

design4net

- Promýšlíte nové webové stránky?
- Chcete originální vizitku?
- Potřebujete pomoci s firemní grafikou?
- Rádi byste vylepšili logo?

Hledáte pomoc?

Volejte profesionály: 606 615 609

INZERCE

Česká společnost pro jakost vstupuje do roku svého významného výročí

Česká společnost pro jakost se v současné době nachází na prahu roku svého dalšího významného výročí. S tím souvisí i možnost ohlédnutí se a určité rekapitulace. A je nutno říci, že jsou to ohlédnutí i rekapitulace příjemné.

Všechno to začalo více než před 25 lety v prosinci roku 1989, kdy byla podána oficiální žádost o registraci a vznik České společnosti pro jakost, která od prvních okamžiků svého působení intenzivně usilovala o to, aby se stala významným partnerem pro všechny subjekty, které to s kvalitou produktů, procesů i systémů managementu nejen v České republice, ale i v zahraničí myslí opravdu vážně. Díky výborným výsledkům a referencím, nejen v Evropě, svých zakládajících členů v čele s paní Dr. Anežkou Žaludovou, se v tomto okamžiku také stala národním zástupcem Evropské společnosti pro kvalitu (EOQ).

Výsledky na sebe nenechaly dlouho čekat. Před 20 lety za výrazného přispění a odborné garance ČSJS byla v ČR udělena první Národní cena kvality ČR a udělování se od tohoto okamžiku stalo nejenom tradicí, ale i významnou referencí, a soubor ocenění se postupně rozšířil o Národní cenu ČR za společenskou odpovědnost organizací, Cenu Manažera kvality roku, Cenu Anežky Žaludové, Cenu za publicistický přínos v oblasti kvality s úmyslem motivovat novináře i širokou odbornou veřejnost k seznamování s výsledky dobré praxe a jejího neustálého zlepšování. Poslední v řadě bylo zařazení Ceny za podporu Age Managementu, což byla prakticky reakce na aktivitu Evropské unie, která rok 2012 vyhlásila jako Rok Age Managementu a mezigenerační tolerance. Je zajímavé, že Česká republika byla jedna z mála, která toto ocenění zařadila mezi ta prestižní.

Do třetice všeho dobrého, před pěti lety navážně na Evropskou chartu kvality byla Česká



Ing. Miroslav Jedlička, předseda České společnosti pro jakost

společnost pro jakost iniciátorem a propagátorem vyhlášení Charty kvality ČR. Její signatáři se zavazují podporovat přístup ke kvalitě v soukromém i veřejném sektoru formulovaný v přijaté Strategii Národní politiky kvality, rozvíjet výchovu ke kvalitě na všech úrovních vzdělávání a podporovat výchovu k etice a morálce v rodině i ve společnosti, rozvíjet současné chápání metod a nástrojů kvality a zpřístupňovat je každému, aktivně rozšiřovat zkušenosti a nejlepší praxi z oblasti kvality a inovací, podporovat a šířit dobré jméno České kvality ve světě a naplňovat cíle Národní politiky kvality ČR vyhlášené každoročně Radou kvality České republiky.

Posláním ČSJS, jako národního partnera Evropské společnosti pro kvalitu, je podpora všech aktivit, které souvisejí s propagací a zajišťováním nejen kvality produktů, služeb, systémů manage-

mentu, procesů, ale i společenské odpovědnosti jednotlivců i organizací a života v celé naší společnosti ve sféře podnikatelské i veřejné správy. Vlajkovou lodí akcí tohoto charakteru je Listopad – Měsíc kvality, na jehož pořádání se ČSJS významně podílí funkcí organizátora a odborného garanta. Jde v současné době již o soubor akcí, pořádaných pod záštitou Rady kvality ČR. Mezinárodní odborná konference, jejímž cílem je prezentace novinek v oboru, Večer s Českou kvalitou a udělování ocenění v Programu Česká kvalita, Czech made, Ekoznačky EU, Konference vítězů, kde prezentují výsledky a předávají zkušenosti ocenění a nejlepší z oboru a „třešnička na dortu“ udělování Národních cen ČR. To vše ve stále sílící snaze, aby se aktivity, které souvisejí se společenskou odpovědností jednotlivce i organizací, etikou a tolerancí, staly hodnotami, které vyvažují odborné parametry a řešení.

Významnou podporou poslání ČSJS je i vznik Centra excelence při ČSJS. Ukazuje se, že oceňování těch nejlepších je aktivitou velice důležitou a prospěšnou, ale nevytváří komplexní platformu pro realizaci modelů excelence a jejich další kontinuální zlepšování, vzájemné setkávání, předávání a výměnu zkušeností a seznamování se s novými vhodnými nástroji a modely ve své oblasti. Ještě důležitější aktivitou je předávání všech těchto informací a osobních pozitivních i negativních zkušeností novým zájemcům, kteří chtějí do procesu zlepšování vstoupit a dosáhnout předpokládaných výsledků pokud možno účinným a efektivním způsobem. Stále více organizací si uvědomuje, že proces zlepšování je proces kontinuální a jednorázové dosažení nějakých dobrých výsledků každé organizaci pomůže pouze krátkodobě, a má zájem se členy Centra excelence stát a průběžně spolupracovat při předávání svých doposud získaných dobrých i excelentních praktických zkušeností, nebo naopak tyto zkušenosti získávat.

pokračování na straně 12

Kooperativa zavádí revoluční technologii digitálního podpisu smluv, a tím šestinásobně zrychlí jejich zpracování

V únoru spustila Kooperativa ostrý provoz projektu vlastnoručního digitálního podpisu smluv (podpis s biometrickými vlastnostmi). Je tak jednou z prvních pojišťoven na českém trhu, které tuto technologii nabídl klientům. Vlastnoruční digitální podpis by měl v ideálním případě úplně nahradit standardní papírové smlouvy a procesy s ním spojené.

„První smlouvy jsme pomocí digitálního podpisu sjednali již vloni v listopadu. Potřebné zařízení pro využití digitálního podpisu pak v průběhu prvního čtvrtletí letošního roku obdrželi všechna naše obchodní místa. Jsem velmi rád, že se tím Kooperativa zařadila na špičku mezi společnostmi, které tyto moderní postupy zavádějí. Myslím, že podobné technologie jsou budoucností pro celý finanční sektor,“ představil novinku Martin Diviš, generální ředitel a předseda představenstva pojišťovny Kooperativa.

Od 1. listopadu do konce roku 2014 probíhal pilotní projekt na vybraných obchodních místech a do konce roku Kooperativa sjednala celkem přes 1000 smluv, které byly opatřeny vlastnoručním digitálním podpisem.

„Zásadní výhoda je v tom, že nevzniká ‚papírová‘ smlouva. V dnešní digitální době se, kromě samotného aktu podpisu papírové smlouvy, vše děje elektronicky. Dokument na papíře musíme zkontrolovat, uložit a poté jej převést do elektronické podoby. Přijetí smlouvy do systému nám tak dnes trvá devět dní, smlouvy podepsané elektronicky jsou zpracovány do jeden a půl dne. Zároveň ročně ušetříme až pět milionů listů papíru,“ vypočítal významné úspory Jindřich Skrip, vedoucí projektu biometrického podpisu v Kooperativě.

Tyto všechny starosti v případě biometricky podepsaného dokumentu odpadají. Vznikne elektronický dokument, který se sto procentně shoduje s daty, která byla odeslána do pojišťovny. Tím odpadá i případná chybovost při zadávání dat z papírových smluv do informačního systému pojišťovny. Na zabezpečeném klientském portálu se pak originál pojistné smlouvy může otevřít a uložit, včetně všech doprovodných dokumentů. Samozřejmě, pokud bude zájem, lze smlouvu vytisknout a uschovat v papírové podobě.

„Kromě výše uvedených výhod díky elektronickému podpisu získáme jednoznačnou časovou identifikaci sjednání smlouvy. Nebude tedy možné ji antedatovat, což byla velká nevýhoda dokumentů v papírové podobě, a čas od času této možnosti někteří nepoctiví klienti využili,“ doplnil Jindřich Skrip. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU	
Loni u nás vzniklo nejvíce firem za posledních sedm let	3
A je to tady: rok 2015 přinese rekordní export českých výrobců hraček	5
Skláři a keramici z Čech jsou zdatní vývozcí	9
Češi si dělají z e-shopů půjčovny, umožnil to občanský zákoník	11
Vietnam, to je obrovská příležitost	16

CzechTrade připravuje českou účast na předních německých veletrzích

České firmy se v druhé polovině roku 2015 budou moci pod záštitou agentury CzechTrade a její zahraniční kanceláře v Düsseldorfu prezentovat na třech významných německých veletrzích. Akce, kterých se připravovaná česká účast týká, se zaměřují na obaly, zdravotní péči či automatizaci a elektrotechniku.

„Německo je pro české firmy jedním z nejdůležitějších teritorií. České výrobky jsou zde považovány za kvalitní a česká výroba je uznávána pro svou tradici. Účast na prestižních veletrzích, kterých se v Německu koná celá řada, je dobrý způsob, jak představit své výrobky potenciálním odběratelům, navázat obchodní kontakty, a případně získat zajímavé zakázky,“ uvedl Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

„Při organizaci českých expozic vycházíme z poptávky českých firem a připravujeme jim účast doslova na klíč. Vyřizujeme veškerou administrativu s veletržními správami, před veletrhem vyhledáváme a zveme potenciální zákazníky a přímo na místě kromě technického zabezpečení pomáháme i s tlumočením. Pro české podniky, zejména začínající exportéry, je to po organizační i finanční stránce skvělá příležitost, jak se prezentovat na oborově nejvýznamnějších zahraničních akcích,“ dodal Adam Jareš, vedoucí německého zastoupení CzechTrade v Düsseldorfu.

„S agenturou CzechTrade se účastníme pro nás zásadních plastikařských veletrhů FAKUMA ve Friedrichshafenu a K v Düsseldorfu. Oba představují skvělou příležitost se setkat se stávajícími zákazníky a získat nové poptávky, protože na zdejší veletrhy jezdí firmy doslova z celého světa,“ doplnil Dalibor Ježek, obchodní ředitel BOCO Machines Pardubice, výrobce extruderů, vstřikovacích strojů a regranulačních linek, pro firmu, již zastupuje, jsou německé veletrhy klíčovými.

Mezinárodní veletrh FACHPACK 2015 konaný 29. 9.–1. 10. 2015 v Norimberku se zaměřuje na obalový průmysl a je jednou z nejdůležitějších akcí v oboru. Představuje skvělou příležitost pro prezentaci výrobků a služeb v rámci obalového průmyslu a všeho, co se nějak týká obalů, techniky, zúšlechťování obalů či logistiky. Důležitou roli zde hrají i dodavatelé obalové techniky, balicích strojů a etiketovací techniky. V roce 2013 veletrh navštívilo téměř 35 000 odborníků, z nichž více než 90 % mělo rozhodovací pravomoc.

Veletrh REHACARE, který proběhne ve dnech 14.–17. 10. 2015 v Düsseldorfu, je zaměřen na rehabilitaci, pečovatelské a zdravotní péči a znamená akci světového významu. Účast je vhodná zejména pro firmy, které se zabývají výrobou pomůcek pro mobilitu, zvládání každodenního života či usnadnění domácí i odborné péče ve zdravotnických zařízeních. Veletrh je zajímavou příležitostí také pro podniky, které nabízejí komunikační techniku, speciální nábytek či zvláštní pomůcky pro volný čas, cestování a sport. Ve svém oboru má výsadní postavení a mezinárodní návštěvnost a pravidelně se ho účastní okolo 900 firem z 36 zemí a více než 51 000 odborníků.

Ve dnech 24.–26. 11. 2015 se v Norimberku bude konat veletrh SPS/IPC/DRIVES 2015, který je největším veletrhem průmyslové automatizace na světě. Nabízí jedinečnou platformu pro prezentaci inovativních výrobků z oblasti senzoriky, řídicí techniky, pohonných systémů, průmyslové komunikace, elektromechanických komponentů a průmyslového softwaru. Veletrh má ve svém oboru vedoucí postavení a těší se vysoké účasti a oblibě z řad odborné veřejnosti. Návštěvnost akce je vysoce reprezentativní – 1600 firem ze 42 zemí a více než 56 000 odborníků. (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: 16. února 2015

Datum distribuce: 23. února 2015

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: kacera@iprosperita.cz

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální

konzultantka

mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš 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 důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzertem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzert.

Tisk: Beton & Print, s. r. o.

Helénská 1799/4 120 00 Praha 2

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

U Sýpků 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.



JEDNALI JSME SPOLU V ANGLIČTINĚ,
ALE PAK JSME PŘEŠLI
NA POSUNKOVOU ŘEČ.

kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

Omyly kontaktů

Jsou to takové prazvláštní situace. S někým si plácnete a máte za to, že dohoda platí. Že si tedy zavoláte za tři měsíce, že se sejdete a že najdete společnou řeč k tomu a tomu bodu. Jenže stále častěji je opak pravdou. Voláte, prosíte mobil, aby se na druhé straně ozvalo: Dobrý den, rád vás slyším, tak kdy se tedy potkáme? Ale ono nic, žádná reakce, ticho a ticho. Zjišťujete, zda dotyčný ve firmě vůbec ještě pracuje, pátráte, jestli vás někdo zlovně nepomluvil, nicméně vše je při starém. Když definitivně nad případem zlomíte hůl, navždy to škrtnete z diáře, ozve se najednou přítel chytrý telefon a ševlí: No, to jsem rád, že jsem se dovolal, jak se máte? Už je čas na tu schůzku, co říkáte?

Neříkám nic. V hlavně mám jen otazníky. Někteří takové zkušenosti popisují jako vývoj, jiní tomu přisoudili obrat „mezi nebem a zemí“. A prý jak se vše mění, jak jsme všichni kreativnější a dynamičtější, musíme se učit přijímat i to, že včera bylo především a že zelená je modrá, když si to náš obchodní partner myslí. Fakt jsme happy?

Eva Brixí

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Setkání No stress

Každá tisková konference mívá dvě části, oficiální a „společenskou“. Příjemnější a často i přínosnější bývá čas po ukončení hlavního programu tiskovky. Novináři se v uvolněné atmosféře mohou ptát zúčastněných „off record“ na věci, které je opravdu zajímají a které si mohou nechat jen pro sebe. Ve čtvrtek 5. února se taková akce pro sdělovací prostředky konala v pražské kavárně s příznacným názvem No stress. Svolala ji společnost vydávající platební karty Visa. Dozvěděli jsme se o horké současnosti a blízké budoucnosti bezkontaktních a mobilních plateb, i o tom, že Čechům se podařilo v jejich využívání porazit celou Evropu. V neoficiální části jsem si mohl popovídat s regionálním managerem Visa Europe Marcellem Gajdošem. Zjistil jsem, že je to příjemný člověk se smyslem pro humor. Když nadhodil otázku, jestli hotovost není trochu nadbytečná, souhlasil jsem s ním a navrhl, že ji úplně zrušíme. A zároveň jsem ho požádal o zavedení nové služby. „Umožňujete lidem zbavit se svých peněz stále rychleji. Co kdybyste zařídili, aby stejně snadno a rychle finance získali?“ Oba jsme se tomu zasmáli, že to vůbec není špatný nápad. Po čase jsem se stal opět hrdinou okamžiku, a to víte, moje mužská ješitnost dostala injekci endorfinů.

Pavel Kačer

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2015

1. Národní politika kvality
2. Akce České společnosti pro jakost
3. Manažer roku
4. Akce České manažerské asociace
5. Marketér roku
6. Akce společnosti I. VOX, a. s.
7. Konference Kvalita – Quality
8. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas Ladies Club
9. Soutěž Česká chuťovka
10. Pražský manažerský klub ČMA
11. Východočeský manažerský klub ČMA
12. Prodejní prezentace českých návrhářů Grace'nGlamour

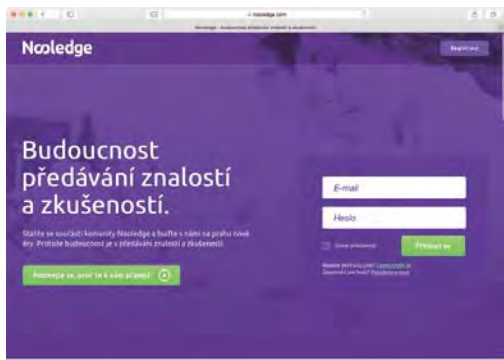
V Česku se spouští Nooledge, nová sociální síť

Nová sociální síť byla v České republice spuštěna 9. února. Jmenuje se Nooledge a bude reprezentovat nástroj pro vzájemné předávání vědomostí, dovedností a zkušeností, tedy všeho, co se ukrývá pod pojmem know-how. Nooledge představuje to nejlepší z YouTube, Wikipedie a TED mnohonásobně umocněné inovativní myšlenkou.

Tak lze charakterizovat značku, kterou založili dva kamarádi, Zdeněk Höfler a Karel Zdráhal. Pro každého člověka je získávání znalostí a zkušeností velmi důležité a touha po vzdělání je v lidské povaze zakořeněna. Společnost Nooledge vybudovala most mezi těmi, kteří mají co naučit, a těmi, kteří se chtějí učit. Kdokoliv může předávat své know-how prostřednictvím výukového videa, které na Nooledge zveřejní. A co je důležité, toto video může zpoplatnit – třeba korunou nebo stokrát – rozhodnutí je na každém. Na druhé straně jsou pak ti, kteří se chtějí něco naučit nebo hledají řešení svého problému a jsou ochotni za to zaplatit.

www.nooledge.com

(tz)



ČEB bude financovat projekty příbramské společnosti ZAT

Portfolio klientů České exportní banky (ČEB) se letos rozroste o firmu ZAT sídlící v Příbrami. Dohodli se na tom 2. února zástupci obou společností. Tento krok ocenil i JUDr. Martin Pros, PhD., náměstek ministra financí ČR a předseda dozorčí rady ČEB.

Posláním ČEB je podporovat český vývoz i povědomí o České republice ve světě, a tím i celkovou konkurenceschopnost ČR. V posledních dvou letech přitom dochází k výrazné teritoriální a oborové diverzifikaci projektů financovaných ČEB, a exportní bance přibývají noví klienti. Letos to například bude příbramská společnost ZAT.

„ZAT dodává systémy řízení průmyslových procesů a technologií do 50 zemí světa, včetně Latinské Ameriky, Kuby i Austrálie. Vzhledem k tomu, že naše zákazky v zahraničí stále posilují, je logickým krokem navázání spolupráce s Českou exportní bankou. Dohodli jsme se na financování vybraných zahraničních projektů v oblasti klasické i jaderné energetiky,“ řekla Ing. Vladislava Česáková, členka představenstva ZAT. a.s.

Česká společnost ZAT patří ve světě mezi zakladatele oboru automatizace. Je dodavatelem

NA NAŠICH STRÁNKÁCH

- Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest
- Agrární komora ČR
- Asociace českého papírenského průmyslu
- Asociace českých pojišťovacích makléřů
- Asociace inovačního podnikání ČR
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
- Asociace podnikatelek a manažerek ČR
- Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR
- Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu
- Česká agentura na podporu obchodu / CzechTrade
- Česká asociace koučů
- Česká asociace petrolejářského průmyslu a obchodu
- Česká asociace podnikatelů v lesním hospodářství
- Česká asociace pojišťoven
- Česká asociace pro soutěžní právo
- Česká leasingová a finanční asociace
- Česká manažerská asociace
- Česká společnost pro jakost
- Český svaz pivovarů a sladoven
- Český svaz zaměstnavatelů v energetice
- Družstevní Asociace ČR
- Enterprise Europe Network při CRR ČR
- Gender Studies
- Hospodářská komora České republiky
- Hospodářská komora hlavního města Prahy
- Komora auditorů ČR
- Komora certifikovaných účetních
- Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Podnikatelský svaz pekařů a cukrářů
- Potravinářská komora ČR
- Unie zaměstnavatelských svazů ČR
- Sdružení automobilového průmyslu
- Sdružení Korektní podnikání
- Sdružení podnikatelů ČR
- Sdružení pro oceňování kvality
- Sdružení pro informační společnost
- Svaz dovozců automobilů
- Svaz českých a moravských výrobních družstev
- Svaz českých a moravských spotřebních družstev
- Svaz chemického průmyslu ČR
- Svaz květinářů a floristů
- Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR
- Svaz podnikatelů ve stavebnictví v ČR
- Svaz strojírenské technologie, zájmové sdružení
- Svaz průmyslu a dopravy ČR
- Unie soukromých bezpečnostních služeb ČR
- Unie zaměstnavatelských svazů ČR
- Zemědělský svaz ČR



***artesa**
SPORITELNÍ DRUŽSTVO

- * Poslední možnost získání výhodného úroku bez navýšení členského vkladu
- * Vyšší a garantované úročení v porovnání s bankami
- * Možnost vybrat až 50% vkladu
- * Pojištění až do výše 100 tisíc eur

2,85%

„Úroky, prosím...“

Máme pro Vás BONUS!

Získejte jistý výnos s termínovaným vkladem Artesa BONUS.

Garantujeme **2,85 % p. a.**

www.artesa.cz

Top 20 zaměstnavatelů v ČR: více než polovinu z nich vlastní zahraniční investor

Mezi dvaceti největšími firmami v České republice je zastoupeno 9 českých a 11 zahraničních společností. Vedle státních firem, jako je Česká pošta, ČEZ a České dráhy, se umístila také Univerzita Karlova či Krajská zdravotní, sdružující nemocnice v Ústeckém kraji. U pěti největších zaměstnavatelů docházelo v posledních čtyřech letech ke kontinuálnímu propouštění zaměstnanců. Vyplývá to z analýzy dat portálu www.informaceofirmach.cz, který obsahuje data o podnikatelských subjektech z České i Slovenské republiky.

Univerzity mezi top zaměstnavateli v krajích

Hned ve dvou krajích patří univerzity mezi největší zaměstnavatele. Jde o kraj Jihomoravský, kde působí Masarykova univerzita s 4000 zaměstnanci, a v Olomouckém kraji, kde je Univerzita Palackého v Olomouci s necelými 3000 zaměstnanci. Největší Univerzita Karlova má sice 8000 zaměstnanců, v Praze se však umístila až na dvanáctém místě.

Největší zaměstnavatelé v České republice

V České republice pracují v zaměstnaneckém poměru necelé 4 miliony lidí. V soukromé sféře je zaměstnáno 2,9 milionu osob. Stát je jedním z nejvýznamnějších zaměstnavatelů – kromě necelých 300 000 zaměstnanců ve státní správě má vlastnický podíl i ve čtyřech firmách z Top 20.

Z celkového počtu zaměstnává dvacet největších společností celkem čtvrt milionu lidí. Velká většina lidí však pracuje pro malé podniky – 99 % firem má méně než 250 zaměstnanců, respektive téměř dvě třetiny mají do pěti zaměstnanců.

Česká pošta patří dlouhodobě mezi největší zaměstnavatele

Firmou s nejvyšším počtem zaměstnanců je Česká pošta, s. p., ve které v roce 2013 pracovalo necelých 32 000 lidí. Na druhé místo se dostal ČEZ, a.s., (27 000 zaměstnanců) a třetí příčku obsadily České dráhy, a.s. (přes 25 000). U všech pěti největších zaměstnavatelů se počet jejich zaměstnanců v posledních čtyřech letech snižoval. „Úbytek zaměstnanců během posledních let

byl výsledkem trvající finanční krize, která firmy nutila hledat úspory. Obdobným personálním zetižhlením prošly také další velké firmy, značné úspory pocítili například zaměstnanci bank a některých obchodních řetězců,“ uvedla analytička CRIF – Czech Credit Bureau Věra Kameníčková.

Další společnosti již vykazují podstatně nižší počet zaměstnanců. Mezi čtyřmi z nich, které měly kolem 10 000 a 13 000 zaměstnanců, figuruje OKD, a.s., Tesco Stores ČR, a.s., Dopravní podnik hl. m. Prahy, a.s. a Česká spořitelna. S téměř 10 000 zaměstnanci můžeme do této skupiny zařadit ještě Komerční banku, a.s.

Největší firmy zpravidla sídlí v Praze, značná část z nich však poskytuje zaměstnání i lidem v dalších krajích.

„Formální sídlo v Praze tak ještě nemusí nutně vypovídat o skutečném vlivu na zaměstnanost v regionu. Mnoho firem, jako jsou například Česká pošta, ČEZ či České dráhy, zaměstnává podstatnou část svých zaměstnanců v jednotlivých krajích a v Praze má pouze sídlo s menším počtem zaměstnanců,“ vysvětlila Věra Kameníčková. (tz)

TOP 20 NEJVĚTŠÍCH ZAMĚSTNAVATELŮ

	název	sídlo	počet
1	Česká pošta, s. p.	Praha	31 887
2	ČEZ, a. s.	Praha	26 647
3	České dráhy, a.s	Praha	25 043
4	Škoda Auto a.s.	STČ	24 548
5	OKD, a.s.	MSK	12 367
6	Tesco Stores ČR a.s	Praha	12 001
7	Dopravní podnik hl. m. Prahy, akciová společnost	Praha	10 606
8	Česká spořitelna, a.s.	Praha	10 516
9	AHOLD Czech Republic, a.s	Praha	9938
10	Kaufland Česká republika v.o.s.	Praha	9801
11	Komerční banka, a.s.	Praha	8604
12	Univerzita Karlova v Praze	Praha	8075
13	ČD Cargo, a.s.	Praha	7998
14	skupina ČSOB	Praha	7553
15	Siemens, s.r.o.	Praha	6963
16	Continental Automotive Czech Republic s.r.o.	HK	6951
17	Krajská zdravotní, a.s.	UL	6260
18	Trinecké železářny, a. s.	MSK	6099
19	Globus ČR, k. s.	Praha	6079
20	BILLA, spol. s r. o.	STČ	5637

Poznámka: údaje jsou za rok 2013, s výjimkou červeně označených (rok 2012)

Rozvíjení podnikavosti dětí a dospívajících pomocí soutěží

Když se řekne výuka k podnikavosti, můžeme si pod ní představit nejen „výrobu“ podnikatelů, ale také soubor znalostí, schopností a dovedností, které patří k podnikatelskému stylu myšlení, nicméně jsou uplatnitelné i v zaměstnání. Ostatně už Tomáš Baťa zastával názor, že zaměstnanec s podnikatelským stylem myšlení je lepším zaměstnancem a manažerem, a snažil se, aby byli jeho vedoucí pracovníci motivováni, dívat se na část firmy, kterou řídí, jako by byla jejich vlastní.

Základní otázkou je, zda je podnikavost vrozená, nebo se ji můžeme naučit. Toto téma bylo probíráno již v listopadu v rámci zahajovací konference světového týdne podnikání (Global Entrepreneurship Week) 2014 a názory na to nejsou úplně jednotné. Dobré je zaměřit se zde na rozdíl mezi podnikavostí a podnikáním. Zatímco ne každý člověk, který je podnikavý, se musí nutně stát podnikatelem, opačně to platí stoprocentně, tj. podnikatel musí být podnikavý, aby byl úspěšný. Na to stát se podnikatelem nejspíše nemá vlohý každý (tedy vrozenou schopnost), podnikavost však lze rozvíjet více méně u každého.

Jak na to a kdy začít

Určitě mi dáte za pravdu, že pořekadlo „co se v mládí naučíš, ve stáří, jako když najdeš“ platí téměř o čemkoliv – a tak je to i s podnikavostí z pohledu týmu obecně prospěšné společnosti yourchance. Ta se na toto téma zamě-

řuje v rámci projektu Finanční gramotnost do škol a od února nově také projektem Podnikavost.cz. Tvůrci zastávají názor, že čím dříve s finanční gramotností a podnikavostí začneme, tím spíše se stane naší přirozenou součástí. Proto pracují již s dětmi na základních školách a chystají se připravit pomůcky i pro rozvoj dětí v mateřských školkách. Začít s těmito oblastmi v dětství vnímá jako důležité i Jiří Paták, CEO finančně-poradenské firmy Chytrý Honza: „U většiny lidí, se kterými jsme v kontaktu, se objevuje jeden a tentýž problém: svou finanční situaci ‚zanedbali‘ už v raném věku, v době, kdy vstupovali do dospělosti a za nakládání s finančními prostředky byli poprvé v životě zodpovědní jen oni sami.“

Co se týče otázky, jak rozvíjet podnikavost, Kateřina Lichtenberková, manažerka zmíněných projektů, zastává názor, že není zapotřebí ve školách ustanovit podnikavost jako samostatný předmět, kde by se vyučovala teorie, ale že jde o průřezové kompetence, které se dají rozvíjet v rámci jiných (jakýchkoliv) předmětů. „Z mého pohledu je výuka k podnikavosti více o formě než o obsahu. Myslím tím to, že budeme-li děti různé věci učit interaktivní formou, hrami, praktickým vyzkoušením, prací v týmu apod., bude se u nich rozvíjet podnikavost.“



Ing. Kateřina Lichtenberková, manažerka projektu Podnikavost.cz

Můžeme si to ukázat na konkrétním příkladě. V projektu Finanční gramotnost do škol organizují tvůrci celorepublikovou soutěž Rozpočti si to!, kde se hráči praktickou formou učí sestavovat rodinný rozpočet. Soutěž je určena

pro žáky základních škol a v letošním roce se rozšíří i na střední školy. Díky soutěži se u účastníků rozvíjí kromě jiného i podnikavost. Soutěž je totiž postavena tak, že hráči pracují v týmu o zhruba čtyřech členech a postupně si vybírají nejdříve profil rodiny (domácnosti) a posléze jednotlivé výdaje a investice, které jako rodina udělají. Musí si tedy rozdělit role v týmu, naučit se spolupracovat, plánovat společně jednotlivé kroky, rozhodovat

se apod. A to jsou aspekty podnikavosti. Podnikatelské myšlení je totiž mimo jiné o strategickém rozhodování, což znamená, že se rozhodují nejen za sebe, ale také za celý tým (firmu) apod. Zde hráči nejen myslí za celou rodinu a tím se učí vidět věci v širších souvislostech. Bonusové úkoly jsou navíc zaměřeny na různé formy vzdělávání a v těžší kategorii těchto úkolů mají účastníci např. sami připravit prezentaci, kterou následně předvedou zbytku třídy nebo rodinným příslušníkům. Tím se učí přemýšlet nad daným tématem, prezentačním dovednostem, organizačním schopnostem a zvyšují si sebevědomí – tedy další „podnikavé“ doved-

nosti. Ve hře jsou také ukázány různé možnosti získávání příjmu – od zaměstnání a podnikání, přes možnost přivýdělků až k pasivnímu příjmu. Soutěž navíc do dění zapojuje i dospělé, neboť je podmínkou, že členem každého týmu musí být aspoň jedna dospělá osoba. Tím podněcuje diskuzi na úrovni dítě versus rodič, respektive žák vs. učitel, která je důležitá pro předání dalších praktických zkušeností.

Praktické vzdělání pro život

Odborným partnerem aktuálního ročníku soutěže je již zmíněná poradenská firma Chytrý Honza. Jiří Paták hovoří o tom, proč se tuto soutěž rozhodl podpořit: „Projektu Finanční gramotnost do škol věříme a podporujeme jej proto, že s pojmem finanční gramotnost a jeho obsahem seznamuje ty, kteří to nejvíce potřebují a kterým může zásadně ovlivnit budoucnost k lepšímu – děti, které se na život dospělého člověka teprve chystají.“ Dále doporučuje rodičům přihlásit děti do zmíněné soutěže: „Dáte jim tím praktické vzdělání, které jim už za několik málo let pomůže dělat kvalitní životní rozhodnutí.“ Z poslední věty by se slušelo podtrhnout slovíčko „praktické“. To je totiž podstata výuky k podnikavosti, jak ji vidí v yourchance. Pouze praktickými způsoby výuky lze tyto schopnosti rozvíjet – tedy při použití interaktivních materiálů a pomůcek, praktických cvičení, her, simulací, práce v týmu, projektů a v neposlední řadě praktických soutěží. (kl)

www.yourchance.cz

www.financnigramotnostdoskol.cz

www.podnikavost.cz

www.chytryhonza.cz

Česká republika bude v horizontu 25 let čelit katastrofickému nedostatku špičkových odborníků

Po generaci takzvaných Husákových dětí znamená ČR obrovský demografický propad, což bude mít za důsledek personální krizi podniků i státního sektoru. Pokud se stát a podniky v brzké době na úbytek pracovních sil nepřipraví, budou čelit zvýšeným nákladům práce a nedostatku odborníků, varuje společnost Stanton Chase, která se specializuje na vyhledávání vrcholových manažerů.

Podle posledního sčítání lidu žije v České republice nejvyšší počet lidí ve věku 30–35 let. Tito lidé budou s kariérou končit přibližně za 25 let,

a tedy mezi lety 2030 a 2040 nastane mohutná krize na pracovním trhu. „Budou nám zoufale chybět lidský kapitál, a hlavně vysoce kvalifikovaní pracovníci,“ řekl Jozef Papp ze společnosti Stanton Chase. Pro udržení současné úrovně HDP bude totiž potřeba přinejmenším stejný počet lidí v produktivním věku, jako je tomu dnes. Navíc se specializované obory dočkají nedostatku kvalifikovaných pracovníků. „V Německu je kvůli tomu poprask už teď, protože mají věkovou pyramidu posunutou přibližně o osm až deset let dopředu,“ potvrdil Jozef Papp.

„V Německu bude razantně klesat počet pracovníků, ale naopak podle našich propočtů

založených na HDP a produktivitě práce poroste poptávka po práci. V roce 2030 nám bude chybět osm milionů lidí,“ řekl na jedné ze svých přednášek Rainer Strack, uznávaná autorita v oblasti HR.

Jen v roce 2013 ubylo v České republice 3700 lidí, příčinou byla převaha mortality nad natalitou a větší počet lidí stěhujících se do zahraničí. Statistiky nezachrání ani imigranti. „Dlouhodobě je na našem trhu jen malé množství takzvaných vysoce kvalifikovaných imigrantů, tedy těch, kteří patří ke skutečným kapacitám. Tito lidé totiž dávají přednost především Kanadě, Velké Británii a USA,“ ko-

mentoval situaci Jozef Papp. Teoretickým řešením pomůže výrazné navýšení počtu imigrantů, ale vzhledem k sociální skladbě a profesním profilům také nelze očekávat výrazné zlepšení. „Musíme se připravit na vlnu emigrantů z různých koutů světa, což přinese zákonitě změnu naší kultury. A na to dnes není Česká republika připravena ani procesně, ani kulturně,“ uzavřel téma Jozef Papp. Poslední možností může být posunutí věku pro odchod do důchodu, což je v našich podmínkách velice sporné, nebo zvýšení zaměstnanosti žen, které by bylo podmíněné významným zlepšením sociálních podmínek. (tz)

A je to tady: rok 2015 přinese rekordní export českých výrobců hraček

Dobrá zpráva pro obor, který se ještě nedávno potýkal s potíženími: Spolek českých výrobců hraček očekává v tomto roce rekordní prodej svých produktů jak doma, tak v zahraničí. Tento odhad vychází ze zvyšujícího se zájmu zákazníků o tento sortiment v posledních letech. S velkými ambicemi odjeli rovněž tuzemští výrobci na norimberský veletrh hraček, kde byl letos vystaven jeden milion hraček z celého světa. I přes tuto obrovskou konkurenci představily naše firmy řadu novinek a věří v úspěch, který se generoval z tohoto veletrhu i v letech minulých.



Magnetické puzzle společnosti DETOA



Plastová Tatra 148 společnosti Dino Toys

V letošním roce očekávají čeští hračkaři nárůst exportu o sedmáct procent. To, že české hračkařství patří k významným komoditám českého průmyslu, dokládá i podpora Výboru pro územní rozvoj, veřejnou správu a životní prostředí Senátu Parlamentu ČR. Čeští výrobci hraček totiž působí převážně v regionech s vysokou nezaměstnaností.

„Podpora hračkařského segmentu naším výběrem vychází především z faktu, že tuzemští výrobci hraček působí v chudších regionech naší země, jako je Vysočina, Semilsko, Krkonoše a jiné,“ uvedl RNDr. Miloš Vystrčil, předseda Výboru pro územní rozvoj, veřejnou správu a životní prostředí Senátu Parlamentu ČR. „Mnozí z nich zaměstnávají také převážně ženy a jsou aktivní ve svých regionech i ve veřejných aktivitách. Domnívám se, že jejich podpora námi je důležitá pro celkový rozvoj těchto regionů,“ dodal senátor Miloš Vystrčil.

„Spolek českých výrobců hraček jsme založili loni právě na veletrhu hraček v Norimberku,“ sdělil senátor Jaroslav Zeman, ředitel společnosti DETOA Albrechtice s.r.o., jedné z českých firem produkujících hračky. „Cítili jsme potřebu jednotným hlasem podporovat české výrobce hraček a české hračky obecně, a dále řešit problémy a otázky, které trh s hrami a hračkami přináší,“ dodal.

„Spolupráce se spolkem, konkrétně s panem Jaroslavem Zemanem si velice vážím, proto jsme sdružení spoluzaložili,“ uvedl Miroslav Kotík, majitel společnosti EFKO karton, s.r.o. „V budoucnosti bychom si i my na Žďársku přáli vytvořit výstavu, muzeum nebo interaktivní prohlídky naší výroby podobně, jako to dělají v Albrechticích v Detoe. Jejich programy pro děti a kreativní dílny považují za inspirativní,“ dodal.

„Řešit podobné problémy i témata a vzájemně prosadit společné zájmy pro dobro věci nás, myslím, vzájemně posouvá dopředu,“ komentoval cíle spolku na nedávné tiskové konferenci v Praze Jan Šlémín, jednatel společnosti Dino Toys s.r.o.

Obraty a prodeje jednotlivých společností – členů Spolku českých výrobců hraček za rok 2014:

■ **Obrat společnosti DETOA Albrechtice s.r.o.** byl 82 milionů Kč, což je 3% nárůst oproti roku 2013.

Zajímavosti: Nejvíce prodejné jsou didaktické hračky, které rozvíjí u dětí motoriku, estetiku a fantazii (např. magnetické puzzle – dílky, které se vyrábí už spoustu let v různých variacích jsou stále velmi oblíbené). Dále se výborně prodávají výrobky z licence pana Zdeňka Milera.

DETOA exportuje do celého světa, nejvíce do Německa, tam export činí více než 20%, další zajímavá země je Japonsko, kam vývoz dosahuje 8 % z obrátu. České obchody se navýšily o 7%.

Firma provozuje také velmi populární muzeum a kreativní dílny. Návštěvníci tak poznají, kolik lidské práce stojí za vytvořením jedné hračky.

■ **Obrat společnosti EFKO karton, s.r.o.,** byl 60 milionů Kč.

Zajímavosti: Firma je zaměřená převážně na hračky pro děti od dvou do sedmi let. Úzká specializace umožňuje vyvíjet a vyrábět hračky s vyšší vzdělávací hodnotou pro batolata, předškoláky i začínající školáky. Mezi nejznámější hračky patří kromě edukativních her a puzzle konstrukční stavebnice ROTO a zejména populární postavičky Igráček, jejichž výrobu firma odkoupila od zkrachovalé společnosti Igra a zachránila tím existenci legendární hračky u nás.

Revoluční novinku Igráček MultiGO představila firma pro období loňských Vánoc. Jde o ojedinělý systém výměny korbiček na Igráčkových nákladních a přívěsech. Za tuto originální hračku obdržela firma nejvyšší ocenění Gran Prix 2014 na výstavě For Toys, ale hlavně vysoké ocenění u obchodníků a koncových zákazníků.

EFKO kladé maximální důraz na kvalitu materiálů i zpracování, což se setkává s kladnou odezvou u partnerů i koncových spotřebitelů na vysoce konkurenčních trzích, jako je Německo, Holandsko, Francie, Španělsko, ale také Izrael nebo Japonsko. Podíl veškerého exportu činí 34 %, firma letos očekává jeho nárůst o dalších 17%.

■ Obrat společnosti Dino Toys

byl 121 milionů Kč. Obrat skupiny (Dino Toys + O.K. Oriens Karton) pak činil téměř čtvrt miliardy.

Zajímavosti: Loni uvedla společnost Dino na trh novou plastovou Tatra 148 na písek, která si okamžitě našla své zákazníky. Od uvedení hračky na trh bylo do konce roku 2014 prodáno 25 500 kusů. Hračka Tatra se také stala absolutním vítězem soutěže Nejlepší novinka roku 2015, která probíhala v rámci veletrhu For Toys v Praze Letňanech. Získala první cenu jak od odborné poroty, tak veřejnosti.

Novinkou v portfoliu firmy je projekt individuální zakázky, kdy si zákazník může přes webovou aplikaci na www.dinodarky.cz vytvořit v profesionální kvalitě puzzle, hru Člověče, nezlob se! nebo pexeso z vlastních fotek a obrázků.

Zřejmě nejznámější desková hra společnosti Dino – Dostihy a sázky je na trhu už 31 let. Za tu dobu se jí prodalo na 2,5 mil. kusů.



Novinka společnosti EFKO je Igráček MultiGO

Bohemia Energy opět dodává plyn Jablonci nad Nisou

Společnost Bohemia Energy, největší alternativní dodavatel energií v ČR, se pro rok 2015 stala opět dodavatelem zemního plynu pro statutární město Jablonec nad Nisou a jím zřizované, zakládané a podporované organizace. Bohemia Energy zakázku získala na základě výběrového řízení, v němž nabídla výhodnou cenu a zároveň kvalitní zákaznický servis. Kromě Jablonce nad Nisou zvítězila Bohemia Energy také v soutěži na dodavatele energií v městech Česká Kamenice a Studénka, kterým bude dodávat zemní plyn a v případě České Kamenice i elektřinu. U sdružených dodávek elektřiny a plynu pro Českou Kamenici činí úspora 677 000 Kč za období dvou let.

V roce 2015 dodá Bohemia Energy městu Jablonec nad Nisou celkem cca 11 948 MWh zemního plynu a pomůže mu tím stejně jako v roce 2013 snížit náklady na provoz městských organizací, které platí za plyn v budovách v majetku města. Jsou to např. mateřské a základní školy, dům dětí a mládeže, umělecká škola, městská sportoviště, knihovna, centrum sociálních slu-

žeb, technické služby, kulturní a bytové domy či budovy magistrátu.

„Nákup energií v otevřeném výběrovém řízení se nám, jako efektivní způsob snižování výdajů z městského rozpočtu, osvědčil již v minulých letech. Ve výběrovém řízení na dodavatele plynu do městských objektů pro rok 2015, které proběhlo loni v létě, předložila nejvhodnější na-

bídku zahrnující kromě výhodné ceny i kvalitní zákaznický servis společnost Bohemia Energy,“ řekl náměstek primátora Jablonce nad Nisou Miloš Vele.

„Jsme rádi, že můžeme navázat na úspěšnou spolupráci z roku 2013, kdy Bohemia Energy také vyhrála otevřené výběrové řízení na dodávky zemního plynu pro Jablonec nad Nisou, a tím mu pomohla významně snížit náklady na energie v jeho rozpočtu,“ sdělil jednatel Bohemia Energy Jiří Písařík.

Mezi další významné zákazníky z řad municipalit, u nichž zvítězila Bohemia Energy ve výběrovém řízení na dodávku energií pro rok 2015, patří Studénka a Česká Kamenice. Oběma městům bude dodán zemní plyn, a to 5079 MWh České Kamenici a 2200 MWh Studénce. Česká Kamenice navíc v rámci sdružených dodávek

elektřiny a plynu odebere od Bohemia Energy také 780 MWh elektřiny.

„Nákup energií formou přímé soutěže se nám osvědčuje už od roku 2012, protože díky němu získáváme nejvýhodnější cenu, letos od Bohemia Energy. Soutěžením ceny na sdružené dodávky elektřiny a plynu ušetříme zhruba 677 000 Kč za období dvou let, na kterou je sjednána smlouva, ve srovnání s cenou původního dodavatele. Ušetřené finanční prostředky nyní můžeme použít na potřebné investiční akce ve městě, jako jsou např. opravy komunikací,“ vysvětlila starostka České Kamenice Hana Štejnárová a Lubomír Šobich, starosta Studénky, dodal: „Výdaje za plyn tvoří významnou položku v rozpočtu města. Rádi proto využíváme jakoukoli příležitost k úsporám, například veřejnou soutěž na dodavatele energií.“ (tz)

Tlak na marže pojišťoven: trendem jsou digitální kanály a pojištění na míru

Svět pojišťoven se v posledních letech mění. Na scéně se objevila nová generace zákazníků a pojišťovnictví zasáhla digitalizace. Tyto dva trendy budou vyžadovat změnu obchodního a provozního modelu pojišťoven.

Nová studie Roland Berger Strategy Consultants s názvem Nová generace pojišťovnictví ve střední Evropě odhalila současné trendy v oboru a identifikovala růstové příležitosti pro pojišťovny v příštích pěti až deseti letech. Studie zkoumala situaci na trhu pro pojišťovny v Polsku, v České republice, na Slovensku, v Maďarsku a v Chorvatsku a je založená na čerstvém průzkumu více než 1800 domácností.

Nové technologie změny pojištění motorových vozidel

V současné době dostupná technologie umožňuje poskytnutí pojištění na míru podle způsobu využití automobilu (UBI). „Tyto produkty jsou založené na faktickém používání a rizikovém profilu řidiče pojištěného vozidla,“ sdělil Jan Bureš, expert na finanční sektor společnosti Roland Berger Strategy Consultants. Pomocí špičkové technologie je možné monitorovat řidičské chování klientů a přiměřeně upravit předepsané pojistné. „Pojištění je levnější pro řidiče, kteří svá auta řídí pouze zřídka a na krátké vzdálenosti a kteří řídí bezpečně. Předepsané pojistné zbytku trhu se naopak musí zvýšit,“ vysvětlil Jan Bureš.

„Vidíme řadu příležitostí pro pojišťovny k vytvoření ekosystému okolo vozu, který jde za pouhé pojištění a nabízí služby s přidanou hod-

notou, jako je rezervace termínů v autorizovaných servicech nebo prevence dopravních nehod formou tipů bezpečné jízdy,“ dodal Jan Bureš. Trh střední a východní Evropy zde vykazuje veliký potenciál. Na základě průzkumu provedeném Roland Berger by až 15 milionů řidičů mělo zájem o přechod na pojištění podle využití vozu (UBI). Mezinárodní pojišťovací společnosti nesmí tento segment trhu ignorovat, ale revidovat svůj současný přístup a využít této příležitosti.

Internetová generace přináší revoluci v prodeji

Generace Y a Z reprezentují všechny osoby mladší 35, resp. 20 let věku. Reprezentují veliký potenciál pro mnoho oborů, ale také přináší generační zlom do nabídky pojišťoven, protože vynášejí velmi odlišné hodnoty, mají odlišný životní styl a chování. Do roku 2025 budou generace Y a Z zaujímat okolo 60 procent potenciálních klientů pojišťoven. Nicméně, využití tohoto tržního potenciálu nebude jednoduché, protože tito zákazníci jsou velmi soběstační, umí využívat digitální kanály ve svůj prospěch a jsou také citlivější na cenu než starší generace.

Toto má nevyhnutelné důsledky pro marketing a prodej pojištění. „Budoucí úspěch pojišťovny bude záviset na schopnosti porozumět chování a psychologii těchto nových generací a úměrném přizpůsobení nabídky,“ tvrdí Ákos Újlaki, spoluautor studie. „K získání těchto věkových skupin musí pojišťovny vytvořit solidní



Foto Freeimages

dovednosti v e-commerce, vystavět modulární produktová portfolia a zvládnout onlinový cross- a up-selling. Nicméně, i nové generace budou vyžadovat tradiční kanály, jako jsou vázaní agenti. Ti už jsou ale vnímáni spíše jako poradci pro rizika a investice, než zprostředkovatelé pojištění,“ potvrdil Ákos Újlaki.

Rostoucí tlak na marže

Rostoucí převaha online prodejních kanálů nutí pojišťovny ke zvýšení transparency ceno-

tvorby a komunikace. Mladí zákazníci většinou používají fóra na sociálních sítích a webové „srovnávače“, aby se dozvěděli o pojišťovacích produktech. Pojišťovny musí učinit své internetové stránky uživatelsky mnohem příjemnějšími. Produkty musí být dobře popsány a s možností okamžitého nákupu. „Trend digitalizace bude posilovat především v případě jednoduchých produktů jako např. pojištění vozidel či majetku,“ řekl Jan Bureš. „Zákazníci se budou orientovat na nové formy digitálních kanálů a budou schopni tyto jednoduché produkty posoudit, porovnat a poté i zakoupit nejen po internetu, ale i prostřednictvím aplikace chytrých telefonů.“

Digitalizace představuje hlavní výzvu pro pojišťovny díky svému vlivu na chování zákazníků. Jedním z hlavních dopadů je zaměření na cenu u mladších zákazníků. Jejich schopnost rychle online porovnat předepsané pojistné vede k nevyhnutelnému zesílení cenové konkurence. Pojistné se jako služba stále více standardizuje a stává se dostupnějším. To má negativní dopad na pojišťovací marže, neboť se diferenciací mezi poskytovateli stává stále složitější. „K dosažení ziskového růstu v příštích letech, i navzdory tomuto trendu, musí pojišťovny ve střední a východní Evropě postupně upravovat své obchodní modely v souladu s potřebami nových zákazníků a přinášet nové služby s přidanou hodnotou, které jim umožní vyhnout se nástrahám komoditizace,“ dodal Jan Bureš.

Celé znění studie naleznete na stránkách www.rolandberger.cz. (tz)

INZERCE

1. VOX a.s.
Vzdělávací a poradenská společnost
Senovážné nám. 978/23, Praha 1

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

NÁKLADY A VÝNOSY – ÚČETNÍ A DAŇOVÉ ASPEKTY

12. 3. 2015
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Petr Kout, CSc., Tomáš Libal
KÓD: 1500030 CENA: 2 490 Kč

SVĚRENSKÝ FOND (TRUST) – PRÁVNÍ, ÚČETNÍ A DAŇOVÝ POHLED

13. 3. 2015
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Lucie Josková, Ph.D., LL.M.
ÚČETNÍ A DAŇOVÁ ČÁST • Ing. Jindřich Trupl
KÓD: 1502720 CENA: 2 190 Kč

DISKRIMINAČNÍ OTÁZKY U VÝBĚROVÝCH ŘÍZENÍ ANEB KAM AŽ MŮŽEME DOJÍT S DOTAZY NA TĚLO

16. 3. 2015
PŘEDNÁŠÍ: Mgr. Radka Ehrenbergerová
KÓD: 1521360 CENA: 3 290 Kč

SRÁŽKY ZE MZDY, EXEKUCE, OSOBNÍ BANKROT

25. 3. 2015
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Růžena Klímová
KÓD: 1502430 CENA: 2 290 Kč

ZÁKON O STÁTNÍ SLUŽBĚ

31. 3. 2015
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Miroslav Bělecký
KÓD: 1506110 CENA: 1 990 Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH.



VÍCE INFORMACÍ NAJDETE NA

WWW.VOX.CZ

Jednorázové produkty Allianz vydělaly klientům za šest let přes 50 %

Investiční životní pojištění – ano, či ne? Tento produkt zažil velký boom kolem roku 2010 v reakci na vývoj na kapitálových trzích, v posledních letech je jeho obliba nižší, ale stabilní. Třeba i proto, že má celou řadu „pro“ – umožňuje poskládat životní pojištění na míru, má vysokou flexibilitu a nižší cenu pojistné ochrany než čistě rizikové pojištění. Na váze „proti“ obvykle stály výnosy z investic, které nedosahovaly takových částek jako v podílových fondech nebo v jiných, typicky investičních produktech. Ale není tomu tak vždy. Důkazem je Allianz PETROLinvest, který právě dospěl do výplaty a svým klientům vydělal za uplynulých šest let více než 50 %!

Produkty investičního životního pojištění Allianz PETROLinvest a Allianz PETROLinvest 2 zhodnotily za šest let klientům vložené prostředky o 52,5 % (tj. 7,3 % p.a.), resp. 63,7 % (8,6 % p.a.). Výnos byl odvozen od vývoje ceny ropy, tedy od vývoje cen jedné z nejvýznamnějších strategických surovin na světě.

„V případě Allianz Petroinvestu bylo k vloženým prostředkům na konci období připsáno maximální možné zhodnocení. Potenciál výnosu Allianz PETROLinvestu 2 byl navíc doplněn jednoduchým mechanismem TWIN-WIN a maximální zhodnocení nebylo nijak omezeno, díky čemuž se vložené prostředky zhodnotily dokonce o 63,7 % za šest let. Oba produk-

ty z řady tzv. chytrých investic, které si sjednalo téměř 2770 klientů, tak dosáhly nadprůměrného zhodnocení navzdory klesající ceně ropy během posledních měsíců,“ uvedl Martin Podávka, ředitel oddělení životního pojištění Allianz.

Allianz aktuálně nabízí již 18. produkt jednorázového investičního životního pojištění. „Vždy jsme se snažili přicházet s novými řadami jednorázových produktů a různými investičními strategiemi, které zohledňovaly současnou, ale zejména budoucí situaci na trhu tu kterou tranší. Portfolio našich produktů svědčí o tom, že zaměření produktů se v čase měnilo, podobně jako trhy, a že se vyplatilo i to, že jsme „nesázeli“ na stejné karty,“

doplňuje Robert Mareš, investiční manažer Allianz. Aktuálně mohou zájemci o chytrou investici využít až do 27. března nabídku světových „titánů“ a zhodnotit investice v jednorázovém investičním pojištění TITANinvest 3. Opět nabízí střednědobý horizont investic na šest let, bezplatnou ochranu pro případ smrti následkem úrazu a 95% kapitálovou ochranu investované částky. Výnos bude odvozen od výkonnosti akcií celkem 12 velkých společností, které ve svém oboru patří mezi nejvýznamnější. Patří mezi ně například Pfizer, Siemens, General Electric, Munich Re a další.

Jednorázové investiční produkty dokazují, že jsou vyhledávanou investiční příležitostí pro klienty, kteří u své pojišťovny hledají pojistnou ochranu i ochranu jí svěřených prostředků. Obě tyto vlastnosti v sobě nesou produkty tzv. chytrých investic. K tomu nabízejí atraktivní investiční příležitosti se zaměřením na komodity, jako jsou ropa nebo zlato, investování do potenciálu rozvíjejících se zemí nebo naopak investice do renomovaných a prověřených společností. (tz)

HK ČR nesouhlasí s návratem k proplácení nemocenské za první tři dny nemoci

Hospodářská komora ČR má zásadní výhrady k aktuálnímu úmyslu vlády vrátit se ke zrušenému systému proplácení nemocenské za první tři dny nemoci.

„Pokud vláda přijde s návrhem, že nemocenskou za první tři dny má znovu hradit zaměstnavatel, budeme jako aktivní reprezentanti zájmů 14 000 živnostníků, malých, středních a velkých firem rozhodně proti. Nemůžeme souhlasit s návratem k systému, který by znamenal okamžitě a jistě nemalé

zvýšení nákladů zaměstnavatelů, jakkoliv se hovoří o tom, že by úhrady byly ve srovnání s minulostí nižší. V době, kdy ožívování ekonomiky je zatím dost křehké, podnikatelské sféře neprospívá jakékoliv zvýšení nákladů. Třeba i v podobě vyšších odvodů na nemocenské pojištění, které je podle dosa- vadních informací rovněž ve hře,“ konstatoval prezident HK ČR Vladimír Dlouhý.

Srovnání statistik před a po zavedení tzv. karenční lhůty dokazuje pokles počtu dočasných pracovních neschopností. Zatímco před jejím zavedením v roce 2007 jich

bylo ukončeno 2,86 milionu, o pět let později už to byla méně než polovina. O necelou polovinu klesl i počet dnů na nemocenské. „Návrat k proplácení prvních třech dní nemoci by kromě jiného zvyšoval morální hazard zaměstnanců. Tedy nejen že by přispíval k vyšší nemocnosti, a tím k horšímu využití pracovní doby, ale také k podceňování zdravotní prevence na straně zaměstnanců,“ dodal Vladimír Dlouhý s tím, že tento názor bude HK ČR aktivně prosazovat na všech úrovních, na kterých se bude zmíněný návrh vlády projednávat. (tz)

Manažerská špička kritizuje školství: nevzdělává pro praxi

Špičkoví čeští manažeři hodnotí český vzdělávací systém v návaznosti na potřeby trhu práce velmi kriticky. Vyplynulo to z ankety mezi finalisty dvou posledních ročníků soutěže Manažer roku, nejstarší a nejprestižnější české manažerské soutěže, která má za sebou již 21 let.

Prakticky bez výjimky jsou manažeři nespokojeni s učňovským školstvím, které není nastaveno tak, aby uspokojilo poptávku firem. Mnohé obory podle nich neexistují vůbec, z dalších vychází minimum absolventů, a i ti jsou nezřídka nedostatečně připraveni.

Jen o málo lepší názor mají manažeři na střední odborné školství. Firmy si často zájemce o práci přeskolují, ty větší někdy zakládají vlastní učňovské a střední školy.

Zásadní problém je vedle kvality absolventů samotné nastavení vzdělávacího systému, který dlouhodobě neodpovídá potřebám

trhu práce. „Naše školství je v krizi a vychovává nezaměstnatelné lidi. To je pro průmysl velký problém. Proto máme mimo jiné vlastní střední školu a gymnázium,“ řekl Manažer roku 2012 Jan Světlík, předseda představenstva a generální ředitel společnosti Vítkovice Holding a.s.

Pokud jde o vysoké školy, názory na kvalitu absolventů se různí, ale shodují se v tom, že absolventů technických vysokoškolských oborů je málo. „Technické vysoké školy si ve většině udržely slušnou úroveň přípravy studentů, nicméně je jich velký nedostatek,“ řekl Manažer roku 2013 Karel Žďárský, generální ředitel a předseda představenstva společnosti Farnet a.s.

Podle tuzemských manažerů je celkově vysokoškoláků příliš mnoho a nejsou prakticky použitelní, mnohé obory jsou „bezobsažné“. Shodují se i v tom, že příliš vysoký je i počet středoškoláků na oborech s maturitou, což má dopad na degradaci úrovně studia a následně poškozuje i schopné studenty.

Mezi důvody úpadku školství manažeři uvádějí zejména laxnost předchozích vlád a jejich názor, že „trh vše vyřeší“, menší zájem samotných žáků a jejich rodičů o technické obory, dotaci na žáka, která nutí školy přijímat a nechat procházet i ty, kteří obor dobře nezvládají, nedostatečné finanční ocenění a nízkou prestiž učitelské profese. Školy podle manažerů vychovávají „pro minulost“, výuka je nezřídka zastaralá v teorii a často nepropojená s praxí.

Školství má podle tuzemských manažerů špatnou strukturu, zejména střední a vysoké soukromé školy, ale i jednotlivé obory vznikají bez vlivu státu a zaměstnavatelů.

Školství trpí nadbytkem koncepčních změn zejména na základním a středním stupni, které nevedou ke zlepšení. Motivace studentů a učňů je nedostatečná, jednou z cest jsou stipendia.

Školy neučí studenty tvůrčímu myšlení, samostatnosti, řešení problémů. Absolventi

mají podle manažerů nedostatečné vzdělání v cizích jazycích i v matematice a postrádají logické myšlení.

Jen výjimečně se vyskytl názor, že situace se začíná lepšit, výjimečně bylo rovněž zmíněno, že jde o celoevropský problém. Ojedinele zaznělo, že školy jsou dimenzovány na větší počty žáků a nereagovaly na dlouhodobý populační pokles.

„Velký počet škol a způsob jejich financování vede k tomu, že školy se stávají rukojmími žáků. Ve spojení s odbouráním duálního systému vzdělávání v učňovských oborech to má za následek, že klesá úroveň vzdělání a chybí odborníci, především v technických oborech. Podniky tedy kooperují již dnes se školami, jde ale o osamocená řešení. Stát tomu musí dát ucelenou koncepci, pokud chce udržet konkurenceschopnost české ekonomiky,“ shrnula problematiku Manažerka roku 2012 Olga Kupec, jednatelka a majitelka společnosti Abydos s.r.o. (tz)

Uzavření velkých prodejen poškodí zaměstnance, spotřebitele i stát

Hospodářská komora České republiky a Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR dlouhodobě a zásadně nesouhlasí s úmyslem některých českých zákonodárců zakázat ve vybraných dnech prodej v obchodech s plochou větší než 200 m². Návrh zákona o prodejní době v maloobchodě a velkoobchodě je podle názoru uvedených profesních uskupení diskriminační a nechrání nejen podnikatele, ale ani zaměstnance a spotřebitele.

Jakákoliv regulace prodejní doby zákonem je neodůvodněným zásahem státu do soukromoprávních vztahů podnikatelských subjektů. Tvzení, podle kterých je v ČR nejliberálnější maloobchodní prostředí v rámci EU, jsou zavádějící. Podle oficiálních údajů otev-



rací dobu obchodů kromě ČR nereguluje dalších deset zemí EU. Sedm států EU reguluje otevírací dobu jen částečně, bez specifického právního předpisu. Pouze deset zemí EU pak reguluje otevírací dobu maloobchodu administrativně.

Uzavření velkých prodejen by pro jejich pracovníky znamenalo kratší pracovní dobu, a tím i nižší mzdy. Pokud by byly stávající mzdy takovým pracovníkům zachovány, je logické, že by část zaměstnanců velkých prodejen musela být propuštěna. Tuto skutečnost si uvědomilo Maďarsko v momentě, kdy se proti omezení otevírací doby velkých obchodů zvedla vlna odporu, která vyústila do masivní petice protestujících. V čele těchto aktivit jsou přitom maďarští odboráři – představitelé zaměstnanců v maloobchodních sítích. Což je zcela opačný postup, než jaký volí odboráři v ČR.

Připravovaný zákon však bude mít dopad nejen na prohloubení nezaměstnanosti, ale i na oblast cestovního ruchu a na celou ekonomiku ČR. Nejde o fikci – možné dopady totiž vyčíslilo sousední Slovensko.

Podle Ministerstva financí Slovenské republiky by se uzavření velkých prodejen projeвило poklesem HDP ve výši 0,26 procenta. I když je slovenský zákon „o povinnom odpočinku v nedeľu“ koncipován v širším kontextu než uvažovaný český zákon, lze na základě modelové modifikace slovenského kroku do českých podmínek předpokládat denní propad tržeb v uzavřených maloobchodech zhruba ve výši 700 milionů korun, včetně propadu odvodů DPH. Státní rozpočet ČR by tak přišel ročně o stovky milionů korun za situace, kdy všechny strany vládní koalice mluví o potřebě efektivnějšího výběru daní. (tz)

Sociální podnik nabídl práci propuštěným vězňům

Reintegraci odsouzených se obecně prospěšná společnost CPPP o.p.s. věnuje již zhruba pět let. Původní idea přitom byla taková, že CPPP o.p.s. zajistí klientům z řad odsouzených kurzy dřevovýroby či kovovýroby a poradenství po propuštění. Samotná pracovní místa pak měly poskytnout výrobní firmy zejména ze Středočeského kraje. Jenomže praxe byla výrazně složitější – a proto vznikl sociální podnik Pointex Plus, s.r.o.

Sociální podnik Pointex Plus, s.r.o., byl založen roku 2013 jako stavební firma, specializující se na drobné stavební práce, komunální služby různého druhu a zahradnické práce. Spolu s CPPP, o.p.s. jej založila stavební firma JP Tech, s.r.o., která fungovala jako poskytovatel know-how.

„Založení společnosti Pointex Plus, s.r.o., bylo z naší strany chápáno jako jakási ‚z nouze ctnost‘ a zároveň jako experiment, který měl ukázat, jak lze spojit sociální podnikání s reintegračními projekty,“ vysvětlil Jaroslav Kovář z CPPP, o.p.s.

CPPP, o.p.s. totiž původně vůbec neměla v plánu sociální podnik zakládat. Vycházela přitom z předpokladu, že absolventy rekvalifikačních kurzů z řad odsouzených normálně absorbuje trh práce, který jak známo trpí značným nedostatkem pracovníků v někte-

rých profesích. Právě na tyto profese byli přitom odsouzení rekvalifikováni.

„Nemohu si pomoci, ale v tomhle bodě cítím neustále mírné rozpaky. Zaměstnavatelé na jednu stranu volají po změnách ve školství či liberalizaci emigrační politiky, protože jim chybí pracovníci pro některé obory. A když jsme jim tyto pracovníky nabídli, byl zájem zprvu poměrně vlažný. A my jsme přitom potřebovali k určitému datu absolventy kurzů zaměstnat,“ řekl Jaroslav Kovář.

Řešením se nakonec ukázalo založení sociálního podniku, který klienty reintegračních programů zaměstnal a začal pro ně shánět zakázky. A to se ukázalo jako dobrý nápad, protože tyto aktivity byly od začátku úspěšné. Pointex Plus, s.r.o. tak mimo jiné zahájil spolupráci se společnostmi Technická správa města Žatec, s. r. o., Wastemat s.r.o. či HARGO a.s. Zaměstnanci Pointex Plus, s.r.o. tak například čistili koryto řeky Ohře, pracovali na recyklaci odpadů či na údržbě městské zeleně v Žatci.

Pointex Plus, s.r.o., byl součástí projektu, realizovaného v rámci Evropského sociálního fondu a Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost. Podnik po celou dobu svého

fungování zaměstnával 8 klientů z řad bývalých odsouzených, a to průměrně po dobu osmi měsíců. Celkově se tak v Pointexu Plus s.r.o. vystřídal 26 zaměstnanců. „Pointex Plus, s.r.o., ukázal, jaké postupy jsou při za-

městňávání odsouzených a jejich reintegraci do společnosti neúčinnější. Aktivita CPPP, o.p.s. v oblasti reintegrace odsouzených tím samozřejmě nekončí, právě naopak,“ uzavřel Jaroslav Kovář. (red) ■■■



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST



PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Pro český automobilový průmysl byl rok 2014 rokem rekordů

V České republice bylo v roce 2014 vyrobeno celkem 1 277 875 ks silničních vozidel, z toho 1 252 293 motorových a 25 582 přípojných. Jde o nejvyšší roční produkci vozidel v dosavadní historii České republiky či Československa.

Podle údajů jednotlivých výrobců bylo v České republice za rok 2014 poprvé v historii vyrobeno více než 1 240 000 ks osobních automobilů (včetně malých užitkových). Odhady prováděné ve 4. čtvrtletí 2014, které předpokládaly produkci na úrovni přes 1 200 000 vozidel, byly překonány o více než 40 000 ks. Na celkové výrobě osobních automobilů participovali v roce 2014 celkem tři výrobci: firma Škoda Auto se na výrobě podílela 59 %, firma HMMC Nošovice necelými 25 % a TPCA Czech více než 16 %. Počet vyrobených osobních automobilů na 1000 obyvatel dosáhl hodnoty 118,4 ks (v roce 2013 to bylo 107 OA/1000 obyv.).

„Celkový počet 1 246 506 ks v ČR vyrobených osobních automobilů potvrzuje, že tuzemské automobilky využily oživení na trzích v Evropě a uplatnily se i na dalších světových trzích. K očekávanému zvýšení produkce došlo ve Škoda Auto (+15,01 %), úspěšně pokračovalo předpokládané zvyšování výroby ve společnosti TPCA Czech (+9,71 %) a společnost Hyundai Motor Manufacturing Czech (HMMC) Nošovice vykázala produkci mírně nad stávající plnou

výrobní kapacitou (+1,31 %),“ uvedl k dosaženým výsledkům prezident AutoSAP Ing. Martin Jahn a pokračoval: „Rok 2014 je tak možno považovat za další mezník ve výrobě vozidel v České republice. Jde o historicky rekordní roční výrobu silničních vozidel a současně o potvrzení vysoké konkurenceschopnosti tuzemských výrobců a dlouhodobě pozitivního trendu. S výjimkou roků 2012 a 2013 výroba vozidel od roku 2003 každoročně rostla.“

K dalšímu historickému rekordu došlo v roce 2014 i v produkci autobusů, kterých bylo v ČR vyrobeno celkem 3891 ks. Nejvyšší roční výroba autobusů z roku 2013 (3691 ks) tak byla překonána o 200 ks. Společnost Iveco Czech Republic dosáhla oproti roku 2013 nárůstu produkce o 3,82 % (podíl na celkové produkci přitom činil 84,5 %) a firma SOR Libchavy vyrobila o 16,6 % více autobusů než v roce 2013 (podíl na produkci 14,2 %). Ostatní tuzemští výrobci se na výrobě autobusů podíleli 1,3 %.

Po téměř 50% poklesu výroby nákladních vozidel v roce 2013 (vlivem ukončení výroby v Avia Ashok Leyland Motors) bylo v roce 2014 kopřivnickou společností Tatra Trucks vyrobeno 821 ks vozidel, což představuje nárůst produkce o 7,6 %.

U přípojných vozidel kategorie O3 a O4 (přívěsy a návěsy) došlo oproti roku 2013 ke zvýšení výroby o 30,5 % na celkem 1633 ks (u firmy PANA-NAV došlo k růstu o 18,6 % a u společnosti Schwarzmüller o 36,3 %). V souhrnu za oba vý-

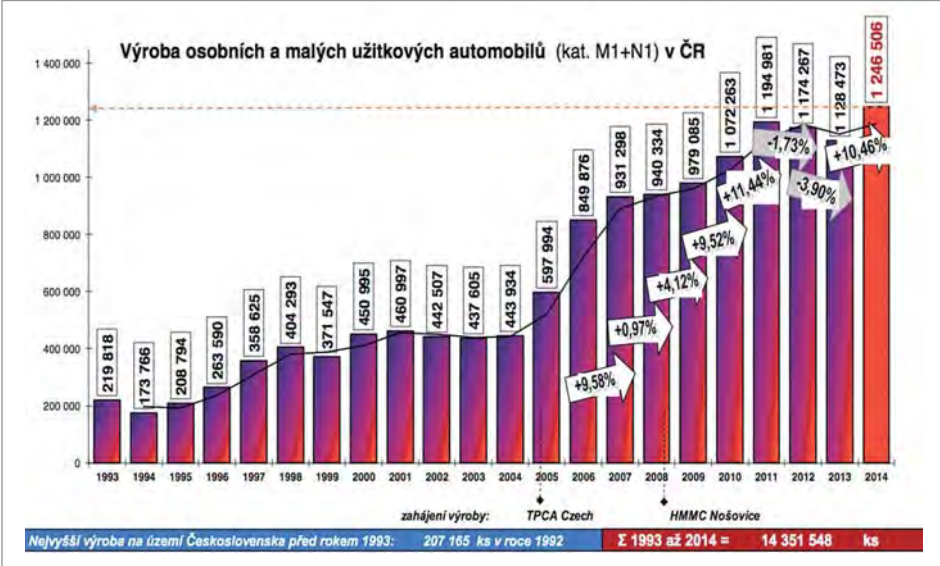
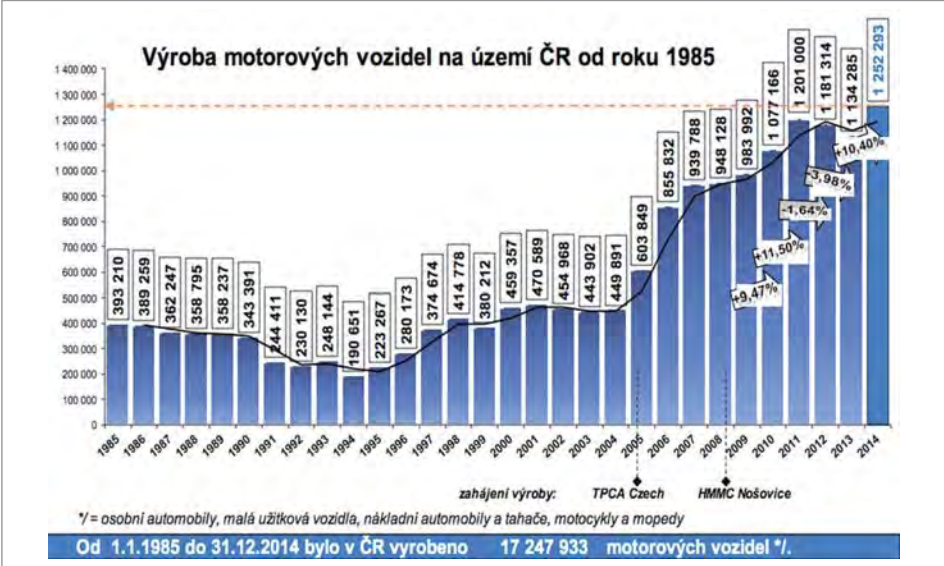
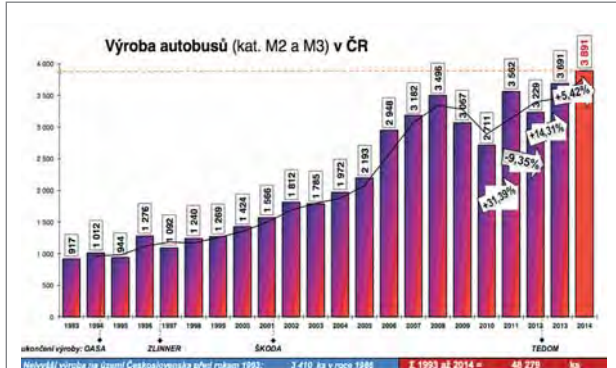
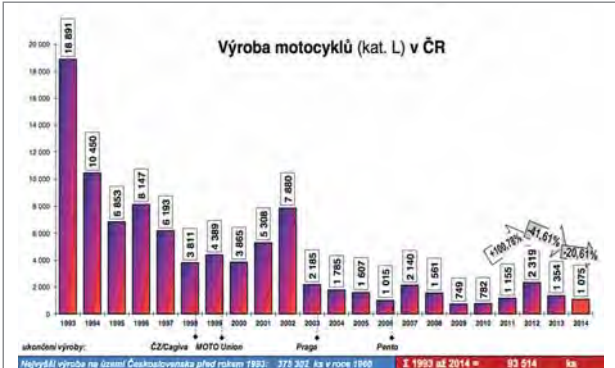
VÝROBA SILNIČNÍCH VOZIDEL V ČESKÉ REPUBLICE 2014/2013

kategorie vozidel	výroba za leden–prosinec		nárůst/pokles 2014/2013
	2014	2013	
osobní + malá užitková (M1 + N1)	1 246 506	1 128 473	+10,46 %
užitková/nákladní, tahače, podvozky (N2 + N3)	821	767	+1,04 %
autobusy (M2 + M3)	3891	3691	+5,42 %
motocykly (L)	1075	1354	-20,61 %
celkem motorová vozidla	1 252 293	1 134 285	+10,40 %
přívěsy a návěsy (O3 + O4)	1633	1251	+30,54 %
přívěsy a návěsy (O1 + O2)	23 949	19 142	+25,11 %
celkem přípojná vozidla	25 582	20 393	+25,45 %
silniční vozidla celkem	1 277 875	1 154 678	+10,67 %

robce se jde o nejvyšší roční výrobu za uplynulých šest let (od roku 2009). Rekordní byla i produkce přípojných vozidel kategorie O1 a O2 (firma AGADOS), kterých bylo vyrobeno 23 949 ks, což znamená meziroční nárůst o 25,1 %. Výroba této kategorie vozidel je sledována od roku 1998. Jedinou kategorií, kde došlo k poklesu, je produkce motocyklů, kde firma JAWA vyrobila celkem 1075 strojů, což je o 20,6 % méně než v roce 2013.

„Nárůst celkové výroby vozidel měl pozitivní dopad i na české dodavatele skupin a dílů vozidel, což se určitě projeví i ve zvýšení objemu produkce a exportu těchto výrobců. Očekávám,

že letošní čísla o celkové výrobě vozidel v ČR by mohla být ještě o něco vyšší, ale dynamika růstu již zřejmě nebude taková jako v roce 2014. Další vývoj závisí na řadě vnějších faktorů, rozhodující bude vývoj na hlavních světových trzích. Z vnitřních činitelů nutno opětovně poukázat na problematiku technického vzdělávání a dostupnosti kvalifikované pracovní síly. AutoSAP se proto v této oblasti dlouhodobě aktivně angažuje a doufá, že rok 2015, vyhlášený jako rok průmyslu a technického vzdělávání, již přinese i konkrétní výsledky,“ uzavřel hodnocení Martin Jahn. (tz)



NH Car prodal více aut

Společnost NH Car předala v uplynulém roce svým zákazníkům celkem 5184 vozů, což představuje meziroční nárůst o 7,2 %. V rámci pestrého portfolia značek Volkswagen, Škoda, Kia a Fiat byl nejprodávanějším modelem vůz Škoda Octavia.

Společnost NH Car svým loňským výsledkem potvrdila pozici jednoho z největších tuzemských automobilových prodejců, když ve srovnání s rokem 2013 prodala českým zákazníkům o 348 vozů více. S celkovým prodejem 5184 by

se NH Car neztratil ani ve statistikách registrací nových automobilů na úrovni importérů.

„Nejlepším věrnostním programem pro zákazníky je poskytování všech služeb na té nejvyšší úrovni. To ve svém důsledku vede k tomu, že se k nám zákazníci rádi vrací a přivádějí s sebou i své známé a přátele. Tento náš vstřícný osobní přístup ke každému klientovi se samozřejmě pozitivně projevuje i na prodeji, a proto bych velmi rád poděkoval všem našim zákazníkům. Budu rád, pokud nám i nadále zachovají přízeň,“ řekl Vít Pěkný, generální ředitel společnosti NH Car.

Společnost NH Car vybojuje z běžných českých standardů také řadou významných aktivit. V roce 2014 měla skupina NH Car největší prezentaci na výstavě Autoshow Praha a rovněž byla partnerem velmi populární ankety Český slávik Mattoni.

Neméně pestrý program je přichystán i pro letošní rok – koncem března se bude v areálu NH Car na Strahově konat velký den otevřených dveří, během něhož se představí zhruba 40 modelů všech čtyř prodávaných značek a pro návštěvníky budou přichystány zajímavé atrakce. Poslední dubnový víkend poskytne strahovský areál NH Car zájemci prestižní veteránské rallye 7 Castles Trial a v plánu je samozřejmě také účast na pražské výstavě Autoshow.

NH Car se svými obchodními a servisními aktivitami řadí mezi přední autorizované

prodejce značek Volkswagen, Škoda, Kia a Fiat a opravny vozů Volkswagen, Škoda, Audi, Kia a Fiat. Společnost byla založena 20. srpna 1991 a v současnosti má tři prodejní a servisní místa – v Praze 6 na Strahově, v Praze 9 na Černém Mostě a v komerční zóně Příhonice, v nichž celkem pracuje přes 140 zaměstnanců. Během uplynulých 24 let prodal NH Car na českém trhu více než 55 000 vozů a jeho prodejních či servisních služeb využilo přes 100 000 klientů.

V roce 2014 si nový automobil od společnosti NH Car zakoupilo téměř 5200 zákazníků. Společnost NH Car, s.r.o. je držitelem certifikátu kvality ISO 9001:2008 pro kvalitu a jistotu poskytovaných služeb a dále pak získala Ekologické osvědčení společností Škoda Auto a ISES. (tz)

Skláři a keramici z Čech jsou zdatní vývozcí



Sklářský a keramický průmysl jsme vždy považovali za rodinné stříbro, které nám může závidět celý svět. Ale časy se mění i v tomto odvětví a české sklo a keramika musí tvrdě bojovat o místo na slunci. Chtěli jsme vědět, jak se to daří. Pro odpovědi jsme zašli za tajemníkem Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR Markem Novákem.

Československo patřilo ke sklářským a keramickým velmocím. Platí to stále a v čem je dnes situace jiná než před čtvrt stoletím?

Sklářský a keramický průmysl patří k nejstarším tradičním průmyslovým odvětvím v České republice, který od svého počátku prošel dlouhým a zajímavým historickým vývojem. Toto odvětví je silně proexportně zaměřeno, má poměrně dobrou dostupnost tuzemských surovinových zdrojů.

Situaci posledního čtvrtstoletí asi nejvíce ovlivnil vstup České republiky do Evropské unie v roce 2004. Před tím dosahoval sklářský a keramický průmysl v ČR vysoké produkční úrovně, založené na soustavném zvyšování produktivity práce. Avšak v této době už začala pomalu narůstat vnější konkurence z východní Evropy, a hlavně z Asie, vyznačující se především masovou produkcí levnějších výrobků. Po roce 2006 se v odvětví začala projevovat orientace na inovace, a ukázala se být správnou cestou i ve vztahu k novým vnějším podmínkám. Kromě změn podmínek na trhu začaly mít vliv také nová evropská pravidla a směrnice, nárůst cen energií a tlak na pružnost a rychlost v rozhodování jednotlivých firem ve vztahu k rostoucí síle asijských importů.

Příchod finanční krize, jejíž dopad byl obzvláště na sklářský a keramický průmysl nebyvale tvrdý, a to nejen z hlediska jeho vysoké proexportní orientace, ale také vzhledem k jeho závislosti na celé řadě navazujících průmyslových odvětví, kam sklářský a keramický průmysl své výrobky dodává. Dané ekonomické problémy, odbytové potíže a zvyšující se náklady výroby vedly k vyhlášení řady konkurzů. V některých případech se následně podařilo sklářskou výrobu obnovit – např. Crystal Bohemia a.s., Crystalex CZ s.r.o. či Kavalierglass, a.s. Tyto firmy pokračují ve výrobě skla ve zcela jiném rozsahu a za jiných ekonomických podmínek. Všechny firmy se dnes výrazně zaměřují na oblast inovací a investují do vývoje nových výrobků a technologických postupů.

Sklo a keramika jako tradiční materiály musí čelit konkurenci plastů. Kde zůstanou nadále konkurenceschopné a co musí dělat, aby nadále obstály?

Je otázkou, zda i dnes jsou plasty stále konkurencí pro sklo. Sklo je tradiční materiál, který má své nezastupitelné místo v domácnostech, stavebnictví, automobilovém průmyslu, potravinářském a chemickém průmyslu a dalších oborech. Důvodem jsou neoddiskutovatelné vlastnosti, které jsou přínosem pro koncového zákazníka. Sklářský průmysl v České republice patří k těm odvětvím, která mají a budou mít v českém zpracovatelském průmyslu své nezastupitelné místo.

Jak se oboru dařilo loni? Krizi už má za sebou a dobře nakročeno k dalšímu růstu?

Nejdůležitější pro udržení a vývoj v oblasti sklářského a keramického průmyslu je export výrobků či sklářských a keramických polotovarů do ostatních zemí. Největšími středisky českého exportu je dlouhodobě Německo. Do Spojených arabských emirátů se vyvážejí skleněné perly, bižuterní sklo a bižuterie. Duté a užitkové sklo a porcelán se vyvážejí i do USA. Export je velmi citlivý na změny v ekonomické situaci, tudíž dopady budou znatelné ještě dlouhou dobu. Budoucnost záleží na přílivu nového kapitálu a také na udržení tradice.

Na konkrétní data za rok 2014 je zatím brzo. Dá se ale říci, že je situace ve sklářském průmyslu stabilizována a lze očekávat neměnnou situaci i v uplynulém roce 2014. Na firmy, které vyrábějí užitkové sklo, má dopad zhoršující se ekonomická situace v Rusku a v celém regionu obecně. Objem tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb sklářského průmyslu v roce 2013 činil 37,69 mld. Kč. Přímý vývoz v roce 2013 dosáhl 28,42 mld. Kč. V roce 2014 lze odhadovat zvýšení cca o 2,5 %.

Kam nyní asociace směřuje úsilí především, jaké největší úkoly před ní stojí?

Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR zastupuje a prosazuje zájmy svých členů vůči orgánům státní správy, organizuje vzájemnou spolupráci členů při řešení společných problémů. Je členem Svazu průmyslu a dopravy ČR a na úrovni Evropské unie je členem Glass Allinace Europe. Nedílnou součástí aktivit Asociace je i podpora povědomí o sklářském a keramickém průmyslu, a to i například prostřednictvím informačního portálu Sklo a keramika cz, kde jsou prezentovány informace z oborů skla, keramiky a porcelánu. Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR

byla založena v roce 1990 jako zájmové sdružení výrobců plochého, obalového, technického, užitkového a osvětlovacího skla, skleněných a minerálních vláken, užitkového porcelánu, užitkové a sanitární keramiky, obchodních organizací, výrobců strojů, strojně technologických zařízení a servisních organizací, odborných škol.

Důležité je udržet sklářský a keramický průmysl v tzv. seznamu rizika úniku uhlíku (Carbon leakage). U této problematiky koordinuje Asociace svoji činnost s evropským sdružením výrobců skla Glass Allinace Europe. Dále spolupracuje na připravovaném zákoně o výrobcích s ukončenou životností, zejména na části týkající se získání odpadového stavebního skla a skla z autovraků s cílem dosáhnout navrácení co největšího množství tohoto skla k recyklaci. Věnuje se také aktuální problematice REACH a zařazování látek, používaných jako sklářské suroviny.

Vidíte budoucnost sklářského a keramického průmyslu ČR optimisticky? Má dostatek mladé krve, kapitálu a prostoru k dalšímu rozvoji?

S výrobky ze skla se denně setkáváme a používáme je. Sklo má pro svoje široké použití, vlastnosti a možnosti zpracování nenahraditelnou úlohu v našem životě.

České sklo a keramika má v současné době ve světě, i přes problémy nestabilní ekonomické a politické situace a konkurenci levných skleněných výrobků z Asie, velmi dobré jméno, a to díky své kvalitě a historickému povědomí o umu českých sklářů.

Sklářský průmysl patří k tradičním odvětvím zpracovatelského průmyslu v České republice. Je výrazně proexportně orientovaný. Zahnuje výrobní obory plochého skla, obalového skla, skleněných vláken, užitkového skla a skupiny tzv. ostatního skla (technické, laboratorní a laboratorní přístrojové sklo, technické kuličky, skleněné průmyslové aparatury, ochranné svářečské sklo, optické sklo, stavební skleněné tvárnice, bižuterní polotovary a osvětlovací sklo). Sortiment jednotlivých výrobních oborů má jiného koncového uživatele. Výrobky plochého skla jsou určeny pro automobilový průmysl a stavebnictví, obalového skla pro potravinářský, chemický a farmaceutický průmysl, skleněných vláken jako tkaniny pro elektrotechniku, výtěžné systémy ve stavebnictví, jako zvukové a tepelné izolace. Užitkové sklo je používáno pro běžné denní použití domácností a veřejných stravovacích a pohostinských zařízení, luxusnější pak jako dekorace atd.

Firmy samozřejmě ve velké konkurenci stále vyhledávají nové trhy a modernizují výrobu. Jednou z výzev je i právě hledání kvalifikovaných zaměstnanců a zájemců o studium sklářských oborů na středních školách.

Z hlediska budoucího vývoje, závislém i na přílivu mladých lidí do tohoto oboru, má Česká republika výborně zvládnutý vzdělávací systém ve sklářském a keramickém odvětví. A to od středních škol až po vysoké školy a univerzity. Problémem je však přesvědčit mladé lidi o smysluplnosti skla a keramiky. Je důležité si uvědomit, že povědomí o sklářském a keramickém průmyslu se nezmění samo, a je tak za potřeby pozitivních zpráv.

Dá se odhadnout, jak bude vypadat obor za padesát, sto let?

Současný stav sklářského průmyslu je stabilní. Za posledních šest let se hodně změnilo, firmy ve sklářském průmyslu získaly nové zakázky a pracují na rozvoji technologií a kapacit, které využívají ve své výrobě. Například Crystalex CZ, s.r.o. v Novém Boru slaví pět let od obnovení výroby. V roce 2014 realizoval investice do výroby, probíhala výstavba nové vany spolu s modernizací výrobních linek. V lednu roku 2015 proběhlo spuštění nové vany a ve výrobě dojde opět k inovacím ke zlepšení stávající kvality. Také poděbradská sklárna Crystal BOHEMIA, a.s. oslavila loni 5. výročí od obnovení výroby olovnatého křišťálu a dále pracuje na rozvoji své výroby. I další sklářské firmy investují do moderních technologií, což je dobrým signálem pro sklářský průmysl do dalších let.

Sklářský průmysl citlivě reaguje na změny ekonomického a politického vývoje, a to nejen pro svoji proexportní orientaci, ale i vzhledem k závislosti na dalších průmyslových odvětvích tzn., že podle toho, jak se budou vyvíjet jednotlivé průmyslové odvětví, bude poptávka i po sortimentu sklářského průmyslu. Dalším faktorem je hospodářská situace v Evropské unii, hlavně v Německu. Tak jako ostatní odvětví průmyslu, trápí i sklářský průmysl stále se zvyšující vstupní ceny surovin a materiálů a ceny energií, nedostatečná tuzemská i zahraniční poptávka a vysoké náklady na práci.

Pro překonání všech „úskalí“ je proto pro firmy neměnná nutnost stále hledat cesty, jak se orientovat na kvalitní a moderní produkci s vysokou přidanou hodnotou, jak posílit inovace ve výrobě i v obchodní strategii.

připravil Pavel Kačer

INZERCE



CzechTrade je první volbou českých exportérů při vstupu a expanzi na mezinárodních trzích

- Informační servis pro exportéry
- Prezentace českých firem v zahraničí
- Exportní vzdělávání
- Profesionální exportní poradenství

www.czechtrade.cz



Firma AutoESA loni dobře prodávala

a rok 2015 očekává jako zlomový

V roce 2014 bylo ve všech autocentrech AutoESA prodáno celkem 10 562 vozidel, což je o 8 % více než v roce 2013. Výrazně se zvedá zájem o vozy značky Hyundai, Kia a Dacia. Firma zaznamenala také zvyšující se poptávku od zahraničních zákazníků, především německých a francouzských prodejců ojetých vozů. Ti v roce 2014 koupili téměř 5 % z celkově prodaných vozidel v AutoESA. Podle zástupců společnosti dojde v roce 2015 v České republice k výrazné konsolidaci trhu s ojetými vozy a k několika významným změnám, které by ve svém důsledku mohly ovlivnit celkovou kvalitu obchodu s ojetinami.

„Prodejní výsledky společnosti AutoESA byly ovlivněny především úspěšným vstupem do ostravského regionu a zvýšenou orientací společnosti na elektronický způsob obchodování,“ řekl Pavel Foltýn, ředitel strategického rozvoje AutoESA. V roce 2014 zaznamenala společnost 8,3 milionu návštěv na svých webových stránkách, což je nárůst o 20 % oproti roku 2013. Výrazně se také zvýšil počet internetových objednávek a rezervací vozů. Těchto rezervací bylo v roce 2014 zaznamenáno více než 53 000. Výrazný nárůst byl zaznamenán také v oblasti přístupů z mobilních zařízení, tedy tabletů a chytrých telefonů, a to nejen na webové stránky společnosti, ale také do speciální aplikace AutoESA vyvinuté právě pro tato zařízení.

ní. Nárůst přístupu z mobilních telefonů činil 90 % a z tabletů pak dokonce 107 %.

Největší zájem byl tradičně o vozy značky Škoda, Volkswagen a Ford. Výrazně se však zvýšila poptávka po vozech značek Hyundai, Kia a Dacia. Tyto vozy jsou zákazníci žádané pro jejich výborný poměr cena/užitná hodnota a také díky faktu, že mnohé vozy byly prodávány jako nové s pěti nebo sedmiletou zárukou. Ojeté vozy těchto značek jsou tak často nabízeny ještě s originální značkovou zárukou.

Podle zástupců společnosti bude rok 2015 pro celkový obchod s ojetými vozy zlomový. Někteří menší prodejci pravděpodobně neustojí administrativní a logistickou zátěž spojenou

s novou právní úpravou zákona 56/2001 Sb. a svoje podnikatelské aktivity utlumí. Zároveň dochází k uvolňování některých informací o vozidlech, především z databází a registrů Ministerstva dopravy ČR. „Domníváme se, že tato skutečnost povede především k omezení prodeje mezi občany, kde bylo riziko koupě stočeného vozu, nebo vozu s nejasným právním původem největší,“ uvedl Pavel Foltýn a dodal: „Prodeje se tak stále častěji budou přesouvat k specializovaným obchodníkům s ojetými vozy, podobně jak je to obvyklé v zemích Západní Evropy.“ Podle Foltýna může také krátkodobě dojít k poklesu celkově prodaných ojetých vozidel na českém trhu, neboť zákazníci budou lépe informováni o skutečném stavu konkrétního vozu a v mnoha případech určitý vůz nekoupí. „Rozhodnutí ministerstva dopravy zpřístupnit data o vozidlech považují za počín roku,“ komentoval příslušný krok Pavel Foltýn a pokračoval: „Věřím, že v brzké době dojde ze strany ministerstva, případně ostatních subjektů, k uvolnění dalších informací o ojetých vozech, a nákup ojetiny tak bude mnohem průhlednější a pohodlnější.“

Podle Pavla Foltýna, může být český trh s ojetými vozy ovlivněn v letošním roce i dalšími faktory: „Pokles kurzu koruny vůči euru omezí dovozy ojetých vozů ze zahraničí a naopak posílí vývoz ojetin z České republiky.“

AutoESA evidovalo v roce 2014 zvýšenou poptávku německých a francouzských obchodníků s ojetinami. Ti vykoupení téměř 5 % skladových zásob společnosti. Největší zájem byl o vozy Škoda a vozy francouzské výroby, tedy především Renault a Peugeot. Dalším faktorem, který patrně ovlivní trh s ojetými vozy, může podle Foltýna být i trvale klesající cena ropy, resp. pohonných hmot u čerpacích stanic. „Kdyby cena ropy dlouhodobě poklesla až k hodnotě 25 dolarů za barel, což například Saúdská Arábie vůbec nevylučuje, může dojít k takovému snížení cen pohonných hmot, který podpoří prodej vozidel s vyšším objemem motoru, vyšším výkonem a tedy i spotřebou. V České republice by se to týkalo pravděpodobně především vozidel kategorie SUV a offroad,“ informoval Pavel Foltýn.

V roce 2015 plánuje firma otevření dalších poboček a nárůst prodeje o 10–15 %.

ŠkoFIN uvádí na trh úvěrové produkty nové generace

Volkswagen Finance od ŠkoFINu přináší českým zákazníkům jako vůbec první na trhu finanční produkty nové generace, které kombinují úvěrové financování s doplňkovými službami a možností zůstatkově hodnoty. Po nedávno spuštěném operativním leasingu pro soukromé osoby, nově rozšířeném o další modely Golf, tak jde o další produkty, kterými ŠkoFIN potvrzuje růst významu nadstandardních služeb zákazníkům.

První produktovou novinkou je úvěr spojený se službami, který je uveden s příchodem nové generace modelu Volkswagen Passat. V rámci produktu totiž klient získá kromě atraktivního úročení a pojištění vozu i bezplatný komplexní servis vozu v síti autorizovaných servisů značky Volkswagen v České republice. Za komplexní servis je přitom považováno kromě servisních úkonů předepsaných výrobcem i běžné opotřebení a prodloužená záruka na dobu tří let či nájezdu 90 000 km.

„Úvěr se službami je kombinací klasického úvěru a výhod, které koncovým zákazníkům dosud přinášel pouze operativní leasing. Jde o ideální volbu pro ty, kteří chtějí vůz získat do osobního vlastnictví a zároveň chtějí využít hlavních výhod operativního leasingu, tzn. mít co nejméně starostí s jeho provozem a využít kvality autorizované sítě servisů Volkswagen,“

popsal novinku Petr Abrahámek, ředitel obchodu a marketingu ŠkoFIN.

„Především v posledních letech sledujeme rostoucí zájem Čechů o nadstandardní služby. Financování vozu už neznamena jen pořízení auta za fixní měsíční splátku – lidé chtějí mít s provozem vozu co nejméně starostí a finanční společnosti jim v tomto vycházejí vstříc,“ komentoval vývoj trhu Petr Abrahámek. S novým produktem hradí klient po dobu tří let pouze splátky, náklady na pohonné hmoty a zákonné povinnosti. O zbytek se v případě, že nedošlo k zavinění řidičem, stará ŠkoFIN a autorizovaný servis.

Zůstatková hodnota s nižší splátkou

Nový typ úvěru od Volkswagen Finance spojuje výhody vlastnictví, nízkou akontaci s možností častější výměny vozu. Vzít si úvěr dosud znamenalo uhradit prostřednictvím měsíčních splátek plnou hodnotu vozidla, to ale již zdaleka neplatí. Volkswagen Finance pro užitkové vozy připravil s novou možností, konceptem Business Mobility Programu, novou generaci úspěšného produktu FlexiFIN, který v roce 2013 získal ocenění Stříbrná koruna. Díky němu má klient možnost rozšířit své podnikání o nový vůz Caddy již za 3599 Kč měsíčně. Protože je vůz v majetku podnikatele od počátku, může si plátce DPH nárokovat u finančního úřadu zaplacenou daň ve výši 21 % z ceny vozu ihned zpátky a tím snížit dopad do cash flow.

MODELOVÝ PŘÍKLAD PRO VOLKSWAGEN POLO 1.0 CL		
Pořizovací cena vozu	294 900 Kč	
Akontace	100 000 Kč	
Délka financování	24 měsíců	
Zůstatková hodnota v %	50 %	0 %
Zůstatková hodnota v Kč	147 450 Kč	0 Kč
Výše splátky včetně pojištění	2999 Kč	9315 Kč

Podobné řešení mají klienti nově k dispozici i pro financování osobních vozů. „Zákazník si při sjednání smlouvy může určit zůstatkovou hodnotu až ve výši 60 %. Znamená to pro něj, že během doby financování, v případě nulové splátky předem, splácí pouze 40 % ceny vozu a výše splátky je tak výrazně nižší,“ dodal Petr Abrahámek.

Po uplynutí doby splácení má zákazník možnost zbylou částku:

- doplatit hotově,
- rozložit si ji do dalších splátek,
- vůz prodat jako mladou ojetinu zpět svému prodejci Das Welt Auto a za srovnatelnou splátku si vzít vůz nový.

„Zpětný prodej dealerovi umožňuje měnit vůz dle aktuálních preferencí, podobně jako u operativního leasingu. Právě tuto možnost vidíme jako velice perspektivní,“ uvedl Petr Abrahámek. Klienti Volkswagen Finance mohou vo-

lit zůstatkovou hodnotu u produktu FlexiKredit a díky tomu jezdit vozem Volkswagen Polo 1.0 CL za pouhých 2999 Kč měsíčně, a navíc získají sadu originálních zimních kol a prodlouženou záruku na čtyři roky/80 000 km zdarma.

Volkswagen All-Inclusive nyní na celou rodinu modelu Golf

Od počátku letošního roku došlo také k rozšíření nabídky operativního leasingu pro fyzické osoby na celou rodinu nejprodávanějšího modelu značky Volkswagen. Služba All-Inclusive byla spuštěna v loňském září s pilotní akcí na nový Golf Sportsvan 1.2 TSI 63 kW (85 k) Comfortline. „Ve spolupráci se značkou Volkswagen jsme nyní rozšířili zájemcům možnosti o další modely z rodiny Golf, přičemž původní Golf Sportsvan nabízíme s motorizací 1.2 TSI s výkonem 81 kW při zachování původní ceny pronájmu,“ doplnil Petr Abrahámek.

Auto Palace potvrdil kvalitu svých poprodejních služeb



Mezi nejžádanější mýty českých motoristů o autorizovaných servisech patří dlouhodobě vysoká cena služeb. Opak je však pravdou. Ceny náhradních dílů a doplňků, i ceny služeb autoservisů, jsou v současnosti zcela konkureschopné. Autorizované servisy mají navíc k dispozici speciální diagnostické technologie, přijímací technici a mechanici jsou pravidelně školeni a importéři a výrobci jednotlivých značek vozů proces důsledně sledují. Díky těmto postupům jsou tak případné chyby na vozech odhaleny dříve, tudíž šetří čas i finance zákazníků.

Výhodnost servisování vozidla v autorizovaném servisu prokázal také nedávny nezávislý test, který potvrdil, že neznačkové servisy jsou pro zákazníka dražší. V testu získal nejlepší hodnocení Auto Palace Spořilov, který je známý svými kvalitními poprodejními službami. Auto Palace dostal nejlepší známky za správnou diagnostiku a opravu chyby, podrobnou servisní prohlídku zdarma, doporučení dalších oprav i nabídku še-

kové knížky na slevy pro starší vozy při další návštěvě servisu, díky nimž by náhradní díly vyšly o 20 až 30 % levněji. Autorizovaná a specializovaná servisní střediska Auto Palace jsou rovněž mimo jiné vybavena špičkovou opravárenskou a diagnostickou technologií. Kromě servisu je k dispozici i klempířská dílna s moderním vybavením, lakovna, rámová a ruční myčka aut a specializovaný pneuservis, včetně myčky kol.

Češi si dělají z e-shopů půjčovny, umožnil to občanský zákoník

Nový občanský zákoník začátkem roku oslavil rok od své účinnosti. Podle Martina Holoubka ze společnosti Activa nebyl takovým zásahem do života podnikatelů, jak černé předpovědi některých odborníků odhadovaly. I tak ale přechod na novou legislativu v případě většiny tuzemských společností často spolkl měsíce práce a náklady v řádu desítek tisíc korun. Vyžádal si i přepracování veškerých vzorů smluv a přinesl některé nejasnosti.

Zatímco nepodnikatelé s výjimkou několika reportáží v médiích nemuseli příchod nového občanského zákoníku vůbec postrehnout, většina firem v Česku se na přechod na novou legislativu intenzivně připravovala několik měsíců. Největším problémem však ještě před zavedením zákona byla nejistota, zda opravdu bude platit. Mediální vyjádření některých zástupců státu totiž vyznívala spíše v odsunutí účinnosti. Nakonec však v účinnost vstoupil loni v lednu.

Upravil obchodní podmínky i reklamace

„Pod taktovkou nového občanského zákoníku musely loni firmy přepracovat veškeré vzory smluv i všeobecné obchodní podmínky za náklady v řádech desítek tisíc korun. V případě takzvaných B2B obchodních vztahů se změna projevila o to zásadněji, že nový občanský zá-

koník převzal i roli do té doby platného zákoníku obchodního. Na základě toho jsme loni například zaznamenali prudké zvýšení požadavků na logistiku pro zákazníky, kterým zavážíme na jejich pracoviště jejich vlastní smlouvy, materiály, tiskopisy. Zájem o tyto služby byl prvního čtvrt roku účinnosti nového obchodního zákoníku takový, že jsme fungovali na hranici našich možností.

Řada úprav pak čekala též firmy, které provozují i e-shop. Zákazník například musí od loňského ledna při nákupním procesu vidět obchodní podmínky. Pouhý odkaz na ně na webu už nestačí,“ uvedl Martin Holoubek.

Značnou pozornost bylo v loňském roce potřeba věnovat rovněž oblasti reklamací a odstupů od kupní smlouvy. Podle nového občanského zákoníku je nutné například viditelné poučení o tom, že v případě odstoupení od smlouvy ponese spotřebitel náklady spojené s navrácením zboží. Též se musejí lépe zviditelnit informace o poskytnutí údajů o právech vznikajících z vadného plnění, jak se nyní nazývá záruka, a formulář pro odstoupení od smlouvy umístěný přímo na webu. Ten však zákazník nemusí využít.

Nový občanský zákoník zákazníkům nebrání dělat si z e-shopů půjčovny

„Změnil se i význam čtrnáctidenní lhůty pro odstoupení od smlouvy. Zatímco v minulosti měl zákazník dva týdny na to, aby oznámení o odstoupení od smlouvy obchodníkovi doru-

čil, od ledna 2014 již stačí, aby v této lhůtě pouze oznámení odeslal. Rozhoduje tedy například datum razítka na poště. Paradoxně se tak ještě zkomplikoval život obchodníkům, kteří mají stále větší potíže s tím, že si z nich někteří zákazníci dělají půjčovnu a fotoaparát či nafukovací člun si objednají třeba jen na dovolenou. V zákonné lhůtě pak zboží vrátí do obchodu jen za cenu poštovného.

Česká republika navíc pořád zůstává v rozporu s evropskými směrnicemi. Zatímco občanský zákoník v čtrnáctidenní lhůtě připouští obvyklé používání zboží, evropská legislativa upozorňuje, že pokud znaky používání nese, je zákazník za jeho sníženou hodnotu zodpovědný. Obchodníci si také museli dát dobrý pozor, jak uspořádají svůj web. Pokud by firma zákazníka o jeho právu na vrácení zboží viditelně neinformovala, lhůta pro odstoupení od smlouvy se v takovém případě podle nového občanského zákoníku prodlužuje na jeden rok a 14 dní,“ upozornil Martin Holoubek.

Nejasnosti ohledně záruky

Nový zákoník v loňském roce přinesl některé nejasnosti. Ještě před jeho vstupem v platnost právníci debatovali, zda pro fyzické osoby nepřestane platit dvouletá záruka. Té navíc nový občanský zákoník už neříká záruka, ale pro zákazníky možná trochu matoucím pojmem zákonná odpovědnost za vady. Podle finálního výkladu ministerstva spravedlnosti a minis-

terstva průmyslu a obchodu však bude platit i nadále. Z paragrafů ovšem například rovněž jednoznačně nevyplývá, zda se celá zákonná dvouletá záruční lhůta vztahuje jen na koupený výrobek, či i na nové zboží, které bylo kus za kus vyměněno jako součást reklamačního procesu.

Tak tomu bylo doteď. Minimální dvouletá záruka navíc platí pro fyzickou osobu, tedy spotřebitele. Komerční subjekt nemá nově na dvouletou záruku nárok.

Potřebuje čas na zažití, neštěstím jsou novely a změny

„Podle mého názoru by měl nový občanský zákoník dostat čas na zažití. Největším neštěstím našeho legislativního prostoru jsou permanentní pozměnění, nesystémové novely a změny zákona přílepkem v jiném zákoně. Stačí se podívat do nějaké novely a pokusit se dotvořit si u staršího zákona nové platné znění z dalších novel.

Problém je doplnění slova, čárky, záměny slova. Zákon se pak v platném znění stává zcela nečitelným. Nejmenší změnitelnou jednotkou zákona by měl být vždy celý odstavec a pak by šlo i systémově sledovat změny. Doufáme, že nový občanský zákoník, který se připravoval už od roku 2000, zůstane stabilní právní normou, která se neupravuje každých pár měsíců. Nutno ovšem dodat, že první novelu ministerstvo spravedlnosti připravuje už nyní,“ konstatoval Martin Holoubek. (tz)

Tvůrci daňových zákonů by měli důsledně komunikovat o svých záměrech

Mezinárodní asociace certifikovaných účetních (ACCA) ve své nové zprávě s názvem Jistota v daňovém systému (Certainty in Tax) uvádí, že by zákonodárci měli vysvětlovat smysl všech daňových opatření tak, aby daňoví poplatníci neměli nejasnosti v tom, co se od nich očekává, a spolu s výsledky jednání o daňových změnách by měly být zveřejněny i přesné rady, jak postupovat.

Systém zdaňování by měl být navržen tak, aby minimalizoval výskyt neférového jednání. Pokud vlády povolí existenci systému umožňujícího nejistotu plynoucí z volnosti v rozhodování administrativy a justice, měly by zároveň co nejjasněji definovat „hranice nejistoty“ a stanovit k celé problematice jasné instrukce.

Jak se ve zprávě dále uvádí, jistota společně s jednoduchostí a stabilitou je jedním ze základů dobrého daňového systému, přičemž každý systém do jisté míry nejistotu zahrnuje a některé vlády dokonce v určitých případech nejistotu podporují. Potenciálně nejhorší forma nejistoty je přitom ta, která je spojena s hrozbou zpětných legislativních úprav, jež většina vlád používá pouze k tomu, aby zabránila jasněmu zneužívání.

Jason Piper, manažer ACCA pro daňové a obchodní právo, však upozornil, že ke zneužití daňového systému stejně dochází, což vážně poškozuje nejen důvěru daňových poplatníků: „Pokud systém generuje nejistotu a umožňuje nečestné jednání, dochází k oslabení důvěry v úřady, což může odradit firmy zvyklé na transparentnější pravidla od toho, aby v tako-



kresba: Miloš Krmásek

vém systému investovaly. Proto bychom se měli všichni snažit tento trend zvrátit.“

Základním předpokladem k dosažení jistoty je přitom jasný a ucelený záměr spojený s ucelenou a důslednou komunikací ze strany zákonodárců a daňových úřadů. „Jasná diskuze o smyslu veškerých daňových opatření pomůže daňovým poplatníkům pochopit, co se od nich očekává. Na zákonodárce to samozřejmě může klást vyšší nároky, pokud jde o projasnění toho, čeho se snaží dosáhnout, a způsobů, jak toho docílit,“ dodal Jason Piper. Pro dosažení daňové jistoty je podle ACCA rovněž důležitý pravidelný a konstruktivní dialog státu s podnikatelskou sférou, jehož výsledek by se měl schválit a v zájmu transparentnosti i zveřejnit. Firmy by tak měly možnost diskutovat navrhované změny předem, čímž by se předešlo nejistotám na obou stranách. (tz)

Výklad Nejvyššího soudu k formě plných mocí

Nejvyšší soud ČR se na konci roku 2014 vyslovil proti stávající praxi některých rejstříkových soudů, které dovozovaly neplatnost jednání učiněných na základě plné moci v případech, kdy pro samotné jednání zákon vyžadoval formu veřejné listiny (zde například uzavření smlouvy o založení společnosti s ručením omezeným nebo akciové společnosti), nebyla-li i plná moc také udělena ve formě veřejné listiny.

Nejvyšší soud tak reagoval na kontroverzi obsaženou v novém občanském zákoníku (zákon č. 89/2012 Sb.), který ve svém § 441 odst. 2 stanovil, že vyžaduje-li se pro právní jednání zvláštní forma, je třeba v této formě udělit i plnou moc.

Prostým výkladem tohoto ustanovení některé rejstříkové soudy dovozovaly, že vyžaduje-li tedy zákon např. pro založení společnosti s ručením omezeným nebo akciové společnosti formu notářského zápisu, je třeba, aby i plná moc k zastupování subjektu při zakládání takové společnosti byla udělena ve formě notářského zápisu.

Uvedený výklad vedl k tomu, že soudy v některých řízeních po 1. 1. 2014 zamítaly ná-

vrhy na zápis nově založených společností do obchodního rejstříku, neboť jejich společenské smlouvy uzavřené dle předchozí praxe na základě plných mocí jen s úředně ověřenými podpisy zhodnotily jako neplatné.

Zakladatelé společností tak byli často nuceni osobně vyhledat notáře, který jim plnou moc formou notářského zápisu sepsal, což oslabovalo samotný smysl zmocnění k založení společnosti a zejména u zahraničních subjektů představovalo obtížně překonatelné překážky.

Nejvyšší soud ČR v této věci nicméně v rámci sjednocování judikatury zaujal stanovisko, kterým vyšel vstříc podnikatelské základem a shora uvedený formalistický výklad odmítl. V usnesení sp. zn. 29 Cdo 3919/2014,

ze dne 27. 11. 2014 vyložil, že plná moc udělená k právnímu jednání, pro které zákon vyžaduje formu notářského zápisu, není bez dalšího neplatná, není-li pochyb o tom, kdo plnou moc udělil. Plná moc s úředně ověřenými podpisy potom tuto podmínku splňuje.

Nejvyšší soud se konkrétně vyjádřil i k možnosti zmocnění k založení společnosti s ručením omezeným. Výslovně přitom dovodil, že postačí, aby plná moc k uzavření společenské smlouvy o založení společnosti s ručením omezeným byla udělena v písemné formě s úředně ověřeným podpisem zakladatele. Forma notářského zápisu zde tedy pro plnou moc není nutná.

Hospodářská komora ČR podotýká, že ačkoliv jsou rejstříkové soudy povinny se výše popsaným stanoviskem Nejvyššího soudu řídit, z dosavadní praxe lze dovodit, že si vyžadá určitou dobu, než mu všechny rejstříkové soudy zcela uzpůsobí svou rozhodovací činnost. Citované usnesení Nejvyššího soudu přesto představuje velmi významný argumentační prostředek

pro zakladatele společností a jejich zástupce v rejstříkovém řízení a obecně znamená přínos pro efektivní zakládání obchodních společností v České republice.

Závěrem upozorňujeme, že zvláštní pozornost je třeba i nadále věnovat zmocněním k přijetí rozhodnutí jediného společníka při výkonu působnosti valné hromady. Značná část notářů zde i nadále vyžaduje plnou moc udělenou ve formě notářského zápisu s odůvodněním, že odkazované usnesení Nejvyššího soudu dopadá pouze na případy zakládání obchodních korporací a v obecné rovině výkladu povinných náležitostí plných mocí se neuplatní. V případě, že budete mít zájem o sepsání notářského zápisu o rozhodnutí jediného společníka obchodní společnosti na základě udělené plné moci, proto doporučujeme dotázat se u konkrétního notáře, jakou formu plné moci bude akceptovat.

Text usnesení Nejvyššího soudu sp. zn. 29 Cdo 3919/2014, ze dne 27. 11. 2014 naleznete na webovém portálu Nejvyššího soudu ČR www.nsoud.cz/. (tz)

Změny v odpadovém hospodářství: proč nejít správnou cestou?

Vláda před Vánoci schválila Plán odpadového hospodářství, který Ministerstvo životního prostředí ČR předložilo, aniž by byly s dostatečným předstihem známy a projednány jeho ekonomické dopady na občany a firmy. Česká asociace odpadového hospodářství (ČAOH), která s navrhovaným razantním zdražením dlouhodobě nesouhlasí, dnes představila své vlastní řešení a upozornila na nedostatky ekonomické analýzy.

„Ministerstvo životního prostředí nedodrželo svůj slib a neposkytlo před projednáním ve vládě odborné veřejnosti k posouzení ekonomickou analýzu Plánu odpadového hospodářství. I přes to a přes dlouhodobou kritiku byl

dokument schválen, aniž by proběhla elementární diskuze nad dopady navrhovaného zdražení. Nedovedu si představit firmu, která by si vytvořila desetiletou strategii a schválila ji, aniž by předtím byly prodiskutovány její ekonomické souvislosti. Náš stát to bohužel udělal, a pokud nechceme hazardovat se zbytečným zatížením peněženek občanů, je třeba to napravit. Ministerstvo navrhuje zvýšení skládkového poplatku o 100 % v roce 2020, a dokonce o 200 % v roce 2024, což bude znamenat zdražení na 1000 a 1500 Kč. Podle zkušeností recyklačních firem by přitom pro podporu recyklace a většího třídění stačilo navýšit poplatek každé tři roky o 100 korun, tak aby konečná částka v roce 2020 dosáhla 700 Kč. To by jednoznačně vedlo k omezení skládkování,

aniž by občané a firmy museli platit citelně více, a vytvořilo by to prostor pro splnění cílů EU týkajících se recyklace,“ řekl Petr Havelka, výkonný ředitel ČAOH.

Množství skládkovaného odpadu stále klesá, a to i bez toho, aby v posledních letech došlo ke zvýšení poplatku za skládkování. Za posledních pět let pokleslo množství skládkovaných odpadů o jeden milion tun a i nadále se snižuje.

Česká republika by se podle ČAOH měla více zaměřit na materiálové využití, recyklaci a úpravy odpadů, jak to požaduje také Evropská unie. Navrhované zvýšení skládkového poplatku pouze uvolní cestu novým spalovnám, které představují nejdražší způsob nakládání s odpady a které s ohledem na vysoké cíle Ev-

ropské unie v oblasti recyklace rozhodně nejsou aktuálním trendem.

„ČR se musí rozhodnout, zda chce své odpady třídit, recyklovat a upravovat pro další způsoby využití, včetně toho energetického, nebo zda chce celý obsah černých popelnic bez další úpravy pálit v mamutích spalovnách. Aktuální text POH a jeho ekonomická analýza ukazují na zásadní tlak na variantu spaloven. U té je však třeba občanům pravdivě sdělit, že jde o nejdražší a dlouhodobě neměnný, a tedy neflexibilní způsob, jak s odpady naložit, a že náklady ponesou právě oni. Třídění, recyklace a úprava odpadů je jednoznačně levnější cestou, která navíc podporuje zaměstnanost a tržní prostředí a EU ji preferuje. Jak se tedy ČR rozhodne a kolik to bude občanů skutečně stát?“ ptá se Petr Havelka. (tz)

MINISERIÁL O CESTĚ, KERÁ VEDE K CÍLI

5. DÍL

Jak si zvýšit efektivitu a zlepšit hospodářské výsledky?

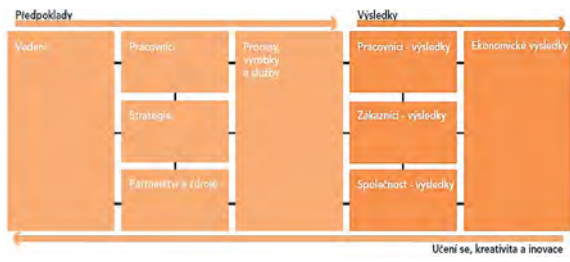
V závěrečném díle miniseriálu si shrneme, proč se vyplatí používat Model excelence EFQM, který využívají desetitisíce evropských firem jako svoji cestu k „business excelenci“. Co je tento model, jak může pomoci českým podnikatelům, ale i veřejné správě a dalším organizacím, a jak ho můžete nejsnadněji a nejlevněji získat: to bude obsahem následujících odstavců.

Asi znáte situaci, kdy vám řada různých poradenských firem nabízí své zaručené systémy a modely pro úspěch vašeho podnikání. Většinou tyto poradce asi odmítáte. Proč byste se měli zachovat v případě Modelu Excelence EFQM jinak?

Proč je model tak úspěšný
Protože Model excelence EFQM nevznikl jako produkt, který má přinést bohatství „mateřské“

poradenské firmě. Vznikl zdola, z iniciativy a za peníze evropských firem, které pochopily, že takovýto model potřebují. Založily nadaci, sdružily finance, stanovily si podmínky a přesně v rámci jejich požadavků byl model vytvořen. A záhy se ukázalo, že když sami manažeři a podnikatelé řeknou, co potřebují, pak to funguje mnohem lépe, než když se jim někdo snaží vnutit nějaký systém zvenčí. Nejlepším argumentem pro Model excelence EFQM jsou jeho výsledky: podle nezávislých studií zlepšuje ekonomické ukazatele firem o desítky procent. Právě proto ho využívá přes 30 000 evropských firem, právě proto pracují dvě třetiny velkých a středních firem podle tohoto modelu.

Jak model funguje
Zdánlivě zcela jednoduše: model popíše firmu pomocí otázek a odpovědí, porovná tyto výsledky s „ideální firmou“ a bodově ohodnotí, nakolik



jsou jednotlivá kritéria plněna. Hodnotí se devět základních kritérií a 32 subkritérií, takže jsou velmi podrobně popsány všechny relevantní činnosti firmy. Management (nebo majitelé) tak velmi rychle zjistí, kde má firma své silné stránky a kde jsou příležitosti ke zlepšování. Podle celkového počtu bodů také ví, jak moc se blíží „ideálu“. Díky stromové struktuře hodnocení je hned zřejmé, která oblast či oddělení nefunguje ideálně. Velmi důležitá jsou opakovaná hodnocení po určité periodě, kde je možné nejen vidět, ale i kvantifikovat zlepšení či zhoršení oproti poslednímu hodnocení. Pak je možné i objektivně ohodnotit zaměstnance podle skutečných výsledků jejich práce.

Čeští manažeři, kteří s modelem pracují, ho mnohdy nazývají návodem na řízení firmy, který v každé oblasti ukáže cestu, která vede k cíli. Po té cestě je možné jít nebo se jí nechat inspirovat k vlastnímu kreativnímu řešení. Každopádně model zajistí, že nebude opomenuta žádná důležitá oblast a že budou odhaleny chyby, ke kterým do-

chází. Zkušenosti z českých firem ukazují, že systém vnášený modelem ve spolupráci s tradiční českou intuící, kreativitou a schopností improvizace přináší výborné výsledky.

Jak výhod modelu co nejsnadněji využít

Možnost navzájem objektivně porovnat různé velké firmy různých oborů vyústila v použití Modelu Excelence EFQM jako základu hodnocení firem a organizací v Národních cenách kvality v celé Evropě. V ČR je již 20 let organizuje Sdružení pro oceňování kvality za podpory Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Právě podpora ministerstva je nesmírně důležitá, protože umožňuje realizovat cenu na neziskovém principu, a tím přinést českým firmám Model excelence EFQM za velmi výrazně snížené náklady. Stačí se přihlásit na stránkách sokcr.cz a výhod modelu bude moci využívat i vaše firma či organizace.

Pokud ještě nejste přesvědčeni, že je pro vás Model excelence EFQM to pravé, můžete v Národní ceně kvality využít i zjednodušené programy Start a Start plus. A jestli vás zajímají zkušenosti českých firem s modelem, pak se zúčastněte některé z akcí Centra excelence při ČSJ. Budete si moci vyměnit zkušenosti se zástupci firem, které již pochopily, jakou šanci ke zlepšování výsledků Model excelence EFQM ve skutečnosti je. (red)

Česká společnost pro jakost vstupuje do roku svého významného výročí

dokončení ze strany 1

Důležitým nástrojem pro naplnění našeho poslání národního zástupce EOQ je vzdělávání, personální, systémová a produktová certifikace, vydavatelská a publicistická činnost. Kromě velkého a rozmanitého spektra kurzů, certifikátů a publikací, ČSJ prakticky od svého vzniku před 25 lety vydává nejen pro své členy, ale i širokou odbornou veřejnost. V poslední době došlo, na základě průzkumu a požadavků, k inovaci, která se týkala nejen změny názvu časopisu na Perspektivy kvality a úpravy v designu, ale hlavně rozšíření tematických okruhů tak, aby byly zahrnuty všechny realizované aktivity a dostali prostor všichni partneři a spolupracující subjekty opět na základě průzkumu, vyhodnocování spokojenosti čtenářů a akceptování jejich požadavků.

Jako národnímu partnerovi Evropské společnosti pro kvalitu se České společnosti pro jakost daří naplňovat spolupráci s ostatními národními partnery. Za zmínku stojí spolupráce se Slovenskou společností pro kvalitu, Izraelskou společností pro kvalitu, Americkou spo-

lečností pro kvalitu, samotnou EOQ, EFQM a VDA QMC. Všechno na bázi vzájemně výhodných partnerských vztahů spolupráce licenční politiky, pořádání kurzů, seminářů, konferencí, výměny přednášejících, vydavatelské a publikační činnosti, propagace vzájemných aktivit, činnosti Centra excelence, vydávání časopisu, výměny článků a dalších iniciativ.

Všechny aktivity České společnosti pro jakost jsou realizovány s cílem, aby strategie „kontinuálního zlepšování“ byla naplňována co nejúčinněji a nejefektivněji a spokojenost našich členů, partnerů a zákazníků se neustále zvyšovala. Také díky naplňování této strategie Česká společnost pro jakost získala jako první organizace v České republice prestižní ocenění Committed to excellence – C2E. I tento fakt svědčí o skutečnosti, že Česká společnost pro jakost drží krok s novými světovými trendy.

Pokud vás některá část naší rekapitulace uplynulých 25 let existence zaujala, těšíme se na vaše názory, podněty i setkání s vámi.

Ing. Miroslav Jedlička, předseda ČSJ
www.csq.cz

Pardubický kraj zahájil Rok průmyslu a technického vzdělávání

Více než stovka zástupců firem a škol se sešla v únoru v Pardubicích k zahájení Roku průmyslu a technického vzdělávání 2015, který vyhlásil Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) společně se svými partnery. Akce se uskutečnila v rámci projektu Podpora přírodovědného a technického vzdělávání v Pardubickém kraji.

Hlavním tématem byl nedostatek technicky vzdělaných pracovníků a možnosti propagace poly/technických oborů i současné aktivity spolupráce firem a škol. Podle šetření SP ČR v Pardubickém kraji zhruba tři čtvrtiny firem pocítují nedostatek technickým profesí jako jeden z hlavních problémů podnikání. Navíc populační křivka není vůči poptávce firem nikterak příznivá, jestliže v roce 2004 bylo v kraji na středních školách přibližně 28 000 žáků, v této době je to o 7000 méně.

„Typická je pro region poptávka ze strojírenských oborů, elektrotechniky, výroby dopravních zařízení či stavebnictví,“ uvedl Martin

Kiss, vedoucí odboru školství a kultury Krajského úřadu Pardubického kraje.

Jak k tomu dodal Petr Klimpl z Úřadu práce Pardubice, největší poptávka je v regionu po svářečích, seřizovačích a obsluze obráběcích strojů, po montážních dělnících, nástrojářích a řidičích nákladních aut. „Až třicet procent firem v kraji postrádá technicky vzdělané vysokoškoláky,“ doplnila Marie Černošová, ředitelka regionální kanceláře agentura CzechInvest. Vzhledem k tomu, že vzdělávací systém dlouhodobě neodpovídá poptávce napříč Českou republikou, jsou firmy nuceny spolupracovat se školami, především technickými vysokými školami a odborně zaměřenými středními školami a učilišti.

Právě v Pardubickém kraji spolupracuje se školami až 60 procent místních firem. Přispívá k tomu i projekt Pospolu (www.nuv.cz/pospolu). Jak uvedl Jan Wiesner, člen představenstva SP ČR, právě Rok průmyslu a technického vzdělávání by měl být impulzem ke zviditelnění takových aktivit a projektů, jako jsou právě v Pardubickém kraji. (tz)

Češi už se dnes při nákupu nerozhodují jen podle ceny, ale váží i kvalitu

O tom, jak se čeští spotřebitelé při nakupování chovají, už podle studie společnosti EY Consumers on Board: How to Copilot the Multichannel Journey, nerozhoduje pouze cena, byť je nadále hlavním kritériem. Stále důležitější je při rozhodování o nákupu také kvalita nabízeného zboží, recenze a doporučení jiných uživatelů nebo délka a rozsah záruky. Český spotřebitel rovněž začíná nakupovat konkrétní značky, koeficient věrnosti ke značce vzrostl u všech sledovaných kategorií, nejvíce u telekomunikačních technologií, potravin, utilit a oblečení. Dva ze tří Čechů také pro svůj nákup využívají služeb internetu, buďto přímo k pořízení zboží, nebo alespoň k vyhledání recenzí, doporučení či srovnání cen. Nástup technologií a nových možností pro spotřebitele tak v posledních letech výrazně přispívá k proměně spotřebitelského chování a českého spotřebitele vůbec. V rámci globální studie Consumers on Board bylo dotazováno 500 českých spotřebitelů.

Cena stále zůstává pro Čechy rozhodujícím faktorem pro výběr a následnou koupi zboží, v některých kategoriích její význam za poslední dva roky dokonce vzrostl. Platí to například pro oblečení, spotřebitelské půjčky a utility. U většiny sledovaných oblastí pak cenu jako důležitý faktor pro rozhodnutí o koupi uvádí alespoň devět z deseti lidí.

„Není to o tom, že by Češi za poslední dva roky přestali sledovat cenu zboží. Právě naopak, jde stále o klíčovou informaci. Pozitivním trendem ale je, že k ceně pro konečné rozhodnutí přidávají také informace o záruce, kvalitě a původu zboží, stále důležitější jsou také recenze

zboží od dalších uživatelů. Tyto faktory u aut, spotřební elektroniky nebo u potravin dokonce jako důležité uvádí víc lidí než cenu,“ vysvětlil Petr Knap, partner oddělení podnikového poradenství EY v České republice. Cena je pak klíčovým faktorem při pořízení finančních produktů nebo služeb mobilních operátorů.

Různé kategorie zboží nakupujeme rozličnými způsoby. Výběr mobilních telefonů a operátorů je výrazně ovlivněn cenou, kde jsme značně nad světovým průměrem, dále pak roste význam kvality, doporučení a věrnosti značce. Jiná je situace při nákupu potravin, kde je klíčovým parametrem kvalita a doporučení, dále pak s mírně klesajícím trendem cena a naopak zvyšující se váhu má povědomí a loajalita ke značce.

Zajímavé srovnání se světem nabízí i věrnost ke značce. V předešlém průzkumu byli Češi o něco méně loajální ke značkám zboží, které nakupují, dnes jsou na světovém průměru, větší věrnost značce vykazují dokonce při nákupu aut, spotřební elektroniky, telekomunikací a potravin. Obdobnou míru loajality z okolních států vykazují například Němci, menší Maďari, větší pak Poláci. Nejméně pak čeští spotřebitelé, podobně jako ti polští, ctí loajalitu k institucím poskytujícím spotřební půjčky (4,9 Češi a 5,1 bodu Poláci).

Stále více aktivit na internetu

Zhruba 66 % obyvatel Česka lze podle studie EY již považovat za takzvané digitální spotřebitele. Tedy za uživatele internetu, kteří digitální technologie používají především jako zdroj informací o zboží, využívají možnost porovnání cen, hledají doporučení na sociálních sítích, sdílejí své názory a někdy online i nakupují. Ve srovnání se sousedními zeměmi jsou Češi ve využívání digitálních technologií progresivní. V Německu je podíl digitálních spotřebitelů 59 %, v Rakousku dokonce jen 47 %, u Poláků je to 62 %. Nejvíce digitálních spotřebitelů je v Indii (75 %), Číně (70 %) a Nizozemsku (70 %).



kresba: Miloš Krmáček

„Během uplynulých dvou let, tedy od publikování výsledků předchozí studie v roce 2012, se změnila některá nákupní zvyklosti Čechů na internetu. Roste například počet těch, kteří nakupují přes internet potraviny. Je jich 16 %, o pět procentních bodů víc než před dvěma lety. Prodej potravin po internetu je ale v České republice stále pozadu proti světovému průměru, kde na internetu nakupuje každý pátý člověk,“ poznamenal k výsledkům studie Ondřej Žák, senior manažer oddělení podnikového poradenství, EY v České republice.

„Češi jsou v online nákupech porovnatelní například s Poláky, Němci, Brity a poměrně vý-

znamně v online nákupech převyšují Maďary a Rakušany, v nejvíce a nejméně nakupovaných kategoriích jsou srovnatelní s celosvětovým průměrem,“ dodal Ondřej Žák.

Češi na internetu nejčastěji nakupují spotřební elektroniku (49 %), i když zde podíl za dva roky mírně klesl o tři procentní body. „Jak ale ukazují pravidelně publikovaná data e-shopů, ti, co u nakupování elektroniky na internetu zůstali, ji tam nakupují stále ve vyšším a vyšším objemu,“ dodal Petr Knap.

Populární je také online nákup oblečení a mobilních telefonů (37 % a 35 %). A právě mobilní telefony a tarify Češi nakupují častěji přes internet než v kamenných obchodech (35 % oproti 27 %). Digitální prodeje oblečení pak mají zásadní dopad na kamenné obchody, za poslední dva roky se snížil počet lidí, kteří v nich nakupují o 15 procentních bodů na 75 %. Internet ale stále nepronikl do všech součástí našeho života. Nejmenší podíl spotřebitelů totiž nakupuje na internetu auta (11 %) a uzavírá spotřební půjčky (12 %).

Jsou rezervovanější k sociálním sítím

I když jsou Češi často považováni za digitální populaci, výsledky průzkumu EY poukazují na to, že jsme jako národ k aktuálnímu boomu sociálních sítí více rezervovaní, než je světový průměr. Ukazuje se, že český uživatel sociální sítě nevnímá tak silně jako náhradu osobního kontaktu a více vnímá rizika, která jsou s jejich užíváním spojená. Naopak z pohledu spotřebitele ale nejsme schopni využít jejich potenciál. Jednak si zde méně stěžujeme, když nejsme spokojeni s produktem nebo službou a také sítě nepovažujeme v takové míře za dobrý zdroj získávání informací pro nákup. (tz)

Vánoce prokázaly sílu lokálního trhu s prémiovým zbožím



Čeští spotřebitelé pomalu dospívají a mění svůj přístup k prémiovému zboží. Letošní vánoční a následná lednová sezona to prokazuje tržbami, které prémiový segment získal. „Hlavním důvodem je chuť utrácet a změna v českém pojetí luxusu jako takového,“ komentoval situaci Jaroslav Petrů, generální ředitel obchodního domu Kotva. Na trhu to znamená významný příklon k západním spotřebitelským standardům.

Zatímco před zhruba pěti lety podle Petrů považovali Češi za nejlepší deklaraci luxusu automobil a reprezentativní bydlení, v současné době za něj považují spíše módní a lifestyle doplňky nebo šperky. Přibližují se tak způsobu, jakým je luxus vnímán především na západních trzích. Prémiové zboží si zároveň začínají kupovat častěji. Spolu s tím zákazníci

vyšší střední a vyšší třídy podle Jaroslava Petrů začínají stále více využívat nákupních zón v centrech měst, a to na úkor obchodních center na periferii. „Lokální nákupní síla se opět přesouvá do center měst. Jde o podobný jev, jaký zažívaly USA v 80. letech minulého století, kdy docházelo k masovému odlivu zákazníků z periferních obchodních center,“ vysvětlil

Jaroslav Petrů. „Pro centra měst to bude znamenat výrazné osvěžení a zároveň velký tlak na zkvalitňování obchodních ploch, které se zde nachází. Vznikne celá řada luxusních obchodů, které budou určeny pro ryze lokální poptávku.“

Obchodní dům Kotva je toho ostatně důkazem. Pozitivním změnám na českém trhu věří natolik, že oznámil další investice do rozvoje obchodního domu. „V roce 2014 stouply tržby nájemců o 50 milionů, celkově tedy na 800 milionů Kč. Rok 2015 i díky výraznějšímu zacílení na segment vyšší střední a vyšší třídy pravděpodobně potvrdí další růst. Letošek by tak mohl být již třetí růstový v řadě,“ uvedl Jaroslav Petrů. „Do rozvoje si přejeme v následu-

jících letech zainvestovat dalších 100–200 milionů korun, které OD Kotva pomohou přiblížit se ještě více důležitým obchodním zónám, jako jsou ulice Pařížská a Na Příkopě, avšak se zachováním lidského měřítka, které vyžaduje lokální poptávka.“

Již dnes tak Obchodní dům Kotva v rámci konceptu slow-shoppingu kromě obchodů nabízí také fitness studio s posilovnou, wellness zónu či quick office hub a v tomto roce se chystá na otevření největšího dětského centra v Praze. Oblíbená je také Sluneční terasa v pátém patře s netradičními výhledy na Staré Město a Hradčany. Zároveň je v plánu obnova fasády obchodního domu a úprava vstupního prostranství. (tz)

V Čestlicích se otevře nový showroom českého tradičního výrobce Johann Malle

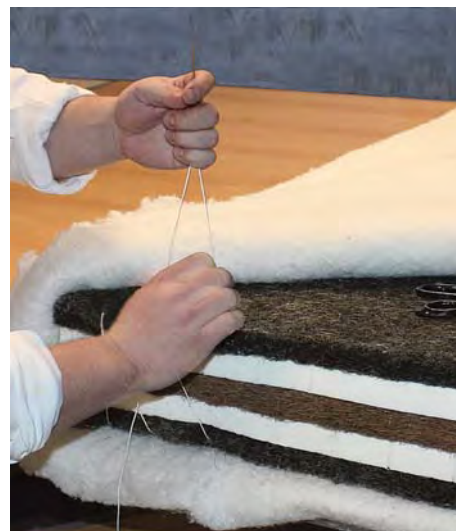
Český výrobce luxusních postelí a ručně vyráběných přírodních matrací, společnost Johann Malle, otevře v první polovině března prodejnu a showroom v nákupní zóně Průhonice-Čestlice. Prodejna bude zákazníkům k dispozici sedm dní v týdnu v objektu MoDo, který na ploše 5000 m² sdružuje několik specializovaných výrobců a prodejců nábytku.

„Jsme rádi, že můžeme zákazníkům nabídnout v atraktivní lokalitě naše široké portfolio luxusních postelí a ručně vyráběných přírodních matrací a srdečně je zveme k návštěvě. Část naší produkce matrací byla do této doby známá jen jako Přírodní-matrace.cz, nyní obě komodity slučujeme pod značku Johann Malle,“ řekl Jakub Šoufek z Johann Malle a.s.

Johann Malle je český výrobce s tradicí již od roku 1913. Přes nepřetržitou českou historii se společnosti podařilo zachovat lásku k řemeslu

až do dnešní doby, kdy přináší na náš trh kvalitní matrace a postele z přírodních materiálů. V čestlickém showroomu budou mít zákazníci možnost si prohlédnout a vyzkoušet postele Johann Malle, které se nejčastěji skládají ze stylového dřevěného masivního rámu, vkusně čalouněného čela a přírodních matrací.

Vše se vyrábí ručně v Podkrkonoší z tradičních materiálů: kromě dřeva jsou to například bavlna, koňské žíně, přírodní kaučuk, lněná vlákna, kokosová vlákna, ovčí vlna, velbloudí vlna či konopná vlákna. (tz)



Rok 2015: Levná ropa podpoří hospodářský růst a oslabí inflaci

Ekonomický růst bude i nadále tažen domácí poptávkou s relativně vyváženým příspěvkem obou hlavních složek spotřebitelské a investiční poptávky. Mírně by měla růst podpora i spotřeba vlády, ČBA dále očekává oživení investic do domácí infrastruktury.

V posledním čtvrtletí 2014 byl podle České bankovní asociace nejvýznamnějším novým faktorem pád cen ropy. Listopadová data ho reflektovala jen omezeně. Do prosincové inflace zasáhl již podstatně silněji. Ve své aktuální ekonomické prognóze považuje ČBA tento ropný šok za pozitivní nabídkový faktor, který upevní optimizmus domácností a v podnikovém sektoru mírně zvýší ziskové marže. ČBA předpokládá jeho pozitivní dopad i na obchodní bilanci. Příspěvek čistého vývozu k růstu se ale kvůli paradoxu směnných relací zvyšovat nebude a zů-



stane přibližně neutrální. „Měnová politika do konce roku 2015 zůstane extrémně uvolněná. Ukončení kurzového režimu nenastane dříve než v roce 2016. Dostatek volných prostředků bank v prostředí nízkých úrokových sazeb bude podporovat zájem bank poskytovat nové úvěry domácnostem i podnikům,“ uvedla hlavní očekávání pro rok 2015 Eva Zamrazilová, hlavní ekonomka České bankovní asociace.

Rok 2014 přinesl hospodářské oživení

Loni se definitivně potvrdilo hospodářské oživení. „Konečný výsledek růstu HDP očekáváme ve výši 2,3 %. Růst v eurozóně se v roce 2014 s nejvyšší pravděpodobností pohyboval pod 1 %, což znamená, že česká ekonomika v roce 2014 obnovila konvergenci k vyspělejším evropským ekonomikám,“ sdělil Jan Vejmelek, hlavní ekonom Komerční banky. Za oživením hospodářského růstu stála v roce 2014 téměř výhradně domácí poptávka podpořená silnější důvěrou v domácí hospodářství. Poptávkové impulzy přicházející z vnější ekonomiky od našich hlavních obchodních partnerů jsou stále slabé a ani jejich výhled nedává příliš prostoru k optimizmu.

Hlavním motorem růstu bude vyvážená domácí poptávka

Podle nové prognózy ČBA české hospodářství v roce 2015 přibližně zopakuje výkon roku 2014. V prvním čtvrtletí se ekonomika bude pravděpodobně pohybovat v mírně deflačním teritoriu. Postupně budou spotřebitelské ceny mírně stoupat a celkově se průměrná inflace přiblíží průměru roku 2014. Inflační prognóza ČBA předpokládá stabilizaci světových cen ropy kolem 60 USD za barel, s tím, že vyšší pravděpodobnost přisuzuje asociace spíše nižším hodnotám. V souladu s tím má nezanedbatel-

Ukazatel	2014	2015
Růst reálného HDP (%)	2,3	2,4
Podíl nezaměstnaných osob (MPSV): průměr (%)	7,7	7,2
Míra inflace: CPI (%) průměr	0,4	0,5
Vládní deficit/přebytek (% HDP)	-1,7	-2,4
Vládní dluh (% HDP)	44,0	44,6
Růst soukromé spotřeby (%) reálně	1,5	2,2
Růst vládní spotřeby (%) reálně	1,4	1,1
Růst investic (%) reálně	3,7	3,4
Růst reálného HDP v eurozóně (%)	0,8	1,0
Směnný kurz CZK/EUR: průměr	27,5	27,7
Cena ropy (USD za barel): BRENT průměr	99	65
Základní sazba ČNB 2T REPO (%): průměr	0,05	0,05
Základní sazba ECB (%): průměr	0,15	0,05
3M-PRIBOR (%): průměr	0,36	0,35
Růst bankovních úvěrů klientských (%)	4,0	4,8
Růst bankovních úvěrů domácnostem (%)	4,6	4,7
Růst bankovních úvěrů (nefinančním) podnikům (%)	0,1	3,2
Růst bankovních vkladů klientských celkem (%)	3,7	3,3

nou pravděpodobnost průměrná hodnota inflace blízka nule. „Hlavním zdrojem růstu v roce 2015 bude domácí poptávka, příspěvky k růstu HDP by měly být vyvážené v rámci spotřebitelské i investiční poptávky. Sentiment domácností zůstává příznivý díky nízké inflaci a relativně příznivé situaci na trhu práce. Spotřebitelská poptávka proto v roce 2015 zrychlí na 2,2 %. Investiční poptávka vzroste přibližně o 3,5 %, postupně po vyčerpání vlastních zdrojů začnou podniky intenzivněji využívat bankovní úvěry,“ řekl Petr Dufek, hlavní analytik ČSOB.

Proexportní efekt oslabení koruny je z meziročního pohledu vyčerpán a proexportní impulzy z eurozóny nelze očekávat. Kladné směnné relace tažené oslabením dovozních cen ropy budou

díky tradičně vyššímu dopadu na reálný dovoz působit spíše ve směru oslabení netto exportu. Netto export bude mít v roce 2015 na hospodářský růst neutrální či mírně záporný vliv.

„V roce 2015 by nemělo dojít k žádným překvapujícím krokům měnové politiky. Očekáváme pro celý tento rok stabilitu hlavních úrokových sazeb. Deflační tendence jsou centrální bankou vyhodnocovány jako pozitivní nabídkový šok, proto očekáváme přibližně obdobnou hodnotu kurzu jako v roce 2014. Fiskální politika bude mít mírný prorůstový dopad díky očekávanému oživení investic do domácí infrastruktury. Předpokládáme jen pozvolné zvýšení relativní výše vládního dluhu,“ doplnila Eva Zamrazilová, hlavní ekonomka ČBA. (tz)

Výrazný milník v historii: jeden milion úvěrových smluv

V roce 2014 Českomoravská stavební spořitelna znovu potvrdila své vedoucí postavení na trhu stavebního spoření a financování bydlení. Ve všech sledovaných ukazatelích v oblasti nových smluv o stavebním spoření zaznamenala ČMSS výrazný nárůst. Podstatně zvýšila svůj tržní podíl jak v počtu smluv, tak v celkové cílové částce. Za dvanáct měsíců roku 2014 uzavřela ČMSS, lídr trhu, nové smlouvy o stavebním spoření v objemu 88,9 miliardy korun.

Meziroční nárůst v cílových částkách tedy činil 1,8 %. Celkově uzavřela Českomoravská stavební spořitelna 227 778 nových smluv, včetně zvýšení cílové částky u smluv stávajících, což činí v meziročním srovnání nárůst o 14,8 %. Podle kvalifikovaných odhadů dosáhla v roce 2014 ČMSS v počtu uzavřených smluv tržního podílu 37,1 % a v celkové cílové částce uzavřených smluv tržního podílu 47,4 %. Stavební spoření nabízí stále jednu z nejlepších forem spoření, a to v době nízkých

úroků na spořicích účtech. „ČMSS v roce 2014 potvrdila svoji pozici lídra na trhu a významně zvýšila svůj tržní podíl v oblasti jak počtu smluv o stavebním spoření (plus 4,6 %), tak v objemech cílových částek (plus 5,4 %),“ zdůraznil Manfred Koller, místopředseda představenstva ČMSS.

Tahounem v oblasti financování bydlení byla Liška

Podle kvalifikovaných odhadů tržní podíl ČMSS v objemu financování bydlení za rok 2014 dosáhl rekordní výše v historii ČMSS, a to 61,5 %. Vysoký tržní podíl za předchozí rok tak dokázala ještě zvýšit o půl procentního bodu. Během dvanácti měsíců roku 2014 poskytla Liška svým klientům na bytové potřeby 32 580 překlenovacích úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření v celkovém objemu 23 miliard korun. Roku 2014 dominovaly nízké úrokové sazby na trhu, zejména u hypoték. Klienti ČMSS měli největší zájem o úvěry na rekonstrukce a modernizace bytů a domů (počet těchto úvěrů stoupl o 30 %), následovaný koupí stávajícího bydlení.

ČMSS největším hráčem na českém trhu

Milion úvěrových smluv uzavřela ČMSS za celou svoji existenci a svým klientům jejich prostřednictvím poskytla 342 miliard na financování bydlení. Žádná jiná instituce v ČR nedosáhla tohoto výkonu. Každý třetí úvěr na bydlení (včetně hypotečních úvěrů) poskytla ČMSS. Největší díl tvořily úvěry na rekonstrukce a modernizace, a to 44 %. V oblasti objemu směřovalo nejvíce prostředků na nákup domu či bytu (37 %).

Jako investice do budoucna

Podle expertů se v roce 2015 očekává pozitivní vývoj většiny hlavních makroekonomických ukazatelů, což vytváří dobrý základ pro další rozvoj v oblasti stavebního spoření a financování bydlení. Dochází rovněž k růstu stavebnictví a oživení bytové výstavby. Po cenovém propadu bytů v posledních letech se zvedá cena především malometrážních bytů, největší zájem je o startovací byty. Jako vhodnou investici do budoucna považuje bydlení téměř 76 % obyvatel. Vladimír

Staňura, předseda představenstva ČMSS, k tomu dodal: „Stavební spoření je považováno za velmi vhodný instrument pro rekonstrukce a modernizace. Tato oblast zůstává stěžejním pilířem činnosti v oblasti financování bydlení pomocí stavebního spoření.“ Podle výzkumu agentury Mindshare (2014) by více než 55 % respondentů využilo úvěr ze stavebního spoření pro financování rekonstrukce. Nejčastěji by lidé volili z finančních institucí právě Českomoravskou stavební spořitelnu (31 %). Přes 63 % obyvatel České republiky plánuje nějakou rekonstrukci bydlení. Nejčastěji se modernizují kuchyně a koupelny.

Smlouvu o stavebním spoření od Lišky včetně úvěru mohou zájemci vyřídít na všech místech obchodní sítě ČMSS. Jejím základem a nosným pilířem je 2200 zkušených finančních poradců ČMSS, kteří jsou připraveni poskytnout poradenský servis v místě a termínu dle přání a možnosti každého klienta. Seznam poradců s jejich přesnou lokací nalezne klient na stránkách www.cmss.cz. (tz)

Bezkontaktní placení je in

Již více než dva roky mají klienti ČSOB a Ery možnost platit bezkontaktně. Dodnes banka vydala více než 1,1 milionů bezkontaktních karet, které umožňují svým držitelům platit pohodlněji, rychleji a bezpečněji. Klienti ČSOB a Ery v loňském roce utratili platebními kartami 64 miliard korun, což je o 13 % více než v roce 2013. Počet transakcí rostl ještě rychleji, a to o pětinu na 83 milionů. Bezkontaktně pak provedli 35 milionů transakcí v celkovém objemu 19 miliard korun. Průměrná výše transakce bezkontaktní kartou činí 625 korun, nejvyšší bezkontaktní transakce byla zaznamenána na částku téměř 300 000 korun.

„Bezkontaktní platby si naši klienti velice oblíbili. Bezkontaktní karty ulehčují život a nahrazují drobnou hotovost, bezkontaktní placení je často rychlejší než lovení hotovosti po kapsách

a přiložení karty je rychlejší než klasická platba kontaktní kartou se zadáním PIN,“ řekl Patrik Šálek, výkonný manažer útvaru Řízení produktů – karty ČSOB a Ery.

„Bezkontaktní placení je pro klienta bezpečnější, protože nedává kartu z ruky, a tudíž k údajům na ní nemá nikdo přístup. Obecně lze říct, že platební karty jsou bezpečnější než samotná hotovost. Když hotovost klient ztratí, nikdo mu ji nenahradí, ale ztracenou kartu lze jednoduše a okamžitě zablokovat,“ uzavírá Patrik Šálek.

O oblíbě bezkontaktních karet svědčí i samotná čísla. Za více než dva roky klienti provedli bezkontaktní transakce v celkovém objemu 24 miliard korun. Bezkontaktní placení také umožňuje rostoucí počet bezkontaktních platebních terminálů. „Nejčastěji klienti platili kartou v supermarketech a hypermarketech (48 %), dále pak na čerpacích stanicích (13 %). Na třetím místě skončily platby za oblečení a obuv

(7 %) a v drogeriích a lékárnách (6 %). Kromě placení po České republice a okolních státech jsme zaznamenali bezkontaktní platby v zemích jako je Gibraltar, Panama, Tchaj-wan, Gruzie, Hongkong nebo Portoriko,“ doplnil Jan Zahradníček, analytik produktů ČSOB a Ery.

Každoročně se také zvyšuje počet a objem plateb přes internet, které je pohodlnější a rychlejší než chůze po obchodech. ČSOB i Era zabezpečují již více než tři roky platby na internetu službou 3D Secure, která klientům zajišťuje pomocí SMS hesla maximální možné zabezpečení při placení na internetu.

„Během loňského roku naši klienti nakoupili přes internet zboží a služby za 6,5 miliard korun, což je o 22 % více než v roce 2013,“ uzavřel Jan Zahradníček. (tz)

Stát odkládá placení kartou

Už téměř tři roky lze pokuty dopravním policistům uhradit platební kartou. Za tu dobu takto muži zákona vybrali desítky milionů korun. Použit plast místo bankovek na poště, finančním či obecním úřadě ale stále není samozřejmostí. Podněcovat Čechy k bezhotovostnímu placení je přitom pro stát podle odborníků výhodné. Omezuje totiž šedou ekonomiku i daňové úniky.

V obchodech je pro Čechy používání platební karty stále běžnější záležitostí. Pro veřejné instituce to ale zatím stále neplatí. Je však možné, že teprve získáváme zkušenosti z okolních států, jako je například Slovensko, kde již začínají tuto praxi zavádět. „Na Slovensku postupně vybavujeme nejen městské, ale i obecní úřady platebními terminály, které budou sloužit pro úhradu všech správních poplatků. To znamená, že se do budoucna uvažuje o úplném zrušení papírových cenin – kolků. Celá tato aktivita směřuje k tomu, aby se maximálně omezila hotovost na trhu. Podle mezinárodních statistik to omezuje šedou ekonomiku i daňové úniky,“ uvedla Lenka Bukalová, ředitelka obchodu a marketingu společnosti Sonet, která dodává platební terminály po Česku i v zahraničí a od roku 2014 se zapojila do projektu elektronizace slovenské státní správy.

V Česku platební kartou lidé zaplatí jen na vybraných obecních úřadech. „Na Magistrátu města Brna lze platit platební bezkontaktní kartou. Platební terminály slouží agendě občanek a pasů či agendě řidičských průkazů a vozidel. Terminál je i na hlavní pokladně magistrátu,“

uvedl mluvčí Brna Pavel Žára. Úplnou smělu však pořád mají ti, kteří by chtěli zaplatit kartou daně. Na třech vybraných finančních úřadech v republice měl sice původně začít od ledna pilotní projekt platebních terminálů, nakonec k tomu ale nedojde. „Od původně zamýšleného pilotního projektu jsme ustoupili, a to zejména z důvodu vysoké finanční náročnosti projektu. Finanční správa nyní hledá alternativní cesty ke zvýšení komfortu při placení daní pro poplatníky, o kterých bude veřejnost včas informovat,“ uvedla mluvčí Generálního finančního ředitelství Petra Petlachová. V hotovosti přišli v roce 2013 lidé na finanční úřady složit na 5,8 miliard korun.

A bez hotovosti Češi neuspějí ani na poště. Tedy pokud nejsou zákazníci ČSOB či její značky Era Poštovní spořitelna. Banka je totiž takzvaným aliančním partnerem pošty, provozuje na poštách své pobočky a také platební terminály, takže pošta za platby kartami ČSOB nemusí platit žádné poplatky. To by v případě jiných bank neplatilo. „Například poštovní poukázku lidé převádějí v průměru 1500 korun. K tomu navíc platí odměnu pro poštu, která v tomto případě činí 22 korun. Poplatek za platbu platební kartou, který by ale odváděla pošta, by byl zhruba 15 korun. To je pro nás ekonomicky nepřijatelné,“ vysvětlila mluvčí České pošty Marta Selicharová. Podle ní nyní pošta hledá takový systém, který nepřinese náklady zákazníkům a zároveň se poště vyplatí. Pomoci by mohlo nové nařízení Evropské unie platné od letošního roku, které poplatky za platbu platební kartou snižuje. Vedení pošty předpokládá,

že použít platební kartu by klienti všech bank mohli od posledního čtvrtletí letošního roku.

Že se to úřadům vyplatí, dokazuje případ republikové policie. Při placení pokut mohou řidiči plastovou kartičku místo svazku bankovek vytáhnout od října roku 2011. „Dopravní policie má k dispozici 250 platebních terminálů. Na každém dopravním inspektorátu by tak v současné době měly být minimálně dva terminály,“ konstatoval mluvčí policejního prezidia Jozef Bocán. A dopravní policisté si praxi pochvalují. Od zavedení už takto platebními terminály policistů protekly desítky milionů korun. Často i od zahraničních řidičů, kteří jinak od policistů dostanou složenku, a tu už pak nezaplatí. Podle dostupných statistik policejního prezidia řidiči jen za první tři měsíce loňského roku pomocí platebních karet zaplatili za pokuty více než šest milionů, tedy zhruba desetinu všech takto vybraných peněz. Ještě používanější jsou bezhotovostní platby v případě kaucí, které policisté ukládají řidičům kamionů například za nedodržení zákonných přestávek. V těchto případech řidiči musejí platit i statistické částky a tak není divu, že zhruba ve čtvrtině případů využívají právě platební karty. Větší rozšíření platebních terminálů by si přitom přály i samotné banky. „Platby kartou v komerční sféře jsou v současné době v Česku již naprosto běžným jevem, nicméně pro další rozvoj akceptační infrastruktury a rozšíření uživatelského platebního komfortu pro držitele platebních karet je nezbytné rozšíření akceptační infrastruktury i do státní sféry,“ uzavřel Roman Kotlán, výkonný ředitel Sdružení. (tz)

NAŠE KAVÁRNA

Změny ve vedení KB

Pavel Čejka, člen představenstva KB a správní ředitel, bude pokračovat ve své kariéře ve Skupině Société Générale na pozici provozního ředitele (Chief Operating Officer). Stane se tak členem nejvyššího vedení Société Générale a členem výkonného výboru v rámci Mezinárodního bankovníctví a finančních služeb. Libor Löffler nahradí P. Čejku v roli člena představenstva KB a správního ředitele. J. Šperl, se stane výkonným ředitelem pro Strategii a finance.

T. Salomon vede drobné bankovníctví ČS

Novým členem představenstva a šéfem retailového bankovníctví České spořitelny je Tomáš Salomon. Do ČS přichází po dvouletém působení v představenstvu Slovenskej sporitelny, kde byl zodpovědný právě za oblast drobného bankovníctví.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Taťána Kuchařová v sídle OSN

Topmodelka a Miss World Taťána Kuchařová se v sídle OSN v New Yorku zúčastnila národní akce konané v rámci 53. zasedání Komise pro sociální rozvoj. Cílem je zviditelnění České republiky a témat jako je pozitivní stárnutí, podpora participace starších osob ve společnosti a mezigenerační pomoc. T. Kuchařová, coby iniciátorka založení nadace a předsedkyně správní rady Nadace Taťany Kuchařové – Krása pomoci, představila svou charitativní činnost a nadaci, která již řadu let pomáhá seniorům žít aktivní a důstojný život v domácím prostředí. Nadace je první neziskovou organizací z ČR, která dostala příležitost v sídle OSN komunikovat téma stáří a agingu. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Vykradou vám byt a zneužijí doklady

Víte, co vás může čekat po vykradení domu či bytu? Ne všechny následky jsou dobře známe a možná vás některé překvapí. „Při vloupání je ohrožen váš život a zdraví, utrpíte nenahraditelné ztráty, máte narušený pocit soukromí a často přijde i těžké psychické trauma, ale je tu i reálné riziko zneužití dokladů a zničení i pokles ceny nemovitosti. Škody po krádežích vloupáním, které se vloni vyšplhaly na více než 1,5 miliardy Kč, mohou být ještě vyšší. Stačí jen vyčíslit tyto hůře zachytitelné položky,“ řekl Ivan Pavlíček, odborník na zabezpečení domácností ze společnosti NEXT.

Stále relativně novým trendem je vykradení bez ohledu na přítomnost obyvatel bytu či domu. Policejní statistiky ukazují, že drzost a brutalita pachatelů nezná mezí. Pokud člověka lupiči zastihnou doma, čeká ho jeden z nejotřesnějších zážitků života. Při vloupání jsou obvykle ukradeny nebo zničeny věci, které již nelze nahradit. Jako jsou rodinné fotografie, šperky a jiné cennosti. Často se zloději nezastaví ani před odcizením hraček dětí či památek po rodičích nebo prarodičích.

Pokud vás vykradou, rychle si uvědomíte, že ve vašich zásuvkách a skříních, se přehrabovali a slídili cizí lidé. Obnova pocitu bezpečí, jedné ze základních potřeb člověka, může trvat léta a úplná jistota se již nikdy nemusí vrátit. „Majetkové škody při vloupání jsou samozřejmě nepříjemné, ale lidé se často mnohem hůře vyrovnávají se ztrátou pocitu soukromí a bezpečí, který se nedá vyčíslit penězi,“ uvedl Ivan Pavlíček.

Při vykradení často zmizí i cenné doklady, které jsou pak zneužity k páchání další trestné činnosti, zakládání falešných firem, provádění finančních transakcí a dalších ilegálních aktivit. Obrovská rizika vyplývající z takových zneužití již pocítilo mnoho obětí vykradení. „Vedle důkladného zabezpečení bytu či domu, zejména certifikovanými bezpečnostními dveřmi minimálně ve III. bezpečnostní třídě s vložkou a kování mini-málně ve stejné bezpečnostní třídě jako dveře samotné, doporučujeme nejcennější věci uchovávat v domácím trezoru, který stále dává další šanci, že se do něj zloději nedostanou,“ dodal Ivan Pavlíček a ještě poznamenal: „Je pravda, že makléři lidem kupujícím dům či byt často doporučují, aby si v místě zjistili reference od sousedů, v hospodě či v obchodě. Pokud má dům, či byt ‚cech vykradeného‘, jistě se prodává hůře.“ (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Nebojte se upřímnosti

Shari Harley

mp Kniha je výsledkem autorčinych patnácti let zkušeností ze spolupráce s různými typy organizací, jejichž zaměstnanci řízení se potýkali s problémem, jak na pracovišti říkat pravdu, aniž by byli za svou upřímnost nějak trestáni. Přináší mnoho užitečných tipů, doporučení a rad, které čtenáře učí zvládat obtížné situace, a na řadě příkladů vám ukáže, jak zdvořile, ale jasně vyjádřit, co od druhých očekáváme, a jak poskytovat zpětnou vazbu.

Bavte se tím, co vás živí

Jitka Nesnídalová

Bizbooks Stále se nemůžete pracovně nalézt? Hledáte a pořád vám seberealizace uniká mezi prsty? Pak se podívejte na téma práce z pohledu alternativní psychologie, a hlavně z pohledu své volající duše. K osvěžujícímu náhledu na oblast práce vám jistě pomohou i jednotlivá praktická cvičení.

Daňové zákony 2015

Zuzana Rylová, Zlatuše Tunkrová, Zdeněk Krůček, Anna Beutelhauserová

Bizbooks Daňové zákony jsou pomůckou pro každého, kdo potřebuje mít po ruce aktuální znění zákonů týkající se vyměřování daní k 1. lednu 2015. Publikaci ocení daňoví poradci, účetní či podnikatelé. Daňové zákony jsou opět doplněny komentáři důležitých změn platných od roku 2015. Publikace je maximálně přehledná, u každého zákona naleznete jeho přehled a orientaci vám usnadní navigace po stranách.

Řízení lidských zdrojů

Josef Koubek

mp Osvědčená příručka pro podnikovou praxi a vysokoškolská učebnice tematicky pokrývá všechny úlohy personalistiky ve firmě, a navíc byla do knihy nově zaměřena aktuální témata, jako jsou koncepce intelektuálního a lidského kapitálu, problematika řízení talentů či pojetí pracovních rolí. Text kapitol více respektuje stále šířeji uplatňovanou koncepci řízení pracovního výkonu, nově se objevuje koncepce tzv. celkové odměny a odměňování podle přínosu.

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

Introverti a extroverti

Sylvia Löhken

Jste introvert, extrovert, nebo centrovert? Jak tyto vlastnosti ovlivní vaše myšlení, emoce a jednání? Úspěšná autorka na řadě příkladů ukazuje, jak využívat své silné stránky, jak lépe rozumět druhým a vzájemně se obohacovat – v práci, v rodině, při sportu, učení apod.

Síla introvertů

Sylvia Löhken

Publikace pro všechny introvertní osobnosti, které díky ní pochopí samy sebe. Dozví se, jak skvělé jsou jejich silné stránky a přednosti – vytrvalost, schopnost naslouchat, analytické myšlení, které jsou dnes potřeba více než kdy jindy.

Asertivita – umění být silný v každé situaci

Conrad Potts, Suzanne Potts

Není potřeba vyvíjet nátlak, abyste dosáhli toho, co chcete. Existují jednoduché způsoby, jak se prosadit. Kniha vám poradí a na příkladech ukáže, jak jednat asertivně, vybaví vás praktickými nástroji a technikami ke zvládnutí celé řady situací v práci i osobním životě a poradí.

Prodej – dřina nebo hra

Jiří Jemelka

Osobně laděná kniha zkušeného obchodníka, který zažil řadu úspěchů a neúspěchů při prodeji a postupně přišel na to, co opravdu rozhoduje o výborných výsledcích. V knize se dělí o své zkušenosti, hodnotí příčiny svých vzestupů a pádů a dochází ke klíčovým poznatkům, díky nimž jsou někteří obchodníci tak úspěšní a milují svoji práci.

Umění přesvědčivé komunikace

James Borg

V knížce najdete špičková pravidla, rady a příklady, jak krok za krokem výrazně zlepšit své přesvědčovací schopnosti, jak v každé situaci najít správná slova, jak rozumět řeči těla ostatních a působit na druhé svou neverbální komunikací, jak přesvědčivě jednat po telefonu a úspěšně vyjednávat, jak komunikovat s různými typy lidí včetně těch problematických či co dělat, když se přesvědčování nedaří.

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

Zákon o kontrole. Komentář

Jemelka, Vetešník, Libosvár

Kniha usnadní odborné i laické veřejnosti orientaci v kontrolním řádu. Komentář popisuje jeho obecná ustanovení, úkony předcházející kontrole, průběh kontroly, společná ustanovení, přechodná a zrušovací ustanovení a změny dalších zákonů. Publikace umožní porozumět sporným ustanovením kontrolního řádu a na názorných příkladech ukazuje, jak je, resp. jak by měla být kontrolní činnost v praxi vykonávána, a to s ohledem na soudní judikaturu i názory odborné veřejnosti. Součástí knihy jsou též informace o dalších souvisejících předpisech a literatuře k dané problematice.

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

Vietnam, to je obrovská příležitost



Českou republiku pojí s Vietnamem mimořádné svazky, které se však příliš neodrážejí na současné úrovni mezinárodního obchodu a vzájemné spolupráce. Vina leží především na naší straně, že nedokážeme využít příležitosti, které se téměř nabízejí samy.

Kdy a jak se může vše v dobré obrátit, o tom jsme si povídali s předsedou Česko-vietnamské společnosti Marcellem Winterem.

Jak byste několika větami zhodnotil 65 let mezistátních vztahů mezi Českou republikou a Vietnamskou socialistickou republikou?

Nejdelší nepřetržitě diplomatické vztahy i rozvojovou pomoc má Vietnam s námi. V době, kdy Vietnam osvobozoval Kambodžu od genocidy maoistických Rudých Khmérů, tak mnohé země tzv. Východního bloku s ním přerušily diplomatické vztahy i hospodářskou pomoc kvůli tehdejší maoistické Číně. V době americké agrese jsme také Vietnamu pomáhali, a hlavně jsme od roku 1955 do roku 1989 poskytl studium u nás více než 220 000 Vietnamců, z nichž většina se vrátila do Vietnamu a dodnes hovoří česky nebo slovensky. Tuto obrovskou tradici přátelství a spolupráce musíme prohlubovat, zvětšovat, a nikoliv ztrácet. Naše nedostatečná aktivita ve Vietnamu se líbí exportérům a investorům ze SRN, Holandska, Francie i z USA a Kanady. Ti oproti nám vyvíjejí v 92 milionovém Vietnamu stále větší aktivity a v mnohém nás již předstihli, například v exportu potravin nebo v poskytování stipendií pro studium na jejich vysokých školách.

Proč nedokážeme v businessu využít obrovský potenciál, který Vietnam nabízí?

Až přestaneme zatajovat příležitosti, které pro zahraniční exportéry, zájemce o kooperaci a investory Vietnam nabízí. Až zveřejníme současné aktuální marketingové informace o budování vietnamské infrastruktury v našich sdělovacích prostředcích i na webech příslušných ministerstev a profesních sdružení, aby se o nich konečně všichni naši podnikatelé dozvěděli. Až přestaneme zájemce o asijský trh cpát hlavně jen do Číny,

kteřá je největším výrobcem padělků na světě, pak ano, situace se může změnit. Ve Vietnamu se žádné padělky nevyrábějí, navíc VSR je členem WTO (Světové obchodní organizace).

Jak by zájemci o export do VSR měli postupovat?

Rychle. Ve Vietnamu rozhodují kvalita, rychlost a cena. Vietnam nepoptává, do Vietnamu jezdí celý svět nabízet na tamní veletrhy. Vietnamci si chtějí nabízený výrobek osahat i vyzkoušet a u potravin i nápojů pochopitelně ochutnat. Nejlepší marketing se realizuje na veletrhu, kde mají naše firmy možnost získat konkrétní dotazy a připomínky zájemců i na místě zjistit ceny konkurence, ale také prohlédnout si na vlastní oči obchody případných prodejců jejich výrobků nebo podniky zájemců o kooperaci či investici. Zájemci o vietnamský trh musí nejdříve u našich zkušených marketingových firem, které dobře i dlouhodobě znají toto teritorium a již něco pozitivního ve Vietnamu dokázaly, získat praktické informace. O tom, jak se má připravit nabídka pro Vietnam, aby zbytečně u příjemce neskončila v koši na papíry. A také se dozvědět o obchodních zvyklostech, celních předpisech i nařízeních obchodního zákoníku, jež platí v tomto teritoriu.

Prezentace na vietnamských veletrzích a kvalitní teritoriální marketing jsou základem úspěšného vstupu na perspektivní 92milionový vietnamský trh a z něj na 600milionový trh zemí sdružení ASEAN, jehož je Vietnam členem. Doporučuji, aby si naši podnikatelé své obchodní vietnamské partnery důkladně prověřili.

Stát zařadil Vietnam mezi prioritní exportní země. Podporuje české vývozce a firmy, které chtějí navázat s tamním teritoriím obchodní spolupráci nebo tam vystavovat?

Ano podporuje, ale podle mých dvacetiletých zkušeností, získaných při 47 návštěvách Vietnamu a při předloňském osmiměsíčním bydlení v Hanoji, musím říct, že málo. Již několik let se nekonala oficiální státní účast ČR na žádném velkém vietnamském veletrhu. Jsem moc rád, že po 11 letech se letos opět koná aspoň společná účast firem z ČR na největším obchodním veletrhu Vietnam EXPO, který bude od 15. do 18. dubna v Hanoji a vystavovatelé mají možnost na něm své výrobky i prodávat a prostřed-



Marcel Winter, předseda Česko-vietnamské společnosti

nictvím proexportní agentury CzechTrade získat dotaci na svůj stánek až do výše 120 000 Kč. Za to MPO i agentura CzechTrade moc děkují.

Když však dlouhodobě podnikatelům chybí aktuální informace o konkrétních možnostech v současném Vietnamu, tak zařadit Vietnam mezi prioritní proexportní země ČR opravdu nestáčí. V německém Bundestagu vyhlásila kancléřka Merkelová u příležitosti pouze 35 let diplomatických vztahů SRN s VSR příslušný rok Rokem Vietnamu v SRN a pochopitelně vietnamský premiér Nguyen Tan Dung pak reciprocně příslušný rok vyhlásil Rokem SRN ve Vietnamu. U nás jsme letos 2. února oslavili 65 let navázání diplomatických vztahů s Vietnamem a o něčem podobném se nám může jenom ve snu zdát. A přitom by stačilo s námi, co máme mnohaleté zkušenosti z marketingové praxe ve Vietnamu, se poradit a poslechnout si naše nápady i konkrétní doporučení.

Před deseti lety jsem MPO navrhnul společně s vietnamskou stranou zřídit v Hanoji Český dům, ve kterém by v přízemí byla trvalá nabídková prodejna, do které by výrobky do komisního prodeje posílaly české firmy. Při jejich účasti na veletrzích ve Vietnamu by se jen převezly z prodejny na veletrh a firmy by ušetřily náklady na dopravu výstavních exponátů z ČR do VSR a zpět. Navíc by se zájemci i po skončení

veletrhu mohli s českým výrobkem seznámit, případně si jej na odzkoušení koupit. V tomto objektu by mohla být také česká restaurace, místnost pro obchodní jednání podnikatelů a pro prezentační tiskové konference, ale i kancelář CzechTrade, navíc v patrech ubytování pro podnikatele, kteří navštíví hlavní město Hanoj. Tento můj návrh zůstal pochopitelně bez odezvy, protože u nás většinou rozhodují teoretici od kancelářského stolu, nikoliv teritoriální manažeři s patřičnou praxí a konkrétní vizí.

Naznačil jste, že se blíží jarní veletrh Vietnam Expo 2015 v Hanoji. Bude česká účast odpovídat významu této akce a skutečnosti, že ČR musí hledat exportní trhy mimo EU a Rusko?

Přítomnost firem z ČR na dubnovém Vietnam EXPO v Hanoji v rámci společné účasti je velmi nutná, neboť tento nejvýznamnější veletrh ve Vietnamu pravidelně navštěvuje vietnamský prezident, který letos začátkem května oficiálně navštívil Českou republiku. Proexportní agentura CzechTrade i realizační firma Integra Praha se mnou spolupracují a jsou v přímém kontaktu s veletržní správou Vinexad v Hanoji, která tento veletrh z pověření Ministerstva průmyslu a obchodu VSR pořádá.

Věřím, že účast svým členům dostatečně rychle doporučí i nabídne Hospodářská komora ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR, Českomoravská elektrotechnická asociace, Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu, Agrární komora ČR i další podnikatelská sdružení, protože solventní vietnamský trh s růstem HDP ve výši 5,3% za to rozhodně stojí a může pomoci, co mají odbytové problémy. Vietnamu by měli nabídnout naši exportéři mléko, sýry, jogurty, pudinky, paštiky, cukrovinky, ale i hořčici, víno, a zejména pivo, protože je nejoblíbenějším nápojem ve Vietnamu. Nejméně 200 000 Vietnamců, kteří u nás v minulosti studovali, ale nyní žijí ve VSR, na české potraviny stále vzpomínají a mají o ně zájem.

Česko má s VSR uzavřenou mezivládní dohodu o podpoře a vzájemné ochraně investic i mezivládní smlouvu o zabránění dvojího zdanění, což je podstatné pro naše investory i zájemce o založení společných podniků ve Vietnamu. Vietnam je pro nás skutečnou branou do Asie.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

CzechTrade na zahraničních veletrzích podpoří nejméně 420 českých podniků

Agentura CzechTrade v letech 2013 a 2014 podpořila účast 1503 malých a středních podniků na celkem 90 zahraničních veletrzích. Vzhledem ke skutečnosti, že operační program OPPI končil a OPPIK zatím nebyl zahájen, bylo cílem agentury překlenout dané období, což se podařilo prodloužením projektu Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2013–2014 (SVV). Díky tomu se seznam podporovaných zahraničních akcí rozrostl o dalších 30 veletrhů, včetně jednoho z nejvýznamnějších veletrhů z pohledu českých výrobců, Spielwarenmesse v německém Norimberku, který je zaměřen na oblast hraček.

„CzechTrade v roce 2015 podpoří přinejmenším 420 subjektů na 30 akcích po celém světě. Sami jsme prodloužení projektu iniciovali a jsme rádi, že se české firmy budou moci i nadále prezentovat v zahraničí. Exportéři tak budou moci představit své produkty například v Japonsku, ve Spojených arabských emirátech, v Ekvádoru, Brazílii či Ázerbájdžánu, kde jsme nedávno otevřeli zahraniční kancelář,“ sdělil Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Zatím největší akcí, která podporu projektu SVV 2013–2014 získala, byl stavební veletrh Coneco v Bratislavě. Zúčastnil se ho rekordní počet českých vystavovatelů, kteří se zde představili v celkem 88 expozicích.

„O úspěšnosti projektu SVV svědčí i fakt, že společné české expozice obdržely v letech 2013 a 2014 celkem 13 prestižních ocenění, a to např. na japonském veletrhu Nanotech v Tokiu, na veletrhu těžební techniky IME v indické Kalkatě či na veletrhu Ecology of Big City v ruském Petrohradě,“ uvedl Petr Kraselovský, ředitel odboru Fondy EU a komerční akce.

V rámci prodloužení projektu SVV pro rok 2015 bylo nutné podle podmínek projektu vypsát nové výběrové řízení a vybrat dodavatele na služby realizace expozice. Výběrové řízení proběhlo v loňském prosinci a následně bylo třeba umožnit uchazečům, aby se ve lhůtě stanovené zákonem mohli vyjádřit k vybraní či nevybraní dotyčného subjektu, případně se proti němu odvolat.

Agentura CzechTrade dle schváleného projektu aktivně provádí akvizice na jednotlivé veletrhy a eviduje firmy, které mají zájem o účast, aby byl zajištěn plynulý průběh i v roce 2015.

Seznam podporovaných veletrhů SVV pro rok 2015 bude doplněn podle návrhů asociací

tak, aby se vhodným časovým, oborovým i teritoriálním zaměřením kompenzovalo zrušení dvou veletrhů ze začátku roku 2015.

Subjekty, které splnily podmínky projektu, získaly v obou předchozích letech podporu až do výše 100 % způsobilých výdajů, maximálně však 120 000 Kč. Projekt se navíc nezaměřoval pouze na veletrhy v tradičních vývozních terito-

riích, jako je například Německo či Rusko, ale také na exotičtější destinace s exportním potenciálem, ke kterým patří například Kazachstán, Jihoafrická republika, Brazílie, Spojené arabské emiráty nebo Indie.

Stejná podpora je českým firmám k dispozici také v období od ledna do června letošního roku. (tz)

Letos se věnuje exportnímu vzdělávání

Agentura CzechTrade chystá na první čtvrtletí roku 2015, kromě klasických odborných seminářů, čtyři teritoriální akce pro české exportéry. Zástupce firem se na nich dozvědí aktuální exportní příležitosti, praktické informace o obchodních zvyklostech i možnosti financování exportu v exotických zemích, jako jsou Indonésie, Austrálie či Ázerbájdžán. Zahraniční zástupce ukrajinské kanceláře účastníky seznámí s dopady politických událostí loňského roku na ekonomickou situaci v zemi a na zahraniční obchod.

„Exportní vzdělávání patří mezi základní funkce agentury CzechTrade. Mezi nejčastěji zmiňované překážky, které českým firmám ztěžují vstup na zahraniční trhy, patří nezna-

lost prostředí a místní byrokracie. Pracovníci našich zahraničních kanceláří působí ve více než 40 zemích po celém světě a mají informace z první ruky. Teritoriální semináře a každoroční Meeting Point jsou pro české firmy skvělou příležitostí se s těmito pracovníky sekat,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Doporučené akce pro české exportéry:

■ **Ukrajina – exportní a investiční příležitosti – aktuálně:** 23. února 2015

■ **Doing Business on Indonesia:** 24. února 2015

■ **Ázerbájdžán – nové příležitosti pro české exportéry:** 26. února 2015 (tz)