

Skupina Patria Finance na trhu 20 let

Investiční banka Patria Finance oslavila 20. výročí působení na českém trhu obhajobou titulu Zlatá koruna 2014 v rámci kategorie Obchodník s cennými papíry. Patria Finance toto ocenění získala již podruhé v řadě a upevnila si tak dominantní postavení mezi největšími obchodníky s cennými papíry u nás. Od svého založení a po svých úspěších v poskytování služeb renomovaným zahraničním a domácím finančním institucím se Patria Finance rozhodla v roce 2001 svět investic a kapitálových trhů přiblížit i retailovým investorům a uvedla na trh on-line obchodní platformu Patria Direct.

Patria se dnes specializuje na obchodování s akciemi, měnami a dalšími finančními produkty pro retailové i institucionální zákazníky (Patria Finance, Patria Direct a Patria Forex), poskytuje nezávislé ekonomické zpravodajství na svém webu www.patria.cz a zajišťuje poradenské služby při fúzích a akvizicích (Patria Corporate Finance). V současnosti probíhá plánovaná změna korporátní struktury skupiny Patria, která zjednoduší řízení všech jejích částí.

Skupina Patria je členem skupiny KBC Banking and Insurance Group, která patří mezi největší a nejsilnější finanční skupiny v Evropě. (tz)

ARBES Technologies je pojem ve finančním softwaru

Stojí v pozadí, není na ně moc vidět, ale patří ke klíčovým hráčům nového businessu. Mám na mysli firmy a programátory, kteří poskytují svým zákazníkům IT řešení. Česká společnost ARBES Technologies, s. r. o., patří mezi ně a zejména v oblasti internetového bankovníctví hraje první housle. Nabízíme vám pohled za kulisy tohoto bouřlivě se vyvíjejícího oboru v rozhovoru s generálním ředitelem Janem Denemarkem.

Když byste ARBES měl charakterizovat několika slovy, co byste zdůraznil?

ARBES je na trhu už dvacet let, není to startup nebo nedávno založená společnost. Prošel několika tržními ekonomickými krizemi, ale všechny přestál bez úhony. Vyprofiloval se jako specialista, který dodává řešení pro finanční instituce. To je náš hlavní business, který představuje 90 procent všech zakázek. V současnosti ARBES patří mezi středně velké firmy a na žebříčku softwarových dodavatelů se vejde do osmdesátého místa.

Jsou řešení pro finanční instituce něčím specifická?

My nabízíme několik produktových řad. Unikátní, a to nejen na českém trhu, jsme v dodávkách kompletních řešení pro banku v podobě corebanking systému OBS. Dodavatelů hlavního systému pro bankovní dům s milionem účtů po Evropě moc nenajdete a dodavatelů, kteří nabízejí modulární a moderní systém je opravdu jen několik. My v ARBESu tenhle business umíme velmi dobře a máme za sebou řadu referencí nejen v ČR, ale také v zahraničí. Druhou specifickou oblastí jsou nástroje pro obchodování na kapitálových trzích. ARBES Topas nás řadí na špičku dodavatelů „krabicových“ řešení. Ptal jste se na specifika – tato řešení nenaprogramujete za pár měsíců, jsou to velmi sofistikované, robustní a výkonné systémy,



Jan Denemark, generální ředitel společnosti ARBES Technologies, s. r. o.

kteří tvoří klíčová a kritická řešení finančních institucí. Od těchto řešení, a tedy i od nás, se očekává vysoká spolehlivost, flexibilita a dostupnost.

Jak těžké je v Česku sehnat správné odborníky-programátory?

Protože jde o poměrně úzkou specializaci, najít člověka, který rozumí corebankingu nebo investičním systémům, bývá opravdu obtížné. Proto se i v našem produktu ukrývá velké know-how. Klienti oceňují, že od nás kupují nejenom softwarové řešení, ale i know-how a best practices. Takové odborníky v ARBESu máme i 15 až 20 let. Vycho-

váme a zaučujeme i juniorní zaměstnance. Produkty se samozřejmě také vyvíjejí, reagují na nové technologie, nové trendy. Obecně se dá říci, že kdyby přišla nová společnost a chtěla vytvořit podobný produkt, narazí na těžko zdolatelnou bariéru v podobě odborných schopností svých lidí.

ARBES má mezinárodní působnost. Kde jste v zahraničí nejsilnější?

Když pominu Slovenskou republiku, kterou považujeme za lokální trh, nemáme zemi, kde bychom dominovali.

pokračování na straně 4

Česká kina letos opět podraží

Za lístek do kina letos zaplatíme zhruba o dvě koruny víc než loni. S podobným ročním nárůstem okolo 2 % přitom můžeme počítat i v následujících čtyřech letech. Ukázala to studie společnosti PwC Global Entertainment & Media Outlook 2014–2018.

Lístek do kina stojí v ČR v průměru 119 korun. Rozdíly mezi malými lokálními kiny a moderními multiplexy se přitom prohlubují. Zatímco v některých malých kinech nám na lístek postačí padesátikoruna, v plně vybavených multikinech zaplatíme i přes 300 korun.

„Růst cen vstupného nezastavila ani krize a slabší útraty domácností. Pro mnohé z nich se totiž návštěva kina stala relativně levnější alternativou například k zahraniční dovolené či jiným ještě dražším formám zábavy. S lepšími se ekonomickou situací domácností uvolní své výdaje, což jim na jedné straně umožní více utratit i za návštěvu kina, začnou ale opět zvažovat i dražší alternativy rodinné zábavy. Kina tak musí být ve zvyšování cen opatrné, přitom ale potřebují neustále investovat do nových technologií, aby si diváky udržely,“ řekla Olga Řehořková, specialista na zábavní průmysl a média ze společnosti PwC ČR.

Podobnou částku jako v České republice zaplatí například návštěvníci kin v Polsku či Maďarsku. Právě v Maďarsku však podle odhadů lístek v příštích letech podraží více. Roční nárůst cen se zde bude pohybovat okolo 5 %. Výrazně vyšší ceny než v České republice jsou ve Velké Británii, Německu či Nizozemsku. Vůbec nejvíce ze zkoumaných zemí zaplatí spotřebitelé ve Švýcarsku,

KOLIK STOJÍ KINO VE SVĚTĚ? (v Kč)			
Polsko	117	Itálie	130
USA	177	Velká Británie	213
Česká republika	119	Rusko	142
Španělsko	185	Austrálie	260
Maďarsko	124	Čína	145
Německo	206	Japonsko	265

v průměru zhruba 337 korun za lístek. Více než 300 korun zaplatí také ve skandinávských zemích. Naopak vůbec nejméně za návštěvu kina zaplatí obyvatelé Indie a Pákistánu, okolo 10 korun.

„Celosvětově stojí lístek do kina v průměru 92 korun. V následujících čtyřech letech očekáváme, že jeho cena poroste o zhruba 2 % ročně, tedy obdobně jako v Česku. Více porostou ceny lístků v rozvojových a rozvíjejících se zemích. Například v Pákistánu očekáváme meziroční nárůst o zhruba 7 %. I přes rychlejší růst tamních cen zaplatí Pákistánci za návštěvu kina necelou desítku toho, co Češi,“ dodala Olga Řehořková. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU

V červnu jsme pracovali, i když to byla vlastně prima zábava... 3

Za Nejlepším ovocným knedlíkem do Velkých Pavlovic aneb cestovní ruch provoněný dobrotami 5

K profesionálnímu podnikání v obchodě je zapotřebí mnoho znalostí 7

O možných rizicích tranzitu ruského plynu přes Ukrajinu 11

Kooperativa připravila pojištění špičkové léčby v zahraničí – Best Doctors



Zdravotní situace Čechů je stále vážnější. Jak vyplývá z průzkumu, který má k dispozici pojišťovna Kooperativa, každoročně je u nás diagnostikováno 80 000 nových případů rakoviny. Jestliže v roce 1965 onemocněli rakovinou zhruba tři lidé z tisícovky, dnes je to téměř osm případů. Na druhou stranu se výrazně lepší péče o nemocné. Z osmi nemocných rakovinou je v sedmi případech léčba účinná a pacient se vyléčí.

Právě v neúspěšných případech je mnohdy šance na léčbu zmařena špatnou prvotní diagnózou a pozdním zahájením účinné léčby. Šanci na ověření diagnózy a léčebného postupu a následnou léčbu ve špičkovém zahraničním zdravotním zařízení nově přináší pojištění Best Doctors od pojišťovny Kooperativa.

„Klient má možnost konzultovat svou diagnózu se světově uznávanými lékaři, které by sám neměl šanci vyhledat. Následně se rozhodne, zda podstoupí léčbu v námi doporučeném špičkovém zařízení v zahraničí, kterou má v rámci pojištění Best Doctors kompletně hrazenou, včetně náklá-

dů na cestu, ubytování a stravování, nebo zvolí léčení v ČR. V takovém případě mohou čeští lékaři konzultovat léčbu se světovými odborníky a kdykoli později využít léčení v zahraničí. U některých onemocnění je možná i kombinace operačního zákroku provedeného v zahraničí a následná delší léčba v ČR. Pojištění Best Doctors tedy slouží k tomu, aby se maximalizovala šance na vyléčení klienta,“ představil výhody produktu Filip Král, ředitel Úseku pojištění osob v Kooperativě.

To potvrzují i zkušenosti společnosti Best Doctors. Klienti je nejčastěji kontaktují v případě, kdy si chtějí ověřit správnost diagnózy (75 %). Dále pak když hledají radu týkající se doporučení nejvhodnější léčby (74 %), stále u nich přetrvávají symptomy nemoci (62 %), pochybují o informacích, které jim byly sděleny a chtějí se ujistit (49 %) nebo pochybují o nutnosti doporučené operace (39 %).

Pojištění Best Doctors pojišťovny Kooperativa se vztahuje na následující léčebné postupy:

■ léčba rakoviny, včetně leukémie, sarkomu (nádoru kostí, svalů, vazů a chrupavek) a lymfomu (nádoru mízních uzlin a tkáně),

■ bypass koronárních arterií – tj. operace napravlující zúžení nebo ucpaní jedné nebo více věnčících cév,

■ operativní náhrada srdečních chlopní – řešení při nedomykavosti nebo zúžení chlopní,

■ transplantace orgánu nebo tkáně od žijícího dárce – ledviny, plicního laloku, části jater, slinivky, kostní dřeně,

■ neurochirurgický zákrok při onemocnění nebo úrazu mozku, nitrolebních struktur a míchy.

Spolu s úhradou nákladů na cestu, ubytováním a stravováním pojištěného i případného dárce (při transplantaci) klientovi přísluší denní dávka při hospitalizaci ve výši 2500 Kč za den po dobu až 60 dní a dále cestovné a ubytování pro jednu doprovázející osobu.

Také léčiva nutná po návratu do ČR až do výše 1 250 000 Kč. Celkový limit pojistného plnění je 25 milionů Kč za rok a 50 milionů Kč za celou pojistnou dobu. Počet nezbytných ošetření ani délka hospitalizace přitom nejsou nijak omezeny.

Pojistné závisí na věku pojištěného. Pro děti do 17 let je pojistné 175 Kč měsíčně, pro dospělé osoby (18–64 let) je to 350 Kč měsíčně, pro seniory (65–85 let) pak 700 Kč měsíčně. (tz) ■■■

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164
fax: 284 689 062

e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum tisku: 11. července 2014

Datum distribuce: 15. července 2014

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brixix@iprosperita.cz

Martin Šimek, obchodní ředitel a šéfredaktor
internetových médií www.iprosperita.cz,
www.madambusiness.cz a www.freshtime.cz
mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Pavel Kačer, redaktor
mobil: 724 501 791, e-mail: kacer@iprosperita.cz

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální
konzultantka
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce
mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

Václav Jedlička, externí autorská spolupráce
mobil: 602 139 128, e-mail: jedlicka@iprosperita.cz

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmášek

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu
označeny grafickým symbolem ■■■. Bez označení jsou
publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhod-
nými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, pří-
padně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové
a obrazové podklady dodané redakci inzerentem pro
výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

Tisk: Beton & Print, s. r. o.
Helénská 1799/4 120 00 Praha 2

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

Časopis je v roce 2014 rozšiřován dle vlastního
adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

ANOPRESS IT

www.anopress.cz

- se společností Anopress IT, a. s.
- s konsorciem Gascontrol Group
www.gascontrol.cz

Pojďte na trh s námi
a inzerujte!

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

Madam
BUSINESS
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

fresh
TIME
PROSPERITA

www.freshtime.cz

Pochlubte se tím, co umíte a co nabízíte!
Vaše přání plníme na počkání!

Kontakty na náš tým najdete v tiráži.
Spolupracujeme s vámi již 16. rokem.



JÁ VÍM, ŽE TEN VÝROBEK, CO JSTE
SI OD NÁS KOUPIIL, JE ZCELA NOVÝ-
ALE MOHU VÁM UDĚLAT
PREVENTIVNÍ OPRAVU.

kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

Dny plné slunce
a nápadů

Červenec patří k měsícům, kdy ledascos bere-
me jaksi s nadhledem, s úsměvem, pochope-
ním, v lepší pohodě a dobré náladě. Slunce jako
by nás zbavovalo škarohlídství a ubíralo vrásek
na čele.

Platí, že teplé paprsky dodávají energii, a to
se patrně promítá i do našeho chování. Energie
nabízí křídla a my je s postupujícím létem roz-
tahujeme a plachtíme všedními dny lehce, bez
obav. Nejednou se také stane, že právě v atmo-
sféře povznesené, uvolněné a radostné přijde
mimořádný podnikatelský nápad.

Aby se takové dostavily v hojném počtu
a byly k užítku, to si přejeme všichni. Tedy – aby
se i jejich realizace dostala ke slovu co nejdříve.

Eva Brixí

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Přijďte pobejt!

Nestává se často, aby si vás pořadatel tiskové
konference pozval až domů. Přece jenom kaž-
dý chce mít své soukromí, a navíc novináře vy-
hodíte dveřmi, vrátí se vám oknem. Developer
rezidenčního bydlení Zahrady Nad Rokytkou
II udlélal těsně před prázdninami výjimku a do
vzorového bytu pozval média.

Není bez zajímavosti, že developerská
společnost v pražských Vysočanech přemě-
ňuje bývalou průmyslou zónu na oblast pří-
jemnou k žití a vy sami můžete posoudit, jak
se jí to daří. Pozvánka do bytu totiž platila
nejen pro zástupce sdělovacích prostředků,
ale pro všechny.

Pavel Kačer

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2014

1. Národní politika kvality
2. Akce České společnosti pro jakost
3. Manažer roku 2013
4. Akce České manažerské asociace
5. Marketér roku 2014
6. Akce společnosti 1. VOX, a. s.
7. Akce Asociace inovačního podnikání 2014
8. Konference Kvalita – Quality 2014
9. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas
Ladies Club
10. Soutěž Česká chuťovka
11. Pražský manažerský klub ČMA
12. Východočeský manažerský klub ČMA
13. Projekt Restaurant Tip
14. Konference Ven z krabice!
15. Výstava Galerie nad Libušínou lázní a Věra
Krumphanzlová, Praha
16. Prodejní prezentace českých návrhářů
Gracénglamour
17. Projekt Missis Models, po stopě zralých žen
v modelingu

České firmy rozšiřují komunikaci prostřednictvím sociálních sítí

Stále více firem v České republice spoléhá na komunikaci prostřednictvím sociálních sítí.
Ukázal to výzkum realizovaný agenturou Focus Agency, s.r.o. Průzkum byl proveden me-
todou CAWI s předchozím telefonickým oslovením respondentů a zapojilo se do něj přes
400 společností od malých a středních podniků až po ty s více než 3000 zaměstnanci.
Celkem 63 % z nich mělo v loňském roce obrát nad miliardu korun.

Realizovaný průzkum odhalil, že na sociálních
sítích aktivně komunikuje v současnosti 38 pro-
cent českých společností, dalších 33 procent fi-
rem se na komunikaci prostřednictvím sociál-
ních sítí, diskuzí a firemních blogů chystá. „In-
ternet, a především pak sociální sítě přinášejí

firmám skvělé příležitosti. Pokud víte, jak na to,
snadno dosáhnete zvýšení povědomí o značce
a akcelerace prodeje,“ řekl Robert Svoboda, ře-
ditel Focus Agency, s. r. o.

Mezi zavedené on-line komunikační ná-
stroje patří firemní internetové stránky, které

vlastní 94 procent dotázaných firem. Celkem
95 procent společností považuje komunikaci
prostřednictvím internetových stránek firmy za
klíčový nástroj pro podporu značky.

Dále 43 procent firem využívá bannerových
internetových kampaní, které jsou zároveň pro
40 procent společností tou vhodnou komuni-
kační platformou podporující jejich značku.

V podobné míře se pracuje i s optimalizací
pro vyhledávače (SEO) a PPC kampaněmi,
o kterých hovoří 42 procent dotázaných společ-
ností a 35 % s nimi pracuje při aktivitách, které
mají za cíl podpořit jméno firmy. (tz)

Setkání v Pardubicích a diskuze na téma, jak co dělat lépe



Zámek v Pardubicích hostil 11. června vý-
znamné osobnosti – oceněné manažery
Pardubického, Královéhradeckého a Libe-
reckého kraje v soutěži Manažer roku. A ta-
ké mnoho dalších hostů, ať již partnerských
organizací, či firem, které se podílely na
přípravě programu.

Milé setkání připravilo Centrum andragogi-
ky, s. r. o., ve spolupráci s Českou manažer-
skou organizací a jejím ČMA Regionálním

manažerským klubem Severovýchodní Čechy.
Co vyplynulo z vzájemné diskuze přítom-
ných? Jednoznačně to, že je třeba prohlubovat
komunikaci mezi státní správou, regiony
a podnikateli a manažery. Hledat východiska
k řešení problémů, které trápí jak místní, tak
centrální orgány a firmy navzájem. Vyjasnění
stanovisek, nastínění možností a trocha dobré
vůle pojmenovat záležitosti správným jmé-
nem – i to je cesta, která motivuje k nápravě
toho, co se dosud nepodařilo, anebo nač zatím
nebylo možné nalézt odpověď. (rix)

V červnu jsme pracovali, i když to byla vlastně prima zábava...



Osobnostmi naší redakční rady jsou lidé, kteří s týmem Prosperity, Madam Business a Fresh Time úzce komunikují, ať již pracovně, společensky, nebo osobně. Známe se řadu let, vycházíme si vstříc, diskutujeme, ctíme nápady, legraci i smysluplný business. O tom jsou vztahy, které fungují.

Ty tam jsou časy, kdy bývali členové redakční rady obtěžováni úkoly, požadavky, povinnostmi. Doba je jiná – potřebujeme se setkávat, pobavit se, být nad věcí, nad ledačims, být si užiteční, vymýšlet v rozverném rytmu chvilky věci zábavné i užitečné. Tak jsme se snažili připravit i naše setkání, které se odehrálo 19. června v Praze na půdě hostitelského hotelu Jalta. Jeho generální ředitel Daniel Řepa nabídl prohlídku prostor, kterým se říká bunker, a humorně reprezentují smutnou minulost podzemí tohoto místa – byla zde například odpisovací centrála hotelových pokojů, vyslýchalo se tu, a mělo to tady sloužit jako úkryt pro záchranu elity, pokud by došlo k výjimečné situaci.

Naším hostem byl Ing. Lubomír Červenka, ředitel firmy Ribretto, který přinesl k ochutnání báječné čokoládové pralinky, po kterých se jen za-



Věra Krumphanzlová a Michal Vaněček se konečně seznámili

prášilo. Akademická malířka Věra Krumphanzlová vystavila své úžasné obrazy i obrázky a měla víc než úspěch. Člen redakční rady Ing. Michal Vaněček představil knihu o meziválečných podnikatelích, kterou brzy vydá nadace T-SOFT ETERNITY, již založila jeho firma T-SOFT.

Janu Wiesnerovi, prezidentu Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, jsme poděkovali za odvahu vystoupit na titulní stránce našeho prvního čísla před více než 15 lety (kytici pro něj aranžoval Pavel Hruška, majitel firmy HruškaDesign). Byl to on, který věřil našemu úsilí založit časopis, stejně jako Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, kteří se stali i prvními členy naší redakční rady a vydrželi dodnes. A protože si všichni porozuměli navzájem, rozhodli jsme se pokračovat v podobném stylu i příště. Také bychom rádi nabídli všem hostům, aby se s kolektivem redakční rady scházeli i nadále, a už teď je srdečně zveme na setkání v únoru 2015. Snad dorazí také Ing. Hugo Kysilka, který se tentokrát marně snažil vymanit z nástrah D1.

PS – seznam členů redakční rady najdete na protější straně.

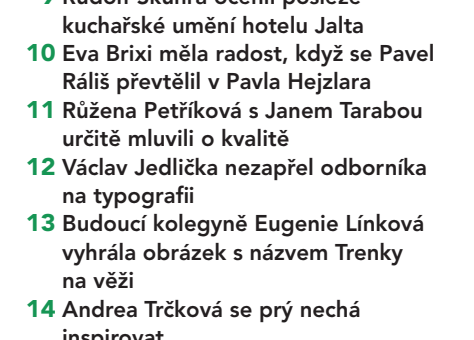
Eva Brixí
foto Pavel Kačer,
jediný, který v této mozaice chybí...



Irena Vlčková potkala řadu přátel



Ivo Gajdoš vzpomínal, jak se ocitl na stránkách Prosperity



12

13

14

14

- 6 Agnes Šmýrová s kolegou Jiřím Novotným konečně vedle sebe, bez e-mailu
- 7 A to jsou obrazy Věry Krumphanzlové
- 8 Kateřina Šimková a Martin Šimek, jejichž jména z našich stránek i portálů znáte
- 9 Rudolf Skuhra ocenil posléze kuchařské umění hotelu Jalta
- 10 Eva Brixí měla radost, když se Pavel Ráliš převtělil v Pavla Hejzlara
- 11 Růžena Petříková s Janem Tarabou určitě mluvili o kvalitě
- 12 Václav Jedlička nezapřel odborníka na typografii
- 13 Budoucí kolegyně Eugenie Línková vyhrála obrázek s názvem Trenky na věži
- 14 Andrea Trčková se prý nechá inspirovat

Generální ředitelé se údajně starají především o svou kariéru

Šéfové velkých společností mají větší starost o svoji kariéru než o prosperitu vlastní firmy. Vyplyvá to z výsledků studie Asociace konzultantů executive search (AESC).

V celosvětovém průzkumu, jehož se zúčastnilo celkem 160 generálních ředitelů velkých firem a společností, uvedlo 81 procent dotázaných, že jim zdaleka nedělá největší starost jejich současná

pozice, jako spíš to, jaká pozice bude ta příští. Teprve na dalších příčkách pomyslného žebříčku kariérních priorit jsou obavy o to, jak zůstat inovativní, jak předejít kariérní stagnaci a jak zajistit práci svým zaměstnancům. „Pro generální ředitele v mnoha organizacích existuje jen jediná cesta, jak dosáhnout pozice s vyšší odpovědností, větším kariérním potenciálem a tomu odpovídajícím ohodnocením: rozhlédnout se mimo vlastní firmu. To je skutečnost, kterou při hodnocení gene-

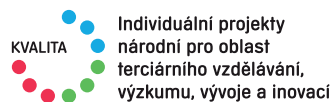
rálních ředitelů a případné volbě jejich nástupců členové správních rad často přehlíží,“ řekl Peter Felix, prezident AESC. „Generální ředitelé jsou lidé jako všichni ostatní a chtějí si plnit sny o kariéře,“ dodal.

Navzdory tomu studie prokázala, že šéfové velkých firem nemyslí jen a pouze na sebe. Většina dotazovaných uvedla, že mají rovněž velký zájem o to, najít a udržet si talentované lidi. Mezi jejich další starosti patří také hledání cest, jak zvýšit zisk,

jak se odlišit se od konkurence a jak si poradit s financemi a kapitálem. „Šéfové firem se sice starají o důležitá témata, jakými jsou například získání a udržení talentovaných pracovníků, sami však mají největší starost o svůj vlastní kariérní postup a získávání nových příležitostí,“ komentoval výzkum Jozef Papp, Managing Partner executive search firmy Stanton Chase. „Je to nevyhnutelný odraz světa současného businessu a rychle se měnícího konkurenčního prostředí.“

K tomu, abyste se stali úspěšným firemním leaderem, potřebujete splňovat řadu předpokladů. Více než 70 % dotázaných uvedlo, že nejžádanější vlastností generálního ředitele je schopnost strategického uvažování. Dalšími ceněnými schopnostmi jsou talent pro přijímání správných rozhodnutí, umění motivovat druhé a schopnost pracovat a komunikovat v týmu. (tz)

Končí projekt o kvalitě terciárního vzdělávání, diskuze o tématech byla bohatá



Ukončení řešení Individuálního projektu národního Zajišťování a hodnocení kvality v systému terciárního vzdělávání se blíží – projekt finišuje v červenci 2014. Při této příležitosti se 23.–24. dubna konala v Praze závěrečná mezinárodní konference projektu. Experti IPN Kvalita zde představili nejdůležitější výsledky své téměř čtyřleté práce.

Konference, které se na půdě Akademie věd zúčastnilo na 180 návštěvníků, sestávala z dopoledních společných bloků a odpoledních jednání ve třech sekcích. Toto rozdělení umožnilo ředitelům IPN Kvalita, aby se vyjádřili ke všem důležitým činnostem, které za dobu trvání projektu v rámci jeho třech klíčových aktivit vykonali. Zároveň vznikl také prostor pro vysoké školy, aby s ostatními sdílely zkušenosti s implementací metodik IPN Kvalita.

„Spolupráce s vysokými školami si velmi cením,“ vyzdvihla zapojení škol do IPN Kvalita doc. Ing. Eva Münsterová, CSc., zástupkyně hlavního odborného garanta projektu. Na ověřování metodik, které vznikaly v rámci projektu, se jich podílelo pětadvacet. „Výsledky projektu na školách díky tomu zdomácněly. A to je pro mě důvod k optimismu,“ prohlásila Eva Münsterová.

Výstupy klíčových aktivit

Hlavní metodická doporučení IPN Kvalita představili odborníci jednotlivých aktivit během prvního dne konference. Za skupinu KA1 poukázala na výstupy v oblasti fakult vzdělávajících učitelé doc. PaedDr. Jana Coufalová, CSc., a doc. MVDr. Radko Rajmon, Ph.D., shrnul práce na stanovení standardů pro zabezpečení kvality v oblasti vzdělávání. Materiály skupiny KA2, které se zabývají systémem managementu kvality na VŠ, popsal doc. Ing. Alois Fiala, CSc. „Naše metodika je určitým návodem, jak vytvořit skutečně funkční systém managementu na vysoké škole,“ podtrhl potenciál výsledků KA2. „Respektujeme v ní normu ISO 9001, protože je opravdu užitečná,“ upřesnil povahu metodiky Alois Fiala.

Další koncept z oblasti hodnocení kvality, Model excelence EFQM, zmínila při prezentaci výstupů týmu KA3 prof. Ing. Růžena Petříková, CSc. „Před zahájením prací na metodice komplexního hodnocení kvality jsme provedli širokou komparativní analýzu různých přístupů. Výsledek byl jednoznačný. Model excelence EFQM nám vyšel jako nejvhodnější, a to i s použitelností v prostředí vysokých škol,“ zdůvodnila postup svého kolektivu.

Aplikaci Modelu excelence EFQM ocenil také prof. Ing. Milan Zelený, M.S., Ph.D., který na konferenci přicestoval z USA, kde vyučuje management. „Chtěl bych kolegům poděkovat za odvážný krok, protože jde o velice náročný nástroj. To, že využíváme systém, který původně

vznikl v podnikové sféře, nicméně odpovídá naší době. Řada univerzit ve světě se již tímto modelem řídí,“ uvedl.

O tom, jak funguje hodnocení kvality na vybraných školách v zahraničí, pohovořilo několik zahraničních hostů ve druhém dni konference. O své zkušenosti se podělili odborníci ze Slovenska, Estonska, Španělska a Anglie. Ve svých příspěvcích se kromě Modelu excelence EFQM zaměřili na řadu dalších témat, jako například zavádění evropských směrnic do systému kvality vysokých škol.



Využití výsledků

Otázkou, která přirozeně provázela prezentaci výstupů IPN Kvalita bylo, jaký bude po ukončení projektu jejich osud.

„Výsledky IPN Kvalita předáme zadavateli projektu, Ministerstvu školství, mládeže a tělovýchovy. To rozhodne, jakým způsobem je využije,“ uvedla Eva Münsterová.

„Nelze dopustit, aby se závěrem projektu vše skončilo. Je třeba přesvědčovat ostatní, kteří IPN Kvalita neznají, o přínosech tohoto projektu a kvalitě inovací, které navrhuje,“ apeloval zpravodaj expertní skupiny IPN Kvalita, doc. Jaroslav

Pakosta, aby spolupracovníci IPN Kvalita šířili informace o projektu a jeho výstupech.

Příklad zdánlivě obyčejný

Jeden z příspěvků se zabýval otázkou etiky. RNDr. Vlasta Krupková, CSc., z VUT Brno připomněla vztah etiky a kvality. Zmínila, že někdy akademičtí pracovníci stále ještě tolerují plagiátorství studentů, nabízejí výuku bez zájmu o studenty, zneužívají je k práci ve výzkumu bez uvedení jejich spoluautorství. Studenti však podvádějí také – opisují, kopírují z internetu, kupují si jednotlivé kvalifikační práce nebo podklady k nim, a zdaleka nejen to. Naproti tomu kvalitní výuka, která ve studentech vzbudí zájem o studovanou problematiku, snižuje snahu studentů podvádět. Je třeba mít rovněž na paměti, že během pobytu v akademickém prostředí má student získat či utvrdit si povědomí o důležitosti etického chování a etické principy si osvojit. Znovu se ukázalo, že o etických aspektech vzdělávacího procesu je třeba nejen mluvit, ale uplatňovat je i v praxi. Kvalita výuky na straně učitele ovlivňuje etiku v přístupu studentů, naproti tomu průchod studiem pomocí různých podvodů výrazně snižuje kvalitu získaných vědomostí. „Posílení a zvýšení kvality pedagogického procesu může výrazně snížit využívání různých podvodných praktik ze strany studentů, a to pak povede k posílení kompetencí absolventa,“ dodala Vlasta Krupková. Veškeré metodiky a dílčí studie IPN Kvalita budou k dispozici na www.kvalita.reformy-msmt.cz na přelomu července a srpna. (red)

ARBES Technologies je pojem ve finančním softwaru

dokončení ze strany 1

ARBES vždy přišel tam, kde viděl skulinu, kde cítil příležitost a kde uspěl jednotlivými projekty. Ať už je to Portugalsko, Anglie, nebo Gruzie. Největší zahraniční dodávku co do objemu i složitosti jsme realizovali v Kazachstánu. Do Home Creditu jsme zajišťovali corebanking pro úvěrové produkty a zároveň reporting pro kazašskou národní banku. Po bočku ARBES, která by v zahraničí obsluhovala řadu klientů na konkrétním trhu, máme v plánu.

Jak se vás dotkla krize? Nebyl IT sektor ve finančnictví trochu „za větrem“?

Určitě jsme nebyli nijak chráněni. ARBESu se v roce 2009 zastavilo osm běžících projektů a museli jsme propouštět lidi, pro něž jsme v tu chvíli neměli uplatnění. Naštěstí se projevila síla našeho vlastníka, skupiny Expandia, který naši společnost podržel. Krizové roky však ARBES přestál a dokázal vytvářet i zisk.

Kdy jste pocítli bod obratu?

Troufnu si tvrdit, že to bylo v roce 2011, kdy jsme začali pracovat na projektu Air Banky a ekonomika firmy šla nahoru. V následujícím roce práce na tomto velkém projektu vyvrcholily a my zaznamenali jedny z nejlepších výsledků v historii ARBESu.

Stáli jste u zrodu internetových bank, a vlastně právě díky vašemu řešení mohly vzniknout...

Stále spolupracujeme na rozvoji Air Banky, kam jsme dodali jak corebanking tak internetbanking.

Dodáváme také řešení pro podporu procesů Equa Banky. Jsme rádi, že Air Banka si mezi nováčky vede jednoznačně nejlépe. Také jsme si u ní potvrdili, že jsme schopni nové, digitálně smýšlející, bance dodat kompletní IT řešení, což je jedním ze směrů, které chceme rozvíjet.

Co pokládáte u internetové banky za nejdůležitější, aby byla úspěšná?

Vždy je to kromě „technologie“, na které ten koncept hodně stojí, umět poskytovat a nabízet standardní finanční produkty, tj. depozita a úvěry. Jen „internet“ nestačí. Na východ od

ARBES vždy přišel tam, kde viděl skulinu, kde cítil příležitost a kde uspěl jednotlivými projekty. Ať je to Portugalsko, Anglie, nebo Gruzie. Největší zahraniční dodávku co do objemu i složitosti řešení jsme realizovali v Kazachstánu.

nás může uspět někdo, kdo přijde na trh s takovým novým konceptem, který je hodně „sexy“ a moderní. V oblastech jako Azerbajdžán, Gruzie, Kazachstán je sice internet hodně penetrován, ale internetové banky ne. Může to však dopadnout i jako projekt eBanky v ČR. Pro klienty mohlo být zajímavé, že „do banky nemusím“, ale koncept ekonomicky moc dobře nevyšel a nakonec byl odprodán. Ale že to bylo řešení úspěšné, o tom svědčí fakt, že mnoho klientů Raiffeisenbank dodnes používá eKonto. V Če-

ské republice to však nemůže být jenom o internetu, je třeba se odlišit od ostatních, což se právě Air Bance povedlo.

Co myslíte, že bude formovat váš trh a jak se bude dál rozvíjet?

Domnívám se, že zavedené velké banky, Česká spořitelna, ČSOB, Komerční banka, řeší to, co s odcházejícími klienty do nových internetových bank, jak si je udržet. To může být výzva pro dodavatele IT technologií. Tady může vzniknout poptávka po nových řešeních, jak mít jednoduchý online nástroj, s možností integrace do sociálních sítí... Velké banky hledají cesty, ale trvá jim to déle. Mohou přijít i s novým brandem mladé banky, jako je Era v ČSOB nebo Zuno v Raifce, a projekt oddělit od velké banky. A v tom případě je jediná cesta, využít služeb ARBESu.

Co bezpečnost nakládání s penězi na síti? Už byly překonány obavy?

Od února do května jsme prováděli průzkum na téma internetbanking a bezpečnost. Pro generaci 45 plus bezpečnost internetových nástrojů, internetbankingu, klientských portálů spočívá v zabezpečení přístupu, aby se tam nedostal někdo nepovolaný, nezískal osobní informace a podobně. Ale ti mladší tohle riziko úplně neřeší, jsou odvážnější. Bezpečnost pro ně znamená, že systém běží 24x7. To znamená, že když si budou chtít ve dvě hodiny ráno odeslat peníze, vzít úvěr, tak to půjde přes internet, rychle a bez zbytečného papírování. Naše systémy vždy pro-

cházejí náročnými penetračními testy, které musí garantovat, že při spuštění nového internetového bankovníctví nikde není „díra“, vše je dobře zabezpečeno. Ukazuje se, že incidenty narušení bezpečnosti nejvíce vznikají napadením zevnitř. Rovněž z provozního hlediska je spolehlivost, funkčnost neustále prověřována. Problémem zůstávají velké casy, například únik dat na eBay, které ovlivní chování uživatelů, i když zpravidla jen krátkodobě.

Jakou výzvu nyní máte před sebou?

Chceme určitě obstát v oblasti novinek, které jsme představili na naší konferenci ARBES Finance Day v Praze a Bratislavě. Mluvíme o oblasti bezpapírové komunikace, biometricky a portálových řešení. Myslím, že jsme přesvědčili, co s dostupnými prostředky dnes můžeme dokázat. Bezpapírový proces může být realita, kterou zvláště ocení především mladí lidé. Musíme také umět prodat naše myšlenky a investice. Setkali jsme se na konferenci s velkým zájmem o tyto novinky, což potvrdila i velká účast návštěvníků.

Čeho si nejvíce v ARBESu ceníte?

Je to kombinace tří věcí: jednak dlouhá zkušenost lidí s tím, jak má firma fungovat, jaké ekonomické principy zastávat. Pak je to příliv mladé krve. Chodí k nám často studenti po škole, protože děláme nové a zajímavé věci, které jsou vidět. A nesmím zapomenout na třetí faktor – silného vlastníka, který nám velmi pomáhá s rozvojem nových myšlenek a příležitostí. S investicemi, které mohou přinášet určité riziko, za nimiž bezprostředně nemusí být obchodní případ, ale které potenciálně mohou přinést velký úspěch.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer ■■■

Za Nejlepším ovocným knedlíkem do Velkých Pavlovic aneb cestovní ruch provoněný dobrotami

Podnikavost a domácí cestovní ruch mají před sebou stále velký prostor. Využít se dá rozmanitě, ale jen nápad nestačí. Když se však přidá dobrá vůle a trochu času navíc, než bývá obvyklé, a podaří se i financování, které novinka potřebuje, může se zrodit tradice, jež všem nadšencům i zájemcům přinese mnoho užitku. Ten nápad, o kterém jsou následující řádky, je o chuti. O chuti zkusit něco nového a o chuti na pokrmy, jež do jídelníčku Čechů dávno patří, jen v posledních dvaceti letech se na ně jaksi nedostávalo... Nápad je o vztahu Čechů ke kouzlům z mouky a ovoce, o legraci i cestě do Velkých Pavlovic.



CzechTourism



Jak to tedy všechno bylo? Gastronomie Bohemia, z. s., a Městský úřad Velké Pavlovice v rámci prvního Velkopavlovického meruňkobraní 2014 uspořádaly v sobotu 5. července pikantní gastronomickou sešlost – Soutěž o nejlepší ovocný knedlík 2014. Klání se za účasti odborníků, novinářů, fotografů a široké veřejnosti uskutečnilo v městském ekocentru Trkmanka. Mezi hosty, kteří zvědavě soutěžnímu klání přihlíželi, byli reprezentanti města Velké Pavlovice, ředitelka Centrály cestovního ruchu Jižní Morava Mgr. Zuzana Vojtová, která je zároveň v roli koordinátorky cestovního ruchu za Jihomoravský kraj pro CzechTourism. A mnoho dalších, kteří českému kuchařskému umu drží palce, včetně s celým týmem Gastronomie Bohemia.

Organizátoři věří, že se tak zrodí další iniciativa až tradice, která napoví, že k domácímu cestovnímu ruchu nabídky pro mlsaly a obecně strávníky, kteří mají rádi českou kuchyni, i naše ovocné knedlíky, patří. Jsou českým pokrmem léty posvěceným a v novodobějším pojetí mohou plnit i další funkce než být jen hlavním jídlem k obědu či večeři. Svého poslání se zhostí například v roli šikovně servírovaného dezertu anebo mohou být logickým lákadlem do míst, jež ovoci na mapě ČR významně patří – třeba do Velkých Pavlovic, které na začátku prázdnin voněly zrajícími meruňkami tak úchvatně, že se sem sjížděli návštěvníci z nejrůznějších koutů země.

O nejlepší ovocný knedlík se soutěžilo celkem jednoduše a tak, aby příležitost dostal opravdu každý: profesionálové i amatéři. Nebylo určeno, jaký má být – z jakého těsta, jakým ovocem naplněný. Dokonce bylo jedno, zda půjde o ovoce čerstvé, či již kompotované, sušené, nebo mražené. Kreativité se meze nekladly, i když akteři tušili, že meruňkových

knedlíků bude nejvíce. Těsta byla rozmanitá, dokonce i z pohankové mouky, což bylo zejména pro zastánce zdravé výživy a inovací vítanou obměnou.

Soutěž byla tedy přístupná všem kuchařům, kteří se přihlásili, studentům gastronomie, školním kuchařkám, hospodyňkám, které rády vaří... Také se neplatilo žádné startovné. Jedinou podmínkou bylo dodat do sobotní 13. hodiny soutěžní vzorek knedlíků do zmíněného ekocentra Trkmanka. Tam pak zasedla sedmičlenná porota v čele s Ing. Janou Sombergerovou, MBA, fundovanou odbornicí a profesionální sommeliérkou, a ochutnávala a hodnotila. Knedlíky se porotě podávaly teplé, nahříváné v konvektomatu, a každý soutěžící je mohl servírovat, doplnit a posypat čím a jak uznal za vhodné. Samotná distribuce vzorků k porotě pak byla zcela anonymní, aby se zachovala objektivita při rozhodování.

„Cílem z. s. Gastronomie Bohemia (GaBo) je propagace regionálních potravin, regionální gastronomie a regionálního cestovního ruchu. Myslím si, že v naší nové soutěži se umocňují právě všechny tyto aspekty,“ vysvětlil smysl projektu Ing. Pavel Franěk, prezident z. s. Gastronomie Bohemia. A navíc – český knedlík má podle něj svoji dlouhou tradici. Ve své podobě, tedy šišky, byl znám již v devátém století a stal se typicky českou přílohou, která je naprosto nezaměnitelná. I proto je vyhledávaný turisty. „Ale především je navýsost místním pokrmem a zaslouží si svoji pozornost, čest i slávu,“ řekl Pavel Franěk.

To, že soutěž našla takřikajíc základnu ve Velkých Pavlovicích, nebylo náhodné. Také víkendové slavnosti Velkopavlovického meruňkobraní měly svoji premiéru. Podle slov starosty města Ing. Pavla Procházky již nelze spoléhat na to, že tradice kraje, který se me-



ručkami a vínem proslavil, bude sama od sebe pokračovat dál. Meruňky se v naší kuchyni stávají už skoro vzácností, jsou také náročné na pěstování a na některých zahradách je dnes již nespátříte. „Je-li potřeba podpořit jejich producenty, ve velkém i ty drobné, je nezbytné pro to také něco udělat. Třeba umět náležitě propagovat, přitáhnout vkusným způsobem pozornost gurmánů, maminek, zpracovatelů, potravinářů, obchodníků. I to je důvod, proč město aspiruje stát se metropolí ovocných knedlíků,“ vysvětlil.

A kdo tedy zvítězil? V Soutěži o nejlepší ovocný knedlík 2014 vyhrál klasický český kynutý knedlík plněný malinami. Jeho autorem byl kuchař-amatér Zdeněk Kupec, reprezentující pražskou cukrárnu Václavská pasáž. Získal 123 bodů ze 140 možných, porazil tím dalších 11 soutěžících z celé ČR. Překvapení ze svého umístění komentoval skromně: „Prostě jsem to zkusil, o vítězství jsem vůbec nepřemýšlel, tím více je to příjemné a mám z toho radost.“ Kynutých knedlíků bylo z 23 hodnocených vzorků

nakonec vůbec nejvíce, celkem 12. A obsadily i příčky nejvyšší. Naprostým překvapením bylo místo třetí. To získala teprve pětiletá Ella Suchánková z Brna s knedlíkem plněným nektarinkami s karamellem. Bronz pro tuto velmi šikovnou malou kuchařinku je nejlepším důkazem, že porota dostávala vzorky k posouzení naprosto „nepodepsané“, rozhodovala opravdu jen chuť a kvalita. Nejlepšimu meruňkovému knedlíku uteklo vítězství o stupínek – vzorek skončil až čtvrtý.

Slavnostní vyhlášení vítězů bylo bezprostřední, provázené jadrnými poznámkami místních, rozverným pokřikem i vtipnými glosami, jak už to při takových příležitostech bývá. Ti úplně nejlepší vyhráli zájezd a současně byli oceněni diplomem a kuchařkou vydanou pod taktovkou Gastronomie Bohemia. Odměněn pamětním diplomem ale byl nakonec každý, kdo se soutěže zúčastnil. A zbylých soutěžních knedlíků, které nezkonsumovala porota, se nakonec ujala veřejnost přítomná na meruňkobraní.

Viceprezident z. s. Gastronomie Bohemia JUDr. Čestmír Sajda, MBA, poznamenal: „Akce se konala pod záštitou ministra zemědělství, agentury pro cestovní ruch CzechTourism a starosty města Velké Pavlovice. Patří jim za to naše poděkování. Záměrem bylo dát nápadu náležitou kulturu a ukázat, že to myslíme vážně.“

Téměř každé zákoutí ČR má svůj příběh, své zvyklosti, pozoruhodnosti, i svou kuchyni. Měli bychom si vážit všeho, co má svou vnitřní krásu, co nás dokáže oslovit a taková místa vyhledávat a ochutnávat. České receptury na řadu dobrot nejsou o nic horší než jedinečnosti zahraniční kuchyně, a vyrostly z potravin, které do Čech patří. Jejich kouzla bychom dál měli objevovat a vztahy k naší kuchyni pěstovat, zaslouží si to. Domácí cestovní ruch se s pochoutkami, jakou je například ovocný knedlík, krásně snoubí a propojuje.

www.gastronomia-bohemica.cz
připravila Eva Brixí
foto Kateřina Šimková



Soutěž měla mnoho aktérů, všichni se usmívali



Štěstí přineslo vítězství mužům



Předávání cen z rukou Čestmíra Sajdy ve veselém rytmu



Udílění darů i pozvání na příští ročník se ujal Pavel Franěk



Starosta Velkých Pavlovic Pavel Procházka byl spokojen

K profesionálnímu podnikání v obchodě je zapotřebí mnoho znalostí



středí držet na uzdě inflaci a dostupné ceny pro spotřebitele při odpovídající a požadované kvalitě potravin," uzavřela jednu z tiskových zpráv prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Ing. Marta Nováková. Nejen však to bylo tématem svazové tiskové konference před prázdninovými měsíci. Marta Nováková spolu se svým týmem naznačila, co všechno by SOCR rád v blízké budoucnosti zvládnul a jaké priority má. O potřebách i vizích jsou následující řádky.

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR patří k nejaktivnějším profesním uskupením v zemi. Přesto byste vaši pozici chtěli ještě výrazněji posílit. Co budete letos tedy především řešit?

Potřebujeme posílit především naši členskou základnu, protože v posledním období se nám snižuje počet členů – někteří přirozenou cestou, prostě odcházejí z trhu ČR, někteří protože nebyli zcela spokojeni s vnitřními podmínkami, které SOCR má. Rádi bychom pozvali do našeho svazu členy z nepotravinářského obchodu, velkoobchodníky různých oborů, aby celé spektrum subjektů, které zastupujeme, bylo rozmanitější. A ta

Řešení k získání celospolečenského uznání za naplňování výše uvedených rolí obchodu bohužel není okamžité, spočívá v dlouhodobé trpělivé práci, kterou si na sebe bere Svaz jako klíčový koordinátor za podpory všech obchodníků.

ké musíme pracovat na našich vnitřních procesech a nastaveních, tak, aby naši stávající i noví členové našli v členství to, co očekávají. Rovněž se budeme snažit, abychom byli pozitivněji vnímáni odbornou, ale především širokou veřejností – našimi spotřebiteli. Takže v oblasti PR máme před sebou určité hodně práce.

Na červnové tiskové konferenci jste naznačila, z jakých oborů by měly proudit posily do členské základny, například z drogerie, nábytku a jiných. Je to reálná představa? Co nabídnete, jaký bude nejpádnější argument?

Myslím, že to reálná představa je. Novým členům však musíme nabídnout to, co potřebují a co si nemohou jednoduchým způsobem zajistit sami. Patří sem Odborná a společenská úroveň obchodu jako odvětví – toto je klíčová oblast pro vnímání široké spotřebitelské veřejnosti. Já věřím, že SOCR svými interními členskými ustanoveními (jako je např. etický kodex), připravovanými strategickými změnami v interních procesech a v neposlední řadě výběrem svých členů, si musí budovat skutečně dobrou odbornou pověst jako podnikatele, zaměstnava-

„Vláda by si měla uvědomit, že úkolem státu není trh v plném slova smyslu regulovat, ale naopak kultivovat tržní prostředí tak, aby bylo plně funkční a plnilo své základní poslání. Mimo jiné to tedy znamená v co nejmenší možné míře se vyhýbat zasahování do soukromoprávních vztahů soutěžitelů a podporou zdravého konkurenčního pro-

tele, sociálního partnera. SOCR hraje nezastupitelnou roli především jako zaměstnavatelský svaz, protože vyjednává tzv. kolektivní smlouvy vyššího stupně. Kolektivní smlouva vyššího stupně velmi usnadňuje vyjednávání s odborovými organizacemi především v těch firmách, kde se odborové organizace teprve formují. Další naprosto nezastupitelnou roli je role legislativní. Tuto roli SOCR zatím řeší tak, že je legislativním připomínkovým místem ve spolupráci s HK ČR. Do budoucna chceme pracovat na tom, abychom se stali samostatným legislativním připomínkovým místem a rádi bychom potřebnou legislativu i sami iniciovali.

Dá se jednoduše odpovědět na to, co obchodníky na českém trhu trápí nejvíce?

Obchodníky obecně dlouhodobě trápí snaha o regulaci podmínek podnikání v maloobchodě. Jsme zastánci maximálně svobodného podnikání v rámci tržních podmínek EU a jsme také přesvědčeni, že regulace nepomůže k nápravě čehokoliv, co mohou napravit standardní tržní podmínky. V současné době jde především o regulaci v maloobchodě na bázi již vlastně přijatého Zákona o potravinách, který mimo jiné reguluje, jak mají být výrobky označeny a co má být na etiketách. Toto se bohužel dotýká i nebalených potravin, kde plnění takové povinnosti může působit provozní potíže jak velkým obchodníkům, tak především těm malým, které by náš stát měl výrazněji podporovat. Za porušení ustanovení tohoto zákona mají být obchodníci velmi tvrdě pokutováni. Další připravované regulace se týkají např. prodejní doby o státních svátcích nebo další omezování činnosti obchodních řetězců podle připravované novely Zákona o významné tržní síle.

Cestovní ruch je takové zvláštní odvětví české ekonomiky – všichni od něj hodně očekávají, praktickými kroky ho však žádná vláda nebrala moc vážně. Co s tím?

Domnívám se, že organizace podnikající v cestovním ruchu již mnohokrát prokázaly, jak jsou důležitým odvětvím naší ekonomiky, a asociace,

kteří jsou členy našeho svazu a které v oblasti cestovního ruchu pracují, prokazují vysokou angažovanost ve věcech veřejných i soukromopodnikatelských. Jsem přesvědčena, že společně s platformou cestovního ruchu pomůžeme aktivně zasáhnout do některých legislativních aktivit, které cestovní ruch regulují nebo ovlivňují. I tady, podobně jako v obchodě, platí, že čím méně je regulace, tím lépe, a pokud potřebujeme některé oblasti řešit zákonem, pak by měl platit pro všechny dotčené subjekty bez výjimek.

Obchodníci jsou významnými zaměstnavateli v ČR, a nejen to. Obchod je „něco“ jako filozofie – je to nadobor, který pronikl do jakékoli ekonomické činnosti, je hybatelem trhu. Přesto je tak trochu stále co do významu méněcenným, celospolečensky není ceněn tak, jak by si zasloužil. Co s tím? Budete i toto řešit?

Nadobor – hezky řečeno. Mně spíše připadá, že mnoho lidí si neuvědomuje, že k profesionálnímu podnikání v obchodě je zapotřebí skutečně mnoho znalostí, tj. vysoká odbornost v několika specifických oborech, přestože široké veřejnosti to může připadat velmi jednoduché. U obchodu



Ing. Marta Nováková, prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR

je to jako u fotbalu – každý fanoušek ví, jak má být sestavený tým, jakou má mít herní strategii a kteří hráči mají hrát. A obchod má mnoho fanoušků – každý chodí někdy něco nakupovat, tak přece ví, jaké zboží má být v prodejně, jaké má mít ceny a kolik má být plat pokladní!

Ale vážně. Z celospolečenského hlediska musíme především hledat cesty, jak zajímavě, trpělivě a dlouhodobě vysvětlovat zákazníkům, že obchodníci dnes, v takto konkurenčním prostředí, jako je Česká republika, vysoce kultivují nejen své vlastní podnikání a vzdělávají zaměstnance, ale především se starají o to, aby zákazník dostal vždy co nejkvalitnější zboží za co

nejvýhodnější cenu. Touto cestou velmi výrazně ovlivňují především lokální výrobce produktů, protože výrobci – dodavatelé do obchodu – jsou obchodníky trvale motivováni ke zvyšování efektivity, kvality své produkce a služeb, k inovacím. K tomu vytvářejí bezbariérové obchodní prostory, podporují jak místní, tak celorepublikové charitativní akce, přispívají do potravinové banky, podporují ekologické projekty... Řešení k získání celospolečenského uznání za naplňování výše uvedených rolí obchodu bohužel není okamžité, spočívá v dlouhodobé trpělivé práci, kterou si na sebe bere Svaz jako klíčový koordinátor za podpory všech obchodníků.

Zrodila se řada zákonů, předpisů, norem, které obchodníkům přidělávají starosti i administrativu. Je opravdu nutné mít tolik regulí, anebo by se již dalo spoléhat na etiku podnikání, image, tradici, odpovědné chování vedoucí k udržitelnosti?

Obchodníci v České republice se nacházejí mezi sebou ve vysoce konkurenčním prostředí, které je z tohoto pohledu výjimečné i v EU a jsem přesvědčena, že regulace činností obchodníků, jejich stále se stupňující kontroly, jsou mnohdy spíše kontraproduktivní. Klíčoví obchodníci a dodavatelé na celoevropské úrovni uzavřeli dohodu o spolupráci a etickém chování v rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů a tato dohoda by měla být přenesena i na lokální úroveň v jednotlivých členských zemích. My bychom pod hlavičkou SOCR chtěli vést jednání s Potravinářskou komorou i Agrární komorou, aby i většina jejich členů přistoupila k této dohodě na české úrovni.

Budeme-li hovořit naopak o legislativní snaze k regulaci dodavatelsko-odběratelských vztahů, pak i zde platí požadavek obchodníků na politickou reprezentaci, obdobný jako u většiny podnikatelských subjektů: vytvořte nám stabilní legislativní rámec, který bude platit pro všechny bez výjimek, a obchodníci budou tuto legislativu respektovat v plné šíři. Některé regulace jsou naprosto nesmyslné a nepomohou ani výrobcům, ani obchodníkům, a ten kdo bude skutečně poškozen, je koncový spotřebitel – zákazník. Proč např. regulovat či nařizovat procenta prodeje českých výrobků, pokud budou v České republice dodavatelé/výrobci, kteří vyrobí kvalitní produkty, dokáží je vyrobit v dostatečném množství, zvládnou logistiku... a budou cenově konkurenceschopní? Je přece logické, že toto zboží obchodníci nakupují a rádi! To, co nedokážeme v ČR takto vyrobit, prostě dovezeme, a nemohou za to být žádné postihy! Myslím, že nejen já si pamatuji, jak vypadaly prodejny potravin před revolucí s „československými výrobky“ na pultech, kdy zboží z dovozu ze zahraničí se prodávalo „z pod pultu“. Toto snad nikdo vážně nechce vrátit zpět!

otázky připravila Eva Brixí

Volba užšího vedení SOCR ČR

Jak jsme vás již informovali, 14. května proběhla řádná Valná hromada Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, na které byla zvolena novou prezidentkou Svazu dlouholetá členka představenstva Ing. Marta Nováková. Do čela Dozorčí rady byl zvolen Ing. Vladimír Stehno za skupinu COOP, předseda COOP družstva Havlíčkův Brod.

Ve čtvrtek 29. května 2014 proběhlo první pracovní jednání nově zvoleného Představenstva SOCR ČR, které si ze svého středu zvolilo užší vedení – odpovědné viceprezidenty.

Do funkcí viceprezidentů byli zvoleni následující členové:

- viceprezident pro obchod – food: Zdeněk Juračka
- viceprezident pro obchod – non-food: Pavel Bádal
- viceprezident pro cestovní ruch: Pavel Hlinka
- viceprezident pro cestovní ruch: Viliam Sivek
- viceprezident pro svazové projekty, poradenství a vzdělávání: Michal Ševera

Výše zvolení viceprezidenti budou součástí užšího vedení – Prezidia SOCR ČR, které si může prezidentka dále rozšířit o další odborníky z řad ostatních členů představenstva. (tz)

Krize skončila, lidé utrácení víc

Češi se přestali bát utrácet. To potvrzují i maloobchodní prodejci. Uplynulý rok byl podle nich od krize roku 2008 nejlepší.

Po krizovém roce 2008 se stali Češi obezřetnější k utrácení a investicím vůbec. Uplynulý rok však poukazuje na obrát k lepšímu. Vyšší zájem o nakupování zaznamenala například síť obchodu s elektronikou Expert Elektro. Ta díky celorepublikové síti padesáti kamenných prodejen dokáže sledovat, jak se mění kupní síla napříč Českem a jaké jsou nejvýraznější změny. „Pokud porovnáme investice a nákupy do elektroniky bezprostředně po dopadu hospodářské krize a dnes, jde o velký obrát. Zatímco tehdy

byli lidé více obezřetní, dnes se už neobávají investovat do dražších spotřebičů,“ řekl ředitel prodeje sítě Expert Elektro Robin Weintritt.

Zmíněný řetězec uvádí, že meziročně lidé utratili o 18 % více za velkou bílou techniku. Meziročně stoupl také o 38 % prodej televizorů s úhlopříčkou nad 50 palců, které stojí nad 33 000 korun. „Celkově je vyšší zájem o kvalitnější a nákladnější zboží. Přitom množství prodaného zboží neklesá. Jednak se opět prodávají více byty, které je třeba vybavit, a lidé mění staré spotřebiče za nové. A pokud již nakupují, tak mají zájem o vyšší komfort,“ vysvětlil Robin Weintritt. Jeho tvrzení se shoduje i s údaji ČSÚ. Nezaměstnanost v současnosti totiž klesá, a zároveň roste průměrná reálná mzda v ČR. (tz)

Etické chování není ve vedení firem samozřejmostí

Se zásadním rozporom mezi veřejným zájmem, zájmem zaměstnavatele a osobním zájmem se podle nového průzkumu ACCA (Asociace certifikovaných účetních) ve své praxi setkalo osmnáct procent finančních profesionálů. Ve dvanácti procentech byl morální rozpor natolik vážný, že došlo k ukončení pracovního poměru. Přibližně polovina ukončených pracovních poměrů byla nedobrovolná. V jednašedesáti procentech došlo po vzájemné diskuzi a pochopení rizik k přehodnocení stanoviska firmy. Ve více než 15 procentech případů však finanční manažer nebyl schopen uhájit svůj názor a firma prosadila své stanovisko v rozporu s profesní etikou. To jsou hlavní zjištění druhého ročníku průzkumu, který zkoumal stav reputace, společenské hodnoty a odpovědnost účetní profese v České republice a na Slovensku.

Z několika dřívějších zjišťování ACCA vyplynulo, že finanční manažeré jsou často žádáni o zastavení stejných pohledávek více bankám, odpisy majetku v rozporu s jeho životností nebo o redukci informací v účetní závěrce pod úroveň požadovanou zákonem.

„Výsledky průzkumu jasně hovoří o vlivu finančních profesionálů na zdravé fungování firmy a korespondují s údaji loňského roku, kdy bylo o nesprávné účtování požádáno necelých dvacet procent respondentů, a to zejména v souvislosti se zavedením milionářské daně v roce 2013. Přitom vedle odpovědnosti za komerční úspěch firmy považují respondenti za největší úkoly finančních ředitelů právě efektivní výběr daní a vytváření stability na finančních trzích,“ řekla Kateřina Benešová, ředitelka ACCA pro Českou republiku, Slovensko a Maďarsko.

Zjištění vlivu ekonomické situace na reputaci účetní profese bylo v letošním průzkumu více optimistické než v roce předchozím. Zatímco v roce 2013 pociťovalo v souvislosti s aktuální ekonomickou situací rostoucí tlak na finanční oddělení 37 procent respondentů, zhoršené postavení ve firmě letos zaznamenalo 26 procent finančních profesionálů. Oproti tomu žádnou změnu nepozoruje 48 procent respondentů (nárůst o 8 procentních bodů) a 12 procent hodnotí reputaci účetních jako zlepšenou (nárůst o 2 procentní body).

Jako profesi, která má ve společnosti největší prestiž, vyhodnotili respondenti na první pozici povolání lékaře a na druhou povolání právníka. Finanční manažeré, CFO a finanční ředitelé se v průměru umístili na třetím místě. Zdaleka nejhorší reputaci mají podle průzkumu politici, které na posledním místě uvedlo

53 procent respondentů. Následují je učitelé a daňoví poradci.

Podle průzkumu se také zvyšují požadavky na odborné a technické znalosti finančních ředitelů a profesionálů pracujících v korporátních financích. Na 78 procent respondentů uvedlo, že se požadavky na profesionální technické znalosti mění, zejména co se oblasti IT a zpracování dat týče. S ohledem na zvyšující se nároky na profesní odbornost považuje současně 74 procent respondentů za zásadní členství v profesních organizacích, jež jim umožňují další vzdělávání v oboru.

„Ze své vlastní praxe mohu potvrdit, že se práce finančního ředitele neustále vyvíjí, a to zejména ve spojitosti s příchodem nových technologií a v důsledku legislativních změn. Profesní kvalifikace, které spojují požadavky na praktické zkušenosti, odborné znalosti a další

vzdělávání v oboru jsou proto pro finančního ředitele nezbytné. Myslím si, že schopnost učit se novým věcem, je pro správnou funkci finančního oddělení jedním z nejdůležitějších kritérií úspěchu. Důležité je též orientovat se v nových trendech na trhu a reagovat na změny v makroekonomické situaci země,“ vysvětlil Tomáš Vajzer, CFO společnosti Husqvarna CZ & SK.

Jak z průzkumu dále vyplynulo, respondenti vnímají jako nejdůležitější vlastnosti finančních ředitelů a profesních účetních profesionálů technické znalosti, etiku, osobní integritu a důvěryhodnost. Celých 54 procent respondentů přitom považuje etiku za vůbec nejdůležitější součást profesního vybavení účetních.

Průzkumu se zúčastnilo na 207 respondentů z České a Slovenské republiky a byli v něm zastoupeni finanční profesionálové napříč odvětvími. (tz)



Foto: Freemages

Živnostníci jsou nuceni hrát domino: za opožděnou platbu opožděná platba

Evropská unie a český stát přišly v roce 2012 s úpravou směrnic, které měly omezit problém zatěžující většinu podnikatelů – opožděně proplácené faktury. Jenomže praxe neplacení pokračuje nadále. Téměř 50 % z nich stále bojuje s tím, že jim odběratelé platí pozdě. Díky tomu se často dostávají do platební neschopnosti a třetina z nich přiznává, že se nacházejí na těsné hranici krachu.

„Platební morálka mezi podnikateli bohužel stále není na dobré úrovni. Spíše se navzdory právní úpravě neustále horší,“ komentoval situaci mezi českými podnikateli Pavel Ráliš, obchodní ředitel spořitelního družstva Artesa.



„Zatímco v době před finanční krizí byla běžná doba splatnosti faktur 14 dní, dnes je to většinou 60 až 90 dní. Problémy s opožděně proplácenými fakturami řeší podle našich zjištění a dostupných průzkumů téměř polovina podnikatelů.“

Protože zmíněná směrnice určuje, že nedojde-li k zaplacení v uvedené lhůtě, začnou bez jakékoliv výzvy nebo upomínek nabíhat úroky z prodlení, sázejí odběratelé na tzv. administrativní chyby. „V praxi to chodí tak, že upozorní na nepřesnost obsahu nebo chybné datum plnění a nově vystavené faktury začíná běžet nová doba splatnosti,“ vysvětlil Pavel Ráliš.

To vedlo některé podnikatele k tomu, že své zboží vydávají jen proti hotovosti. To se však týká především živnostníků podnikajících

s užitým zbožím nebo poskytujících servisní služby. Většina podnikatelů takovou praxi zavést nemůže, a ve chvíli, kdy sami bojují s nedostatkem cash-flow, musejí sami sáhnout ke stejné praktice – proplácet faktury se zpožděním.

„V okamžiku, kdy nemají prostředky a musejí je vynaložit, jsou nuceni sáhnout po provozních úvěrech, které jim pomohou dočasný výpadek financí překlenout,“ řekl Pavel Ráliš.

Spořitelní družstvo Artesa se svými službami zaměřuje právě na podnikatele. Kromě výhodných účtů, které šetří živnostníkům náklady, nabízí právě také úvěry, které podnikatelům pomáhají v nastartování podnikání, jeho rozvoji nebo ve chvíli potřeby překlenutí platební neschopnosti. (tz)

Zavedení kontrolního výkazu výrazně zvýší administrativu podnikatelů

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP) odmítá plošné zavedení kontrolního výkazu (evidence údajů z daňových dokladů) novelou zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, která je nyní v přípravném řízení. Zavedení kontrolního výkazu v navrhované podobě jako povinné součásti DPH výkaznictví by paradoxně dopadlo jak na malé podnikatele a živnostníky, tak i na velké firmy, a to znatelným zvýšením administrativy. To vše v situaci, kdy lze oprávněně pochybovat o tom, zda tyto výdaje skutečně povedou ke srovnatelnému příjmu na straně státního rozpočtu, ale také o tom, zda již existující data a nástroje nejsou k tomuto účelu dostatečné.

Zavedení kontrolního výkazu znamená velmi zjednodušeně to, že každý plátc DPH bude muset společně se svým daňovým přiznáním odevzdat vždy také kompletní přehled všech vystavených a přijatých faktur od jiných plátců (včetně čísla každé faktury, data, identifikace protistrany a typu plnění atd.) – kvartálně nebo měsíčně.

Od kontrolního výkazu si vláda slibuje především možnost rychleji a účinněji zakročit proti daňovým podvodům. „Zásadním předpokladem pro fungování tohoto nástroje je však skutečnost, zda daňová správa skutečně dokáže takto obrovský objem dat zpracovat a zanalyzovat,“ sdělila Pavla Břečková, místopředsedkyně představenstva AMSP. Pokud by totiž byl kon-

trolní výkaz skutečně zaveden, dostanou se k finančním údajům data o statisících transakcí, které musí software nejprve vyhodnotit a poté poskytnout pracovníkům FÚ relevantní výstup. Bez skutečně sofistikovaného systému hrozí, že FÚ nebudou moci získaná data kvalitně zpracovat, analyzovat a následně využít, a kontrolní výkaz bude pouze zbytečnou administrativní zátěží pro plátce DPH bez jakékoliv pozitivního efektu.

Na straně plátců daně by pak zavedení kontrolního výkazu znamenalo taktéž zvýšení administrativních nákladů – velké firmy typu telefonních operátorů či poskytovatelů energií se stovkami tisíc transakcí (vystavenými fakturami) měsíčně se neobejdou bez softwaru pro pří-

pravu kontrolního výkazu, menší podnikatelé musí buď zvážít investici do softwaru, nebo vyplňovat elektronické formuláře „ručně“ přepisem dat z faktur, čímž samozřejmě vzniká prostor pro chyby. U jakéhokoliv, byť neúmyslného, překlepu pak hrozí zhodnocení dané transakce jako podezřelá a zahájení daňové kontroly ze strany FÚ.

Kontrolní výkaz ve srovnatelné podobě byl zaveden od letošního roku na Slovensku. „Místní daňová správa se chlubí počtem odhalených podezřelých transakcí, ale vzhledem k takto krátké době fungování kontrolního výkazu žádná detailní analýza dopadů zavedení kontrolního výkazu vlastně neexistuje,“ domnívá se Pavla Břečková. „Z některých zdrojů plyne, že jako rizikové transakce bylo vyhodnoceno více než 12 % transakcí, přičemž průměrná hodnota „nejrizikovějších transakcí“ se pohybovala kolem 900 eur. Předpokládám, že realita bude odlišná a že je to přesně problém zmiňovaný výše, tedy faktická neschopnost skutečně zpracovat takový objem dat, a především správně ho interpretovat,“ dodala.

Vzhledem k tomu, že k daňovým podvodům dochází často v rámci organizovaných

skupin a při vysokých obrátech, měl by být kontrolní výkaz zaměřen především na tyto „velké ryby“. AMSP ČR předpokládá, že není účelem kontrolovat/párovat miliony vystavených a přijatých faktur, ale analyzovat tendence a toky fakturace končící v rizikových firmách/strukturních nebo s negativním konečným výsledkem z pohledu výběru DPH.

V nejvíce rizikových oblastech činnosti (stavebnictví, obchody s pohonnými hmotami) již navíc funguje režim přenesené daňové povinnosti, který by měl daňové podvody ve velké míře omezit. Ke zmenšení neúměrné administrativní zátěže kladené na menší podnikatele by proto bylo vhodné koncipovat kontrolní výkaz spíše následovně:

Transakce mezi jednotlivými plátcí vykazovat za dané období agregovaně, nikoliv po jednotlivých fakturách – podobně je nyní koncipován i Souhrnný výkaz do systému VIES, ve kterém se vykazuje vždy jen celková hodnota plnění na to které DIČ.

Stanovit rozhodný limit sumy plnění na/od jiného plátce např. ve výši 100 000 Kč/měsíc. Transakce do tohoto limitu by pak do kontrolního výkazu nevstupovaly. (tz)

Upouštíme od jednodenních zájezdů k moři, raději si připlácíme za nocleh

Čeští turisté začali letos upřednostňovat vícedenní pobytové zájezdy. Zatímco v loňských letech vyráželi často na takzvané jednodenní cesty k moři, kde celou noc cestovali do pobřežní lokality, den strávili koupáním a další noc přepravou zpět do domoviny, letošní léto upřednostňují předplacený nocleh v hotelu. Znamená pro ně větší komfort a více času na poznání destinace.

Ještě v loňském roce byly mezi Čechy autobusové zájezdy nabízející turistům pouze jeden den koupání populární. Tento typ dovolených vyhledávali zejména na slevových portálech, ale zájezdy objednávali i u cestovních agentur. Letos však mnohem více poptávají pobytové zájezdy s délkou v průměru tři až čtyři dny. Chtějí přitom takové zájezdy, které jsou spojené s poznáváním, ale stále přislíbují i jeden den koupání u moře. Turistům tak zprostředkují výlet za poznáním cizí kultury, historických památek i za mořskými radovánkami.

Na snížený zájem o autobusové zájezdy ryze za koupáním u moře reagují cestovní kanceláře, které od tohoto typu výprav upouštějí. „V minulosti byl zájem o takzvané jednodenní koupání u moře poměrně značný ze strany veřejnosti, cca dvě osoby na autobus v turnusu. Cestovní kanceláře tímto způsobem často doplňovaly třeba volné sedačky v autobuse,“ řekla Kateřina Petříčková, tajemnice Asociace českých cestov-

ních kanceláří a agentur, která v Česku sdružuje objekty působící v cestovním ruchu. „Dnes se s tímto typem výletů zájemci také setkají, ale spíše jen na slevových portálech,“ dodala.

Také slevové portály však letos výrazně změnilly nabídku jednodenních zájezdů. Místo nich se začínají více zaměřovat na pobyty s noclehem na dvě až čtyři noci. „Letošním trendem jsou zájezdy spojené s poznáváním, kde je zároveň jeden den koupání u moře. Vůbec nejvíce poptávanou destinací je Itálie a z těchto typů zájezdů je to například Řím spojený s koupáním na Palmové riviéře nebo z opačného konce koupání na Capri spojené s návštěvou Neapole,“ nastínil letošní tendence českých turistů Lukáš Przybylski ze specializovaného pobytového slevového portálu Slevotéka.cz. „Od zájezdů bez přespaní se podle našich statistik letos opravdu značně ustupuje,“ doplnil. Statistiky slevového portálu Slevotéka.cz mimo jiné ukazují také růst zájmu o zahraniční dovolené, které začínají vítězit nad českými. Nejoblíbenější destinací je letos prozatím Itálie.

Největším lákadlem jednodenního koupání u moře je zejména cena, která se pohybuje v průměru kolem 1200 Kč na osobu. „Tento způsob trávení dovolené už preferuje jen úzký okruh Čechů, a to pravděpodobně i z důvodu ceny. Jde o formu cestování, která je velmi namáhavá, vzhledem k tomu, že cestující stráví minimálně celé dvě noci přejezdem v autobusu. Proto si i Češi raději připlatí za delší pobyt, včetně



ně ubytování,“ vysvětlil hlavní důvod snížení popularity jednodenních zájezdů k moři Jaromír Beránek, analytik cestovního ruchu ze společnosti Mag Consulting. Cena tří až čtyřdenních zájezdů, které spojují poznávací pobyt s možností vykoupat se v moři a staly se mezi českými cestovateli oblíbenými, se pohybuje kolem 3500 až 4000 Kč, v závislosti na destinaci.

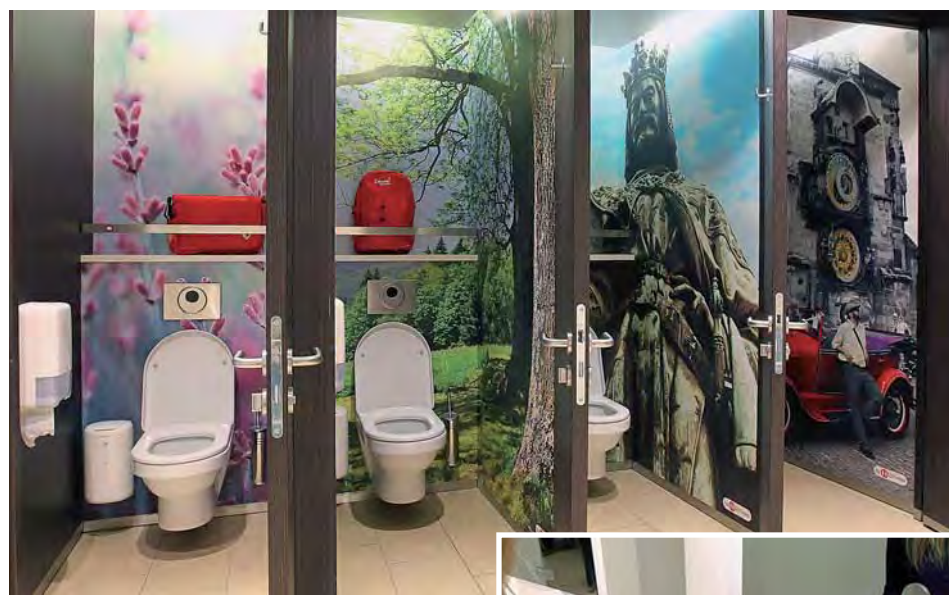
Představuje tedy asi trojnásobek ceny za zájezd jednodenní. „Jednodenní typ výletu volili zákazníci, kteří neměli finance na celý zájezd. Domnívám se však, že v dnešní době turisté s nízkými příjmy raději zůstanou jedno léto v tuzemsku a na delší dovolenou se pak vypraví v dalším roce,“ zhodnotila situace a preference českých turistů Kateřina Petříčková. (tz)

Stav veřejných toalet Čechy odrazuje od jejich používání

Společnost Shell Czech Republic, a. s., zavádí na vybrané čerpací stanice jedinečný koncept veřejných toalet 2theloo. Zároveň si nechala zpracovat výzkum zaměřený na zákaznické preference právě v této oblasti. Z šetření vyplynulo, že více než polovinu Čechů už někdy stav veřejných toalet od jejich použití odradil a celých 94 % považuje neudržované toalety za zdraví nebezpečné.

Shell nejen jim přináší toalety 2theloo, kde jsou nadstandardní čistota a vysoký komfort podpořeny řadou funkčních i designových prvků. Společnost Shell tak opět potvrzuje svoje postavení inovátora nejen v oblasti paliv, ale i špičkového servisu na čerpacích stanicích. Krátce po uvedení nového prodejního formátu Billa stop & shop svým zákazníkům přináší další nový koncept, který na českém trhu nemá obdoby a definuje nový trend ve službách zákazníkům.

Shell totiž průběžně hledá na českém trhu mezery v oblasti produktů i služeb, aby zákazníkům



kům ještě více usnadnil a zpříjemnil návštěvu svých čerpacích stanic. „Neustále se snažíme zdokonalovat a inovovat servis a zákaznické služby na našich čerpacích stanicích. Jsme si velmi dobře vědomi toho, že kvalita a čistota toalet je vedle kvalitních pohonných hmot pro zákazníka jedním z hlavních faktorů, podle kterého se řidič rozhoduje o výběru čerpací stanice. Proto věříme, že nový koncept toalet 2theloo s nadstandardní čistotou, vysokým komfortem i chytrými funkčními vychytávkami české řidiče na jejich cestách osloví,“ dodal Petr Šindler, manažer komunikace Shell Czech Republic a.s. Koncept toalet 2theloo bude k dispozici na 18 nejfrekventovanějších převážně dálničních čerpacích stanicích po celé České republice.

Zákazníky společnosti Shell určitě potěší celá řada technických detailů i prvků interiéru, díky nimž bude návštěva toalet opravdu komfortní. Celých 91 % dotázaných by například ocenilo háček na zavěšení kabátu či tašky. Tato drobnost nebývá vždy samozřejmostí, na toaletách 2theloo je ale naprosto běžná. Kromě háčků jsou zde i speciální odkládací plochy, kde kabelka, peněženka či zavazadlo zůstanou v suchu a pod stálým dohledem majitele. Především dámy při



úpravě líčení či účesu ocení propracované osvětlení a velká praktická zrcadla. Pomyslnou třeničku na dortu představuje atraktivní design v podobě sanitární keramiky značky Villeroy & Boch nebo celková výzdoba interiéru – na zdi každé z kabin je možné najít originální kresbu nebo fotografii, často s lokální tematikou. Součástí vybavení je také bezbariérová toaleta se speciálním bezpečnostním systémem – pouhé zatčení za pohotovostní lanko v případě potřeby okamžitě přivolá obsluhu.

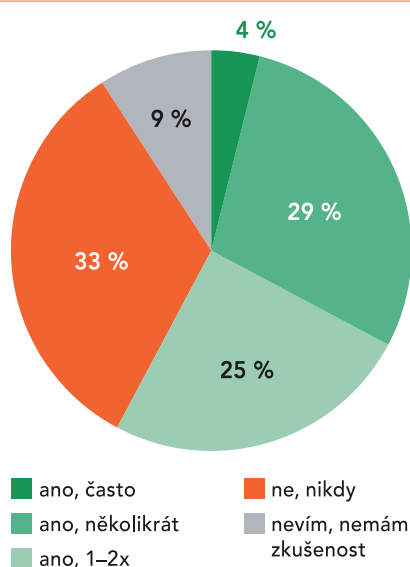
Základním stavebním kamenem konceptu 2theloo je důraz na čistotu. Zde vidí rezervu 91 % respondentů. A 94 % se dokonce domnívá, že použití neudržované toalety může být zdraví nebezpečné. Samozřejmostí je tedy pravidelný

důkladný úklid všech prostor toalet, jež jsou navrženy tak, aby se daly efektivně udržovat. Téměř 80 % dotázaných navíc vadí dotýkat se na veřejných toaletách prvků interiéru. Toalety i pisoáry 2theloo se na čerpacích stanicích Shell splachují automaticky, na stejném bezdotykovém principu fungují i kohoutky na vodu a pravidelně doplňované dávkovače na mýdlo. Připravena je vždy dostatečná zásoba toaletního papíru, mýdla i jednorázových papírových ručníků. Právě některou z těchto věcí často postrádá na veřejných toaletách přes 90 % respondentů. Velkým nedostatkem se dle výzkumu ukázalo být také omezené soukromí, jež je problémem pro více než 80 % dotázaných.

Toalety 2theloo nabízejí kabinky oddělené od podlahy až ke stropu s funkčním zámekem. Každý pisoár je diskrétně přehrazen z obou stran. Specifickou kapitolu představuje zázemí pro rodiče s dětmi. Přes 60 % do výzkumu zapojené populace by potěšily speciální dětské prostory. I tady toalety 2theloo vycházejí vstříc. Na každé čerpací stanici Shell s konceptem 2theloo lze najít dětský koutek s přebalovacím pultem. Pobyt s dětmi usnadní a zpříjemní pestrá výzdoba místnosti jako barevný metr na stěně či speciální „disko koule“ na stropě, jejíž odlesky upoutají při přebalování i ty úplně nejmenší návštěvníky. Nejen pro řidiče kamionů je k dispozici samostatná prostorná sprcha v uzamykatelné místnosti, kde se mohou osvěžit po dlouhé cestě.

Čeští zákazníci by podle průzkumu jednoznačně přivítali nadstandard veřejných toalet a 86 % respondentů navíc potvrdilo, že by za předpokladu komfortní toalety akceptovalo i poplatek. Využití toalet 2theloo na čerpacích stanicích je zpoplatněno částkou 15 Kč, přičemž ale pořízený kupon lze v plné výši využít na nákup zboží či čerstvého občerstvení deli2go, včetně kvalitní kávy na kterémkoliv čerpací stanici Shell v České republice s konceptem 2theloo. Během zastávky se zákazníci přitom mohou také zdarma připojit k internetu přes Wi-Fi, zatímco jim obsluha na nádvoří natankuje kvalitní paliva Shell. (tz)

ODRADIL VÁS NĚKDO STAV VEŘEJNÉ TOALETY NA ČERPACÍ STANICI V ČR OD JEJÍHO POUŽITÍ?



Češi obsadili první místo na světě v toleranci neetických obchodních praktik

Míra korupce a podvodů je podle manažerů, které oslovil 13. mezinárodní průzkum společnosti EY mapující postoje k neetickému jednání, po celém světě znepokojivě vysoká. Současně ale respondenti podceňují nová rizika, která s sebou přináší například technologický rozvoj. Téměř polovina ze všech respondentů (48 %) považuje kyberkriminalitu, všeobecně vnímanou jako mimořádnou hrozbu, za nízké riziko.

VNÍMÁNÍ KORUPCE přehled výsledků průzkumu v jednotlivých zemích

Otázka průzkumu: Platí následující tvrzení pro stát, ve kterém působíte? Korupce je v našem státě v podnikatelské sféře rozšířeným jevem.

Stát	Platí (%)	Neplatí (%)
Nigérie	88	12
Keňa	87	10
Jihoafrická republika	78	20
Řecko	72	24
Namibie	72	22
Kolumbie	71	25
Brazílie	70	30
Česká republika	69	16
Itálie	69	20
Indie	67	27
Slovinsko	66	16
Argentina	64	32
Mexiko	64	36
Chorvatsko	64	18
Maďarsko	62	13
Srbsko	60	28
Ukrajina	60	12
Indonésie	56	30
Slovensko	56	10
Filipíny	54	30
Blízký východ	52	44
Rusko	48	26
Malajsie	46	40
Rumunsko	46	32
Turecko	42	44
CELKOVÝ PRŮMĚR	38	51
Chile	37	57
Baltské státy	34	47
Vietnam	32	60
Portugalsko	32	44
Španělsko	28	56
Saúdská Arábie	26	16
Čína	24	64
USA	22	68
Kanada	20	78
Singapur	20	80
Velká Británie	18	70
Hongkong	16	78
Irsko	16	76
Norsko	14	82
Polsko	14	56
Francie	12	82
Lucembursko	8	76
Austrálie	8	80
Japonsko	6	88
Německo	6	92
Nizozemsko	6	86
Švédsko	6	92
Belgie	6	84
Jižní Korea	6	86
Švýcarsko	4	94
Rakousko	2	94
Finsko	2	96
Dánsko	2	96

Báze: všichni respondenti (2658) – nezahrnuje Egypt, Nový Zéland a Izrael, kde nebyl získán dostatečný počet odpovědí

Pozn.: Vzhledem k tomu, že průzkumu se za každý stát zúčastnilo cca 50 vedoucích pracovníků, jeho výsledky jsou pouze orientační. Průzkum odráží názory respondentů, nikoli společnosti EY. Komplexnější analýza subjektivní míry korupce v jednotlivých zemích je k dispozici v materiálech organizace Transparency International, která zpracovává tři ukazatele, a to index vnímání korupce (Corruption Perceptions Index), index plátců úplatků (Bribe Payers Index) a globální barometr korupce (Global Corruption Barometer).

„Korupce je v České republice rozšířeným jevem a neetické jednání přetrvává. Získat či udržet si zakázku využitím nekalých praktik, jako jsou nadstandardní náklady na reprezentaci, je ochotno 63 % českých manažerů, což je nejvíce na světě. Pro srovnání – globálně je to pouze 29 %, v západní Evropě 30 % a u sousedů z východní Evropy 31 %,“ řekla Magdalena Souček, vedoucí partnerka EY v České republice a ve střední a jihovýchodní Evropě.

Naopak v toleranci finančních úplatků vedou Řekové (58 %), Česká republika je s 6 % až v druhé polovině žebříčku. Se zkruslováním hospodářských výsledků si nelámou hlavu především manažeri v Asii – nejvíce v Singapuru (28 %), Hongkongu a Indii. Vyplývá to z mezinárodního průzkumu společnosti EY 13th Global Fraud Survey mapujícího postoje ke korupci a podvodům, kterého se zúčastnilo přes 2700 manažerů z 59 zemí celého světa. Jsou mezi nimi zastoupeni především finanční ředitelé a dále ředitelé pro compliance, vedoucí právního oddělení nebo vedoucí interního auditu.

Pozor na kyberkriminalitu

Na 69 % českých respondentů se domnívá, že korupce je v České republice rozšířeným jevem (konkrétní výsledky dalších zemí viz příloha této tiskové zprávy). Vzhledem k intenzivně vnímané korupci ve velké většině zemí zařazených do průzkumu by se dalo předpokládat, že management a statutární orgány podniků budou usilovně bojovat jak s tradičními hrozbami, tak s nově se objevujícími riziky, jako je počítačová kriminalita. Nejvíce se kyberkriminality obávají v Brazílii (76 %), Velké Británii a Řecku, nejméně naopak v Belgii a Egyptě. V České republice jí za velkou hrozbu označuje jen 47 % respondentů. Co se týče potenciálních zdrojů kyberkriminality, rozdělují čeští manažeri rizika rovnoměrně mezi zaměstnance/dodavatele (39 %) a hackery / organizovaný zločin (obě skupiny 37 %).

„Noviny o každém případě kyberkriminality informují palcovými titulky, takže by představenstvo i dozorčí rada měly po managementu požadovat, aby si pro tyto případy připravilo detailní strategii, jak bude reagovat,“ řekl Daniel Bican, ředitel oddělení investigativních služeb a řešení sporů EY ve střední Evropě. „V řadě zemí navíc roste tlak na to, aby obchodní korporace i jiné organizace každý incident neprodleně oznámily, takže těmto problémům musí věnovat pozornost i právní oddělení a oddělení pro compliance. Na kyberkriminalitu se stále víc zaměřuje rovněž americká Komise pro cenné papíry a burzy. Tyto incidenty totiž kromě jiného ohrožují spolehlivost údajů v účetních závěrkách, takže se těmito hrozbami musí zabývat i členové výboru pro audit.“

Vrcholový management má v řízení rizika korupce stále velké rezervy

Jak průzkum EY ukazuje, generální a finanční ředitelé a další vrcholoví manažeri mají tendenci věnovat rizikům podvodu a korupce menší pozornost než ostatní management. Méně se účastní protikorupčního školení (absolvovalo ho pouze 38 % dotázaných vrcholových manažerů) a v menší míře se podílejí i na posouzení korupčních rizik, která potenciálně hrozí jejich společnosti (30 %).

Toto zjištění je tím znepokojivější, že jsou to právě ředitelé, kteří se nejčastěji ocitají v situacích ohrožujících jejich čestnost a poctivost. Zhruba 21 % generálních ředitelů v průzkumu uvedlo, že v minulosti byli v pracovních záležitostech požádáni o úplatek. U všech manažerských respondentů je výsledek podstatně nižší – pouze 10 %. Neméně znepokojivý je postoj nezanedbatelné části (11 %) oslovených generálních ředitelů, kteří považují zkruslování údajů v účetní závěrce za ospravedlnitelné, pokud to jejich společnosti pomůže přežít ekonomickou krizi. Pro srovnání – průměr aktuálního průzkumu je pouze 6 %.

„Když si uvědomíme, že právě vrcholový management má velkou šanci obcházet finanč-



Ilustrační foto Freeimages

ní kontroly, jsou výsledky našeho průzkumu týkající se integrity ředitelů varovnou zprávou pro statutární i dozorčí orgány,“ naznačila Magdalena Souček. „Proto je důležité, aby tyto orgány víc spolupracovaly se středním provozním a finančním managementem, a mohly si tak potvrdit, že informace, které dostávají, jsou přesné a úplné. V sázce je totiž hodně. Státní orgány se v poslední době zaměřily na důsledné stíhání podvodů v účetních závěrkách a mnohem intenzivněji spolupracují i s prokuraturami jiných zemí.“

„Státní orgány v zahraničí masivně investují do nových technologií, které jim umožní analyzovat velké objemy dat obchodních korporací a zjistit možné nesrovnalosti,“ vysvětlil Daniel Bican. „Například s pomocí nejnovějších nástrojů pro vizualizaci dat lze tzv. ‘červené praporky’ signalizující problémové položky v oblasti výnosů nebo nákupu identifikovat rychleji a efektivněji. Dozorčí a statutární orgány by se tudíž měly zajímat, zda a jak management využívá forenzní datovou analýzu, aby lépe zajistil dodržování předpisů a minimalizoval negativní dopady případných kontrol.“

Protikorupční opatření potřebují nabrat druhý dech

„Postoj vedení společností v České republice se hodně zlepšil. Kolem 84 % respondentů z řad vedení jasně dalo najevo důraz, který klade na prosazování interních protikorupčních pravidel. Ve více než 60 % českých firem jsou stanoveny jasné sankce. Problém bývá uprostřed organizace – střední management je autoritou pro řadové zaměstnance a často postoj vedení firmy komunikuje zkrusleně,“ řekl Tomáš Kafka, ředi-



kresba: Miloš Krmášek

tel oddělení investigativních služeb a řešení sporů EY v České republice.

„Jak ukázal náš průzkum, dostavila se určitá únava ze zavádění protikorupčních opatření, a to právě ve chvíli, kdy si ji podniky mohou nejméně dovolit. Zatímco legislativa se zpřísňuje a mezinárodní spolupráce státních orgánů zintenzivňuje, odpovědi respondentů svědčí o tom, že protikorupční opatření mnohde uvážla na mrtvém bodě,“ potvrdil Tomáš Kafka.

- Zhruba 30 % oslovených českých společností nemá interní protikorupční pravidla;
- Jen 31 % českých firem má linku pro oznámování nekalého jednání (whistleblowing), v USA je to 96 %;
- Protikorupční školení absolvovalo jen 39 % českých manažerů;
- Necelá třetina společností globálně provádí v rámci fúzí a akvizic protikorupční due diligence.

„Je s podivem, jak laxně české společnosti přistupují k prevenci, když již dva roky platí zákon o trestní odpovědnosti právnických osob a česká policie se při vyšetřování trestné činnosti firem nebývále činí. Kvalitní preventivní opatření mohou společností pomoci se vyhnout značným sankcím, například rozpuštění společnosti nebo zabavení majetku,“ dodal Tomáš Kafka.

„V České republice oproti roku 2012 prudce klesl počet manažerů, kteří si myslí, že zaměstnanci, kteří porušili interní protikorupční pravidla, byli potrestáni. Zatímco v roce 2012 bylo o jejich potrestání přesvědčeno 64 %, v roce 2014 to bylo jen 18 %,“ vyčíslila Magdalena Souček a dodala: „To naznačuje, že protikorupční iniciativa zůstává bohužel jen na papíře.“

„V řadě zemí platí nové, přísnější zákony, někde dostala prokuratura větší kompetence a více peněz na prosazování zákonů. A tento trend se zdaleka netýká jen Spojených států. Nicméně mnoho společností nepřesvědčilo ani široce medializované trestní stíhání několika předních nadnárodních společností a jejich nejvyšších manažerů. Se zavedením interních protikorupčních pravidel a vyhodnocování rizik korupce stále váhají. A jen minimum jich dělá pravidelně protikorupční prověrky. Především generální ředitelé by v této oblasti mohli udělat podstatně více tlakem shora. Je proto na dozorčích radách, představenstvech, věřitelích, investorech a dalších zainteresovaných subjektech, aby přiměli management k větší angažovanosti při prosazování etických hodnot,“ uzavřel Daniel Bican. (tz)

O možných rizicích tranzitu ruského plynu přes Ukrajinu



V souvislosti s nedávným dramatickým vývojem politické situace na Ukrajině a jejími komplikovanými vztahy s Ruskou federací nelze podcenit problematiku rizikových faktorů spojených s tranzitem ruského plynu do Evropy. Co vše zde evropským odběratelům zemního plynu může reálně hrozit, jaké jsou možnosti omezení rizik budováním a využíváním jiných tras k zásobování plynem, jaký

vývoj tu můžeme očekávat, to bylo hlavním tématem našeho rozhovoru s Václavem Lerchem, prvním náměstkem generálního ředitele a ředitelem úseku nákupu, logistiky a skladování plynu společnosti VEMEX, s. r. o.

Mohla by se podle vašeho názoru opakovat situace z ledna 2009, kdy došlo k omezení či zastavení dodávek ruského plynu přes Ukrajinu?

Ano, taková možnost reálně existuje. Je třeba si uvědomit, že komerční spor mezi dvěma společnostmi může být přenesen na odběratele v Evropě tím, že zvláště v zimním období nebude fyzický tok plynu z Ruské federace postačovat k pokrytí potřeb zákazníků v Evropě a současně také odběratelů na Ukrajině, pro něž plyn z Ruska dodáván nebude. Samozřejmě za předpokladu, že se na stávající situaci nic nezmění. Principiálně platí, že Gazprom své závazky vůči svým zákazníkům v Evropě vždy plnil a plnit bude. To ostatně platilo i ve vámi zmiňovaném roce 2009.

Jaké se dnes nabízejí možnosti zvolit jiné trasy k využití kapacit zásobníků plynu či zpětného toku plynu pro zásobování?

Z evropského pohledu je klíčovým zjištěním to, že fyzicky k nám ukrajinskou tranzitní cestou nemusí dorazit veškeré množství zemního plynu, které je zákazníky společnosti Gazprom Export, jež zabezpečuje export ruského zemního plynu, objednáno. Od roku 2009 se však situace změnila. Byl např. vybudován plynovod Nord Stream, který má celkovou přepravní kapacitu 55 miliard m³ plynu za rok. Kromě toho došlo i k intenzifikaci zásobníků zemního plynu. Co se týká zpětného toku plynu, existují sice fyzické možnosti jeho zpětné přepravy na Slovensko, ale celé plánované propojení sever-jih v evropském kontextu ještě zdaleka ukončené není. A je také otázkou, zda

s ohledem na avizovaný projekt South Stream mezi Gazpromem a jeho evropskými partnery, má rozšíření plynovodů v Evropě smysl.

Jsou to již dlouhodobá řešení možné krizové situace, anebo dosud časově omezená?

Po realizaci projektu South Stream vycházím z toho, že se bude jednat o dlouhodobé řešení situace. Rád bych v této souvislosti zmínil skutečnost, že investice do obou nových plynovodních



Zapojarnoe – jedno ze středisek těžby ruského zemního plynu

tras převyšují 20 miliard eur. Jsou to náklady, které z velké části investuje právě Gazprom, ale také jeho evropské partnery, do bezpečnosti dodávek zemního plynu.

Evropa se od roku 2009 snaží o diverzifikaci zdrojů plynu. Které trasy se nově budují a v jakém stavu rozpracovanosti se nacházejí?

Evropa se snaží usilovně o to, jak nahradit ruský zemní plyn. V mnoha médiích, a to nejenom českých, se začíná vést diskuze nad tím, jestli je možné nahradit ruský zemní plyn zcela. Nejenže v současné době jsou takové úvahy nereálné, ale také absolutně nekonceptní. K diverzifikaci zdrojů zemního plynu sice došlo, a to hlavně pomocí dodávek zkapalněného zemního plynu, například z Kataru a Nigérie. V budoucnu se počítá také s dodávkami LNG z USA. Zůstává však otázkou, za jakou cenu se bude LNG v Evropě prodávat. Do určité míry vedeme v Evropě luxusní debatu.



Václav Lerch, první náměstek generálního ředitele a ředitel úseku nákupu, logistiky a skladování plynu společnosti VEMEX, s. r. o.

Jaké je zhruba cenové srovnání při dopravě plynu ze severní Evropy se stávající cestou ruského plynu přes Ukrajinu?

V Evropě platí od tohoto desetiletí nový cenový mechanismus, kdy se cena za zemní plyn tvoří, respektive má tvořit, jako výsledek souhry tržních sil – poptávky a nabídky. V důsledku tohoto modelu je však cena zemního plynu velmi variabilní, což v minulosti v této podobě neexistovalo. Z tohoto důvodu není pro evropského zákazníka relevantní, jaké náklady jsou spojeny s dopravou zemního plynu na hranici států Evropské unie, tyto náklady nese producent.

Máte nějaké informace o tom, jak se na celý problém tranzitu ruského plynu přes Ukrajinu dívají představitelé Gazpromu?

Jak jsem již uvedl, Gazprom své závazky vůči evropským zákazníkům splnil a plnit bude. Evropská unie je pro něj nejdůležitější exportní trh, takže existuje zájem situaci dlouhodobě vyřešit.

připravil Jiří Novotný

Renomia zaznamenává vyšší poptávku po zajištění pohledávek, důvodem je pokračující růst insolvencí

V prvním čtvrtletí letošního roku bylo podáno téměř o 6 % více insolvenčních návrhů a konkurzů než ve stejném období loňského roku. Z celkového počtu 9124 návrhů byl nejvyšší počet podán v oboru stavebnictví. Vzhledem ke zvyšujícímu se počtu návrhů zaznamenává Renomia, a. s., největší pojišťovací makléř na českém trhu, stoupající zájem ze strany společností o pojištění pohledávek a záruk.

Od roku 2008 počet insolvenčních návrhů a konkurzů výrazně roste a začíná se blížit rekordní hodnotě z roku 2000. Řada velkých průmyslových společností se v poslední době potýká s problémy způsobenými neplátcí pohledávek. Samy se tak mohou ne vlastním přičiněním dostat do druhotné platební neschopnosti, čímž se začarovaný kruh uzavírá. Pohledávky za odběrateli tvoří až 40 % aktiv firem, přitom řada subjektů nemá své pohledávky zajištěné a spoléhá na znalost trhu a svých zákazníků. V České republice se každým rokem ocitá v insolvenční kole 2000 firem a toto číslo neustále narůstá.

Ochrana před rizikem

Riziko insolvence odběratele a vlivu nesplacené pohledávky na vlastní business lze omezit využitím zajišťovacích instrumentů. Nejvhodnějším nástrojem omezení rizika je především pojištění pohledávek.

V porovnání s bankovními instrumenty (záruky, akreditivy) se jedná o cenově výhodný produkt, kdy se pojistné pohybuje ve zlomcích procent z pojišťovaného obrátu. „Vzhledem ke

stále rostoucímu počtu insolvenčních návrhů a konkurzů se pro mnoho firem pojištění pohledávek stává nezbytností,“ řekl Hynek Rasocha, ředitel Renomia Trade Credit, a dodal: „Možnost eliminace rizika nezaplacení z důvodu insolvence odběratele, z důvodu platební neschopnosti či platební nevůle je pro výrobní a obchodní firmy stále aktuálnější. A dosud ne zcela známou možností je i pojištění záruk za dodané dílo. Jedná se o vhodnou alternativu k bankovním zárukám, která nezvyšuje angažovanost klienta vůči bance.“

„Renomia má také přístup na londýnský pojistný trh včetně syndikátu Lloyd's. Dokáže tak v některých případech a pro některá teritoria zajistit krytí exportních projektů proti komerčním a politickým rizikům jako alternativu v těch případech, kdy pojištění se státní podporou přes EGAP není z urči-

tých důvodů dostupné,“ doplnil zajímavou možnost zajištění Hynek Rasocha.

Situace v Evropě

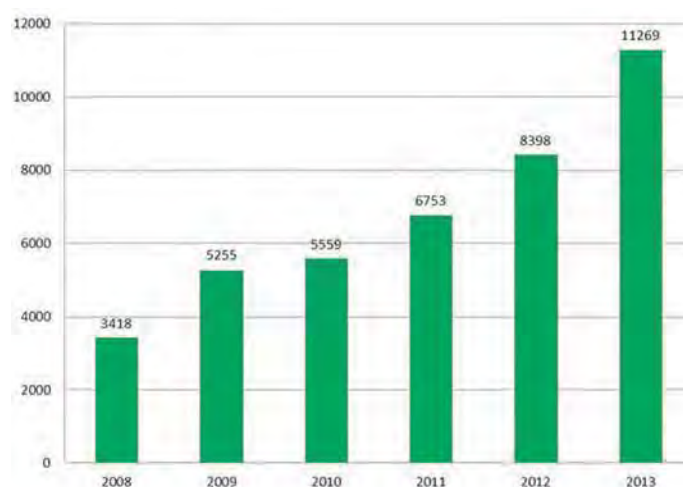
Trend nárůstu insolvenčních návrhů a konkurzů se netýká jen České republiky, ale podobná situace nastala v řadě evropských zemí. K prudkému nárůstu insolvencí dochází v poslední době ve Španělsku, kde se číslo vyšplhalo ke 40 %. Největší počet insolvencí v Evropě zaznamenala

Francie, kde například v roce 2012 vstoupilo do insolvence přes 60 000 firem. Pro české exportéry je rizikovou oblastí například Polsko či Rumunsko, kde bylo v roce 2012 zaznamenáno téměř 30 000 firemních insolvencí.

Renomia, a. s., je vedoucí českou pojišťovací makléřskou společností. Již od roku 1993 poskytuje komplexní služby v oblasti risk managementu a pojištění pro firmy a jejich zaměstnance. Společnost si dlouhodobě zakládá na vysoké úrovni fi-

remní kultury, zejména na naplňování svých hodnot a poslání. Renomia úspěšně rozvíjí své aktivity v ČR i v dalších zemích střední a východní Evropy. Jako celek spravuje Renomia Group zprostředkované pojistné ve výši 5,5 mld. Kč (k 1. 3. 2014) a má přes 728 spolupracovníků. Renomia Group zahrnuje Renomia, a. s., majetkově propojené makléřské firmy v Čechách i v zahraničí a členy sítě Renomia Network. Významnou předností společnosti Renomia jsou její unikátní mezinárodní služby a členství v mnoha prestižních světových sítích pojišťovacích makléřů, díky nimž umí zajistit služby ve více než 135 zemích světa. Renomia byla v ČR zvolena Pojišťovacím makléřem roku 2013 a 2011 a Top 5 pojišťovacím makléřem roku 2012. (tz)

INSOLVENČNÍ NÁVRHY FIREM V ČR



Třetina českých zaměstnavatelů aktivně podporuje zdravý životní styl svých zaměstnanců

Když jste fyzicky fit, zpravidla se to pozitivně projeví i na vašem pracovním výkonu. To se lehce řekne, ale hůř dělá. Obzvlášť když pět dní ze sedmi prosedíte v kanceláři a jediným vaším pohybem je přesun na kolečkové židli mezi skříňkou se šanony a počítačem. Pracovní vytížení ale pro mnoho Čechů přestává být důvodem, proč se sportu vzdávat. Právě naopak, v průzkumu Workmonitor společnosti Randstad téměř dvě třetiny zaměstnanců potvrdily, že se cvičením udržují nejen ve fyzické, ale i pracovní kondici. To si už uvědomují také zaměstnavatelé – třetina z nich zdravý životní styl svých lidí aktivně podporuje.

Častá fyzická aktivita je podle 78 % dotazovaných pro zdravý život nezbytná. Dokonce 6 z 10 potvrdilo, že se díky pravidelnému sportu nejen cítí lépe, ale lidé podávají i lepší výkony v práci. A na to začínají slyšet také firmy. Chodit cvičit v průběhu pracovní doby má povoleno 17 % Čechů, čtvrtině zaměstnavatel alespoň poskytuje cvičební vybavení v místě pracoviště nebo slevy na návštěvy sportovních zařízení.

„Z takového přístupu těží vždy obě strany,“ řekla Alžběta Honsová, Marketing manager společnosti Randstad, a vysvětlila: „Zaměstnancům to umožní udržovat lepší rovnováhu mezi prací a volným časem a firmám se investice vrátí v podobě odpočatějších, zdravějších a celkově spokojenějších zaměstnanců.“

Podniky, které své pracovníky tak či onak podporují ve zlepšování kondice, tak zároveň podporují i utužování týmu. Třetina dotazovaných totiž v průzkumu potvrdila, že sportovní aktivity s oblibou provozují právě ve společnosti

svých kolegů. Pro dobré pracovní výsledky je důležité být fit nejen fyzicky, ale i duševně, proto některé společnosti pomáhají svým zaměstnancům i s udržováním zdravé mysli. Péče v podobě place-ného kouče nebo poradce se podle průzkumu Randstad Workmonitor v zaměstnání dostává pětina Čechů. Nejen duševní potravou je ale člověk živ. Na to, aby se v průběhu pracovního dne cítil dobře i díky vyváženému jídlu, myslí zaměstnavatelé 21 % všech dotazovaných, a ve firemních kantýnách propagují zdravou stravu.

I přesto, že podporu ze strany zaměstnavatele Češi vítají, prakticky jednohlasně (89 %) se shodují, že zodpovědnost za svou kondici nesou hlavně oni sami. A jak tedy během běžného dne v zaměstnání pracují na jejím zlepšení? Ač to zní překvapivě, tak hlavně tím, že běhají po schodech! Na 57 % účastníků průzkumu prohlásilo, že se záměrně vyhýbá výtahům a v práci se ve jménu svého zdraví pohybuje zásadně po svých.

Důležitost rovnováhy mezi pracovním a osobním životem si uvědomují zaměstnanci napříč světadíly a všude platí, že udržovat se fit považují za svou osobní povinnost (v průměru 85 %). Způsoby, jak se do péče o fyzické a mentální zdraví svých lidí zapojují zaměstnavatelé, se však v každé zemi trochu liší. V Evropě není běžné zvykem, aby například zaměstnavatel umožňoval zaměstnancům věnovat se cvičení v pracovní době, zatímco v USA nebo v Austrálii či na Novém Zélandu tuto možnost uvádí téměř třetina respondentů, v Turecku dokonce 40 %. Obecně je však příspěvek zaměstnavatele na sportovní aktivity u našich sousedů mnohem běžnější – ve Velké Británii, Německu nebo Polsku tuto možnost potvrzuje minimálně třetina zaměstnanců, v USA pak dokonce 40 % – oproti 17 % v Česku.

Lidé se stále méně hýbou, ale z příspěvků VZP na zdravotní tělocvik je letos hit

Všeobecná zdravotní pojišťovna se rozhodla motivovat klienty k pohybu. Ukazuje se totiž, že jeho nedostatek je celoevropským problémem – podle průzkumu Eurobarometr se počet Evropanů, kteří se nevěnují žádné fyzické aktivitě, zvýšil od roku 2009 do roku 2013 z 39 na 42 %.

Absence pohybu ovlivňuje vznik a rozvoj civilizačních chorob. Klienti VZP proto mohou letos čerpat příspěvek na nejrůznější pohybové aktivity. Necelest šest měsíců ukazuje, že o to mají zájem – příspěvek využilo již bezmála 60 000 lidí a pojišťovna jim vyplatila téměř 29 milionů korun.

Příspěvek na zdravotní tělocvik je po očkování proti klíšťové encefalitidě nejžádanějším benefitem, které letos VZP svým klientům poskytuje. V rámci Klubu pevného zdraví ho mohou čerpat jak dospělí, tak děti. Největší zájem o něj projevil lidé ve Zlínském kraji, na Vysočině a v Ústeckém kraji.

Částku až do výše 500 korun si mohou nechat klienti VZP proplatit například za plavání, cvičení proti bolesti zad, kalanetiku, pilates či třeba cvičení na balonech. Stačí, když na kteroukoliv pobočku VZP přinesou doklad o zaplacení. Nastávající maminky mohou navíc dostat dalších pět set korun třeba na plavání pro těhotné či cvičení pro těhotné.

Přiměřené množství pohybu je obecně považováno za jednu z neúčinnějších forem prevence civilizačních chorob, jako jsou nemoci srdce a cév, cukrovka, obezita, vysoký krevní tlak a některé další. Naopak nedostatek fyzické aktivity výrazně přispívá k rozvoji těchto onemocnění. Náklady na jejich léčení jdou do miliard.

Například jen péče o diabetiky stojí VZP zhruba 4,5 miliardy korun ročně, náklady na péči o klienty s akutním infarktem myokardu se ročně pohybují kolem 1,3 miliardy korun.

(tz)

Nejdál jsou v péči o tělesné i duševní blaho svých zaměstnanců v USA, Austrálii a na Novém Zélandu – skoro 70 % zaměstnavatelů aktivně podporuje zdravý životní styl: kromě podpory fyzické aktivity zaměstnanců polovina zaměstnavatelů podporuje zdravou stravu (např. ve firemních kantýnách či finančními příspěvky) a téměř polovina poskytuje osobního kouče či mentora.

„Zjednodušeně se dá říci, že v Evropě se více cvičí a ve Spojených státech, Austrálii a na Novém Zélandu uplatňují spíše takový holistický přístup,“ komentovala výsledky Alžběta Honsová a dopl-

nila: „Pozadu však nezůstávají ani asijské státy, podle tvrzení respondentů je tam podpora fyzických aktivit běžná u více než třetiny zaměstnavatelů a téměř polovina zaměstnavatelů disponuje aktivním programem na podporu zdravého životního stylu. Částečně je možné tyto výsledky určitě přičíst poměrně rozšířené praxi společných firemních rozcvíček a sportovních aktivit. Jaké části zaměstnavatelů se tento přístup týká, je ovšem otázkou; nejvyšší procento (86 %) zaměstnanců využívajících coby cvičení běh po schodech je totiž v Indii.“

(tz)

INZERCE

**Přihlašte se do soutěží,
které vyhlašuje či spolupořádá
Česká společnost pro jakost.**

Ceny jsou předávány v rámci akcí
Listopadu – MĚSÍCE KVALITY
v České republice.



Cena za aplikaci age managementu

Ocenění projektů, jejichž cíle jsou v souladu s principy age managementu. Termín podání přihlášky: 31. 7. 2014

Cena Františka Egermayera

Cena za nejlepší studentské práce v oblasti systémů managementu (QMS, EMS, CSR a dalších). Termín podání přihlášky: 15. 9. 2014

Cena Anežky Žaludové

Ocenění osob, které se mimořádným způsobem zasloužily o rozvoj péče o kvalitu v naší zemi. Termín podání přihlášky: 15. 9. 2014

Manažer kvality roku

Cena pro manažery kvality, kteří realizovali prokazatelná zlepšení s pozitivními dopady na zainteresované strany. Vítěz reprezentuje ČR v soutěži Evropské organizace pro kvalitu European Quality Leader.

Termín podání přihlášky: 15. 9. 2014

Novinářská cena

Cena za publikační činnost v oblasti kvality je udílena ve dvou kategoriích – publicistický příspěvek a odborný příspěvek.

Termín podání přihlášky: 15. 9. 2014



Více na www.csq.cz v části „Spolková činnost – Udílené ceny a soutěže“

Modré zlato přitahuje investory, poptávka po vodě poroste

Investory stále více lákají akcie společností, které se zaměřují zejména na systémy pro skladování, čištění, sanitaci, budování sítí, odsolování, vývoj technologií či efektivnější hospodaření s vodou. Důvod je jednoduchý. Výkonnost vodohospodářského sektoru je pozoruhodná. „Vodní“ indexy překonávají výnosnost standardních tržních indexů. ČSOB akciový fond – Vodního bohatství (KBC Eco Fund CSOB Water) vzrostl meziročně o takřka 17 % (k 31. květnu 2014), a řadí se tak mezi nejrychleji rostoucí otevřené fondy.

„Segment vodního hospodářství se prudce rozvíjí a dá se očekávat, že toto tempo nadále poroste. Pohání jej zejména rychlý růst asijských ekonomik, kde se poptávka po vodě zvyšuje jak kvůli průmyslovému rozvoji, tak i z důvodu pokračující urbanizace.

S obdobnými problémy se ale potýká řada dalších rozvíjejících se zemí, například v Jižní Americe,“ řekl Jan Barta, generální ředitel společnosti ČSOB Asset Management, a. s., investiční společnost, a dodal: „Ale ani vyspělé státy se nevyhnou investicím do vodovodní sítě. Ta je ve většině evropských států zastaralá, a dochází tak k velkým ztrátám.“ Podle odhadů například v Irsku zhruba 40 % vody nikdy nedorazí ke spotřebitelům kvůli prosakujícímu potrubí.

Spotřeba vody se zvětšuje nejen v důsledku exponenciálního růstu světové populace, ale také s jejím zvyšujícím se životním standardem. Z globálního pohledu však zatím není největ-

ším problémem její nedostatek, ale spíše dostupnost, kvalita a hospodaření s ní. „Zajistit dodávky vody ve vyhovující kvalitě je úkol, před kterým stojí většina zemí a bude vyžadovat obrovské investice. Právě předpoklad trvalé poptávky a stabilního rozvoje je hlavním důvodem důvěry investorů v toto odvětví. Voda je zkrátka komoditou budoucnosti,“ dodal Jan Barta.

ČSOB akciový fond – Vodního bohatství (KBC Eco Fund Water) se orientuje na různá odvětví vázaná na vodu. Minimální podíl těchto akcií v portfoliu je 75 % a jsou vybírány po konzultaci s nezávislým výborem pro životní prostředí. Úspěšnost fondu spočívá také v dobré investiční strategii, která je totožná s obdobnými fondy mateřské společnosti KBC. Ta si za posledních čtrnáct let vybudovala v tomto segmentu vedoucí pozici na světovém trhu.

Odhady výnosů nezaručují skutečnou výkonnost fondů v budoucnu. Hodnota investice

a příjem z ní mohou v čase kolísat. Vyplacená částka může být v případě výběru před koncem doby trvání fondu vyšší nebo nižší než původně investovaná. Zajištění ochrany hodnoty investice nebo její části se váže ke dni splatnosti fondu (den odkoupení podílů od investorů

při zániku fondu) s tím, že pokud nedojde ke splnění závazků protistran a vydavatelů (emitentů) dluhopisů držených v portfoliu fondu, vyplacená částka může být nižší než chráněná hodnota části investice. Podrobné informace o fondech, včetně podstaty jejich zajištění ochrany hodnoty investice, naleznete na stránkách www.csob.cz, případně u bankéřů na pobočkách ČSOB.

(tz)

Nedomyšlený zákon může podle odborníků zlikvidovat české bylinkářství

V důsledku loňské metanolové aféry platí od konce loňského roku zákon o povinném značení lihu. Jeho důsledky však mohou být likvidační pro odvětví bylinkářství, konkrétně pro společnosti, které vyrábějí z bylin například tinktury. Povinné finanční kauce pro ně totiž často představují značnou část jejich příjmů.

Zákon č. 307/2013 Sb., o povinném značení lihu, nabyl účinnosti 1. prosince 2013. Tento zákon má za cíl monitorovat prodej, stáčení a distribuci lihu, aby se předešlo opakování loňské metanolové aféry. Povinné značení lihu znamená, že každý výrobce spotřebitelských balení nad 60 ml je povinen takové výrobky označit kolkem. Dále také nařizuje velice přísné monitorování výrobních a skladovacích prostor. Zmiňuje i nutnost pro výrobce složit finanční kauci odvislou od počtu prodaných kusů za rok. Prodej do 25 000 kusů vyžaduje kauci ve výši 500 000 Kč, nad tento počet je pak nutné složit 5 000 000 Kč. Na distributory se pak vztahuje pouze vyšší hodnota kauce.

Takto definovaný zákon však kromě výrobců alkoholických nápojů postihuje také společnosti, které se zabývají výrobou tinktur z bylin. „Zařazení bylinných tinktur podle současné legislativy je velice obtížné. Tento problém jsme zaznamenali již v roce 2004 v souvislosti se zákonem o spotřební dani. V jeho rámci jsme se mohli zařadit pouze do jedné ze dvou kategorií, kterými byla léčiva a alkohol. Chyběla totiž kategorie pro doplňky stravy, kam spadáme. Léčiva schvaluje Státní ústav pro kontrolu léčiv, nezbylo nám tedy než zařadit se do kategorie druhé, ačkoli alkohol vůbec nevyrábíme,“ vysvětlil počátek obtíží Ladislav Šimůnek, jednatel a zakladatel společnosti Aromatica CZ, která již 22 let vyrábí, distribuuje a prodává bylinou kosmetiku a doplňky stravy.

Nesmyslné náklady navíc

„S novým zákonem tedy opět spadáme pod výrobce alkoholu a jsme povinni složit kauci. Dále musíme podle prováděcí vyhlášky nainstalovat kamerový systém, který nás bude zaznamenávat neustále, ačkoli naše bylinné tinktury vyrábíme dvakrát do roka po dobu jednoho měsíce. Pro naši společnost to znamená naprosto nesmyslné náklady navíc,“ dodal Ladislav Šimůnek.

Problém s kamerovým systémem vnímají tyto společnosti také v rovině občanského zákonu a zákonu na ochranu osobnosti. „Případá nám naprosto iracionální a nebezpečné přenášet záznam z výroby on-line mimo firmu přes internet. Zabezpečení takových přenosů není v tuto chvíli vůbec vyřešeno,“ upozornil Ing. Matyáš Orsák, Ph.D., ze společnosti Rabštejnská apatyka, která se zabývá

výrobou, distribucí a vývojem extraktů z bylin a pupenů, bylinných gelů a mazání.

Výrobci i distributoři bylinných tinktur se novému nařízení brání. Vysvětlují, že jejich výrobky nejsou alkoholickým nápojem a jejich užívání i ve větší než doporučené míře nemůže i ve velmi nepravděpodobném případě přítomnosti metanolu poškodit zdraví. „Bylinné tinktury se řadí mezi potravinové doplňky. Ačkoli jsou vyráběny v lihu, který zabezpečí vyluhování nejvíce látek užitečných pro organizmus, dávkuje se po kapkách a dále se ředí ve vodě či jiném roztoku. Jsou zhotoveny z toho důvodu, aby lidem pomáhaly, proto žádný z jejich výrobců nevyužije ke zpracování líh bez atestu,“ přiblížila problematiku Mgr. Jarmila Podhorná, zakladatelka společnosti Naděje, v jejímž rámci se specializuje na výrobu bylinných tinktur, masť, olejů, výluhů a kosmetiky.

V souvislosti s takto postaveným zákonem musí výrobci, distributoři i koncoví prodejci být registrováni a mít koncesi na prodej lihových nápojů. Takovou koncesi a registraci měly původně mít i lékárny. Těm však ministerstva udělila výjimku, povinnost registrace a nutnost koncese pro ně tak odpadla. „Přes ulici máme lékárnu. U nás ve výrobě jsou bylinné tinktury alkoholickým nápojem. Jakmile se dostanou za dveře lékárny, začne je zákon chápat jako doplňky stravy. Nechápu, kde se odehraje tak zásadní změna,“ komentoval Ladislav Šimůnek, zastupující společnost Aromatica CZ.

Omezit prodej a propustit lidi

Pro všechny výrobce i distributory je velice palčivá výše kauce. U některých z nich dokonce znamená nutnost omezit prodej. „V loňském roce jsme prodali 75 000 bylinných tinktur po 100 ml. V tomto roce musíme prodej omezit na 25 000 kusů. Rozdíl v prodeji mezi těmito dvěma lety bude pro nás samozřejmě citelnou ztrátou. Je možné, že budeme dokonce nuceni propustit jednoho až dva zaměstnance,“ vypočítal MVDr. Jiří Pantůček, majitel rodinné firmy Topvet, která je tradičním českým výrobcem přírodní kosmetiky a doplňků stravy.

„Náš roční obrát za všechno zboží nedosahuje ani výše požadované kauce. Je tedy logické, že z něj nelze našetřit na kauci. Při tomto obrátu nám požadovanou částku neposkytne ani žádná bankovní instituce,“ přiblížila svou situaci Hana Parmová, jednatelka firmy Zentrichova apatyka, která jako rodinná společnost s dlouholetou tradicí vyrábí a prodává bylinné doplňky stravy a přírodní kosmetiku.

Výše kauce netrápí pouze malé výrobce, ale také větší distributory. „Taková suma pro nás znamená pokles obrátu nevýrobního sortimentu zhruba o 3 000 000 Kč, což je 16 %. Přijdeme tak



Foto Shutterstock

odhadem o 400 000 Kč hrubého zisku. Tato částka přibližně představuje naše roční náklady na energie. Přesto je pravděpodobné, že pokles obrátu bude vyšší, protože prodej bylinných kapek na sebe váže i prodej dalšího sortimentu,“ řekl Zdeněk Hubálek ze společnosti Mediate, která patří mezi přední výrobce bylinných čajů a zároveň prodejce přírodních doplňků stravy.

Společnosti upozorňují také na fakt, že peníze takto propůjčené státu nejsou úročeny. „Nebýt našich přátel, kteří nám poskytli část finančních prostředků na složení kauce, byla by naše firma již v likvidaci. Absurdní nám přijde nejen požadovaná výše, ale také fakt, že z částky deponované na účtu celního úřadu, potažmo ministerstva vnitra, není připisován žádný úrok. Naopak pokud si společnosti peníze na kauci vypůjčí od bank, úrok zaplatit musí. Pro stát to vlastně je jistá forma bezúročných půjček, na kterou firmy doplácejí,“ vypočítal Ing. Matyáš Orsák, Ph.D., z Rabštejnské apatyky. „Podobně zarážející je i lhůta pro vrácení kauce v případě ukončení výroby. Ta činí plných 90 dní, opět bez jakéhokoliv úroku,“ dodal Matyáš Orsák.

Místo etanolu hlídat metanol

Samotné kolkování hotových výrobků přesahujících 60 ml představuje další problém. „Vedle faktu, že kolkování je finanční náklad navíc, musíme zmínit technologický problém při finalizaci přípravků. Kolek není samolepicí a neexistuje ani pro něj doporučené lepidlo. Celní úřad provedl analýzu lepidel používaných největšími výrobci v České republice, ale ani jeden ze vzorků

nevyhověl,“ přiblížil MVDr. Jiří Pantůček z firmy Topvet.

Výrobci i distributoři se v této věci pokoušeli komunikovat s ministerstvem zemědělství, ministerstvem zdravotnictví i ministerstvem financí, ale také s Generálním ředitelstvím cel a s celními úřady. Bohužel v tuto chvíli nedosáhli žádného významného ústupku. Na Slovensku si přitom s podobným zákonem poradili, aniž by ublížili výrobcům či distributorům bylinných kapek. „Sousední Slovensko vyňalo doplňky stravy s obsahem lihu z působnosti podobného zákona. Tamní výrobci z nich dokonce neodvádějí ani spotřební daň,“ potvrdila Mgr. Jarmila Podhorná ze společnosti Naděje.

„Je pro nás jen těžko představitelné, že by nepoctiví prodejci lihovin chtěli zákon obcházet prostřednictvím prodeje maloobjemových bylinných kapek s bylinnými extrakty, případně že by se osoba se závislostí na alkoholu rozhodla požívat takové produkty pro ukojení své potřeby. Nejlevnější výrobky tohoto typu jsou v maloobchodní síti prodávány v cenách nad 50 Kč za 50 ml. Taková prodejní cena zcela vylučuje cílený nákup za účelem požití alkoholu jako takového,“ zdůraznil Zdeněk Hubálek, vedoucí prodeje firmy Mediate.

Společnosti přitom upozorňují na skutečnost, že řešením by byla situace běžná ve spoustě jiných států, kde se namísto etanolu kontroluje metanol. Hlásí se veškeré jeho nákupy, množství použité látky, jeho ztráty i prodeje. Takový krok by pak nevedl k existenční krizi malých likérek ani tradičních výrobců a distributorů bylinných tinktur. (tz)

VEBA jako špička ve stabilitě domácích firem



Poradenská společnost Bisnode letos již po páté, v rámci samostatné kategorie žebříčku Czech Top 100, zveřejnila stovku nejstabilnějších českých firem. Hlavní cenu, prestižní ocenění Czech Stability Award za rok 2013, získala VEBA, textilní závody, a. s. V předchozích čtyřech letech byly oceněny společnosti Impromat Int, Seznam.cz, DEZA a Metrostav. Výsledky hodnocení vycházejí z metodiky ratingového modelu poradenské společnosti Bisnode, který měří stabilitu jednotlivých společností. Model zároveň poskytuje nezávislý pohled na současný stav firem, jejich finanční situaci, a to včetně predikce rizika úpadku firmy v následujících dvanácti měsících, které je vyjádřeno Bisnode scoringem.

„Mezi nejlépe hodnocenými firmami v rámci žebříčku Czech Stability Award za rok 2013 se nejčastěji vyskytují společnosti ze zpracovatelského průmyslu, obchodu a utilit,“ komentoval výsledky Country Manager Bisnode David Farský.

„Získání hlavní ceny Czech Stability Award za rok 2013 je pro všechny zaměstnance a pracovní týmy a. s. VEBA potvrzením, že firma doposud kráčí těžkou a nebezpečnou podnikatelskou krajinou po správných stezkách.

Pro mne osobně, i jako pro prezidenta Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu, je cena satisfakcí a doložením faktu, že textil není úpadkovým oborem bez budoucnosti, jak se u nás dlouho a jednostranně tradovalo. Cena je pro nás i závazkem, protože – jak známo – stabilita není něčím jednou navždy daným,“ řekl předseda představenstva a generální ředitel společnosti VEBA Josef Novák. „V podnikatelské džungli je někdy obtížné na-

jít ty správné a spolehlivé obchodní partnery. Ocenění Czech Stability Award zvyšuje důvěryhodnost a prestiž firem na trhu a současně jim dává silný nástroj pro komunikování podnikatelských úspěchů vůči obchodním partnerům, zaměstnancům, investorům či konkurenci,“ dodal David Farský s tím, že zájem firem o aktivní marketingové využití certifikátu Czech Stability Award v posledních pěti letech významně roste. „Jsme přesvědčeni, že Bisnode touto aktivitou napomáhá kultivovat české podnikatelské prostředí,“ uzavřel.

Bisnode scoring je založen na exaktní statistické analýze a principech data miningu. Do analýzy vstupuje množství ukazatelů z oblasti individuálních charakteristik firmy (demografická data, informace o platebních zkušenostech, finanční údaje, vazby mezi subjekty i negativní informace) a makroekonomická data.

Výkonnost modelu, jež se blíží k 70 %, je dána především kvalitou a rozsahem dat, stejně jako i naprosto unikátní makroekonomickou komponentou. (tz)

HK ČR: Novela daňového řádu zvyšuje riziko korupčního jednání úředníků

Hospodářská komora České republiky v připomínkovém řízení rozporovala novelu daňového řádu, jejíž návrh nyní vláda posílá do Poslanecké sněmovny, a i nadále na svých připomínkách trvá. HK ČR je přesvědčena, že stát by měl podnikatele k plnění daňových povinností především pozitivně motivovat, k čemuž díky navyšování sankcí tak, jak s tím počítá zmínovaný návrh zákona, podle mínění komory docházet nebude.

HK ČR dlouhodobě brání podnikatele před možnou zlovůlí správce daně. Volnost správce daně při jeho rozhodování nesmí být bezbřehá. Libovůle úředníka, která se v novele daňového řádu projevuje subjektivní možností „až desetinásobného“ zvýšení jednoho ze dvou typů pořádkových pokut, dle komory vytváří prostor ke korupčnímu jednání úředníků. Proto HK ČR hodlá připomínky i nadále vysvětlovat a prezentovat členům Poslanecké sněmovny tak, aby zmíněná novela v budoucnu neohrozila stabilitu podnikatelského prostředí v ČR. (tz)

Již šestý ročník: Česká chuťovka, značka, která si na nic nehraje

Kdo z nás si nechce především pochutnat, když sedá k jídlu? Co jiného než chuť přece korunuje každou potravinu – i tu českou! Ale jak v té šílené a neustále proměnlivé nabídce na trhu rozpoznat, co skutečně chutná, ještě dřív než výrobek koupíme? Jedno řešení tu je, i když ve dvou provedeních – značky Česká chuťovka a Dětská chuťovka. Nebo snad znáte nějakou jinou, jež by vám garantovala skvělou chuť, kterou za vás už otestovali gurmeti a znalci?

Po pěti úspěšných ročnících se budou letos výrobci kvalitních, a hlavně chutných českých potravin znovu ucházet o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťov-

ka 2014. Odborným garantem soutěže je tradičně Výzkumný ústav potravinářský Praha, v. v. i., v jehož sídle projdou počátkem října přihlášené dobroty anonymním senzoric-

kým hodnocením. Složení hodnotitelské komise, i zcela průhledný způsob výběru oceněných, vylučuje jakoukoliv manipulaci s výsledky či jejich ovlivňování jinými zájmy.

Jak vyplývá už ze samotného loga, o značku Česká chuťovka se mohou ucházet pouze výrobky českých výrobců vyrobené v České republice.

Jak se přihlásit

Spojením vynikající chuti a domácího původu potravin je tak značka Česká chuťovka

zcela nezaměnitelná s jinými oceněními, která jsou v ČR udělována. Přihlášku i pravidla soutěže, jakož i seznam historicky všech úspěšných výrobců a oceněných potravin, lze nalézt na www.ceskachutovka.cz. Českou chuťovku je možné také sledovat na facebooku, kde jsou uveřejňovány aktuální informace a novinky od držitelů ocenění.

Oproti loňskému jubilejnímu 5. ročníku soutěže, kdy do České i do Dětské chuťovky přihlásilo rekordních 63 výrobců svých 207 výrobků, se tentokrát očekává zájem ještě o něco větší.

Pod záštitou předsedy Senátu Parlamentu ČR

Letošní 6. ročník soutěže se opět koná pod záštitou Milana Štěcha, předsedy Senátu Parlamentu České republiky. Předávání ocenění se tak uskuteční 22. října znovu v nezapomenutelné atmosféře Rytířského sálu Valdštejnského paláce, sídle Senátu.

Přítomní novináři tam i letos na základě vlastní ochutnávky předají třem z oceněných plaketu Cena novinářů – Česká chuťovka 2014 a po loňském historicky prvním titulu Rytíř české chuti, uděleném židlochovickému mistru uzenářskému Františku Janíčkovi, se necháme překvapit, kdo další rozmnoží tento mladý ryze český „rytířský řád“, jenž kolem sebe nešíří žádný restituční strach, nýbrž skvělé chuťové zážitky.

Generálním partnerem České chuťovky je již tradičně skupina COOP a také obchodní řetězec SPAR ČOS, a letos se k nim přidala i skupina Ahold.

Přibyli i další vážení partneři, jimž není podpora chutných českých potravin lhostejná. Spořitelni družstvo Artesa, které podnikatelům a firmám poskytuje úvěry s individuálními podmínkami formou provozního a investičního financování, připravilo pro účastníky soutěže zvýhodněnou nabídku úvěrů – podrobnější informace lze nalézt na adrese: www.artesa.cz/o-nas/profil/pomahame/ceska-chutovka/.

Novým partnerem je také špičkový hotel v centru Prahy – známý Hotel Jalta (www.hoteljalta.com). Ani toto spojení není vůbec náhodné, vždyť kvalitní a chutné potraviny a špičková gastronomie patří neodlučitelně k sobě. A protože kulinářští mistři Hotelu Jalta si zakládají také na moderních českých specialitách, zrodilo se i toto nové partnerství, při němž se snoubí vynikající gastronomie s vynikajícími českými potravinami.

Dětská chuťovka se zaměří na pozornost mladé generace o potravinářský průmysl

Už počtvrté bude letos dětská porota složená z členů Dětské tiskové agentury, žáků ZŠ Londýnská a studentů SPŠ potravinářských technologií v Podskalské, za jejíž významné podpory se také soutěž koná, udělovat značku Dětská chuťovka, která nemá u nás obdoby. Jen výrobky označené touto značkou jsou senzoric-ky hodnoceny skutečně dětmi a odrážejí tak věrně jejich chuťové preference, což je nesmírně důležité nejen pro spotřebitele, ale i pro samotné výrobce.

Kromě toho chtějí pořadatelé letos zdůraznit i další důležitý aspekt Dětské chuťovky – jako nástroje pro zvýšení pozornosti mladé generace o potravinářský průmysl.

Zájem dětí o některé potravinářské obory totiž setrvale klesá a reálně tak hrozí, že v budoucnu budou chybět například kvalifikovaní řezníci a další potravináři, což se může následně negativně projevit i na kvalitě českých potravin.

Mediálním partnerem celé soutěže je vydavatelství AGRAL s tituly Potravinářská revue, Potravinářský zpravodaj a Reznicko/uzenářské noviny, vydavatelství RIX s tituly Prosperita, Madam Business a Fresh Time, a společnost Falcon Media Broadcast, partnerem Dětské chuťovky pak je tradičně i Dětská tisková agentura.

(tz)

INZERCE

I. PODMÍNKY PRO PŘIHLÁŠENÍ VÝROBKU

Do soutěže o „Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2014“ se mohou přihlásit všechny tuzemské výrobní potravinářské podniky se svými výrobky, které jsou v oběhu na trhu České republiky v letech 2013 a 2014 a jsou určeny k přímé konzumaci.

Soutěžní kategorie:

- cereální výrobky,
- mléčné výrobky,
- masné výrobky,
- výrobky z rybího masa,
- ovocné a zeleninové výrobky,
- nealkoholické nápoje,
- piva,
- vína,
- lihoviny a destiláty,
- ostatní potravinářské výrobky.

Součástí soutěže je „DĚTSKÁ CHUŤOVKA“, jejímiž hodnoteli jsou děti ve věku 6–16 let, a „Cena novinářů“.

Přihlášený výrobek musí splňovat vysoké senzoric-ke parametry, zejména výrazné chuťové vlastnosti. Cílem je podněcovat výrobce k nabídce vyššího podílu vysoce kvalitních potravinářských výrobků. A tím reagovat na stále rostoucí poptávku po chutných potravinách požadovaných náročnými spotřebiteli.

Hlavním hodnoceným kritériem je tedy chuť výrobku, dále jeho design a spotřebitelská využitelnost. Přihlášený výrobek musí být od českého výrobce a vyrobený v ČR.

II. HODNOCENÍ VÝROBKU ČESKÁ CHUŤOVKA

Výrobky budou hodnoceny dne 2. října 2014 komisí nezávislých odborníků v hodnotitelské komisi, která má vysoký odborný kredit. Odborným garantem soutěže je Výzkumný ústav potravinářský Praha, v. v. i., v jehož sídle se hodnocení uskuteční. Tento odborný ústav také hodnocení soutěže „Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2014“ organizuje, řídí a zabezpečuje vysokou míru regulérnosti celé soutěže.



VYHLAŠUJE 6. ROČNÍK SOUTĚŽE

Dobrý tuzemský potravinářský výrobek ČESKÁ CHUŤOVKA 2014



a DĚTSKÁ CHUŤOVKA




IV: VYHLÁŠENÍ VÝSLEDKŮ SOUTĚŽE

Slavnostní předávání cen vítězům soutěže „Dobrý tuzemský potravinářský výrobek ČESKÁ CHUŤOVKA 2014“ a „DĚTSKÁ CHUŤOVKA“ se uskuteční dne 22. října 2014 v Senátu Parlamentu České republiky v Praze na Malé Straně za účasti významných osobností a novinářů. V každé kategorii budou vyhlášeny vítězné výrobky oceněné titulem Česká chuťovka 2014 a vítězným firmám budou předány věcné ceny a diplomy. Součástí slavnostního vyhlášení soutěže bude prezentace soutěžních výrobků.

Vítězné výrobky budou ochutnány přítomnými novináři a jimi nejvíce hodnocený výrobek získá ještě plaketu **Cena novinářů – Česká chuťovka 2014**.

Celý průběh soutěže bude natáčet televizní společnost FALCON.

V: TERMÍN PRO ODEVZDÁNÍ PŘIHLÁŠEK 19. září 2014

ČLENOVÉ HODNOTITELSKÉ KOMISE:

Ing. Slavomíra Vavrejinová, CSc.
– ředitelka VÚ potravinářského Praha, v. v. i.
– předsedkyně komise

PaedDr. Jaroslav Müllner, Ph.D.
– ředitel sekretariátu předsedy Senátu Parlamentu ČR

Ing. Martina Studnička Malcová
– SPAR ČOS s. r. o.

Ing. & Ing. Pavel Mikoška, CSc.
AHOLD Czech Republic, a. s.

Ing. Luděk Häusler
– COOP Centrum družstvo

prof. Ing. Jana Dostálová, CSc.
– VŠCHT Praha

doc. MUDr. Antonín Kozák, Ph.D.
– ředitel Městské veterinární správy v Praze

doc. Ing. Ladislav Chládek, CSc.
– Česká zemědělská univerzita, Praha

Ing. Milan Chmelař
– ředitel VOŠES

a SPŠ potravinářských technologií, Praha

Ing. Karel Hříděl
VOŠES a SPŠ

potravinářských technologií, Praha

Ladislav Likler
– sýrařský expert

Ing. Josef Sléha, CSc.
– jednatel SYMPEX GROUP s. r. o.

Ing. František Kruntorád, CSc.
– jednatel AGRAL s. r. o.

Soutěž probíhá pod záštitou předsedy Senátu Parlamentu České republiky

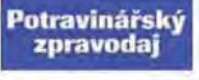
GENERÁLNÍ PARTNEŘI:





Skupina COOP SPAR Česká obchodní společnost s. r. o. AHOLD Czech Republic, a. s.

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:







PARTNER SOUTĚŽE:





PODNIKATELÉ MEZIVÁLEČNÉHO OBDOBÍ

Rolný – „Baťa“ v oboru konfekcionářství



Z připravované knihy nadace T-SOFT ETERNITY Podnikatelé meziválečného období, výňatky z textu Mgr. Barbory Štolleové

Arnoštu Rolnému byl vztah k oděvnictví „dán do kolébky“. Jeho otec František Rolný, vyučený krejčí, pracoval v době synova příchodu na svět pro prostějovskou firmu Mandl, první konfekcionářský podnik svého druhu.

Obchodní záležitosti si tak vzala na starost jeho žena Františka, velmi činorodá žena, bez vzdělání, ale s vrozeným obchodním duchem. Dokázala navázat mnoho obchodních kontaktů převážně ve Vídni, Haliči a v alpských zemích.

Roku 1894 byl jejich podnik zapsán do rejstříku protokolovaných firem. František Rolný se tak stal prvním prostějovským konfekcionářem české národnosti a nežidovského vyznání.

V roce 1902 zakladatel rodinné firmy náhle zemřel. Zanechal po sobě manželku Františku a čtyři děti. Nejmladší z dětí, patnáctiletý Arnošt, dokončoval v době otcovy smrti čtvrtý ročník prostějovské reálky. Jako jediný ze sourozenců projevoval zájem o otcovo podnikání a po splnění školních povinností denně pomáhal ve firmě vedené vdovou Františkou Rolnou. Po studiích se roku 1907 vrátil do Prostějova a začal pracovat v matčině firmě, která v té době nesla nový název Františka Rolného vdova.

V roce 1914 sedmadvacetiletý Arnošt Rolný již prakticky vedl celý rodinný podnik, do jeho dalších osudů ale zasáhla „velká válka“. Nadějný podnikatel musel nastoupit vojenskou službu a brýně vedení firmy bylo opět na jeho matce. Válečná léta přinesla nejen personální, ale i obytové potíže. Základní zákaznická skupina se v souvislosti s odvody na frontu citelně zúžila, prudce klesala i koupěschopnost obyvatelstva a v přímé úměře k tomu se snižoval počet zakázek. Paní Františka však dokázala hrozcímu úpadku čelit. S obdivuhodnou urputností prosadila firmu jako realizátorku státních zakázek a díky šití vojenských uniforem se jí podařilo těžkou dobu přestát. Přesto však podnik utrpěl značné ztráty.

V roce 1920 předala Františka Rolná, stojící po dobu dlouhých 18 let v čele podniku, firmu synovi a odešla na zasloužený odpočinek. Ani pak ale nezhálela, věnovala se charitativním aktivitám, podporovala především jesle a péči o sirotky.

Do obchodního rejstříku byl Arnošt Rolný jako nový majitel zapsán 22. července 1921. Název firmy zůstal nezměněn až do roku 1933, kdy byl aktualizován na dnes známý Rolný, továrna

na oděvy. Zavedené a dobré jméno Františka Rolného vdova nechtěl nový majitel měnit, protože mělo v konfekčním světě dobrý zvuk, a především stálý okruh zákazníků.

Na rozdíl od Bati, který všechny ceny kalkuloval tak, aby končily číslicí 9, Rolného ceny končily číslem 6. V prodejnách se tedy prodávalo pouze za 66 Kč, 166 Kč, 266 Kč a 366 Kč. Tento marketingový tah, zvýrazněný a doplněný reklamním sloganem „Jsme levnější než Baťa“, znamenal velký úspěch a přinesl výrazné zvýšení odbytu.

Oděv zaměstnanců u Rolného musel být v perfektním stavu, pamětníci uvádějí, že „jakmile pan rada (Arnošt Rolný) zahlédl kohokoli ze studentů či zaměstnanců neupraveného, následovalo minimálně pokárání, viděl-li však, že látka je již obnošená, neváhal a okamžitě mu věnoval nový oblek.“

Kromě péče o zdraví a sociální zajištění vlastních zaměstnanců se Rolný spolu se svou ženou Justou staral také o další prostějovské potřeby. Manželé se velmi aktivně věnovali charitě, podporovali péči o chudé a přestarlé, spolufinancovali chod jeslí, štedře přispívali všude tam, kde to považovali za správné.

Arnošt Rolný při znárodnění ztratil rodinný majetek a po roce 1948 byl politicky perzekvován. Vývoj událostí pro něj byl natolik stresující, že 24. července 1950 předčasně zemřel. (red)

NAŠE KAVÁRNA

Hotely povede V. Horáková

Společnost Orea Hotels provozující největší tuzemský hotelový řetězec prošla v minulém roce výraznou restrukturalizací a byl nastaven nový systém řízení. Vedení Orea Hotels se od června roku 2014 ujímá Vladana Horáková.

Ve vedení Brokerjet L. Janoušek

Novým předsedou představenstva Brokerjet ČS byl zvolen Libor Janoušek, který zastával post místopředsedy představenstva zodpovědného za obchod. Novým místopředsedou představenstva se stal Roman Diviš.

T. Strýček Partnerem Cleverlance

Tomáš Strýček splnil náročná kritéria konceptu Partnerství skupiny Cleverlance Group a stal se jejím Partnerem. Své kvality prokázal v oblasti IT security i prostřednictvím své neúnavné práce v dceřiné společnosti AEC.

Marketing Lenovo posílí A. Fialová

Společnost Lenovo má novou posilu. Na pozici Marketing Specialist nastupuje Aneta Fialová (25), která bude zodpovídat za zajištění marketingových aktivit v České republice.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

dm na pomoc Balkánu

Společnost dm drogerie markt, s. r. o., vyhlásila veřejnou sbírku na pomoc obyvatelům Chorvatska, Srbska a Bosny a Hercegoviny, kteří byli v květnu 2014 postiženi svým rozsahem největšími povodněmi za posledních sto let. Po týdnu dm hlásí více než 185 000 Kč, které za pouhý týden na speciální povodňový účet vložili zákazníci dm. Ukázalo se, že českým zákazníkům není osud tisíce kilometrů vzdálených obyvatel lhostejný.

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Nekvalitní účetní představují riziko

Podnikatelé v ČR často podceňují důležitost správně a odborně vedeného účetnictví. Jejich požadavky na kvalifikaci firemního účetního nebo externí účetní firmy nejsou dostatečně vysoké, a tím dochází k mnoha problémům. Řada podnikatelů také své účetní žádá o vylepšování účetní uzávěrky. Zaznělo to na konferenci při příležitosti 15. výročí založení Komory certifikovaných účetních. Komora, založená v dubnu 1999, se snaží tuto situaci změnit. Jedním z kroků KCÚ k nápravě problémů bylo i spuštění projektu Rozvoj lidských zdrojů v oblasti certifikovaných účetních v roce 2013, který vytvořila ve spolupráci se švýcarským partnerem web. ch. KCÚ chce tímto způsobem přiblížit české prostředí švýcarskému modelu, kde i bez státní regulace pracují účetní na odborné úrovni a podnikatelé si uvědomují jejich důležitost.

Podnikatelé od účetních často vyžadují netransparentní úpravy účetních závěrek. V této oblasti se KCÚ po dobu své 15leté existence snaží o zlepšení. Vypracovala mj. etický kodex, veřejně takové praktiky odsuzuje prostřednictvím pravidelné ankety a spolupracuje s médii na potírání těchto nešvarů. Na konferenci k 15. výročí KCÚ byl proto také nemalý prostor věnován prezentacím a diskuzi na téma právních a justičních aspektů různého nekalého chování účetních.

KCÚ byla založena v prostředí, kde profese účetního není na rozdíl od činnosti auditorů nebo daňových poradců zákonně ukotvena. Již v r. 2001 začala s organizací vícedenních vzdělávacích seminářů, jichž pořádá až šest ročně. Organizuje i jednodenní školení a konference, které mají zajistit odbornou způsobilost certifikovaných členů. Tuto aktivitu doplňuje publikováním komorového časopisu. Do budoucna chce KCÚ svou činnost zaměřit také na studenty účetních oborů a podporovat u nich zájem o profesní kvalifikaci, a tím dále zlepšovat situaci českého účetnictví. Předseda Libor Vašek definuje KCÚ takto: „Patnáct let budujeme organizaci, která zajistí širokou nabídku prověřených odborníků v oblasti účetnictví, a myslím si, že se nám to daří. Certifikát od KCÚ vznikl podle řady zahraničních vzorů a garantuje v českém prostředí kvalitního účetního.“ (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Milosrdný spánek
Lubomíra Romanová

motto Lékařka Luba Romanová shromáždila ve své knize zajímavé, dojemné, smutné i veselé příběhy pacientů, s nimiž se za více než dvacet let své práce na ARO setkala. Při jejich čtení si uvědomíte, jak málo stačí, abychom všechno ztratili.

Princip stínu
Ruediger Dahlke

CPRESS Náš stín, tedy naše „temná stránka“, je nám protivná, ale zároveň nás přitahuje. Je naším pokladem, obohacuje nás tak jako máloco jiného. Dr. Dahlke nám ukazuje, jak náš stín vypátrat a jak se s ním konfrontovat, abychom ho nakonec mohli přijmout, a možná i začít milovat.

Lháři a jejich řeč těla
Lillian Glassová

Bizbooks Možná vás někdo podvedl v podnikání, připravil vás o peníze, milence či milenkou, manžela nebo manželku. Buďte si jisti, že v tom nejste sami. V knize se seznámíte se znaky přetvářky projevujícími se v řeči těla, mimice, hlasu a také způsobu řeči. Kniha je doplněna fotografiemi známých osobností, na nichž autorka ilustruje, jak právě lžou.

Pravidla úspěšné ženy
Karen Finermanová

Bizbooks Rozhodujete o tom, jaké oblečení si vezmete na sebe? Pak můžete rozhodovat i o svém životě i financích. Kniha vás naučí, jak překonat stud, získat sebejistotu, jak poznat, že je čas změnit práci, založit rodinu, jak skloubit povinnosti pracující matky a jak si vytvořit jedinečný styl.

5 elementů efektivního myšlení
Michael Starbird, Edward Burger

Bizbooks V knize naleznete techniky, díky nimž objevíte inovativní způsoby řešení složitých problémů. Skutečné příběhy, zábavná cvičení a konkrétní metody vás přimějí správně myslet, učit se a chápat. Efektivní myšlení se stane vašim klíčem k úspěchu.

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

100 statečných
Lucie Výborná a Jan Pokorný

Ojedinělý záznam rozhovorů se sto zajímavými osobnostmi, které uskutečnili moderátoři Lucie Výborná a Jan Pokorný během pouhých 52 hodin z mobilního studia na Václavském náměstí v Praze. Byla připravena a vydána v rekordním čase do 24 hodin po skončení posledního rozhovoru.

Pozitivní myšlení
Sue Hadfield

Pozitivně myslet neznamená radovat se z prohry či bolesti, je to schopnost akceptovat veškeré vzešty a pády života, cítit vděk za to, co máme, a dívat se do budoucna s optimismem. Díky této knížce se pro vás pozitivní myšlení stane vlastním.

Pozitivní emoce
Jiří Suchý, Pavel Náhlovský

Jak si uvědomovat emoce, jak je správně rozlišit a jak se zlepšovat v jejich zvládnání? Řadu tipů a podnětů z každodenní praxe využijete jak ve svém osobním životě, tak v pracovním světě.

Jak sladit práci a osobní život
Lothar J. Seiwert, Brian Tracy

Poznejte, jak důležitá je rovnováha mezi dosažením cílů a hnaním se vpřed, mezi napětím a uvolněním, a především pak mezi vnitřními hodnotami a vnější cestou, po níž jdete. Změňte svůj způsob myšlení a vydejte se na pouť za rovnováhou pracovního a soukromého života.

Udělej to zítra
Mark Forster

Nejdůležitější je umění stanovit si pracovní priority a nepřikládat úkolům větší důležitost, než si zaslouží. To vám umožní si úkoly „napláňovat na zítra“ a pak je skutečně splnit.

Syndrom vyhoření a jak jej zvládnout
Christian Stock

Čím se vyhoření liší od „normálního“ stresu a jak jej poznáte? Jste kandidátem na vyhoření? Co syndrom vyhoření způsobuje, jaké faktory v zaměstnání hrají roli a jaké postoje a vzorce vašeho chování riziko burnout syndromu zvyšují?

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

Mezinárodní správa společnosti
Zuzana Čvančarová, Miroslav Hučka, Aleš Kubíček, Milan Malý

Aby investoři mohli s určitou mírou spolehlivosti posoudit úroveň systému správy společnosti u zahraničního podniku, měli by mít informace o tom, jaká je legislativní úroveň pro oblast správy společností v dané zemi, jaký je převládající systém získávání potřebného investičního kapitálu, jaká je typická vlastnická struktura podniků či role institucionálních vlastníků. Publikace obsahuje přehled systémů správy společností prakticky ve všech zemích světa – od Severní Ameriky přes Evropu, Japonsko, Čínu až po Austrálii a Nový Zéland. Jde o nejrozsáhlejší publikaci na toto téma nejen u nás, ale svým rozsahem, hloubkou a kvalitou zpracování tématu je srovnatelná například s britskou International Corporate Governance.

INZERCE

Účetní a poradenská firma
FISKUS CZ s.r.o.
vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví, zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová přiznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

Kontakt: U Kanálky 1, 120 00 Praha 2,
tel.: 224 918 293; 224 922 420; 224 922 688;
224 917 584; 223 016 650; 223 016 651,
fax z jakéhokoli uvedeného čísla
mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097
www.fiskus.cz

Čtvrtina firem v Česku zkouší štěstí v novém odvětví



Foto: Freeimages

Stále více firem na českém trhu zjišťuje, že odvětví, v němž působí, není nafukovací, a chtějí-li dále růst, musí se poohlížet v jiných oborech. Zejména společnostem, které mají rozsáhlé portfolio maloobchodních zákazníků, se přímo nabízí myšlenka, zda by pro ně nemohly dělat i něco jiného, nabídnout jim více či méně související výrobek nebo službu. Podle průzkumu, který provedla poradenská společnost PwC Česká republika mezi generálními řediteli významných firem působících na českém trhu, čtvrtina (24 %) letos hodlá do nového odvětví vstoupit nebo do něj právě vstupuje.

Příležitosti na trhu nalezly ale i specializované výrobní podniky, které mají volné produkční kapacity. Místo toho, aby prodaly volné haly nebo stroje, pro které nemají využití v rámci svého výrobního programu, zjistily, že své zkušenosti a zdroje mohou uplatnit

v příbuzném, ale třeba i úplně odlišném odvětví ekonomiky.

„Maloobchodní řetězce prodávající půjčky, zájezdy nebo telefonní volání. Sázkové termínály přijímající nejen tipy na šťastná čísla, ale umožňují platby za elektřinu, telefon nebo třeba

ba koupí lístku na koncert. To je ale teprve začátek. Společnosti se snaží maximálně vytěžit své kapacity a zároveň rozložit riziko svého podnikání pro případ, že by některý segment začal stagnovat. Podíváme-li se na firmy v rukou českých podnikatelů, pak letos chystá vstup do nového odvětví dokonce třetina,“ řekl Jiří Moser, řídící partner PwC Česká republika.

Dvě pětiny oslovených firem plánuje vejít do nového odvětví s inovací či odlišným modelem oproti firmám, které v odvětví již působí. Zejména v oblasti maloobchodních služeb to byly moderní informační a komunikační technologie, které firmám umožnily proniknout do nové oblasti podnikání. Není to ale jen maloobchod, celkem 90 % firem napříč

odvětvími, které vstupují do nového oboru podnikání, zmínilo, že jim byl tento vstup umožněn právě díky některé z moderních technologií.

„Mobilní a vysokorychlostní internet a technologie, které umožňují firmám získávat a analyzovat poměrně detailní informace o jejich zákaznících a následně na jejich základě vytvářet cílené nabídky – to jsou moderní technologie, které firmám nejčastěji umožňují vstup do nových odvětví. Chtějí-li z nich vytěžit maximum, musí se přizpůsobit chování svých zákazníků, pro které se tyto technologie staly součástí jejich života. To vyžaduje i významnou změnu firemní kultury,“ upozornil Jiří Moser. (tz)

INZERCE



GASCONTROL – dodavatel energetických celků

Společnost GASCONTROL, společnost s r. o. – tradiční výrobce a dodavatel plynových a energetických zařízení – obohatil své nabídkové portfolio o dodávky plnicích technologií stlačeného zemního plynu (CNG) a dodávky technologických zařízení pro výrobu elektrické energie, tepla a chladu.



Naše činnosti:

- Dodávky a servis plynárenských zařízení
- Regulace a měření plynu, odorizace, dálkové měření odorantu
- Plynové expanzní turbíny
- Plynovody, speciální práce na plynovodech, jiné produktovody
- Průmyslová klimatizace a chladicí systémy
- Důlní investiční a technologické celky
- Výstavba a rekonstrukce kotelen a výměňkových stanic
- Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů
- Výstavby, dodávky plnicích technologií a servis CNG stanic
- Přestavby vozidel na CNG pohon
- Dodávky turbín CAPSTONE do 5 MW a ORC zařízení
- Dodávky bioplynových stanic od 20 kWe do 5 MWe, včetně výstavby
- Výzkum a vývoj v oblasti energií a plastů
- Inovace produktů a technologických procesů



GASCONTROL, společnost s r. o.

Nový Svět 1407/59a, 735 Havířov-Prostřední Suchá

tel.: +420 596 496 411, fax: +420 596 412 397

e-mail: gascontrol@gascontrol.cz

www.gascontrol.cz



Společným zájmem bankovního sektoru a vlády je obnovení hospodářského růstu a udržení odpovědné fiskální politiky

Na nedávném výročním shromáždění členů České bankovní asociace v Praze, které svou účastí podpořili ministr financí Andrej Babiš a guvernér České národní banky Miroslav Singer, byly hlavními tématy obnovení hospodářského růstu a příspěvek bankovního sektoru k nastartování české ekonomiky. Shromáždění si také zvolilo nové orgány asociace – Dozorčí výbor a Prezidium České bankovní asociace. Prezidium asociace následně jednomyslně zvolilo Pavla Kavánka prezidentem a jednomyslně Pavla Kysilku viceprezidentem asociace.

„Shodli jsme se, že pro rozvoj ekonomiky je nejdůležitější stabilita a předvídatelnost právního prostředí,“ řekl na shromáždění ministr financí a první místopředseda Vlády České republiky Andrej Babiš, který dále podtrhl význam elektronizace daňových agend a podpory dlouhodobých investic, především do infrastruktury. „Banky jsou díky své kapitálové vybavenosti a schopnosti úvěrovat významnou konkurenční výhodou české ekonomiky,“ dodal Andrej Babiš.



Jeho slova podpořil Miroslav Singer, guvernér České národní banky: „Bankovní sektor byl v minulých letech stabilizujícím prvkem české ekonomiky a nyní může, díky tomu, že má dostatek likvidity i kapitálu, podstatně přispět k obnovení ekonomického růstu.“

„Českým bankám se osvědčil na jedné straně tradiční konzervativní obchodní model a na druhé zavádění technologických inovací při zlepšování služeb našim klientům. Zájem bankovního sektoru je nejen ekonomické oživení a podpora záměrům vlády na udržení odpovědné fiskální politiky, ale především poskytování podpory našim klientům v jejich finančním životě,“ doplnil Pavel Kavánek, prezident České bankovní asociace.

Zástupci bank se na shromáždění shodli na zájmu podporovat digitalizaci ekonomiky jako klíčového faktoru ke zvyšování konkurenceschopnosti nejen bankovního sektoru, ale i celé ekonomiky. Naopak, jako hlavní riziko pro schopnost bank tuzemskou ekonomiku podporovat zůstávají nekoordinované návrhy řady nových evropských regulačních opatření. (tz)