP, svou existenci již dvě desetiletí

Společnost působí pod tímto názvem od dubna 2007 jako nástupnická firma původního STAVODU, který po 15 letech prošel významnými změnami. Novým společníkem zakladatele dřívějšího STAVODU Ing. Viktora Oulehly se stal Mieczyslaw Molenda se svojí GASCONTROL, společnost s r. o., která se stala základem dnešního úspěšného konsorcia GASCONTROL GROUP.



A jaké je hlavní poslání VODOSTAVU OSTRAVA, spol. s r. o.? V mnohém to napovídá již sám její název i zmíněný slogan provázající již původní firmu STAVOD od jejího vzniku v květnu 1992. Vzato z nejvýznamnějších činností – použijeme-li terminologii předmětu podnikání – jde zejména o provádění inženýrských staveb včetně sídlištních celků, provádění staveb, udržovacích prací na nich a jejich odstraňování, projektovou činnost; to vše samozřejmě spjata především s vodou. Pro zlepšení životního prostředí firma staví čistírny odpadních vod a přečerpávacích stanic, v rámci zásobování obyvatelstva kvalitní pitnou vodou buduje, respektive rekonstruuje prameniště, úpravný vody i vodojemy.



K tomuto účelu je VODOSTAV OSTRAVA vybaven nejen potřebným technickým zázemím, certifikací – ať již ISO 9001 – 2001 a ISO 14001 – 2005, ale především za dvě desetiletí nashromážděným know-how ve formě bohatých zkušeností jak managementu, projektantů, tak zejména obsluhy strojů a zařízení, svářečů a dalších profesí. Na základě rozvoje integrovaného systému řízení dle zmíněných norem vydalo vedení firmy dokument Politika společnosti pro kvalitu a životní prostředí, v němž řeší zásadní otázky péče o kvalitu, vztahu k zákazníkům, dodavatelům i vlastním zaměstnancům při orientaci na kvalitu a ochranu životního prostředí a specifikuje zde své závazky.

O kvalitě, spolehlivosti a odpovědnosti ve spojení s veškerou činností svědčí dlouhá řada referencí z budování technické infrastruktury či rekonstrukcí vodovodů, kanalizací v mnoha městech a obcích Ostravského i vzdálenějších regionů. Společnost se podílela rovněž na obnově vodních přechodů přes některé vodní toky i vodovodních shybek poškozených povodněmi. Pracovníci VODOSTAVU OSTRAVA jsou kromě vlastních aktivit připraveni nabídnout své kvalifikované služby na všech akcích v rámci konsorcia GASCONTROL GROUP, kde se to týká prací spjatých s vodou, ať se již jedná o projekci, výstavbu, či rekonstrukce.



Ing. Viktor Oulehla, zakladatel a dlouholetý ředitel VODOSTAVU OSTRAVA, spol. s r. o.

Kdo jiný by mohl poskytnout stručný nástin uplynulého vývoje ostravského VODOSTAVU, až po současnost, než samotný jeho zakladatel a dlouholetý ředitel Ing. Viktor Oulehla, jehož jsme oslovili při návštěvě firmy.

Na co jste při přeměně firmy STAVOD ve VODOSTAV OSTRAVA před patnácti lety navazovali?

Firma VODOSTAV byla založena před vznikem společnosti STAVOD. Vzhledem k již zavedenému jménu společnosti a po konzultaci s rozhodujícími pracovníky bylo rozhodnuto o přejmenování společnosti STAVOD na společnost VODOSTAV OSTRAVA, spol. s r. o. Navazovali jsme tak na již osvědčený a stabilizovaný tým pracovníků, zejména kvalitních strojníků a parťáků schopných samostatného organizování výstavby na odložených pracovištích. Někteří technicko-hospodářští pracovníci po přechodu od společnosti STAVOD do dnešního VODOSTAVU OSTRAVA, spol. s r. o., jsou stále našimi zaměstnanci, pokud však již neodešli do penze. Předávání dlouholetých znalostí a praktických zkušeností se v naší společnosti stalo pravidlem. Neopomenutelným momentem rozvoje společnosti je i dlouhodobě využívaný skladový, montážní a administrativní areál umístěný téměř v centru Ostravy, z něhož můžeme organizovat stavební montážní práce v Ostravě a nejbližším okolí.

Vstup dalšího společníka s významným výrobně-technickým potenciálem v podobě společnosti GASCONTROL musel významným způsobem ovlivnit následný rozvoj VODOSTAVU...

Vstup významného partnera s dalším předmětem podnikání nám umožnil v obchodní činnosti nabízet komplexní dodávky pro přípravu lokalit k další výstavbě, a to jak v průmyslové výstavbě, tak i při budování rodinných domků. Naši nabídku vodovodů a kanalizací tak můžeme rozšířit o dodávky rozvodů plynů a přípojek, tlakových a regulačních stanic. Společně vyhledáváme zakázkovou náplň, sledujeme probíhající výběrová řízení a spolupracujeme při nejrůznějších nabídkách.

V průběhu let se vyprofilovalo konsorcium GASCONTROL GROUP, jehož jste se stali členem. Jak se tato skutečnost odrazila ve vaší existenci; přišlo více zakázek, možností inovovat a odzkoušet si něco nového?

Samozřejmě. Rozšířily se nám možnosti dílčích dodávek v oblasti výstavby čerpacích stanic CNG, PHM a v neposlední řadě i bioplynových stanic. V konsorciu GASCONTROL jsou i možnosti výroby plastového potrubí pro rozvody vody, v Moravském Plynostavu jsme získali dodavatele na tlak a montáže ocelového potrubí všech dimenzí pro výstavbu vodovodů, se společností IGEA můžeme argumentovat investorem, pokud chceme zajistit i komplexní dodávky staveb včetně projektových dokumentací... Takže každý člen konsorcia nabízí a informuje investory a zákazníky o možnostech jednotlivých sdružených firem a tyto informace jsou předávány konkrétním společností, což je obrovská výhoda.

V rámci GASCONTROL GROUP funguje dobře vybavené vědecko-výzkumné centrum. Je přínosem i pro vás, ačkoli působíte v jiném oboru?

Stávající centrum používáme jako informační základnu v oblasti atestů a zkoušek materiálů. Samostatnou kapitolu pak tvoří technologie sváření plastových potrubí, kde se naši montéři zúčastňují pravidelných školení a kurzů včetně praktických ukázek. Společně proškolení dělnických i technicko-hospodářských pracovníků je samozřejmostí.



Znamená to, že můžete využívat i řady dobrých zkušeností zobecněných právě v rámci konsorcia?

Zkušenosti a možnosti spolupráce v rámci společnosti sdružených ve skupině GASCONTROL lze využít v celém spektru činností jednotlivých firem. A to od průzkumu trhu, předávání informací, zpracovávání společných nabídek, využívání kapacit a vzájemných subdodávek apod. Společné propagační materiály v tištěné i elektronické podobě jsou nezbytné pro oslovení všech účastníků investiční výstavby.

Jaký byl z dlouhodobějšího hlediska vývoj ekonomiky firmy a do jaké míry jej ovlivnilo právě sepětí s firmou GASCONTROL a konsorciem?

Od spojení v konsorciu obrat společnosti VODOSTAV OSTRAVA i při tvrdé konkurenci na stavebním trhu vykazuje rostoucí trend, a to díky společné obchodní politice i společnému využívání stavební montážní kapacit. Roční obrat naší společnosti přesahuje ve stavební montážní činnosti 100 milionů korun.

Jaké hospodářské výsledky letos očekáváte v porovnání s loňskými?

Výsledky roku 2012 budou ovlivněny zejména snížením objemu výstavby v celém spektru investic, oprav a rekonstrukcí. Vedení společnosti si vytklo za cíl zajistit pracovní náplň pro všechny naše vlastní kmenové zaměstnance, což se nám aktuálně daří. Postupný výpadek zakázek výstavby vodovodů a kanalizací nahrazujeme přechodem na jiné druhy prací, jako jsou stavby doprovodných objektů k naší hlavní činnosti (vodojemy, čerpací stanice) dříve zajišťovaných subdodavatelsky. Úspěšně zvládáme i výstavbu komunikací, chodníků, cyklostezek a drobných stavebních objektů.



Jak vidíte další vývoj ve vašem oboru?

Výstavba vodovodů je prakticky ukončena. V současnosti při neustále klesající spotřebě vody budou převládat spíše dílčí rekonstrukce rozvodů vody a s nimi spjatých objektů. Realizace nových splaškových kanalizací a následných čističek odpadních vod je řešena formou dotačních pobídek zejména prostřednictvím Státního fondu životního prostředí, kde v rámci výběrových řízení všech stupňů probíhá tvrdý konkurenční boj. Dešťová kanalizace a hospodaření s dešťovými vodami se budou dále rozvíjet. Ve větším rozsahu se musí stavět vsakovací jímky, retenční nádrže a poldry. A právě tady vidíme další směr vodohospodářské výstavby.

připravil Jiří Novotný



Úroky a úvěry v arabských zemích – ne

Finanční systém v islámském světě se do velké míry osamostatnil. Katalyzátorem tohoto vývoje byly i události spojené s teroristickým útokem na Světové obchodní centrum v roce 2001. Od té doby lidé z islámských zemí svěřují více peněz vlastním bankám. Obávají se totiž zablokování svých peněz v konvenčních bankách v USA nebo v Evropě v případě různých nařčení z terorizmu. Na historicky již třetí konferenci ACCA & CFA Business Mixer, kterou v Praze společně organizovaly Asociace profesních účetních ACCA a CFA Society Czech Republic, to uvedl odborník na islámské finance, Dr. Nik Norzrul Thani z Malajsie.

Islámské finance fungují podle vlastních pravidel také z náboženských důvodů. Jen abychom si uvědomili hloubku těchto rozdílů: Muslimové například nepracují s pojmem úrok, který je v západní kultuře napro-

sto banální. Protože vydělávání peněz půjčováním zakazuje korán. Pokud chcete v muslimských zemích něco koupit na úvěr, musí to za vás koupit banka, která vám věc po dohodnuté době splatnosti prodá draž. Realizu-

je tedy zisk, nikoliv úrok. „Islámský finanční sektor má více likvidity, což vede k celosvětově vyšší poptávce po investicích vyhovujících právu šaría. I ve střední Evropě je proto potenciál pro investice islámských fondů do firem, které podnikají v souladu s islámem. Vlastně tu je řada oborů, které mohou zaujmout muslimské investory obecně,“ uvedl Nik Norzrul Thani.

„Je dobré znát principy fungování finančního světa v islámských zemích. Naše prováza-

nost s nimi totiž navzdory resentimentům roste. Vlivem jasné opatrnosti západu vůči islámským zemím narůstá i jejich vlastní finanční svět. O to důležitější se paradoxně stává pro konvenční západní systémy jako partner a relevantní hráč na finančních trzích,“ řekla Kateřina Benešová, ředitelka ACCA pro Česko, Slovensko a Maďarsko.

Etická a náboženská stránka daného obchodu je přítom v islámském bankovníctví primárním kritériem. (tz)

Český plynárenský svaz po 9. sjezdu: významné změny a výzvy



Na svém 9. sjezdu schválili členové Českého plynárenského svazu řadu zásadních změn, které mají jeho činnost posílit a zkvalitnit. Kromě organizační struktury, do níž jsou nově začleněny také některé z aktivit České plynárenské unie, nové 17členné Rady jako výkonného a řídicího orgánu mezi sjezdy, revizní komise a nových stanov, schválil sjezd také metodiku pro počtu výše příspěvků a počtu hlasů individuálních i kolektivních členů i rozdělení členů do skupin podle zaměření jejich činnosti.

Sjezd rovněž specifikoval hlavní úkoly; doma s ohledem na probíhající změny na energetickém a dalších trzích a očekávaný vývoj plynárenství, ve vztahu k zahraničí pak s akcentem na aktivnější roli v mezinárodních organizacích, jejich orgánech a komisích. Mnohé chce svaz

změnit také v přípravě české účasti na mezinárodních kongresech a výstavách pro lepší podporu českého plynárenství a prohloubení spolupráce se zahraničními odbornými, evropskými i světovými nevládními organizacemi.

Podrobně se o současné i budoucí roli plynárenství v domácí i evropské energetice hovořilo také druhý den po sjezdu ČPS na Podzimní plynárenské konferenci, kterou zahájil odstoupivší prezident ČPU a nový čestný člen ČPS Ing. Oldřich Petržílka spolu s vedoucím odboru plynárenství a kapalných paliv MPO Janem Zaplatílkem.

Konala se pod záštitou Vítkovice Machinery Group v multifunkčním kongresovém centru GONG v Ostravě-Vítkovicích, které vzniklo rekonverzí bývalého Plynojemu pro 150 tisíc m³ kychtového plynu vybudovaného ve 30. letech minulého století. Výběr tohoto místa nebyl náhodný, vždyť ve vítkovických provozech se již tehdy využíval stlačený svítíplyn k pohonu spalovacích motorů vozidel, vyráběly se zde plnicí stanice s výdejními stojany i ocelové tlakové láhve jako zásobníky svítíplynu pro osobní, nákladní vozy i traktory. Realizace představ o plynofikaci dopravy se pak až do počátku 80. let zastavila.

Tradice využívání plynových pohonů vozidel připomněl předseda představenstva a gene-

rální ředitel Vítkovice, a. s., Jan Světlík, který se v souvislosti s rozvojem CNG v dopravě zaměřil na porovnání ambiciózních plánů se současnou realitou a naznačil některé příčiny včetně nedostatečné podpory státu, a pokud jde o zlepšení ovzduší měst, i liknavosti mnohých radnic.

Zvýšení podílu využívání zemního plynu v české energetice se však naštěstí stalo jednou z priorit nové Státní energetické koncepce, a ačkoli se řada významných osobností českého plynárenství přesto nezbavila některých pochybností spojených s jeho realizací, jako třeba Martin Herrmann, předseda představenstva RWE Transgas, a. s., a další řečníci, je to vesměs považováno za dobrý začátek.

Nové výzvy pro zemní plyn z pohledu společnosti E.ON Energie, a. s. ozřejmil místopředseda jejího představenstva Jiří Šimek, a o tom, jak se využívá CNG v rámci společnosti VÍTKOVICE Doprava, a. s. hovořil Zdeněk Trejbal, místopředseda představenstva této společnosti. Nelze opomenout také vystoupení nového předsedy ČPS Ing. Miloslava Zaura, který shrnul všechny změny, hlavní cíle a záměry Českého plynárenského svazu schválené na 9. sjezdu.

Na konferenci vystoupili také významní zaha-

niční hosté, jako například Jérôme Ferrier, prezident International Gas Unie (IGU), který hovořil o problematice liberalizace plynárenské infrastruktury nebo Marc Florette, představitel MARCOGAS – Technické evropské asociace odvětví zemního plynu, který podrobněji informoval o zdokonalování systému změn technických norem pro plynárenství v kontextu evropské i národních legislativ. Současně slovenské plynárenství představil Pavol Janočko,

prezident Slovenského plynárenského a naftového svazu. Další vystoupení se týkala novely vyhlášky o pravidlech trhu s plynem, jež vstupuje v platnost od 1. ledna 2013, pohledu ČPS na české plynárenství v roce 2012, novinek v podzemním skladování plynu i zavádění inteligentních systémů a technologií v naší i světové plynárenské distribuci, nových trendů v oblasti užití zemního plynu, a také výzev a priorit plynárenství v oblasti lidských zdrojů.

Letošní Podzimní plynárenská konference navazující na významnou reformu Českého plynárenského svazu, a tím i celého českého plynárenství, naznačila nový směr, ambicióznější cíle i jednotnější postup všech zainteresovaných organizací a firem.

(nov)

LUKOIL rozšiřuje nabídku CNG



Čerpací stanice pohonných hmot v Opavě-Jaktaři je další v síti společnosti LUKOIL Czech Republic, která nově ve svém areálu nabízí motoristům i alternativu v podobě stlačeného zemního plynu (CNG).

Stalo se tak v rámci dohody mezi VEMEX, s. r. o., dodavatelem energií a investorem, LUKOIL Czech Republic s. r. o., provozovatelem sítě čerpacích stanic a GASCONTROL, společnost s r. o., výrobcem a dodavatelem zařízení, technologií a služeb pro plynárenství i další obory.

Nová plnicí stanice CNG je vybavena kompresorem GreenField DM s výkonem 85 Nm³/hod. a tlakem 300 kPa/270 barů, tlakovým sekčním zásobníkem s kapacitou 1680 litrů, sušičkou, a dalšími zařízeními. Výdej zabezpečuje jednohadicový stojan ADAST s koncovkou NGV-1 pistolového typu a celá technologie je uložena v kiosku 3 x 2,5 x 2,5 m z lehčeného pórobetonu. Nová plnicí stanice obsluhuje za hodinu až šest vozidel, platit je zde možné hotovostí i platebními kartami a provozní doba plnicí stanice je denně od 5 do 22 hodin.

(no)

LUKOIL
OIL COMPANY

GC
GASCONTROL

Vemex

inzerce

akcenta

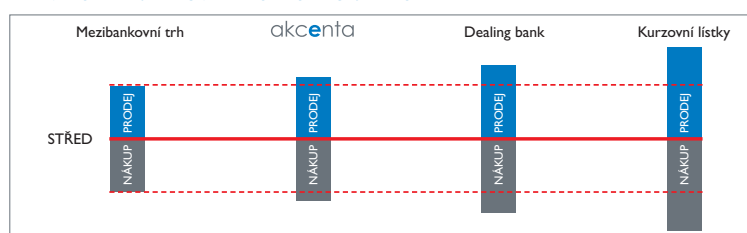
zahraniční měny a platby

AKCENTA CZ a. s. – specialista na devizové operace



- jsme největší nebankovní obchodník s cizími měnami v ČR
- nabízíme komplexní řešení zahraničního platebního styku pro firmy a podnikatele
- poskytujeme individuální směnné kurzy

INDIVIDUÁLNÍ STANOVENÍ KURZŮ PRO SMĚNU



- minimální poplatky
- zajištění proti kurzovým rizikům prostřednictvím termínovaných obchodů
- on-line obchodování
- rychlé a bezpečné vypořádávání obchodů

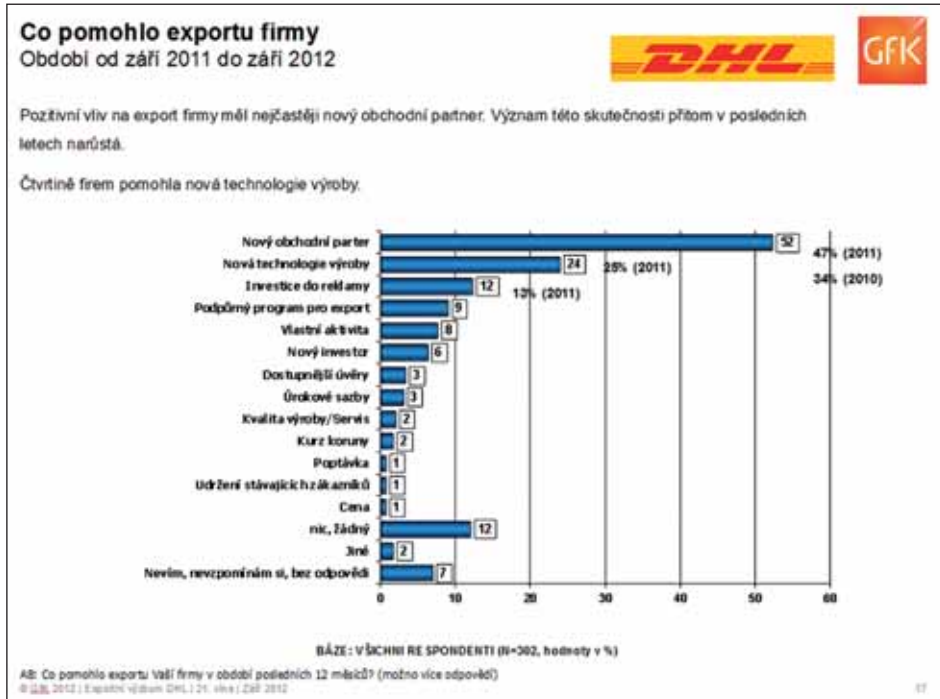
+420 498 777 701

fx.akcenta.eu

Výsledky Exportního výzkumu DHL

naznačují zhoršující se pozici českých exportérů

V říjnu byly zveřejněny výsledky 21. vlny Exportního výzkumu DHL, který provedl přední poskytovatel komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu, společnost GfK Czech. Průzkumu se letos zúčastnilo přes tři sta zástupců nejvýznamnějších českých firem zabývajících se exportem.



Exportní výzkum DHL dlouhodobě mapuje názory nejvýznamnějších českých vývozců na aktuální události nejen v České republice, ale i v zahraničí. Cílem výzkumu je zjistit trendy, očekávání a názory exportérů v oblastech vývoje exportu, klíčových trhů pro české exportéry, aktuálních událostí s možným vlivem na export, sebedůvěry českých exportérů, faktorů a podmínek exportu z ČR a jejich hodnocení.

Výsledky 21. vlny Exportního výzkumu DHL CzechTrade naznačují, že v oblasti českého exportu se očekává spíše stagnace. Ze zkušeností exportérů z uplynulých let vyplývá, že se podíl firem se stabilním vývozem zvětšoval a naopak ubývalo firem, jejichž objem vývozu by rostl. Na základě těchto zkušeností očekává v horizontu následujících dvanácti měsíců nárůst objemu exportu 39 % všech oslovených exportérů, což je o 5 procentních bodů méně než loni. Pro stagnaci se vyslovila celá polovina oslovených firem, čímž tato kategorie vzrostla o jedenáct procentních bodů oproti podzimu 2010.

Zajímavým ukazatelem vývoje českého exportu je takzvaný Index dlouhodobého exportního sebevědomí, tedy rozdíl procenta kladných a záporných odpovědí. Ten se sice i nadále pohybuje v kladném pásmu, meziročně však došlo k jeho poklesu o 2 body a oproti roku 2010 je tento pokles již ve výši 10 bodů (z 44 na 34). „Vývoj indexu exportního sebevědomí potvrzuje, že nejistota exportérů a obavy z dalšího ekonomického vývoje pokračují. I když je index stále relativně vysoký, došlo oproti loňskému roku k dalšímu poklesu a zřejmě můžeme očekávat další oslabení tempa růstu exportu, které je především dáno nejistým ekonomickým vývojem na našich klíčových trzích,“ řekl Luděk Drnec, obchodní ředitel společnosti DHL Express.

Z výzkumu vyplývá zajímavý pohled na současnou ekonomickou situaci a hospodářskou recesi. Ve srovnání s loňskem totiž

přibýlo exportérů, kteří očekávají, že nová vlna recese bude trvat déle než jeden rok (nárůst o 9 p. b. na 42 %). V očekávání další vlny recese by firmy z protikrizových opatření nejčastěji přistoupily na snížení počtu zaměstnanců. Takto by nyní reagovalo 32 % oslovených firem, stejně jako to udělaly u vlny minulá (53 % v obou posledních měřeních).

Ekonomická situace se během posledních 12 měsíců vyvinula k lepšímu pouze u třetiny firem (34 %), zatímco v předcházejících letech mělo lepší výsledky ve srovnání s minulostí přes 40 % z nich. Podíl firem, které v tomto směru stagnují, se naopak zvýšil (na 44 %, o 12 p. b. proti roku 2010). Lepší podmínky pro český export si od reformy veřejných financí slibuje pouze 23 % exportérů. Okolo 52 % spi-

še neočekává lepší podmínky pro export a 25 % s určitostí tvrdí, že neočekává pozitivní přínos reformy.

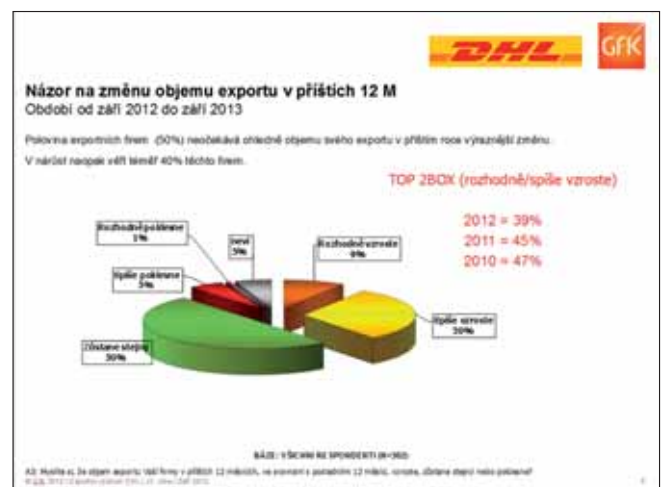
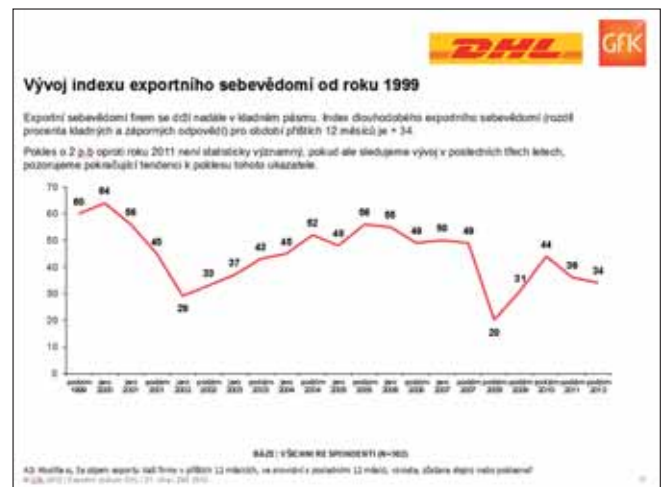
Výzkum zároveň zjistil, že v udržení eura ve všech zemích současné Eurozóny věří pouhých 11 % exportérů. Další 69 % sice v udržení věří, ale předpokládá snížení počtu zemí, které měnu sdílí. Zhruba 38 % uvádí, že zůstane zachováno ve většině stávajících zemí, 32 % se domnívá, že to budou ekonomicky nejvyspělejší státy západní a severní Evropy. Na 65 % českých exportérů navíc odmítá poskytování finanční pomoci zemím Evropské sedmadvacítky, které se dostaly do hospodářské recese.

Z geografického hlediska zůstávají pro naprostou většinu exportérů (94 %) klíčovými trhy státy EU, obdobně jako v předchozích sledovaných obdobích. Ve srovnání s minulými lety došlo k výraznému nárůstu podílu firem exportujících mimo oblast EU, přičemž nejvýznamnější oblastí je Rusko a další země bývalého Sovětského svazu. Rostoucí očekávání ale směřují i do Číny a Jihovýchodní Asie, která zaznamenává nárůst o 24 p. b. na 40 %.

„Letošní výsledky Exportního výzkumu ukazují, že hospodářská krize nadále ovlivňuje chování klientů, a to především v oblasti úspory nákladů. V současné situaci se však exportní firmy snaží orientovat na nové trhy a obchodní partnery, přičemž rostoucí očekávání směřuje především do zemí Jihovýchodní Asie,“ uvedl Richard Hospodský, ředitel expertních služeb společnosti GfK Czech.

dl Richard Hospodský, ředitel expertních služeb společnosti GfK Czech.

Podmínky pro export v ČR zůstávají přibližně stejné jako v předchozích letech; myslí si to více než dvě třetiny respondentů. Více než polovina exportérů se také domnívá, že exportu nejvíce pomáhalo získání nových obchodních partnerů, dále technologické inovace a investice do reklamy. Jako největší riziko pro český export jsou vnímány změny kurzu české měny (22 %), dále vyšší náklady (10 %) a silná konkurence, zejména ze zahraničí (6 %). (tz)



PRAHA TECHNICKÁ

ZÁŽITKOVÁ TURISTIKA NA ÚZEMÍ PRAHY

**Pražské technické podzemí
Kolektory Praha**

**Muzeum pražského vodárenství
a vodárna Podolí**

**Muzeum MHD,
vozovna Střešovice**

**Muzeum
Stará Čistírna, o.p.s.**

WWW.PRAHATECHNICKA.CZ

ERP systém neocenitelný pomocník managementu

Pro jaké firmy jsou vhodné podnikové informační systémy? Jaké přínosy nabízí malým společnostem a živnostníkům? Jaké problémy jsou spojeny s jejich implementací ve firmách? Jaké novinky dnes světem ERP hýbou? Ptali jsme se Jiřího Sonka, vedoucího obchodního oddělení firmy PREMIER system, dodavatele stejnojmenného ERP systému.

Jaké výhody vůbec informační systém pro firmy může přinést?

Podnikové informační systémy neboli ERP systémy pomáhají firmám efektivně řídit podnikové procesy napříč odděleními. Jedná se o software, který nabízí ucelené řešení pro účetnictví, správu majetku, skladových zásob, přehled o dodavatelích a odběratelích, správu mezd, workflow a podobně. Nespornou výhodou pořízení ERP systému je sjednocení podnikových procesů a z ní vyplývající úspora času a eliminace chyb vzniklých kvůli nestandardním řešením. Systém má jednu databázi, která odstraňuje duplicitu v zadávání dat. Jasně definuje pravomoci a odpovědnosti jednotlivých zaměstnanců. Managementu společnosti poskytuje cenná data, která pomohou s manažerskými rozhodnutími. ERP systémy zpravidla dokáží data zpracovat rovnou do přehledných analýz a grafů bez nutnosti složitého vyrábění podkladů.

Převládá názor, že jde o robustní systémy, které fungují jen ve velkých přeprócsových firmách. Co o tom soudíte?

Naopak, ERP systémy jsou pro SMB segment neocenitelným pomocníkem. Právě střední a malé firmy a živnostníci tvoří velké procento našich zákazníků. Menší subjekty musí umět velmi pružně reagovat na tržní změny, schopnost automatických analýz ERP systému jim pro rychlá rozhodnutí poskytuje pevné základy. Malé firmy oceňují také modularitu systému. To znamená, že si mohou svůj ERP systém nechat „ušít na míru“. Zakoupí si jen moduly, které potřebují, a neplatí za celý balík služeb, jež by posléze nevyužívaly.

Řekněme, že jsem majitel středně velké firmy a uvažuji nad zavedením ERP systému. Jak si z velké nabídky vyberu ten pravý?

Podnik by si měl nejprve udělat alespoň

základní analýzu vnitřních procesů, ujasnit si své slabiny v této oblasti a očekávání, která do ERP systému vkládá. Při výběru dodavatele mohou pomoci reference, celkový přístup firmy k zákazníkovi, nabízená zákaznická podpora a doplňkové služby. Když má management jasno o dodavateli, je nutno zvážit, jaké moduly ERP systému využije. Pokud se jedná o společnost působící ve specifickém odvětví, měla by se zamyslet také nad branžovými řešeními. V neposlední řadě by firma měla zvážit vhodnost outsourcingu ERP systému.

A pokud stejný manažer váhá, jestli se mu investice do ERP systému vyplatí?

Je třeba si uvědomit, že i firmy, které ERP systémem vybaveny nejsou, stejně v drtivé většině za software pro jednotlivé podnikové činnosti platí. Typicky vlastní software pro účetnictví, evidenci majetku, tabulkové procesory, databázové systémy, software pro tvorbu analýz, prezentací a podobně. Tyto všechny programy dokáže moderní ERP systém nahradit se všemi výhodami popsanými výše a integrovat je do jednoho funkčního celku.

Je nutné se zavedením informačního systému také modernizovat IT vybavení firmy, serverů, zasílání apod.?

Firmy, které jsou vybaveny standardní vlastní podnikovou sítí, typicky nemusí se zavedením ERP systému investovat do nové IT infrastruktury. Společnosti, které vlastní síť nemají, mohou využít outsourcingu ERP systému. To má pro ně řadu dalších výhod. Svá data mají uložena v bezpečných a zálohovaných datacentrech, která si poradí i s velkými databázemi a objemnými datovými toky. K podnikovému informačnímu systému mohou připojovat vzdáleně odkudkoliv, a navíc mají vždy „po ruce“ technika,

který dokáže případné závady obratem odstranit či poskytnout odbornou konzultaci.

Co firmy, které podnikají v nestandardní oblasti?

Specifické obory se specifickými požadavky na ERP systém samozřejmě existují. Konkrétně se jedná například o zemědělství se specifickou majetkovou položkou zvířata a jejich odpisování. Speciální požadavky mají také majitelé e-shopů, stavební firmy, cestovní kanceláře, školy nebo firmy působící v oblasti služeb. I na ně ale podniky nabízející moderní podnikové informační systémy myslí a mají pro ně specializované moduly a rozšíření.

Je pro firmy významné téma odmítání zaměstnanců učít se s novým systémem pracovat? Setkáváte se s tímto problémem často?

Zejména v zaběhnutých firmách to samozřejmě problém může být. Zaměstnanci, kteří jsou léta zvyklí pracovat s často obstarožními programy, berou jakékoliv změny a novoty s nedůvěrou. Důležitou roli zde hraje management firmy a jeho schopnost zaměstnancům výhody nového ERP systému vysvětlit a takřka prodávat. PREMIER system se jim v tomto snaží maximálně pomoci. Pravidelně pořádáme školení a workshopy, novinkou je pak naše série názorných videonávodů. Ty lze mezi zaměstnanci snadno rozposílat nebo je využívat pro vnitropodniková školení.

A co nejnovejší trendy? Existují například aplikace pro chytré mobilní telefony a tablety, které by umožňovaly vzdálený vstup do informačního systému?

K moderním ERP systémům lze přistupovat vzdáleně přes laptopy, chytré mobilní te-



Jiří Sonek, vedoucí obchodního oddělení firmy PREMIER system

lefony nebo tablety. Co se týče aktuálních novinek, nedávno jsme rozšířili náš systém o možnost e-podání, tedy standardizované elektronické komunikace se státními subjekty přímo z obrazovky systému PREMIER. Další novinkou je funkce zaslání vyžádaných přehledů a analýz prostřednictvím e-mailu, a to v požadovaném rozsahu a v požadovaný čas. Systém dokáže také předcházet problémovým situacím, například tím, že včas upozorní na ztenčující se stav skladových zásob nebo fakturu s blížícím se datem splatnosti.

Společnost PREMIER system a.s. vznikla v roce 1998 jako ryze česká firma s vlastním know-how. V současné době je předním producentem informačních a ekonomických systémů na tuzemském trhu. Nosným programem společnosti je výroba a distribuce vlastního stejnojmenného ekonomického informačního softwaru PREMIER system pro řízení podniků a firem. Produktovou nabídku doplňují nástavbové moduly a specializovaná řešení pro firemní procesy v téměř jakémkoliv oboru. Po dobu 14leté působnosti na trhu ČR a SR si společnost Premier system a.s. vypracovala přední pozici mezi poskytovateli informačních a ekonomických systémů pro menší a střední společnosti.

(red)

Klubová setkávání manažerů v Brně

Brněnská oblastní organizace České manažerské asociace založila v restauraci Maxim Paláce Trinity novou tradici. V polovině října připravilo nové vedení klubu v čele s MVDr. Danou Odehnalovou, MBA, klubové setkání členů ČMA, ale i podnikatelů, majitelů firem, manažerů nečlenů asociace. Tématem byla konkurenceschopnost českých firem a manažerů a v této souvislosti připravenost absolventů středních a vysokých škol do praxe.

V klubu se však jen společensky nekonverzovalo, právě naopak. Manažer roku 2011 Lubomír Stoklásek mluvil o české vzdělávací soustavě velmi kriticky. Podle jeho slov ČR upadá ve

všech směrech, jak v poskytovaném vzdělávání, tak v kvalitě státní správy, což má dopad na snižující se konkurenceschopnost republiky. Do soutěže o nejlepšího manažera roku šel L. Stoklásek z jediného důvodu, aby upozornil „minutu po dvanácté“ na alarmující situaci ve školství. Informoval rovněž účastníky klubu o svých názvích, které vypracoval pro ministra průmyslu a obchodu Martina Kubu po jednání s premiérem P. Nečasem a prezidentem SP ČR J. Hanákem. Ve své firmě Agrostroj Pelhřimov L. Stoklásek odborně připravil přes 850 nových zaměstnanců.

Bohaté diskuze se účastnila také děkanka provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně Jana Stávková, rektor VUT v Brně Karel Rais a ředitel RHK Brno Petr Bajer. Diskuzi uzavřel prezident ČMA Pavel Kafka.

Česká manažerská asociace se snaží spolu s ostatními partnery – Svazem průmyslu a dopravy ČR a Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR – působit na vládu ČR, usilují o kultivaci a vzdělávání státní správy, ale hlavně o přenos nových myšlenek ze zahraničí. Proto je ČMA členem Ev-

ropské manažerské asociace a v tomto roce jako zakládající člen pomohla se založením české pobočky Světové podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj (WBCSD). Tato organizace, v jejímž čele stojí 200 nejvyšších představitelů globálních firem, se snaží o celosvětovou strategii v oblasti „udržitelného rozvoje“, která se týká nejen životního prostředí, ale hlavně rozvoje lidských zdrojů celé planety, nových technologií ve všech oblastech průmyslu, ale také životního stylu, a hlavně společenské odpovědnosti firem.

Další klubová setkání budou navazovat každý měsíc. „Základním posláním Brněnského manažerského klubu je podávat zajímavé, aktuální a odborné informace, umožňovat výměnu názorů a navazování kontaktů manažerům z různých oborů činností.

Mohou zde diskutovat v neformální atmosféře se svými kolegy vrcholovými manažery významných českých i zahraničních podniků, bank, poradenských a konsultačních firem, pracovníky ministerstev, státních orgánů a institucí a mnoha jinými zajímavými lidmi z oblasti vědy, kultury, sportu, medicíny, medií, diplomacie,“ prohlásila MVDr. Dana Odehnalová, MBA, předsedkyně Brněnského manažerského klubu, která prošla úspěšnou pedagogickou a vědeckou dráhou ve farmaceutickém průmyslu, ale také v obchodu a marketingu a nyní působí kromě dalších aktivit jako ředitelka společnosti ResVinia.

(red)

Programátoři CNC strojů budou vyrůstat na Třebešíně

První Haas Technical Education Center (HTEC) v České republice bylo v říjnu slavnostně otevřeno v prostorách Střední průmyslové školy Na Třebešíně v Praze 10. Cílem tohoto inovativního výukového projektu je vychovávat odborníky pro programování CNC (číslíkově řízených) strojů, jichž je na trhu práce nedostatek, a také specialisty pro práci s těmito stroji, které jsou dnes trendem napříč výrobní sférou. Absolventi tohoto oboru tak významně posílí své šance na uplatnění na trhu práce.

Podobných výukových center vzniklo dosud celkem 66 v celé Evropě a zatím pouze jediné v Česku.

„Jádro programu HTEC je ujištění, že potřebné a žádané věci lze vyrábět kdekoli na světě, a během doby (s tím, jak porostou mzdové náklady v rozvojových zemích) nebude téměř záležet na tom, kde je CNC obráběcí stroj umístěn,“ řekl RNDr. František Bártl, ředitel SPŠ Na Třebešíně, a dodal: „Bude záležet pouze na dovednostech a šikovnosti lidí, kteří navrhují produkty a obsluhují stroje CNC. Jinými slovy – na konstruktérech a technících.“

(tz)



Polovina října byla pro Českou manažerskou asociaci významným dnem – osobnosti manažerského a podnikatelského světa se sešly při prvním jednání Brněnského manažerského klubu...

Opatrně s podezřelými odběrateli, podvody ovlivňují platební morálku v ČR

Situace v ČR naznačuje stabilní platební morálku, kazí ji však množící se počty nekorektního až podvodného jednání. Vyplývá to z podkladů KUPEG úvěrová pojišťovna, a.s., Na úrovni platební morálky Českých firem se do značné míry podílí i úmyslné poškozování dodavatelů a věřitelů.



KUPEG
ÚVĚROVÁ POJIŠŤOVNA

Před podobným jednáním může dodavatele ochránit především dokonalá znalost obchodního partnera. Dle poznatků KUPEG úvěrová pojišťovna, a.s., by následující varovné znaky měly každého dodavatele vést k maximální opatrnosti:

Patří k nim například nedávná změna vlastnické struktury odběratele či nečitelná vlastnická struktura. Může to být rovněž zapojení lidí bez základních zkušeností v daném oboru v managementu, anebo náhlá reaktivace dlouhodobě spící firmy. Podezřelý může být také neočekávaně vysoký objem poptávky na dodání na fakturu, ochota firmy akceptovat výrazně vyšší cenu než je cena obvyklá za předpokladu odběru na fakturu nebo zapojení osob s kriminální či jinak pochybnou minulostí.

Výše uvedené charakteristiky byly a jsou typické pro případy podobných pokusů, které KUPEG v průběhu letošního roku identifikoval. Pokusy o poškozování klientů KUPEG ve většině případů zachytil díky rozsáhlé znalosti domácího trhu, dlouhodobým zkušenostem s chováním firem i osob a rozvíjením spolupráce s klienty. Pro samotného dodavatele je srovnatelná míra prevence jen obtížně dosažitelná.

Selhává každý 16. až 17. český odběratel

Společnost KUPEG úvěrová pojišťovna, a.s., průběžně monitoruje úroveň platební morálky různých sektorů a teritorií. Ve své analýze z konce září se zaměřuje na situaci na svém domovském trhu, v České Republice. Údaje za analyzované období leden 2008 až březen 2012 postihují reálné transakce v hodnotě 332 miliard korun.



Index platební morálky ukazuje vývoj množství pohledávek nezaplacených déle než tři měsíce po splatnosti. Pro porovnání vychází z globální situace platební morálky v roce 2007 (= 100).

Po problematickém období 2008–2009, kdy se riziko selhání tuzemských odběratelů téměř ztrojnásobilo, pozorujeme postupnou stabilizaci situace a dokonce mírné zlepšení. Periodická zhoršení i nadále pozorujeme u pohledávek vzniklých před koncem kalen-

dářního roku, kdy se mnoho podniků přezásobí a krátkodobě se dostane do potíží s cash-flow. Zdaleka už však výkyvy nedosahují takových dimenzí, jako tomu bylo u předvánočních transakcí v letech 2008 a 2009.

Situace v ČR se přibližuje předkrizové úrovni, i nadále však jsou pohledávky za tuzemskými odběrateli výrazně rizikovější než tomu je u většiny našich nejsilnějších exportních teritorií. Stále platí, že u českých odběratelů, kteří jsou odsouhlaseni credit managementem dodavatele, lze očekávat selhání ve zhruba šesti procentech případů. S blížícím se koncem roku a zpomalující ekonomikou jak v ČR, tak i u nejvýznamnějších obchodních partnerů očekáváme postupné zhoršování platební morálky. K podobně dramatickému vývoji jako v letech 2008–2010 by však dojít nemělo.

Průměrná platební podmínka se pohybuje mírně nad 40 dnů

Rostoucí míra propojitelnosti a různost platebních podmínek, které jsou uplatňovány, potvrzují, že si většina dodavatelů uvědomuje zvýšenou míru rizika, které podstupují při poskytnutí dodavatelství úvěrů. Kratší platební podmínku dávají čeští dodavatelé odběratelům v Maďarsku, většina našich obchodních partnerů včetně Slovenska či Polska odebrá na delší splatnost. Nutno podotknout, že kratší platební podmínka ještě neznamená i rychlejší zaplacení. Požadovaná doba splatnosti pohledávek se prudce zvýšila s nástu-

pem finanční krize v průběhu roku 2008, kdy z cca 55 dnů vyletěla na 70. KUPEG odhaduje, že jeho klienti tímto způsobem poskytli svým obchodním partnerům přes 3 miliardy korun provozního financování.



Následné potíže všech zúčastněných však donutily věřitele/dodavatele požadovat poskytnuté financování zpět a platební podmínka se opět zkrátila na průměrných 55 dnů.

Toto zpřísnění podmínek dodavatelství úvěrů se bohužel potkalo s odlivem bankovních úvěrů. Další financování, již na úkor věřitelů, si odběratelé vzali nedodržením a překročením dohodnuté platební podmínky, což vyústilo v dramatický, až trojnásobný, nárůst počtu selhání.

V tuto chvíli nepozorujeme tlak na navýšení dodavatelství financování. To spolu s mírným růstem objemu poskytnutých bankovních úvěrů potvrzuje stabilizovanou situaci.

Ing. Michal Veselý,

předseda představenstva a generální ředitel,
KUPEG úvěrová pojišťovna, a.s.

inzerce

AGROSTROJ PELHŘIMOV, A.S.,



přijme absolventy VŠ strojírenského zaměření pro výkon těchto funkcí :

- Ředitele závodu v Rusku
- Ředitele OŘJ
- Zástupce ředitele OŘJ
- Zástupce techn. ředitele pro oddělení konstrukce, výzkumu a vývoje
- Konstruktor-projektant
- Technolog-projektant

Požadujeme:

- Aktivní znalost nejméně jednoho světového jazyka, nejlépe AJ,NJ nebo kombinaci AJ+RJ
- Komunikativnost, schopnost pracovat v týmu, organizační schopnosti

Pro absolventy středních strojírenských škol výkon funkcí :

- ☐ Mistr, výrobní kontrolor, programátor CNC, technolog

Nabízíme:

- ✓ Odpovídající mzdové ohodnocení
- ✓ Zahraniční stáže
- ✓ Stabilní a perspektivní uplatnění s možností dalšího kariérního růstu
- ✓ Firemní benefity, včetně bezplatného ubytování/inspekční pokoj

Kontakt : tel.:565360211, e-mail. zdenek.pavlovsky@agrostroj.cz

Jak dopadla letošní Česká chuťovka

V Národním zemědělském muzeu v Praze byly 18. října slavnostně vyhlášeny výsledky IV. ročníku soutěže o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek „Česká chuťovka 2012“, která probíhala opět v osvědčené spolupráci společnosti SYMPEX GROUP s vydavatelstvím AGRAL, za odborné součinnosti VÚ potravinářského Praha a pod záštitou skupiny COOP. Partnerem soutěže bylo Národní zemědělské muzeum.

O nositelích ocenění Dobrý tuzemský potravinářský výrobek „Česká chuťovka 2012“ rozhodla již 4. října dvanáctičlenná hodnotitelská komise nezávislých odborníků, disponujících vysokým kreditem. Odborným garantem soutěže byl Výzkumný ústav potravinářský Praha, v.v.i., v jehož sídle se každoročně hodnotení uskutečňuje. Předsdkyní hodnotitelské komise byla opět ředitelka ústavu Ing. Slavomíra Vavreiová, CSc. Tento renomovaný ústav také samotný průběh hodnocení výrobků organizuje a zabezpečuje tak vysokou míru její reliability.

Letos se také již podruhé zároveň soutěžilo o značku „Dětská chuťovka 2012“, kde



o nositelích tohoto označení rozhodla autentická dětská porota složená z žáků druhého stupně ZŠ působících v Dětské tiskové agentuře a studentů prvního ročníku VOŠ ekonomických studií a SPŠ potravinářských technologií z Prahy 2.

S o u t ě ž o značky Dobrý tuzemský potravinářský výrobek „Česká chuťovka 2012“ a „Dětská chuťovka 2012“ pomáhá spotřebitelům objevit typické chutné české potraviny. O rostoucím zájmu o značku svědčí skutečnost, že se o ni ucházelo o 50 % více výrobků než loni – do České chuťovky přihlásilo 39 výrobců celkem 104 potraviny, z nichž 50 od 33 výrobců Českou chuťovku 2012 nakonec získalo. Do Dětské chuťovky si troufalo 12 výrobců s 22 potravinami, z toho ocenění zís-

kovalo 8 z nich pro celkem 11 potravin. Zásadním kritériem, které musí každý přihlášený výrobek splňovat, jsou jeho vysoké chuťové parametry, samozřejmým předpokladem je jeho vysoká kvalita. Neméně důležitou součástí hodnocení je také design výrobku a jeho spotřebitelská využitelnost. Spojením těchto parametrů s českým původem potravin je značka Česká chuťovka zcela nezaměnitelná s jinými oceněními, která jsou v ČR udělována. Dalším jejím charakteristickým rysem je, že má sice vítěze, ale nemá poražené – vynikající byly všechny přihlášené výrobky, takže už samotná účast v soutěži může být pro zákazníky výborným vodítkem, za kterými výrobky si výrobci po všech stránkách stojí a nedali přednost podbíživé ceně před chutí a kvalitou, jak se v jiných případech často stává. Obě soutěže se letos nesly ve znamení 50 % – kromě již zmíněného růstu přihlášených výrobků oproti loňsku o 50 % se také úspěšnost v získání značky u přihlášených potravin v obou soutěžích pohybuje okolo 50 %. Je rovněž zajímavé, že obě poroty, jak „dospělá“, tak ta dětská, jsou přibližně stejně ná-



ročné a drží se svých osvědčených standardů a nároků, protože podobnou úspěšnost okolo 50 %, zaznamenaly přihlášené potraviny i v loňském ročníku.

K novinkám letošního ročníku patří nová kategorie ocenění – cena novinářů, kterou formou anketních lístků vybrali na základě ochutnávky přímo před slavnostním ceremoniálem sami přítomní novináři z těch výrobků, které již letošní ocenění získaly. Letos jim nejvíce učarovalo pivo Baron 15% z Pivovaru Svijany, a.s.

Kompletní výsledky České chuťovky 2012 i Dětské chuťovky 2012 jsou zveřejněny také na webu www.ceskachuťovka.cz a rovněž na facebooku Česká chuťovka. Na něm se organizátoři chystají postupně zveřejňovat ve spolupráci s výrobcí také fotografie vítězných výrobků včetně podrobnějších informací o nich, ale i o dalších potravinách nominovaných do soutěže Česká chuťovka, o jejich dostupnosti, a také o novinkách v nabídkách výrobců, kteří se hlásí k zásadám České chuťovky.

Vzniká tak postupně zajímavá platforma pro zákazníky, kteří hledají opravdu chutné potraviny, jakož i pro jejich výrobce!

Kdo si z obou soutěží odnesl ocenění, se dočtete na www.iprosperita.cz.

(tz)

Vína, která máme rádi

Asi málokdo by mohl něco namítnout proti faktu, že velká část produkce z našich vinařských regionů zaznamenala v průběhu uplynulých let obrovský kvalitativní posun. Vína z Moravy a vína z Čech přestala být popelkami, které zazáří jen ojediněle. Přispělo k tomu mnoho pozitivních změn ve vinicích i v technologiích. Využití moderních postupů od zpracování hroznů přes řízení kvašení, dozrávání, skladování až po samotnou distribuci.

Díky vinařské osvětě největších tahounů na trhu se podařilo také postupně změnit i názírání spotřebitelů na svět vína, a tím také zajistit odbyť vyšší produkce. Lidé dnes dokáží více ocenit a preferovat kvalitu vnímanou jako nevšední prožitek při seznamování se s odrůdovou pestrostí, specifickými zvláštnostmi jednotlivých vinařských obcí i samotných vinic. Zkrátka, víno se v české kotlině, řečeno slovy básníka, opět skrze člověka přiblížilo Bohu...

Jedním z oněch tahounů na trhu je bezesporu také akciová společnost Znovín Znojmo se sídlem v Šatově. Odtud je mimochodem už jen kousek, co by několikrát kamenem dohodil, do Národního parku Podyjí ukrývajícího vinici Šobes, bezesporu nejkrásnější u nás a jistě srovnatelnou s podobnými skvosty ve světě. Tento podnik střední velikosti, s ryze českým kapitálem, prošel v uplynulých dvaceti letech – které si mimochodem se všemi svými zaměstnanci, obchodními partnery a tisícovkami klientů a příznivců nedávno připomněl – velkými a nepřehlédnutelnými změnami.

Tedy, na počátku 90. let navázal nově vzniklý management na bohaté vinařské tradice regionu i zkušenosti svých předchůdců z bývalého státního podniku Moravské vinařské závody Znojmo, jehož unikátní křížový sklep v Příměticích získal do vínku. To by samo o sobě asi nestačilo pro nastartování budoucího dynamického vývoje. Management dokázal krok za krokem mistrně kloubit moderní výrobní postupy a techno-

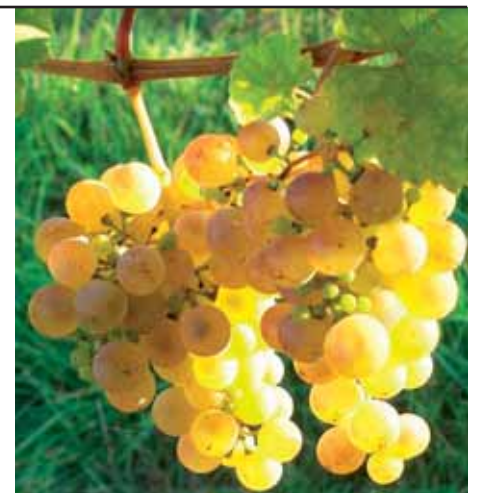
logie s environmentální politikou firmy prostoupenou všemi jejími činnostmi. Od dodržování pracovních postupů na svých vinicích, podřízené všeho nejvyšší kvalitě až do zlatistého moku v lahvi.

Dokázat vyrobit nevšední vína schopná získat si oblibu spotřebitelů je sice dobré, ovšem k zajištění úspěchu na trhu to ještě nestačí. Proto vedení akciové společnosti cíleně usilovalo od samého počátku o vybudování vlastní prodejní, distribuční i spotřebitelské sítě nespolehajícce jen na prodej v maloobchodě, ve vybrané síti supermarketů či jinde. Velmi brzy firma uplatnila dobře propracovaný internetový prodej propojený se všemi aktivitami firmy. Téměř učebnicovým příkladem se ve Znovínu stalo budování systému podpory prodeje na bázi spojování zájmu o víno s vinařskou historií a současností, s aktivním využíváním volného času jednotlivců i celých rodin v rámci akcí se zajímavým programem. Znovín zkrátka „oprášil“ a umně využil mnohé poučky o způsobu přiblížení prodeje lidem, jeho spojování se zájmy klientů. Za připomenutí zde stojí zejména řízení degustace vín pravidelně organizované na různých místech v ČR, košty a dny otevřených dveří ve vybraných sklepích, pravidelná jarní a podzimní tematické výlety za poznáváním vinařského kraje.

Opomenout nelze také každoroční podzim-

ní putování po archivních sklepích s nabídkou vín – mimochodem letošní bylo již jubilejní, patnácté. Za zmínku stojí rovněž vytváření klubu milovníků vín, pravidelné vydávání katalogů obsahujících informace o vinech, cenách, dopravě a distribuci, o všech akcích a zajímavostech. Firma již léta podporuje cykloturistiku ve spojení s prohlídkou vinic v přírodně zajímavých lokalitách, je organizátorem tradičního amatérského cyklistického závodu Vinařská 50 – AUTHOR Znovín Cup. Podporuje Nording Walking turistiku, kde zmapoval 12 tras nádhernou přírodou v místech, kde „železná opona“ dříve oddělovala dva rozdílné světy. Při Znovín Walkingu si přijdou na své začátečníci, rodiny s dětmi i náročnější polykači kilometrů. V podzimních měsících se ve spojení s tradičním historickým znojmských vinobraním koná řada akcí spjatých s ochutnávkou vín, a zvláště burčáčků. Tím ovšem výčet aktivit zdaleka nekončí. Vraťme se však k vinům, která jsou základem pro všechna tato usilování zaměřená na budování tradice firmy, značky, povědomí o výsledcích práce vinařů Znovínu mezi veřejností, a zvláště pro úspěšný prodej.

Asi nepřesvědčivějším argumentem o kvalitě vín mohou být, kromě vlastní zkušenosti, zejména jejich ocenění na prestižních výstavách a soutěžích doma i ve světě. V případě akciovky Znovín Znojmo jich je opravdu mnoho. Již při let-



mém pohledu do statistik jen za rok 2011 najdeme nejméně tři desítky vín pyšnicích se medailemi z vinařských soutěží u nás i ve světě. Letos přibyla další. Znovín získal cenu Vinař roku 2012 za kolekci ledových, slámových, pozdně sběrových a dalších speciálních vín, pyšní se titulem Champion a zlatou medailí Král vín České republiky 2012 za Tramin červený – výběr z bobulí – 2011 z vinice U tří dubů. Toto víno bylo oceněno také Velkou zlatou medailí v prestižní soutěži konané v americkém San Franciscu. Přitom je zde navýsost zásadní fakt, že nejde o žádná vína speciálně vyrobená pro prestižní soutěže. Jsou to vína obsažená v nabídce, a tak se může každý sám přesvědčit o jejich jedinečnosti a kvalitách, díky kterým v široké konkurenci zaujala hodnotitele a často získala ty nejvyšší body.

Na vinech znojmské vinařské podblasti, a speciálně z produkce Znovínu Znojmo, člověk ocení kvalitu spojenou se specifickými nuancemi chuti a vůni daných klimatem, půdním složením v jednotlivých lokalitách, na konkrétních vinicích i umem vinařů. Je zde však ještě zvláštní přidaná hodnota: naprostá jistota, že vínem ze Znovínu nikoho neurazím, nikoho nenapálím, nýbrž znásobím počet těch, kdo je bude milovat. Proto si nemohu odpustit ještě poslední šestici slov: Znovíne, Znovíne, ještě že tě máme!

Jiří Novotný



Závěr podzimního dne se zapadajícím sluncem je na vinici U tří dubů nevšedním zážitkem

Třetina úřadů zveřejňuje zakázky pomocí necertifikovaného elektronického nástroje

Téměř 30 % českých úřadů uveřejňuje své veřejné zakázky u necertifikovaných poskytovatelů profilu zadavatele. Vyplývá to z analýzy společnosti QCM, předního dodavatele webových aplikací pro správu veřejných zakázek. Užíváním necertifikovaných nástrojů pro zveřejňování zakázek se přitom zadavatelé vystavují riziku zpochybnění shody se zákonem o veřejných zakázkách. V případě pochybností ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže pak musí tuto shodu prokázat znaleckým posudkem.

V rámci analýzy společnosti QCM byly porovnány údaje od téměř 4500 veřejných zadavatelů. Rozbor ukázal, že celkem 29,8 % českých úřadů se vystavuje riziku zpochybnění způsobu, jakým zveřejňují své veřejné zakázky. Na rozdíl od zbývajících dvou třetin zadavatelů totiž nemají jistotu, že jimi využívaný elektronický nástroj je v plné shodě s požadavky zákona. Platnou certifikaci má v České republice přes 10 elektronických nástrojů. Nejvyužívanější z nich je Portál pro vhodné uveřejnění, který používá 21,8 % veřejných zadavatelů.

„Výsledky analýzy nás poměrně překvapily. A to zejména vysoký podíl zadavatelů, kte-

ří využívají necertifikované nástroje. Vystavují se tím totiž možnosti zpochybnění všech svých zakázek, které byly prostřednictvím takového nástroje zveřejněny,“ uvedl David Horký, jednatel společnosti QCM, která dodává technické řešení pro Portál pro vhodné uveřejnění. „Úspěch Portálu pro vhodné uveřejnění nás samozřejmě těší. Portál má platný certifikát funkčnosti i certifikát prostředí. Zadavatelům tak nabízíme jednoduchý intuitivní nástroj, který jim zaručuje dodržení zákonných postupů,“ dodal David Horký.

Certifikát shody není jediným způsobem, jak prokázat shodu se zákonem o veřejných zakázkách. Není tedy nezbytným požadav-

kem pro provozování elektronického nástroje pro uveřejňování veřejných zakázek. Zákon připouští i jiné způsoby. Certifikace má však oproti jiným způsobům větší důkazní sílu a prokazuje shodu vždy. Pro zadavatele tedy představuje nejjistější možnost, která je ochráněna před případnými nadbytečnými výdaji spojenými s prokazováním shody pomocí znaleckého posudku.

„Zadavatelé hrozí, že jeho postup při zadávání zakázky bude rozporován kvůli funkcionalitě užitého elektronického nástroje. V tomto případě se uživatel necertifikovaného elektronického nástroje nachází v horší pozici,“ vysvětlil Jan Zahradníček z MT Legal advokátní kanceláře, člen Asociace pro veřejné zakázky. „V případě námitek či řízení u Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, které se týká zpochybnění shody elektronického nástroje s požadavky zákona, je zadavatel povinen pro-

kázat tuto shodu pro každou veřejnou zakázku samostatným znaleckým posudkem,“ sdělil Marek Ženkla z Odboru komunikace Ministerstva pro místní rozvoj ČR.

(tz)



Vzdělávání v akreditačním systému ČR

Vzdělávání jako proces neustálého osvojování znalostí a dovedností probíhá i získáváním zkušeností v oblastech činnosti, které lidé vykonávají. Z uvedeného vyplývá, že i v oblastech, kterými se zabývá akreditace, tzn. zkoušení, kalibrace, certifikace a inspekce, je nutné věnovat se zvyšování úrovně způsobilosti pracovníků.

Požadavky na způsobilost pracovníků akreditovaných subjektů a akreditačního orgánu stanovují příslušné předpisy, kterými se tyto subjekty musí ve své činnosti řídit. Na základě těchto požadavků je zařazen mezi cíle rozvoje Českého institutu pro akreditaci, o.p.s. (dále jen ČIA) cíl – zkvalitnění poskytovaných služeb v oblasti akreditace, jehož jednou z částí je vzdělávání v oblasti akreditace (semináře, školení, workshopy).

Systém vzdělávání ČIA zahrnuje odborné akce:

- pro vedoucí posuzovatele to jsou semináře k auditorickým praktikám (harmonizace průběhu posuzování) a pořádání odborných skupin (požadavky na subjekty v jednotlivých oblastech akreditace);
- pro odborné posuzovatele to jsou úvodní školení (seznámení s procesem akreditace, auditorickými praktikami); a zdokonalovací semi-

náře (nové znění norem, výklady EA, ILAC, IAF a FALB k požadavkům harmonizovaných norem a dokumentů);

- pro akreditované subjekty a žadatele o akreditaci to jsou informační semináře (pro akreditované subjekty a žadatele o akreditaci), workshopy (pro subjekty přecházející z procesu akreditace podle smluvního vztahu na proces s aplikací správného řádu), semináře ke změně požadavků na akreditované subjekty (nové znění norem, výklady EA, ILAC, IAF a FALB k požadavkům harmonizovaných norem a dokumentů), a semináře ke nejčastěji se vyskytujícím problémům při posuzování (informace o naplňování jednotlivých požadavků harmonizovaných norem a dalších dokumentů využívaných při akreditaci).

Pro naplnění motta, které si ČIA stanovil pro oblast vzdělávání: v rámci vzdělávání ČIA musí dostávat stejné informace pracovníci a zákazníci, si ČIA dal za aktuální cíl poskytovat pracovníkům akreditovaných subjektů možnost jejich průběžného vzdělávání v systémových kritériích dokumentů využívaných k akreditaci a v předstihu informovat akreditované subjekty a další zainteresované strany o nových požadavcích na

akreditaci nebo o zavádění nových služeb, které bude poskytovat.

Z tohoto pohledu se jeví jako velice vhodné využívání zavedeného systému vzdělávání v ČIA i pro předávání informací pracovníkům akreditovaných subjektů. Přípravovaný systém vzdělávání ČIA by měl přinést i informace subjektům o seminářích v dostatečném předstihu tak, aby mohl být pro pracovníky akreditovaných subjektů zpracován program jejich vzdělávání.

V systému vzdělávání ČIA je využívána i činnost Centra technické normalizace při ČIA (dále jen CTN), které má ve svém rozsahu působnosti přejímání mezinárodních norem a předpisů týkajících se akreditace. Při propojení činnosti CTN na systém vzdělávání je vytvořen prostor pro informování českých akreditovaných subjektů o nových požadavcích a nových službách již v etapě tvorby mezinárodního dokumentu. Využití výsledků práce CTN v procesu vzdělávání přináší možnost prodloužení času přípravy subjektů na zpracování změn do jejich systému managementu nebo prodloužení doby na přípravu na zavedení nové služby.

Na základě zkušeností z uplynulých let a vyhodnocení zpětné vazby od zákazníků ČIA je možné konstatovat, že oblast, na kterou bude vhodné se prioritně zaměřit, je vzdělávání ve-

doucích pracovníků, manažerů kvality, interních auditorů a metrologů akreditovaných subjektů. Z uvedeného důvodu přistoupil ČIA k pořádání každoročních seminářů nejen pro pracovníky ve zmíněných funkcích akreditovaných subjektů, ale i pro další zájemce, kteří budou mít zájem o průběžné vzdělávání v oblasti systému managementu kvality. Témata těchto seminářů budou vycházet z analýzy nejčastěji řešených problémů v provozovaných systémech managementu. V rámci letošního roku je realizován pilotní projekt seminářů zaměřených na řízení dokumentace, metrologické zabezpečení a problematiku subdodávek a dodávek.

V současné době ČIA připravuje nové internetové stránky, kde budou informace o chystaných seminářích se všemi potřebnými informacemi k dispozici. Předpokládám, že popsany systém vzdělávání ČIA i se zaměřením na pořádání seminářů, bude pro akreditované subjekty, další zájemce o akreditaci a zainteresované strany přínosný a poskytne jim všechny potřebné informace.

Ing. Milan Badal,

Český institut pro akreditaci, o. p. s.

www.cai.cz

Jednou vymyslet, stokrát prodat

Podnikání formou franchisingu se představí na nové a v Praze ojedinělé výstavě pro podnikání a franchising, kterou pořádá Franchise & Retail Academy a odborný magazín pro podnikání a franchising START ve dnech 22.–23. února 2013 v Praze.

„Střednědobou vizí je organizovat pravidelně minimálně jednou v roce specializovanou výstavu pro podnikání a franchising v konferenčních a výstavních prostorách v Praze. Plánujeme progresí do dalších oborů souvisejících s podnikáním, čímž bychom rádi rozšířili portfolio zájemců i možností firem se výstavy účastnit,“ řekla Monika Hrubalová odborná poradkyně výstavy.

Po celou dobu výstavy bude probíhat v konferenční části kongresového centra U Hájků doprovodný program. Přednášky, prezentace a diskuzní fóra jsou určeny pro všechny návštěvníky výstavy. Témata jako marketing, franchising, podpora podnikání, právní otázky a ukázky podnikatelských řešení ocení zvláště návštěvníci z řad malých a středních podnikatelů a ti, co se rozhodují

začít samostatně podnikat. Jak řekl Ing. Jiří Krajča, vedoucí čtvrtletníku START a poradce České asociace franchisingu: „Malé a střední podnikání je vhodnou oblastí, kde se franchising velice dobře uplatňuje. Jde o odbytový systém zboží a služeb na základě licencí, který umožňuje příjemci franchisy nadále právně samostatně podnikat na vlastní účet, což je jeho velkou předností. Franchisingové koncepty umožňují prodávat například módní zboží, obuv, kosmetiku, ale i stavební materiály nebo letenky. Tímto výčtem nejsou zdaleka vyčerpány všechny oblasti franchisingu. Metoda je vhodná pro všechny, kteří chtějí pracovat naplno a podnikat bez velkého rizika.“

V roce 2012 by měl počet franchisingových sítí v ČR překročit 200. V minulém roce výrazně vzrostl počet franchisingových poboček, a to z 3476 na 4366, což je skok o 25,6 %. Dle nedávného průzkumu uvedlo 19 systémů v ČR, že otevrou 21–30 nových franchisingových poboček a 10 systémů předpokládá, že otevře 51–100 nových a tři systémy mají v plánu otevřít 300–500 nových poboček.

V České republice zaměstnávají franchisingové sítě odhadem 30 000 osob, což je v průměru kolem 200 zaměstnanců na jeden systém. Tento nárůst nových poboček jistě přispěje ke zkvalitnění komunální sféry měst a obcí a vytvoří nemalý počet pracovních míst. Generálním partnerem výstavy pro podnikání a franchising se stala společnost NATURHOUSE, celosvětová síť dietetických center s vedoucím postavením v České republice, na Slovensku i v zahraničí. Master franchising licencí pro Českou republiku a Slovensko získala v roce 2008 společnost REDUCCIA s.r.o., první dietetické centrum NATURHOUSE v České republice bylo otevře-

no říjnu 2008. V současnosti otevřeli odborníci na zdravou výživu a redukci nadváhy již svoji 50. pobočku. Prestižní portál Franchise Direct zařadil NATURHOUSE na seznam Top 100 globálních franchisingových systémů.

Hlavní partnerství potvrdil franchisingový koncept DietFitness, který představuje revoluční koncept, jenž svým pojetím spadá do tzv. Medical Fitness a je zaměřený na tuky. Vychází z potřeb lidí redukovat nadbytečné kilogramy. Je určen pro vyznavače nového životního stylu, převážně lidem, kteří chtějí hubnout na základě logických principů nebo si chtějí udržet, či zvýšit svoji kondici.

V případě dalších informací nás neváhejte kontaktovat:

Franchise & Retail Academy s.r.o.
Lhotská 2202, 193 00 Praha 9
Ing. Jiří Krajča
Tel: 603 203 828
E-mail: krajcajiri@seznam.cz
www.franchising-academy.cz

Poradce projektu
Monika Hrubalová
m.hrubalova@vosp.cz
tel.: 606 096 657

Press office
Vyšší odborná škola publicistiky
www.vosp.cz
www.vystavafanchisingu.cz

Termín konání:
22.-23. 2. 2013 (pátek a sobota) od 10,00-18,00 hodin

Místo konání:
Kongresové centrum
U Hájků, Na Pofičí 42, Praha 1

(tz)

