

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Nejdůležitější je vytvořit věrohodnou vizi možného úspěchu

Všichni mu loni u příležitosti vyhodnocení soutěže Manažer roku tleskali a vítězství mu přáli. Ing. Karel Žďárský, generální ředitel a předseda představenstva společnosti Farnet a.s., vyhrál, stal se Manažerem roku 2013 a pražský palác Žofín si to bude dlouho pamatovat. Od té doby se o značce, již buduje v plném nasazení přes 20 let, i o něm samotném, napsalo hodně pochvalných řádků. A aby ne. Když s vámi jen chvíličku mluví, cítíte nespoutanou energii, která vyvěrá z podstaty jeho já. Nápadů je hodně, povinností přibývá a osud jde strnou křivkou k úspěchu. Jeho firma vyvíjí a vyrábí špičkové stroje pro zemědělství, prostě samé vychytávky. Profitují z nich odběratelé i značka Farnet.

Vaše společnost z 80 procent vyváží. Na kterých trzích se vám daří a kam byste rádi prošli? Které teritorium naopak opustíte?

Naše obchodní strategie je založena na budování silné dealerské sítě zajišťující prodej strojů a technologií pod značkou Farnet. Klademe důraz na budování silné pozice značky Farnet jako synonyma kvality a spolehlivosti, dobře zajištěných služeb a servisu. Vytváříme prodejní a servisní síť postupně již více než 20 let. Aktivně tak prodáváme ve většině evropských zemí, celém Rusku a Kazachstánu. Dodali jsme stroje i do Mongolska. Dlouhodobě byly nejvýznamnější naše prodeje na východ – Ukrajina a Rusko. Export do těchto zemí je ale kvůli konfliktu na Ukrajině nyní podstatně složitější. Tamní situace je velmi těžká, přesto se nám daří udržet naše



Ing. Karel Žďárský, generální ředitel a předseda představenstva společnosti Farnet a.s.

partnery i realizovat obchody, ale předpokládáme, že zde dojde k poklesu. Rusko má stále velký potenciál. Zemědělské stroje a technologie dodávané společností Farnet nejsou zasaženy přímo embargem, ale devalvace rublu a celkové zhoršení situace a vztahů se na letošních prodeích také projeví, ale rozhodně své pozice v Rusku neopouštíme. Zdá se, že zájem o rozvoj zemědělství a potravinářství v Rusku ještě posílil.

Velmi důležité je ale pro nás plné konkurenční srovnání na vyspělých trzích západní Evropy. Daří se nám zvyšovat prodej v Německu, ale i ve Francii. Významným trhem je také Polsko a samozřejmě nesmím zapomenout na če-

ské zemědělce – naše domácí zákazníci. V loňském roce jsme zahájili vstup na severoamerický kontinent. Vytváříme dealerskou síť v Kanadě a na severu Spojených států a již jsme realizovali první dodávky. Ukazuje se, že řada našich strojů a technologií odpovídá požadavkům zdejšího trhu a pokles eura vůči dolaru dále zlepšuje i naši cenovou konkurenceschopnost. Vidíme zde velkou perspektivu.

Jak manažerské řízení vašeho týmu ovlivňuje exportní úspěch? Co rozhoduje o tom, že zakázku získáte a zda uzavřete dobrý obchod?

Domnívám se, že nejdůležitější je vytvořit věrohodnou vizi možného úspěchu a strategii, jak postupovat.

pokračování na straně 4

Silný lodní motor na CNG: Vítkovice Machinery Group začínají s vývojem

Skupina Vítkovice Machinery Group v současné době zahajuje vývoj motorů na CNG pro lodní dopravu. Projekt je součástí ekologizace dopravních cest v ČR. „První výstupy z projektu bychom měli mít v roce 2016. Využijeme vlastní výzkumné kapacity i univerzitní pracoviště,“ uvedl za skupinu VMG ředitel její dceřiné společnosti Vítkovice Doprava Rodan Broskevič. V tuto chvíli se již jedná o partnerství se společností z oboru lodní dopravy. Skupina VMG provozuje síť veřejných CNG plnicích napříč celou ČR, a to pod značkou CNGvitall. Letos jich bude již 33. Tento rok uvedla skupina VMG do provozu první lokomotivu pro osobní železniční dopravu v Evropě poháněnou motory na CNG. Jde o typ 714 o výkonu 520 kW. Při spotřebě 10,48 kg na 1 mth dokáže lokomotiva urazit vzdálenost 850 km. Jezdí na trase ČD Opava-Hlučín. V odvětví železniční dopravy se vítkovická skupina chystá dále rozvíjet a vyprodukovat více drážních vozidel poháněných CNG. (tz)

Investice do cenných papírů mají opodstatnění

Česká spořitelna se v období klesajících úrokových sazeb i nadále snaží hledat možnosti výraznějšího zhodnocení prostředků svých klientů. Doporučenou možností jsou investiční produkty. Atraktivní výnosy, byť negarantované, umožňují investice do otevřených podílových fondů. Zajímavé mohou být i konzervativní strukturované produkty České spořitelny, např. Premiové dluhopisy. Česká spořitelna navíc klientům, kterým od 1. 6. 2015 sníží úrokové sazby na spořicích účtech, nabízí snadný vstup do investičních vod: pokud se rozhodnou investovat do otevřených podílových fondů, nebude jim banka od 1. 4. do 30. 6. účtovat žádné vstupní poplatky. Loňský rok byl úspěšný pro investory v podstatě všech kategorií podílových fondů. Zhodnocení doručily fondy konzervativní i dynamické. Během roku 2014 vzrostl majetek nejméně rizikového ISČS smíšeného fondu Konzervativního mixu o 7,86 mld. Kč, a dosáhl tak více než 13 mld. Kč. Klientům přinesl zhodnocení 2,91 % ročně (k 31. 12. 2014). Akciový podílový fond Top Stocks zhodnotil svůj majetek o 21,83 % ročně a jeho pětiletá výkonnost dosáhla 18,37 % ročně. ČS nemovitostní fond loni zhodnotil prostředky klientů o 3,6 % ročně. Zajímavé zhodnocení klientům také doručily strukturované produkty, tedy jedny z nejkonzervativnějších investičních produktů z nabídky České spořitelny. Čtyřletý Akciový premiový dluhopis ČS 2014, který skončil v listopadu 2014, zhodnotil prostředky klientů o 1,94 % ročně. Premiový dluhopis Euroclixx, který skončil 16. března 2015, svým klientům doručil zhodnocení 2,91 % ročně. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU

Podnikatelé v roce 2014 ožili: pětiprocentní nárůst nových firem **4**

Pestrý sortiment výrobků i možnosti, jak zaujmout britský řetězec Debenhams **5**

Aktuální téma roku otevřela Česko-německá obchodní a průmyslová komora **8**

Do finále soutěže Manažer roku 2014 postoupilo 77 osobností **11**

Global Compact, největší platforma společenské odpovědnosti na světě, je v i České republice **12**

Vzájemná spolupráce má smysl

Zástupci Asociace českého tradičního obchodu (AČTO) jednali 24. března v Praze o možné spolupráci s organizací Independent Retail Europe (IRE), která sdružuje nezávislé obchodníky z celé Evropy. Během setkání s Else Groen, generální ředitelkou IRE, obě strany deklarovaly zájem o bližší spolupráci, neboť v mnoha otázkách nalezly společnou řeč.

Generální ředitelka IRE přijela do Prahy na pozvání Zdenka Juračky, předsedy AČTO, aby představila činnost, cíle a možnosti spolupráce, které evropská organizace nabízí. IRE je vedle EuroCommerce druhou největší evropskou organizací, která sdružuje obchodníky a bojuje za jejich zájmy. Hlavním posláním IRE je na evropské úrovni zastupovat především nezávislé obchodníky, tedy ty, které v České republice sdružuje právě AČTO. I z toho důvodu Else Groen konstatovala: „Spojuje nás už samotný vznik našich organizací, neboť IRE i AČTO vznikly ze stejného důvodu. V žádné z evropských zemí nechtějí hrát nezávislí obchodníci druhé housle. Chtěli jsme vůči evropské legislativě jednat napřímo, naše zájmy jsou mnohdy jiné než u nadnárodních korporací. Ty společně hájíme prostřednictvím SOCR.“ O tom, že je situace stejná i v ČR, ji ujistil i předseda AČTO Zdeněk Juračka.

„Velmi si vážíme toho, že IRE projevilo zájem o užší spolupráci s AČTO,“ uvedl a dodal: „Vzájemnou spolupráci považujeme za velmi prospěšnou, a to nejen z důvodu výměny zkušeností



Else Groen, ředitelka Independent Retail Europe, a Zdeněk Juračka, předseda Asociace českého tradičního obchodu

a přenášení dobré praxe, ale také proto, že si plně uvědomujeme nutnost postupovat jednotně vůči evropské legislativě, která na nezávislé obchodníky mnohdy klade nesplnitelné či příliš byrokratické požadavky.“ I v tomto bodě byl jednotný s ředitelkou Groen, která navázala ujištěním, že „zájem IRE patří jednotlivým nezávislým obchodníkům i jejich asociacím, které je sdružují. Pokud se daří jednotlivcům, pak se daří i zastřešujícím organizacím.“ Zástupci AČTO se v mnoha diskutovaných bodech s ředitelkou IRE shodli. Else Groen pozvala představitele asociace k dalšímu jednání na představenstvo IRE, které bude zasedat v červnu v italském Miláně.

Asociace českého tradičního obchodu vznikla v červenci 2014 jako historicky první a největší konsolidovaný subjekt, který sdružuje maloobchodníky z oblasti malého a středního podnikání. Zakládajícími členy byla Skupina COOP, Brněnka, ESO MARKET, ČEPOS, ENAPO a CBA. V současnosti má AČTO 13 členů a reprezentuje téměř 7000 prodejen s 30 000 zaměstnanci s ročním obrátem 50 mld. Kč. Představuje tak zhruba 25% podíl na trhu s potravinami a klade si za cíl hájit specifické zájmy svých členů. (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: bixi@iprosperita.cz

Datum vydání: 21. dubna 2015

PhDr. Eva Bixi-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, **e-mail:** bixi@iprosperita.cz

Martin Šimek, obchodní ředitel a šéfredaktor
internetových médií www.iprosperita.cz,
www.madambusiness.cz a www.freshtime.cz

mobil: 606 615 609, **e-mail:** martin@iprosperita.cz

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, **e-mail:** kacer@iprosperita.cz

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální konzultantka

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmášek

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem . Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci 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 Šýpků 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.



NO DOVOLTE, PÁNOVÉ.
JAKÝPAK ŽENSKÝ ŠOVINISMUS ?!

kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

Co se stalo?

Lekla jsem se. V půl čtvrté ráno mi přišla pěkně hlasitá sms, mobil mívám na nočním stolku, jak jinak. Co se stalo? To člověka napadne nejdříve. Vyděšeně sahám po mobilu a čtu: Do datové schránky vám přišla zpráva... Ulevilo se mi. Štěstí, že se nikdo nenaboural autem, že příbuzní, přátelé a kamarádi žijí. Nikde nic nevyhořelo, nikoho nehledá policie. Běžné myšlenky. Člověk reaguje prostě a emočně.

Pak jsem se ale naštvála. Sakra, proč mne má budit ze spaní informace o tom, že datová schránka pro mne skrývá sladké tajemství? Cožpak tato sdělení nelze načasovat jinak? Chápu, že automatizované procesy a technologie technologií mají svá pravidla, svůj řád, ale do rána by snad takové oznámení počkalo. Jakýkoli nový obsah datové schránky mi sice na klidu nikdy nepřidá, ale... Co myslíte?

Eva Bixi

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Nejde jen o informace

Dlouho budu ráda vzpomínat na tiskovou konferenci, která se odehrála 2. dubna na Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR v Praze. Jejím prostřednictvím jsme se dověděli, že největší platforma společenské odpovědnosti na světě, Global Compact, která funguje pod záštitou OSN, ten den vstoupila do České republiky. Nešlo jen o prosté oznámení faktu, že je společenská odpovědnost v České republice na prahu nové etapy. Na půdě úřadu se totiž potkaly mnohé známé osobnosti, šéfové firem a profesních uskupení, reprezentanti těch, kteří společenskou odpovědnost v předstihu pochopili a prosazují. S některými jsem hovořila, i když vlastně na úplně jiné téma, a hodně od srdce. Věty nezněly zdvořilostně ani nabubře, ale radostně, upřímně a mile. Prostě jsme se rádi viděli. A že to bylo při této příležitosti, jen lépe. Vyplynulo mi z toho však jedno: znova se učíme vnímat podnikání ve všech jeho rovinách, nejen jako tabulky rostoucích zisků. Vzájemná komunikace nebude vycházet z úsměvu předepsaného firemní kulturou, nýbrž od srdce. Vztahy mezi lidmi budou vypovídat. Tato filozofie je totiž nepřekonatelná. Funguje.

Eva Bixi

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 1. VOX, a. s.
7. Konference Kvalita – Quality
8. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas Ladies Club
9. Soutěž Česká chuťovka
10. Prodejní prezentace českých návrhářů Grace'n'Glamour

Třetina Čechů se v případě invalidity bojí o finance

Pro 81 % Čechů by v případě invalidity třetího stupně nebyla státní podpora dostatečná na pokrytí měsíčních výdajů. Ty nejčastěji činí 6000–12 000 korun na osobu. Jako prostředek proti poklesu životní úrovně v důsledku ztráty části příjmu se Čechům nejčastěji vybaví přípojištění k životnímu pojištění, registrují ale i úrazové pojištění a spoléhají na úspory. Vyplynulo to z aktuálního průzkumu ING Životní pojišťovny.

V ČR je podle ČSSZ na 420 000 invalidních důchodců, z toho téměř 200 000 s 3. stupněm invalidity, tedy s poklesem pracovní schopnosti minimálně o 70 %. To s sebou nese významné

finanční důsledky. Průměrný invalidní důchod pro 3. stupeň totiž za rok 2014 činil 10 262 korun, v případě přiznání 1. stupně dokonce jen 5911 korun. „Pokles průměrných příjmů je i v případě nejvyšší státní podpory více než 50 %, a to s sebou nese propad životní úrovně,“ vysvětlila Renata Mrázová, generální ředitelka ING Životní pojišťovny. Češi si jsou tohoto rizika vědomi, a přestože je podle průzkumu agentury NMS pro ING Životní pojišťovnu nejvíce trápí možné fyzické omezení (54 % odpovědí), 35 % se obává právě finanční nesoběstačnosti. „Kromě toho každý desátý Čech vnímá i zatížení psychiky a hrozbu negativního přijetí ze stra-

ny společnosti,“ doplnila Renata Mrázová. Plné pokrytí měsíčních nákladů na osobu z invalidního důchodu 3. stupně předpokládá 15 % respondentů, 20 % by nestačil ani na polovinu pravidelných výdajů. Navíc je třeba si uvědomit, že v případě invalidity některé výdaje naopak stoupají. Týká se to třeba léků, dopravy k lékaři nebo případných stavebních úprav bytu.

„Dvě třetiny respondentů si umějí představit ochranu proti finančním následkům invalidity, nejčastěji v podobě připojištění k životnímu pojištění. Tuto variantu registruje 68 % populace,“ uvedla Renata Mrázová. Přesto se Češi příliš nepojišťují. Pro případ invalidity je u ING Životní pojišťovny pojištěno 11 % klientů v průměru na 400 000 korun, popř. na měsíční rentu 7200 korun. (tz)

Náš export přes Lidl dosáhl 4,2 miliardy korun

Privátní značky pomáhají českému exportu. Vývoz prostřednictvím řetězce Lidl vloni dosáhl 4,2 mld. Kč. Proti roku 2013 je to nárůst o 3,1 %. Mezi společnostmi, které prostřednictvím Lidlu vyvážejí, patří např. firmy Krahulík, Veseta, Alimpex – Maso, Mlékárna Čejetický, Delimax a další.

Český export díky společnosti Lidl míří do 16 zemí Evropy, především však na Slovensko, do Polska, Maďarska, Rumunska, Chorvatska, Slovinska, Bulharska, ale třeba i do Švédska. Největší úspěchy slaví za hranicemi české uzeniny (privátní značka Pikok), pramenité a ochucené vody (Saguaro), mléčné výrobky (Fruit Jumbo a Pilos), ale třeba i některé druhy alkoholických nápojů (pivo Argus Maestic).

Dlouhodobým stabilním partnerem řetězce Lidl je firma Krahulík, která patří také k jejím nejúspěšnějším exportérům. „Spolupráce se společností Lidl je s ohledem na aktuálně dodávané objemy pro naši společnost zásadní. V současné době tvoří podíl exportu z celkového objemu dodaného společnosti Lidl až 75 % a z celkové produkce naší společnosti až 25 %,“ uvedl Antonín Haberl, obchodní manažer společnosti Krahulík-Masozávod Krahulčí, a.s. Do zahraničí výrobce dodává celkem 11 produktů pod značkou PIKOK. „Prostřednictvím Lidlu nyní exportujeme do šesti zemí a během roku 2015 by se měl jejich počet rozšířit ještě

o dvě,“ dodal Antonín Haberl. Společnost Lidl je pro mnoho českých výrobců strategickým partnerem, bez kterého by na zahraničních trzích neuspěly. „Pro Lidl vyrábíme téměř 30 druhů lahůdkářských výrobků, jako jsou saláty, pomazánky, marinády a aspikové výrobky. Možnost vyvážet do zahraničí tímto způsobem z ní dělá strategického partnera na retailovém trhu. Víme, že naše výrobky snesou nejpřísnější parametry a roste jejich obliba i na náročných zahraničních trzích. Právě každodenní konfrontace s nejvýznamnějšími evropskými hráči v našem oboru nás může posouvat v tomto snažení dále. V tom vidíme obrovský potenciál i do budoucna,“ uvedl Jan Vrba, generální ředitel společnosti Delimax.

Společnost Lidl staví svoji filozofii prodeje na privátních značkách, které tvoří 80 % celého sortimentu. V žádném případě to však neznámá, že jde o levnou a nekvalitní variantu značkového produktu. „Díky privátním značkám si můžeme mnohem lépe hlídat kvalitu produktů, za kterou na svých prodejnách ručíme. Mezi našimi výrobci jsou renomovaní i méně známí výrobci, kteří musí bez rozdílu splnit přísná kritéria na kvalitu produktů, což kontrolujeme pravidelnými audity a laboratorními testy,“ potvrdila Jitka Vrbová, tisková mluvčí společnosti Lidl. Pro spolupráci s maloobchodním řetězcem musí být výrobce schopen do dávat zboží také v požadovaném množství. (tz)

Průměrná mzda v autoprůmyslu se přiblížila hodnotě 32 000 korun

Průměrná mzda celkem 112 877 osob zaměstnaných ve firmách sdružených v AutoSAP v roce 2014 dosáhla 31 867 Kč, což je o 24 % více, než činí celorepublikový průměr za uplynulý rok zveřejněný Českým statistickým úřadem.

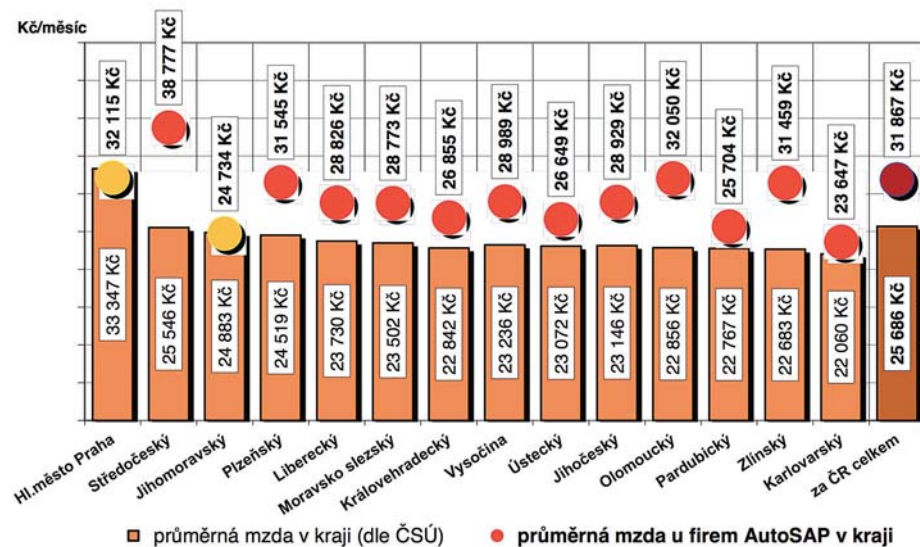
Průměrná mzda v kategorii „dělnických profesí“ (celkem za 82 735 zaměstnanců) dosáhla v roce 2014 hodnoty 26 284 Kč. Je to o 2,33 % více než průměrná mzda vykázaná za celou Českou republiku. Rovněž tak ve většině krajů přesahují mzdy ve firmách AutoSAP regionální průměr. Výjimkou je pouze Praha a Jihomoravský kraj.

Počet pracovníků ve firmách AutoSAP (kmenových zaměstnanců) na konci roku 2014 činil 112 877 osob, což je o 3573 osob (o 3,27 %) více než v roce 2013. Vývoj zaměstnanosti v jednotlivých firmách byl rozdílný a odvíjel se především od zakázkové náplně firem. V sou-

hrnu za základní skupiny firem ale nedošlo k žádným dramatickým posunům. U výrobců vozidel (celkem 13 firem) se počet pracovníků oproti konci roku 2013 zvýšil o necelých 1,5 % (o 492 osob) a u dodavatelů (101 firem) činil nárůst zhruba 4 % (+2894 osob). Nárůst byl podchycen i u tzv. účelových organizací (32 subjektů z oblasti výzkumu, vývoje a služeb pro automobilový průmysl), kde se počet zaměstnanců zvýšil o 4,6 % (to je o 187 osob). Nejvíce „automobilový“ je logicky Středočeský kraj, kde podíl zaměstnanců ve firmách AutoSAP tvoří 9,2 % zaměstnanců celého kraje. Následuje Liberecký kraj (8,6 %) a kraj Vysočina (5,7 %).

„Za uplynulých pět let se počet pracovníků ve firmách AutoSAP zvýšil o více než 7500 osob. Pozitivní dopad na zaměstnanost v ČR a zejména růst počtu pracovníků ve výzkumu a vývoji řadí český automobilový průmysl mezi obory s vysokým rozvojovým potenciálem pro další období,“ konstatoval prezident AutoSAP Ing. Martin Jahn. (tz)

PRŮMĚRNÁ MĚSÍČNÍ MZDA ZA ROK 2014 PODLE KRAJŮ



Activa loni dosáhla obrátu 1,6 miliardy, papíru prodala o 200 tun více

Obrat společnosti Activa se v roce 2014 vyšplhal na 1,682 miliardy korun. Jednička mezi poskytovateli sortimentu pro provoz kanceláří tak meziročně utrhla o 40 milionů více než v loňském roce. Vyplývá to z nejnovějších statistik společnosti, které hodnotí uplynulých 12 měsíců. Oproti roku 2013 dodala Activa loni zákazníkům například o 200 tun papíru více.

Activě loni stoupl počet zákazníků, a to o 1100. Celkem tak měla společnost 14 100 zákazníků, kterým zboží dopravila na 31 000 dodacích míst po celé České republice. „Loni jsme zaznamenali také nárůst počtu objednávek o 5 % a mírné zvýšení se týká i průměrné hodnoty objednávky. Zatímco v roce 2013 činila její hodnota průměrně 1418 korun, loni se již tato částka pohybovala kolem 1478 korun,“ okomentoval výsledek Ing. Martin Holoubek, zástupce obchodního ředitele společnosti Activa, prodejce nejširšího katalogového sortimentu kancelářských potřeb, občerstvení, drogerie, hygienických a úklidových prostředků v Česku. Nárůst výsledků podle Holoubka není pouze o rozvoji trhu a spotřeby, ale o celkové úspěšnosti obchodní politiky. Napří-

klad povědomí o službách společnosti Activa se dostává se změnou pracoviště asistentek a sekretárek do dalších firem. „Vyplácí se nám cenová transparentnost. Každý náš zákazník v katalogu, fyzickém i na webu, vidí, jaká je základní cena pro daný rok. Řada firem ceny nemá uvedené ani v katalogu, ani na webových stránkách,“ uvedl Martin Holoubek. Zákazníci si tak nemusejí pamatovat, že tužka původně stála osm korun, druhý den si ji koupí za 9,50.

V českých kancelářích oproti roku 2013 vloni podle zkušeností Aktivy vzrostla také poptávka po papíru. „Meziročně jsme dodali zákazníkům o 200 tun papírů více. Přes polovinu přitom firmy žádaly v nejvyšší kvalitě,“ vysvětlil Martin Holoubek. Firma přitom dodává pouze značkové papíry, jelikož nepřistoupila na nabídku levných „bílých“ přebalů. (tz)



Foto MorgueFile

Firmy mohou ušetřit za mezinárodní přepravu

Náklady na dopravu u českých firem při koupi zboží ze zahraničí tvoří v průměru 11 % z nákupní ceny zboží. Toto číslo je přitom zbytečně vysoké. Stačí totiž mezinárodní přepravu plánovat s lokálními speditéry a náklady okamžitě klesnou až o třetinu.

Zatímco o import do České republiky ze zemí po celém světě se starají mezinárodní dopravci, kteří si v místě nakládky zboží účtují plné a stále vyšší ceny, díky stoupající roli menších mezinárodních speditérů ceny naopak klesají. Pokud firmy pro dopravu využijí české zastoupení mezinárodních dopravců, anebo specializovaných speditérů, mohou uspořit v závislosti na množství importovaného zboží i stovky tisíc korun ročně.

Z hlediska snížení výdajů za dopravu je možné nejvyšších úspor dosáhnout u importu z USA. To skýtá velký potenciál pro lokální české dopravce a velký prostor k úsporám ve firmách při přepravě zboží kvůli nízkému konkurenčnímu prostředí. Naopak zcela odlišná situace je v případě Číny, kde je mezi dopravci vysoká konkurence a trh dopravy je pro tuzemské firmy nepřítel. Přitom platí pravidlo, že čím větší je zájem o expedici, respektive čím větší jsou přepravní objemy, tím nižší je přepravní cena, a to navzdory obecnému trendu zdražování.

„Uvedme si příklad. Pokud si zákazník objedná import zboží z USA, potom mu místní přepravní firma nabídne dovoz za plnou cenu. Jestliže se však obrátí na české zastoupení vybraného mezinárodního dopravce, může výdaj klesnout až o pětinu. V případě speditérské firmy, jako je například Smartex, se tak zákazník dostane i na třetinovou cenu,“ řekl Alexandr Michaljančí, jednatel společnosti Smartex.

„Už léta sledujeme vzrůstající tlak českých importérů na snížení ceny dopravy zboží, a to jak u menších a středních firem, tak nadnárodních společností. Tomuto trendu se musí nutně přizpůsobit i trh a nejflexibilněji na něj umí reagovat lokální spediční firmy, které nejsou vázány korporátní politikou. To se pak velmi pozitivně odráží na množství přepravených zásilek,“ dodal Alexandr Michaljančí. Určitým specifikem trhu je fakt, že mezi úspěšnější speditéry patří spíše menší společnosti nepřekračující v definici Evropské unie velikost mikropodniku a věnující se dopravě zboží v oblasti letecké expresní a cargo přepravy. Mezi hlavní zahraničně-obchodní partnery ČR patří převážně členské země EU, ovšem na předních místech statistik ve významnosti jednotlivých států mimo Evropu lze vidět Čínu, Ruskou federaci, Spojené státy americké nebo Japonsko. Dovozy v přeshraničním pojetí se v letošním lednu meziročně zvýšil o 5,9 %, na 263,2 miliardy korun. (tz)

Špičkový design s agenturou CzechTrade

Agentura CzechTrade dlouhodobě pomáhá českým firmám získat atraktivní design pro jejich výrobky. V loňském roce využilo finanční podpory projektu Design pro konkurenceschopnost 2013–2014 celkem 60 výrobců. CzechTrade podpořil malé a střední podniky, které inovovaly design svých výrobků, pomohl s propagací českého průmyslového designu v zahraničí a připravil několik seminářů, v nichž měly české firmy příležitost rozšířit si znalosti v oblasti design managementu. V současné době agentura CzechTrade vyjednává podmínky pro realizaci navazujícího projektu Design 2 v rámci připravovaného operačního programu OPPIK.

„Mnoho malých a středních podniků si neuvědomuje význam kvalitního designu výrobku a považuje služby designéra za zbytečný výdaj. Design je ale významným nástrojem inovací a úspěšných firem. Agentura CzechTrade umožňuje využít tento potenciál také malým a středním podnikatelům, kteří tak zvyšují konkurenceschopnost svých výrobků v zahraničí. V tuto chvíli připravujeme pro české firmy navazující projekt Design 2,“ sdělil Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

V loňském roce agentura CzechTrade podpořila 60 firem, které si díky finanční podpoře mohly dovolit inovovat design svých produktů.

„Vývoj jednoho výrobku přijde zhruba na půl milionu korun a jeho uvedení do sériové výroby trvá někdy i déle než rok. To jsou pro malou firmu obrovské náklady, proto jsme možnost přihlásit se do projektu Design pro konkurenceschopnost 2013–2014 uvítali,“ doplnil Pavel Říha, zakladatel a majitel společnosti Aton, která podporu využila k vývoji svítilny pro potápěče. Projekt Design pro konkurenceschopnost českému výrobcovi umožnil upevnit svou pozici na trhu výrobků moderního typu svítilen.

V rámci projektu vznikl i na podnět zástupců Evropské komise Adresář designerů, který nabízí 115 profilů průmyslových a produkto-

vých designérů z České republiky, Slovenska a Nizozemska, mezi nimiž mohou české firmy vybírat. Společnosti a designéři se díky projektu mohli představit také v zahraničí, v roce 2014 konkrétně na akcích Maison&Objet Paris a Blickfang Wien, kde se prostřednictvím společných expozic prezentovalo celkem 11 firem a designérů z oblasti nábytkářského, sklářského a bižuterního průmyslu.

Další částí projektu Design pro konkurenceschopnost 2013–2014 bylo vzdělávání českých firem v oblasti design managementu. V roce 2014 se v Praze a Brně uskutečnily odborné semináře na téma „Průmyslový design

jako součást komplexního branding“u. Téměř 90 zástupců z řad malých a středních výrobců se díky projektu mohlo seznámit s designem jako trumfem, který jim umožní zvítězit nad konkurencí. Pro Lenku Zdobinskou, jednatelku firmy Blažek Glass, byl seminář motivací k zahájení spolupráce s profesionálem: „S vytvářením designu jsme již v kontaktu a na nezbytnou úvodní analýzu designu, zahrnující také rozbor trendů, navržení strategie a tři konkrétní návrhy využijeme podporu z projektu Design pro konkurenceschopnost agentury CzechTrade.“

Projekt Design pro konkurenceschopnost využívá prostředky operačního programu Podnikání a inovace 2007–2013 (OPPI). Celkový rozpočet projektu činí přes 10 milionů korun.

V roce 2015 agentura CzechTrade podpoří ještě 25 výrobců spolupracujících s designéry a současně připravuje navazující projekt Design 2 v rámci operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. Cílovou skupinou budou i tentokrát malé a střední výrobní podniky a také podporované aktivity zůstávají v zásadě beze změny. Navrhovaný projekt však nabídne kvalitativní posun z hlediska rozsahu poskytovaných služeb a jejich zaměření. (tz)

Podnikatelé v roce 2014 ožili: pětiprocentní nárůst nových firem

V roce 2014 došlo poprvé od roku 2007 k vyššímu nárůstu nových firem – o 4,9 %. Nejvíce se na počtu nově založených podílely společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti. Vzniklo 25 500 obchodních společností, 5700 jich zaniklo. Vyplyvá to z analýzy dat portálu www.informace-ofirmach.cz, který obsahuje údaje o podnikatelských subjektech z České i Slovenské republiky.

„Z celkového počtu společností, které v roce 2014 zanikly, byla každá desátá mladší pěti let, každá druhá pak vznikla před rokem 1998,“ uvedla Věra Kameníčková, analytička CRIF – Czech Credit Bureau. Zbankrotované obchodní společnosti se na počtu zaniklých společností v roce 2014 podílely 23 %.

Ve srovnání s rokem 2013 došlo vloni k zvýšení počtu nově založených společností o 8 %, zatímco počet zaniklých byl nižší o 4 %. V roce 2014 připadlo na 10 zaniklých obchodních společností 45 nově založených. O rok dříve to bylo jen 40 obchodních společností. Celkem vzniklo 25 500 obchodních společností, 5700 jich zaniklo. Na počtu nově vzniklých společností se nejvíce podílely firmy s ručením omezeným a akciové společnosti, naopak družstev ubylo.

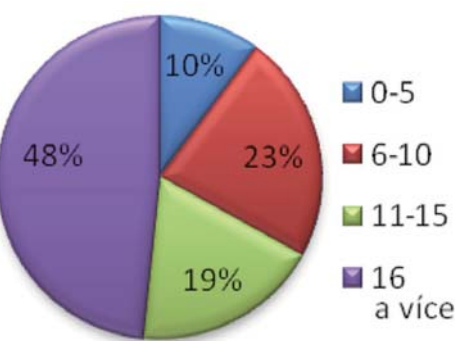
Nejdynamičtěji se v roce 2014 vyvíjely společnosti s ručením omezeným. Na jednu zaniklou připadlo 5,2 nové společnosti. U akciových společností to bylo mnohem méně, konkrétně 1,4 nové společnosti na jednu zaniklou.

Nejvyšší počet založených společností na jednu zaniklou mělo v roce 2014 odvětví profes-

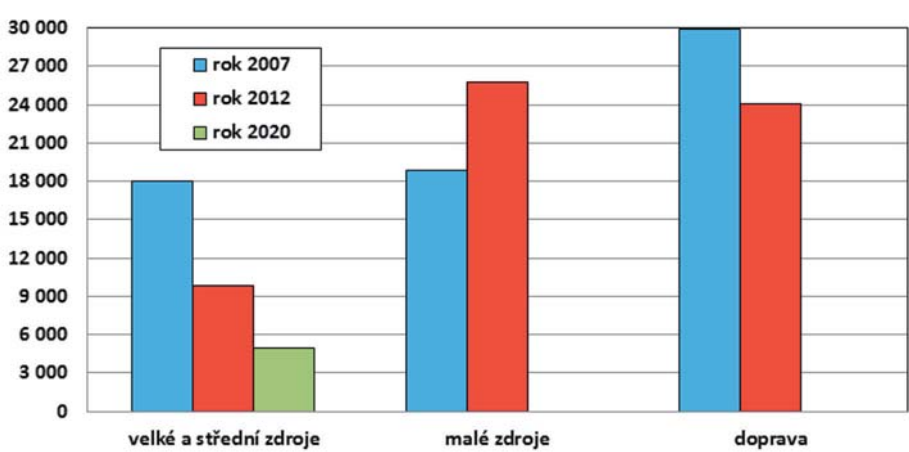
ních, vědeckých a technických činností, a to 10,1. S odstupem za ním se umístilo odvětví ubytování a stravování s 6,2 nové společnosti na jednu zaniklou – tak zde vzniklo šestkrát více společností, než kolik jich z trhu odešlo. Nejhůře dopadlo odvětví nakládání s nemovitostmi a doprava, ve kterých vzniklo „jen“ třikrát více společností, než kolik jich zaniklo.

Praha vykázala nejvyšší počet nových společností připadající na jednu zaniklou – bylo zde založeno více než sedmkrát více společností, než kolik jich zaniklo. Druhá příčka patří Olomouckému kraji, ve kterém vzniklo pětkrát více společností, než kolik jich zaniklo. Zdaleka nejnižší dynamiku počtu obchodních společností vykázal Jihočeský kraj (pouze 1,6 nové na jednu zaniklou). Počet obchodních společností se sídlem v tomto kraji se sice zvýšil, ale tempo růstu bylo v rámci krajů nejnižší. (tz)

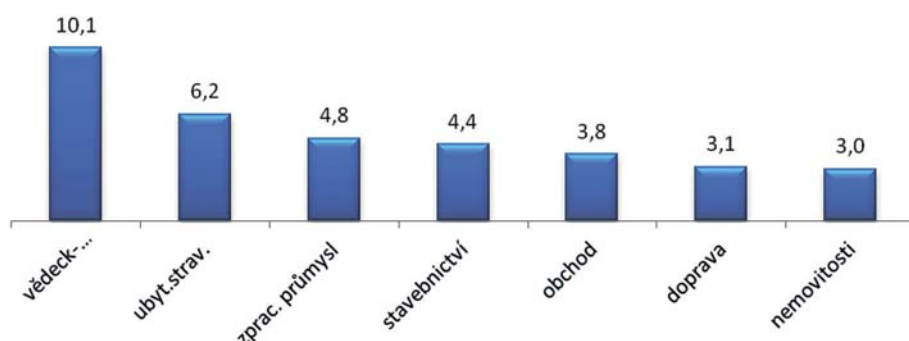
STÁŘÍ OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ V ROCE JEJICH ZÁNIKU



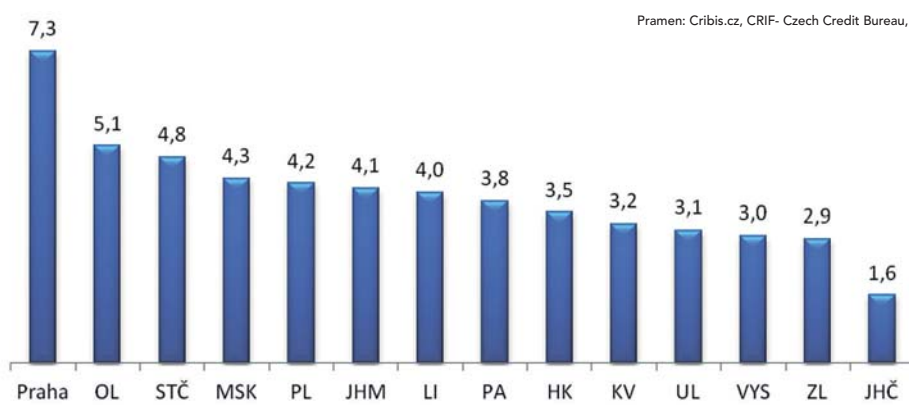
VZNIK A ZÁNİK OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ PODLE PRÁVNÍ FORMY



POČET VZNIKLÝCH OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ NA JEDNU ZANIKLOU PODLE ODVĚTVÍ

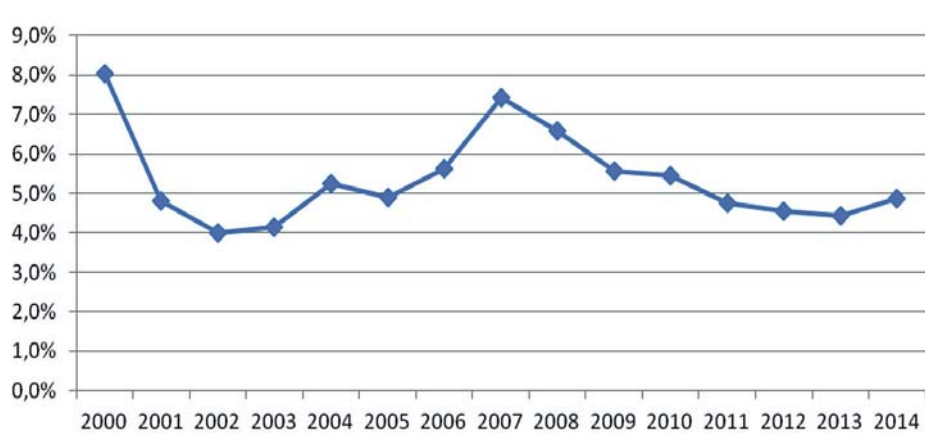


POČET VZNIKLÝCH OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ NA JEDNU ZANIKLOU PODLE KRAJŮ



Pramen: Cribis.cz, CRIF- Czech Credit Bureau, a. s.

VÝVOJ POČTU OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ



Nejdůležitější je vytvořit věrohodnou vizi možného úspěchu

dokončení ze strany 1

Samozřejmě je nutné najít lidi, kteří takovou vizi a strategii spoluvytvářejí a ztotožňují se s ní. To zdaleka nemůže být pouze vize obchodní, je nutné mít i vize produktové, vývoj a inovace výrobků. My budujeme povědomí o značce v oborech naší činnosti. Zákazníci naše stroje kupují především díky naší pověsti a dobrým referencím. Jsme poctiví a o naše odběratele se staráme. Naši zákazníci musí mít ze spolupráce s námi prospěch, používáním našich strojů a technologií musí dobře vydělávat. Je nutné, aby dílčí manažerská rozhodnutí tuto filozofii podporovala.

Chránit know-how, úřadit nápady, přicházet s novinkami, vyrábět, a ještě dobře prodávat znamená vést firmu s předvídavostí, se-lským rozumem, anebo v měnícím se rytmu světové ekonomiky se rozhodovat spíše intuitivně a operativně? Co se vám dnes vy-plácí, co se osvědčilo?

Já jsem stále více technickým fandou než manažerem nebo obchodníkem. Neustále inovujeme

a přicházíme s novinkami. Máme silný výzkum a vývoj vybudovaný i s pomocí mnoha získaných VaV projektů z evropských fondů. Šíře sortimentu a časté inovace jsou dobrou konkurenční výhodou, ale na druhé straně to přináší výrobní problémy spojené s výrobou menších sérií a častými změnami.

Jen pochopit chování a reakce lidí je možná někdy složitější než popsat složitý fyzikální proces.

Vystudoval jsem kybernetiku a vždy mi byl blízký systémový přístup, tedy že každý systém je možno identifikovat, pochopit principy jeho fungování a pak ho efektivně řídit. No a management je také o tom. Jen pochopit chování a reakce lidí je možná někdy složitější než popsat složitý fyzikální proces.

Vyplácí se mi dívat se na naše produkty očima zákazníků, mít úctu k našim klientům a být upřímný ke kolegům. Pracujeme pro zemědělců a zde musíte být trpěliví. Jak dobře

jste na podzim zasedli, se ukáže až po žních. Tak tohle zatím měnící se rytmy ekonomiky nepochybně. Samozřejmě ekonomika mění to podstatné – ceny produktů. Ceny zemědělských komodit jsou v posledních letech celkem stabilní a umožňují rozvoj zemědělství, a to je zásadní podmínka i pro naše snažení.

Jak byste definoval manažerskou odvahu?

Dělat věci neobvyklým způsobem, hledat nové cesty, dávat prostor podřízeným. Vstát a jít kupředu, i když ostatní pohodlně leží. Ale hranice mezi zdravou odvahou a nezodpovědnými manažerskými experimenty je velmi tenká. Já sám mám často problém oddělit čistý manažerský kalkul od pocitu



odpovědnosti za spokojenost našich zákazníků a za osudy našich dlouholetých zaměstnanců. Boj mezi odvahou a odpovědností je asi to, co považuji za nejsložitější v manažerském rozhodování.

ptala se Eva Brixi

Pestrý sortiment výrobků i možností, jak zaujmout britský řetězec Debenhams

Obchodně významné jednání mají za sebou odborníci agentury CzechTrade a čeští výrobci. Ve dnech 30.–31. března se totiž uskutečnilo velké dodavatelské fórum s britským řetězcem Debenhams, který provozuje 178 obchodních domů ve Spojeném království a dále v různých formách působí v dalších 28 zemích od Irska až po Blízký východ. Celá akce se odehrávala na Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR v Praze, kde měla každá česká firma půlhodinu na osobní pohovor s nákupní manažerkou této renomované britské firmy.

Potenciální noví dodavatelé Debenhams byli zejména dotazováni na svůj dodavatelský řetězec, na flexibilitu dodávek, certifikaci své výroby a zkušenosti s dodávkami pro větší obchodníky. Během jednoho a půl dne se uskutečnil rekordní počet 29 jednání s českými dodavateli z oblastí křišťálového skla, zrcadel, svíček, šperků, polštářů a pokrývek, koupelnových předložek, nábytku, textilu a oblečení.

Druhý den odpoledne se uskutečnily návštěvy tří vybraných výrobních prostor, kdy si nákupní manažerka Debenhams mohla prohlédnout textilku Mileta, sklárnu Bohemia Crystal a showroom Bohemia Jihlava. Mileta zaujala svou unikátní integrovanou výrobou od materiálů až po hotové výrobky jakož i zkušenostmi s dodávkami velkým firmám/řetězcům a sklárny tím, že nabízí produkty, které by mohly kvalit-



Vstřícnost vede k úspěchu i na mezinárodním poli

ně nahradit stávající dodavatele Debenhams z oblasti skla. Kvalita a invence českých výrobků byly několikrát ze strany Debenhams oceněny, a to zejména u těch výrobců, kteří prokázali, že mají dobře zorganizovaný výrobní dodavatelský řetězec, který je pak zárukou jejich flexibility. S vybranými vhodnými dodavateli proběhne následně nelehké jednání o cenách.

Důležitým a pozitivním leitmotivem tohoto dodavatelského fóra je trend zaměření britských firem na kvalitnější a pružnější evropskou výrobu v protikladu k dovozům z Asie. Tato akce tudíž zapadá do strategie londýnské kanceláře CzechTrade navazovat postupně kontakt s britskými obchodními domy a řetězci a přímo je propojovat s českými výrobci. (red) ■■■



Obchodní jednání byla věcná a plná otázek i argumentů



Finance, zkušenosti a poradci – trojice pomocníků pro exportéry

Vývozci by mohli mít ještě lepší výsledky. Informace vycházejí z dotazníku exportních firem, které byly přihlášeny do Exportní ceny DHL Unicreditbank za rok 2014. Polovina exportérů by ráda rozšířila v dalších třech letech své exportní cíle do dalších zemí, avšak mnozí z nich mají částečné či úplné problémy nalézt finanční zdroje pro svou expanzi. Exportní cena DHL UNICREDIT je prestižní soutěž, založená společností DHL Express (Czech Republic) s.r.o., která již od roku 1997 uděluje ocenění malým a středně velkým firmám v České republice. Soutěž probíhá pod záštitou agentury CzechTrade, pořadatelem je Agentura Helas.

„Letos již po osmnácté ocení soutěž Exportní cena DHL UniCredit úspěch a snahu malých a středních exportérů v České republice. Naším cílem je tyto subjekty nejen podporovat a motivovat jejich podnikatelské úsilí, ale zároveň dokázat všem ostatním, že jejich snaha se vyplácí a že uspět v tvrdém konkurenčním boji není jen výsadou velkých firem. Každoročně to v soutěži dokazuje kolem sta našich úspěšných exportérů,“ komentoval soutěž Luděk Drnec, Obchodní ředitel DHL Express pro Českou republiku a Centrální Evropu.

Ne zrovna optimistickým zjištěním je, že firmy nevyužívají externích finančních zdrojů při expanzi na zahraniční trhy – jen zanedbatelné procento (3,03 %) z velké části ano, necelá pětina jen částečně, ale přes 72 % firem externí finanční zdroje nevyužívá vůbec nebo jen minimálně. Toto zjištění se jeví jako značné minus pro exportéry, jelikož objem exportu má stoupající tendenci. Dokazuje to fakt, že 80 % firem v posledních letech zaznamenalo v exportním objemu nárůst a 19,4 % minimálně stabilitu. To, že má export velký potenciál, dokazuje etablování poloviny firem v časovém rozmezí do jednoho roku. Téměř 46 % firem má v dané zemi i vlastní pobočku, která začíná být profitabilní již mezi prvním až třetím rokem. Jen 5 % dotazovaných firem své pobočky zrušilo.

„Na jedné straně exportéři nejsou ochotni využívat externí finance, na druhé však jsou ochotni z 98,5 % přizpůsobit svůj produkt nebo balení tak, aby lépe vyhověl požadavkům zahraničního trhu, což však bez dodatečných financí nelze. Neuvědomují si, že cizí finance jsou vždy levnější než vlastní,“ konstatoval Petr Šima, partner poradenské firmy NSG Morison. Exportéři své produkty a výrobky charakterizují jako produkt, který má z 67 % velkou konkurenci, 33 % firem má na zahraničních trzích své produkty s malou konkurencí, či dokonce jsou unikátní a konkurenci nemají. Přesto však 60 % exportérů při vstupu na zahraniční trh nemělo na místních trzích potřebné kontakty či nedisponovalo referencemi z domácího trhu pro globální zákazníky. Na 64,7 % exportérů si však alespoň nechalo zpracovat analýzu zahraničního trhu před vstupem na daný trh.

Určitě zajímavým zjištěním je, že 77,9 % firem by šlo do rozvojových či rizikových zemí, kdyby jim někdo pomohl s kontakty. Zhruba 91 % exportérů k vítězí důležitost kontaktu s jinými exportéry v místě exportu, 37 % z nich to vidí dokonce jako velkou nutnost. Nicméně přes 50 % z nich uvedlo, že vzájemné setkání zatím nepřineslo kýžený efekt. Je zde náznak obavy z konkurence, případně si nedokážou představit, jak přesně by dané české firmy měly v zahraničí spolupracovat.

Přesně 50 % firem naráží na překážky s místními institucemi v zemi exportu. Určitý vliv zde má komunikační bariéra a odlišná mentalita dané země. Mezi exportní překážky také patří evropské sankce a celní řízení.

„Nicméně skoro 82 % českých exportérů nespolečně pracuje v zahraničí s českými poradci. Pokud ano, jde spíše o spolupráci s velvyslanectvím, Czech Tradem a jinými organizacemi, než s jinými ryze poradenskými firmami, které by jim dokázaly například pomoci prostřednictvím svých poradenských asociací v dané zemi, či jim být nápomocny při transfer pricingu a celkovém poradenství na daném trhu. Jen třetina dotazovaných si uvědomuje možnost nalezení určité optimalizace,“ konstatoval Lukáš Ei-

senwort, partner daňového oddělení NSG Morison.

Zhruba 86,3 % firem se domnívá, že je také nutná marketingová komunikace na příslušném trhu, nicméně z tohoto počtu si 46 % firem uvědomuje, že nejsou v této oblasti moc aktivní a vnímají své rezervy. Přibližně 13,6 % firem se domnívá, že na zahraničním trhu není nutno marketingově komunikovat nebo se tomu stačí věnovat jen minimálně.

Dobrou zprávou je, že velký počet firem (přes 79 %) disponuje pro své produkty mezinárodně uznávaným certifikátem. Asi 83 % firem se také domnívá, že jsou připraveny se aktivně zapojit do výběrových řízení v zahraničí. Formou subdodávek je dokonce připraveno se do exportu služeb připojit přes 89 % dotazovaných firem.

Dle samotných exportérů je nutno se zaměřit na podporu nejen velkých, ale i malých a středních podniků – např. zabezpečit jištění úvěrů pro střední firmy, pomoc při prověřování obchodních partnerů, podporu exportu mimo EU, legislativní a celkovou podporu Českého státu, větší angažovanost českých zastupitelstev v zahraničí, větší zastoupení Czech Trade, zapojení českých zastupitelských úřadů do zveřejňování zahraničních potřeb, zlepšení spolupráce mezi MZV a MPO.

Exportéři také kladou velký důraz na podporu značek „Czech made = excelent product“ nebo „made in Czech Republic“ a s tím spojenou propagaci nejen velkých, ale i malých a středních výrobců, větší možnost participace na specializovaných výstavách a mezinárodních konferencích. Velkým apelem je též trvalé snižování byrokratické zátěže a z toho plynoucích nákladů, které mají vliv na následnou cenu. Stanovení minimální ceny, aby nedocházelo k cenovým soubojům, nebo efektivnější využití financí z dotací. Mezi nejčastější odpovědi na otázku, jaké daňové změny by zavedli exportéři, kdyby k tomu měli pravomoc, patřil jednodušší daňový systém, daňová podpora firmám do 50 zaměstnanců, odvod DPH až po zaplacení faktury, prokázaný export-nulová daň ze zisku atd. (tz)

Google naučí více českých firem expandovat do zahraničí

Český Google, který se dlouhodobě orientuje na vzdělávání a podporu businessu tuzemských firem, připravil nový projekt s cílem pomoci podnikům při expanzi na další trhy. Česká pobočka Googlu rozjíždí Exportní akcelerator, jehož cílem je poskytnout firmám know-how v oblasti digitálního marketingu na zahraničních trzích.

Do pilotního projektu se mohou hlásit podniky všech velikostí. Stačí, pokud mají globálně uplatnitelný produkt určený pro koncové spotřebitele nebo malé a střední firmy, a zároveň mají ambice během následujícího roku výrazně navýšit tempo růstu na trzích mimo ČR s využitím digitálního marketingu. Registrace do programu probíhá na webu digitalniexport.cz do 15. dubna.



„Česká ekonomika se dlouhodobě a úspěšně orientuje na výrobu a export fyzického zboží. Díky internetu však v Česku vyrůstá celé nové odvětví zaměřující se na vývoj a distribuci digitálních produktů a služeb, ať již je to software, online hry, nejrůznější webové portály, srovnávače, analytické nástroje nebo tzv. e-shopy. A právě těmto firmám bychom rádi pomohli efektivně využívat možnosti, které pro prodej jejich výrobků a služeb nabízí digitální marketing, a velice prakticky jim ukázali, jak na to,“ řekl Jan Vraný, obchodní ředitel českého Googlu.

Exportní akcelerator je určen jak těm, kteří zvažují vstoupit na první zahraniční trh, tak těm, kteří už v zahraničí prodávají a chtějí dále expandovat. Je to bezplatný tříměsíční program složený z přednášek, workshopů a individuálních konzultací. Ty provedou účastníky všemi klíčovými fázemi marketingových kampaní – od stanovení cílů a nastavení měření až po výběr trhu a nastavení a optimalizaci kampaní. (tz)

Ministerstvo zdravotnictví chystá další past na hostinské

Takzvaný „Protikuřácký zákon“ (novela zákona č. 379/2009 Sb.) skrývá mnohem více rizik pro provozovatele restaurací a hotelů než pouhý zákaz kouření. Asociace hotelů a restaurací ČR nesouhlasí s tímto zákonem v podobě, v jaké ji předkládá Ministerstvo zdravotnictví ČR. Jde o další přenos odpovědnosti za neschopnost státu zajistit kontrolu a dodržování stávajícího zákona. Platit mají však opět podnikatelé.

Na posledních deset let naši politici neudělali jediné opatření, které by pomohlo podnikání v gastronomii a pohostinství všeobecně. Naopak většina zákonů dále přenáší finanční zátěž a odpovědnost na podnikatele. Protikuřácký zákon je toho typickým příkladem.

Zákon, kromě nepřipustné regulace cen nealkoholických nápojů v restauracích, přináší odpovědnost podnikatele za skutečnost, že se v jeho provozovně bude vyskytovat mladistvá osoba „zjevně v podnapilém stavu.“ Není zcela jasné, kdy je osoba zjevně podnapilá a kdy zjevně podnapilá není. To v praxi znamená, že zákon předpokládá, že provozovatelé hotelů a restaurací budou při vstupu zjišťovat věk hostů a nezletilcům by měli provést dechovou zkoušku na alkohol. Toto opatření je zatím neabsurdnějším v historii našich politiků a jeho implementace nemá žádnou oporu v zákoně. Provozovatelé restaurací by pravděpodobně museli mít u vchodu policistu, který by měl právo hosty lustrvat. Nebo právo lustrvat občany dostane obsluhující personál. Přitom stávající zákon se opírá o nutnost prokázat prodej alkoholu. Sankce mohou být až likvidační.

Plošný zákaz kouření bude poslední tečkou pro provozovatele některých pivnic a hostinců, zvláště na venkově, kteří budou stát před rozhodnutím své podnikání ukončit. Podle dostupných studií z Irska tento zákaz přinesl za deset let nárůst nezaměstnanosti v oboru o 14 % a 10% úbytek restaurací. V České republice trvale klesají tržby v restauracích, jak uvedl za minulý rok ČSÚ. Opatření, která stát poslední dobou zavádí, včetně povinnosti značit alergen, rozšíření kontrolních orgánů hygieny z jednoho na tři, povinnost hlásit potraviny živočišného původu dovezené z jiných zemí EU a další, nejenže staví podnikatele v pohostinství do role úředníků, ale zatěžují je časově i finančně. Ministerstvo zdravotnictví přitom o přípravě tohoto zákona ani nediskutovalo se zástupci dotčených podnikatelů.

AHR ČR vyzývá zákonodárce, aby se při posuzování tohoto návrhu nezabývali pouze kouřením v restauracích, ale všemi aspekty, které tento návrh přinese, a to nejen pro provozovatele restaurací, ale také jejich zaměstnance a zákazníky. AHR ČR žádá touto cestou zákonodárce, aby tento zákon nepodpořili. (tz)

INZERCE



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

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ



ZÁKONÍK PRÁCE V PRAXI – SPECIÁLKA
S DŮRAZEM NA ZMĚNY, PRAKTICKÉ PROBLÉMY A VÝKLADOVÉ OTÁZKY
12. – 13. 5. 2015
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Dominik Brůha, Ph.D., JUDr. Petr Bukovjan
KÓD: 1501880 CENA: 3 790 Kč

KOMPLEXNÍ PRŮVODCE DPH
12. – 14. 5. 2015
Získáte hlubší vhled do problematiky DPH. Budete mít prostor pro diskuzi a výměnu zkušeností.
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Jana Ledvinková, Ing. Zdeněk Kuneš, JUDr. Svatopluk Galočík
PROGRAM SE SKLÁDÁ ZE TŘÍ SEMINÁŘŮ, KTERÉ LZE ABSOLVOVAT SAMOSTATNĚ.
KÓD PRO PŘIHLÁŠENÍ NA CELÝ CYKLUS: 1502500
CENA: 5 690 Kč (vč. slevy ve výši 1 480 Kč)

KOMPLEXNÍ POHLED NA DAŇOVOU SOUSTAVU V ROCE 2015
25. – 29. 5. 2015
Získáte ucelený obraz o současném stavu a očekávaných změnách daňové legislativy. VIP lektorský tým vás upozorní na vybrané problematice oblasti v legislativě a praktickém životě.
PROGRAM SE SKLÁDÁ ZE SEDMI SEMINÁŘŮ, KTERÉ LZE ABSOLVOVAT SAMOSTATNĚ.
KÓD PRO PŘIHLÁŠENÍ NA CELÝ CYKLUS: 1501400
CENA: 10 290 Kč (vč. slevy ve výši 4 940 Kč)

Ceny jsou uvedeny bez DPH.



VÍCE INFORMACÍ NAJDETE NA

WWW.VOX.CZ

České firmy se potýkají s problémem uznávání výrobků v Evropě

Některé členské země Evropské unie neuznávají certifikáty na výrobky českých zkušeben, a exportéři tak musejí v každé této zemi získávat další, které jsou často dražší než celé zkoušky v České republice. Podle podnikatelů a firem stojí za těmito nároky zemí snaha chránit své domácí výrobce. Vyplyvá to z rychlého průzkumu na téma Reálné překážky na vnitřním trhu EU z pohledu českých podnikatelů, který aktuálně provedla Hospodářská komora České republiky mezi svými členy.

O negativní zkušenost s nerovným postavením na vnitřním trhu Evropské unie se podělilo přes šest desítek českých firem. Upozorňují, že stále ještě existují značné rozdíly v normách a předpisech upravujících kvalitu výrobků, zemědělských produktů i používaných technologií. Například v oblasti schvalování PE materiálů pro výrobu tlakových trubek existují určitá omezení v uznávání certifikátů EU – např. certifikát ITC není uznáván ve státech západní Evropy, třeba Skandinávské

země uznávají pouze vlastní certifikáty, přitom v podstatě vycházejí ze stejných evropských norem.

Také zákazníci a partneři českých podnikatelů vznášejí požadavek třeba na certifikaci výrobků TUV, srovnatelnost certifikátů vydaných v českém Elektrotechnickém zkušebním ústavu (EZÚ) nechápou. Podnikatelé jmenovitě zmínili například Německo, Rakousko a Francii, které vyžadují specifické národní odchylky od evropských norem.

„Naše výrobky – pálené cihly – nemůže v Rakousku nebo Německu firma použít, ani kdyby stavebníkem byla česká firma a stavěla objekt pro sebe. Tyto státy mají své specifické požadavky na certifikace, a nepostačí tedy ani naše prohlášení o vlastnostech podle českých a evropských norem. Přitom němečtí a rakouští výrobci mohou prodávat u nás bez omezení,“ uvedl v průzkumu Hospodářské komory ČR jeden ze zástupců stavebních společností.

Podle podnikatelů za tím stojí často jen cechovní ochrana trhu a regulace dovozu výrobků. Evropská legislativa by

podle podnikatelů měla zajistit, aby schválení uvedení výrobku na trh v jedné členské zemi Evropské unie automaticky platilo i v ostatních státech EU bez výjimek a nacionálních bariér.

Na snahy některých členských zemí vytvářet pro české podnikatele překážky na vnitřním trhu Evropské unie upozorňuje Hospodářská komora České republiky také v souvislosti se zavedením minimální mzdy i pro zaměstnance českých dopravců.

V polovině března apelovala na ministra dopravy Dana Ťoka, aby protekcionistické kroky v oblasti sociálních předpisů některých členských zemí, jako zavádění minimální mzdy nebo nepřiměřené pokutování za výkon předepsaného týdenního odpočinku v kabině vozidla, rezolutně odmítla. V opačném případě hrozí, že čeští dopravci budou postupně vytlačováni z dalších trhů. Obavy z rozšíření uplatňování německé minimální mzdy mají podle průzkumu Hospodářské komory ČR k překážkám na vnitřním trhu EU zástupci i dalších odvětví, například výstavářské firmy. (tz)

AMSP ČR vyhláší otevřenou válku

Na základě trvale zkreslených argumentů při rétorice proti živnostníkům, vyhláší Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) nulovou toleranci proti každému, kdo použije ve veřejné diskusi zásadně chybných údajů.

Fakticky tím AMSP ČR opětuje množící se útoky a vyhláší otevřenou válku každému, kdo si neověří fakta a vystřelí na živnostníky s použitím nesmyslných čísel. S každým „veřejným blábolem,“ cíleným proti živnostníkům, bude AMSP ČR seznamovat téměř 250 000 podnikatelských subjektů a současně bude takové útoky medializovat. Začínáme poslancem Ladislavem Šinclem, který se spletl o řád při porovnání odvodů OSVČ a zaměstnanců. AMSP ČR se nebrání jakékoliv diskusi,

ale ta musí být podložena fakty, což bohužel většinou chybí. Množí se chaotické argumenty kritiků OSVČ, kteří špatně informují o daních z příjmů, sociálních a zdravotních odvodech, kteří si o desítky procent pletou počty podnikatelů a míchají dohromady počty živnostenských oprávnění s celkovým počtem živnostníků a kteří nesprávně porovnávají historická čísla se současností, aniž by si dali práci podívat se na metodiku výpočtu v minulosti a nyní. Ačkoliv se většina údajů dá ověřit, vítězí ideologické přesvědčení a snaha rychle marketingově zaujmout, výsledkem čehož je naprosto zkreslený pohled na reálný přínos nejmenších podnikatelů.

Karel Havlíček, předseda AMSP ČR tomu dodal: „Cílem není nikoho dehonestovat kvůli názoru, ale každý veřejný činitel si musí uvědomit, že skončila doba, kdy se

podíval na internet a vyřkl názor. Jejich povinností je pracovat s ověřenými údaji z věrohodných zdrojů, a pokud tomu tak nebude, ponese odpovědnost. Rozumíme marketingové zkratce, vtipu a částečně i polopravdě. Ale nehodláme tolerovat fatální chyby, které jakoukoliv smysluplnou diskusi posunou do jiné roviny. Docílíme toho, že se politik bude bát neověřit si informaci.“

„Dlouhodobě shromažďujeme veškerá data o MSP a disponujeme dnes nejvyšší kvalifikovanějším archivem informací o tomto segmentu trhu. Budeme pečlivě sledovat každé vyjádření veřejného činitele, a pokud se nebude jeho tvrzení zakládat na pravdě a rozdíl bude zásadní, potom selhání dotyčného zmedializujeme. Současně ale nabízíme komukoliv konzultaci a rádi poskytneme každému, kdo o to projeví zájem, aktuální informace,“ dodal Karel Havlíček. (tz)

IT pomocník pro závodní stravování

Nového partnera mají od ledna 2015 systémy HELIOS pro oblast veřejné správy. Stala se jím společnost EFG CZ. Její produkt – stravovací systém ASTRIS – je nyní integrován se systémem HELOS Fenix. Stravovací provozy v zařízeních, spadajících pod veřejnou správu, tak nyní budou mít dokonalého softwarového pomocníka.

Systém ASTRIS je určen k řízení ve stravovacích provozech s charakterem závodního nebo patientského stravování. V různých variantách instalace lze sestavit velmi rozsáhlé a komplikované systémy se širokou škálou funkcionalit, ale také jednoduché varianty jen se základními funkcemi pro organizačně nenáročné provozy. Systém je naprogramován modulárně v technologii klient-server a jeho jednotlivé části spolu s jádrem lze instalovat samostatně. Strávník využívá bezkontaktní kartu i pro bezhotovostní platby a odpadá administrace stravenek. Umožňuje jednoduše vytvářet jídelníčky pro konkrétní dny. Podle objednávek strávníků poskytuje podklady pro denní provoz

kuchyně, včetně konečného měsíčního vyúčtování. Pro instituce z oblasti veřejné správy, jako jsou kupříkladu školy či školky, ale i pečovatelské služby nebo nemocnice, jde o významný krok ke zjednodušení a zřehlednění provozu. Výhodami tohoto softwarového řešení napojeného na informační systém HELIOS Fenix jsou především:

- Velmi jednoduchá a intuitivní komunikace se strávníkem pomocí dotykové obrazovky.
- Strávník může komunikovat se systémem i ze svého pracovního PC.
- Burza jídel umožňuje nabídnout objednané jídlo ostatním strávníkům v případě, že byl překročen časový limit pro zrušení objednávky.
- Online propojení s potravinovým skladem umožňuje normování surovin a řízení zásob skladu.
- Systém výrazně podporuje dietologické postupy při sestavování jídelníčku, a tím umožňuje vytvářet optimální skladbu stravy pro pacienty nemocnic, léčeben, domovů důchodců a jiných podobných

zařízení, kde je strava součástí léčebného procesu.

- Nutriční hodnoty surovin jsou součástí informační základny a lze je velmi dobře využít k optimalizaci denních dávek živin pro strávníka, včetně sestavení individuálního jídelníčku.
- Tvorba jídelníčků se mění na jednoduchou rutinní záležitost díky možnosti využívat archivní knihovnu s dříve již ověřenými jídelníčky.
- Kalkulace cen a stanovování finančních norem spotřeby surovin optimalizují hospodaření stravovacího provozu.
- Kategorizace strávníka umožňuje nastavit odlišné parametry objednávání a výdeje stravy pro skupiny strávníků.
- Pokladní modul, který je součástí celého systému, umožňuje prodej doplňkového sortimentu, případně může řešit i prodej hlavního jídla (restaurační bezobjednávkový prodej).
- Vyúčtování stravy vůči strávníkovi je podloženo doprovodnými sestavami s různou mírou podrobnosti podle přání strávníka. (tz)

Zlepšit „požitek“ a radost z úspěšného řízení a podnikání

Pro nalezení těch nejvhodnějších cest k možným řešením se opět po roce sejdou v Ostravě tuzemští i zahraniční odborníci společně s účastníky z řad špičkových manažerů, profesionálů kvality, pedagogů i studentů aby společně prodiskutovali nejnovější zkušenosti a aktuální trendy v oblasti podnikového řízení.

Letošní už 24. ročník mezinárodní konference Kvalita – Quality 2015 se uskuteční ve dnech 12.–13. května 2015 v Ostravě, organizátorem je tradičně společnost DTO CZ (Dům techniky Ostrava) ve spolupráci s dalšími partnery jak ze strany vysokých škol (VŠB-TUO, Vysoká škola podnikání, a.s.), tak především ze strany významných českých podniků. Akce je pořádána v rámci Národního programu kvality 2015 pod záštitou ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

Bezprostředně před vlastní konferencí se 11. května uskuteční tradiční Setkání kateder a pedagogů SŠ, VŠ a univerzit, zabývajících se managementem kvality. Motto tohoto ročníku a současně hlavní programová linie Kvalita – Inovace – Lidé dává tušit, že se vlastní programové menu nebude odvíjet a „točit“ pouze kolem kvality, ale spíše zdůrazní známé skutečnosti, že kvalita je už samozřejmostí a podnikatelský úspěch už není dán pouze ekonomickými parametry, ale je spojen vedle kvality s dalšími atributy, které zaručí efektivní využívání všech zdrojů, kterými organi-

zace disponuje. Máme přitom na mysli mimo jiné i realizaci inovačních záměrů, které však nejsou možné beze změny podnikatelského a manažerského chování lidí (lídrů i zaměstnanců) a přizpůsobení se všem souvisejícím změnám. Ukazuje se, že zejména vedení našich organizací musí vytvořit takové mechanismy, pokud možno s využitím známých a často ověřených metod, kterými dokáže „ukočírovat“ svá vnitřní prostředí tak, aby dokázala pružně zareagovat na všechny případné změny. Do hry tak vstupují další významné faktory jako firemní kultura, společenská odpovědnost jednotlivců i organizací, problematika spojená s predikcí rizik, otázky spojené s vedením lidí a konečně všudypřítomná problematika trvalé udržitelnosti. To jsou jen některá témata, která na konferenci zazní. Co se týče rámcového programu konference, organizátoři opět připravují několik změn, které by měly podpořit nejen uvedená hlavní témata, ale rovněž vytvořit daleko větší „časoprostor“ pro výměnu zkušeností, poznatků a názorů tak, aby si účastníci pro sebe na svá pracoviště mohli odnést buď novou zkušenost, případně inspiraci pro svoji další práci.

Hned 12. května zahájíme už tradičně první pracovní den konference zasedáním pléna, na kterém uvítáme vedle tuzemských osobností i podnikových lídrů (Škoda Auto Vrchlabí, Hella Autotechnik Nova Mohelnice a další) i zástupce zahraničních společností (např. Nestlé Waters Italy, IN-FOGEM AG Baden Švýcarsko). Po loňském úspěchu bude do odpolední programové části za-

řazena opět Panelová diskuze, kde budou pozváni VIP hosté odpovídat nejen na dotazy moderátorů, ale i všech ostatních účastníků, kteří tak mohou vstupovat s konkrétními dotazy či doplňujícími stanovisky. Bezprostředně po tomto panelu se pak rozběhne práce ve dvou oblastech: v sekci Metody a nástroje I. a paralelně i nově připravovaném workshopu Automotive vedený zástupcem Hella Autotechnik Nova s.r.o., Mohelnice.

Společenský program bude tradičně věnován neformálnímu setkání účastníků, spojený s oceňováním významných osobností a firem v oblasti kvality doplněný krátkým kulturním programem.

Druhý pracovní den konference bude opět zahájen plenárním jednáním, v jehož rámci vystoupí jak odborníci z průmyslové praxe, tak zástupci akademické obce. Účastníci bezpochyby uvítají vystoupení našeho českého zástupce v ISO s rekapitulací připravované revize ISO 9001:2015, či vystoupení loňského vítěze Národní Ceny kvality. Bezprostředně poté budou zahájena paralelní jednání v sekcích. Pro letošní ročník jsou připraveny tři odborné sekce s následujícími tématy: Metody a nástroje II., Lidé a CSR a Management rizik. Na tomto místě bych zmínila alespoň vystoupení vítěze Národní Ceny za CSR (AHOLD Czech Republic, a.s. Praha) či avizované vystoupení zástupce Zetor Tractors a.s. Brno.

Součástí konferenčních materiálů bude opět Sborník příspěvků, naší snahou je zajistit účastníkům i řadu dalších podpůrných dokumentů, např. je v jednání Národní akční plán společenské od-



Prof. Růžena Petříková, odborný garant konference Kvatita – Quality 2015

povědnosti organizací v České republice, v jednání jsou rovněž některá periodika našich mediálních partnerů.

Zákazníci vždy byli a zůstávají alfou a omegou podnikání, klíčem pro posilování naší konkurenceschopnosti. Vedeni touto skutečností jsme si vědomi závazku připravit našim klientům – účastníkům konference (často z řad našich dlouhodobých partnerů) odborně pestrý a zajímavý program, reagující na aktuální problémy současné praxe s cílem podpořit možnosti pro inovace, a celkově tak zlepšit „požitek“ a radost z úspěšného řízení a podnikání.

„I u nás se totiž dají snít sny, pro některé z nás se dokonce stávají realitou, realita životem a život radostí...“ Prostřednictvím těchto slov (jednoho z úspěšných ředitelů a tradičních partnerů konference) bych chtěla vás i vaše partnery srdečně pozvat k účasti na letošní konferenci Kvalita – Quality 2015 v Ostravě.

**Prof. Růžena Petříková,
odborný garant konference,
Rada kvality ČR**

Začínající podnikatele trápí byrokracie, stát však povinnosti dále redukuje

Začínajícím podnikatelům v Česku často nejvíce komplikuje business nadměrná administrativa spojená se vznikem zakládané společnosti. Podle některých firem je podpora nových podnikatelů slabá, vadí jim až byrokratická džungle. Stát se to chystá do budoucna změnit. Redukoval už informační povinnosti firem a zavedl jednu volnou živnost namísto více než 120 předchozích. V dalších krocích chce ještě pokračovat.

„Zájem o nové podnikatelské příležitosti na trhu je značný. Jen loni vzniklo v České republice 95 151 nových společností,“ řekl Jaroslav Holý ze společnosti Imper, která pomocí své aplikace Merk.cz sleduje údaje o firmách. Podle odborníků vzniká nyní velké množství zejména menších technologických firem, které často působí v dynamicky se rozvíjejícím segmentu mobilních aplikací. Dynamický rozvoj se týká podle údajů Ministerstva průmyslu a obchodu ČR také automobilového průmyslu, obráběcích a tvářecích strojů, mikroelektroniky nebo mechatroniky.

Situaci kolem vzniku nového podnikatelského subjektu však podle odborníků stěžuje nadměrná administrativa. „V tomto ohledu patříme stá-

le k nejhorším zemím v rámci Evropské unie,“ myslí si analytik společnosti Cyrrus Jiří Šimara. Spoluzakladatel internetového vyhledávače letenek nízkonákladových dopravců Skypicker.com Jiří Hlavenka jeho slova potvrzuje a říká, že podpora státu je pro začínající podnikatele malá. „Začínajícím podnikatelům by hodně pomohlo, kdyby vůči nim byl stát tolerantní a nápomocný v byrokratické džungli. Víím z praxe, že mnoho mladých lidí s podnikatelskými ná-



PROBOHA, MISTŘE, VY JSTE TAKY AKCIOVKA ... ?

kresba: Miloš Krnáček

pady se právě tady zalekne, že se vlastního státu bojí víc než konkurence. Bohužel často pravem,“ uvedl Jiří Hlavenka, jehož nový projekt má ambici být do dvou let největším oborovým vyhledávačem na světě.

Stát v letech 2007–2013 v Operačním programu Podnikání a Inovace podpořil vznik více než 24 000 nových pracovních míst. Nyní se chce zaměřit na inovativní projekty, například v oborech dopravní a energetické strojírenství, elektronika, elektrotechnika, optika, speciální stroje, pokročilé materiály, nové chemické technologie, letecký a kosmický průmysl. „Ministerstvo průmyslu a obchodu připravuje návrh nového programu na podporu aplikovaného výzkumu a experimentálního vývoje TRIO. Posláním programu je podpořit aktivity v aplikovaném výzkumu, které budou využívat a dále rozvíjet potenciál v oblasti tzv. klíčových technologií. Jde o technologie náročné na znalosti a kvalifikovanou pracovní sílu, vyžadující zásadní podíl výzkumných aktivit a s rychlými inovačními cykly,“ vysvětlil Filip Matys z odboru komunikace a marketingu ministerstva průmyslu a obchodu.

Stát podle něj plánuje i další kroky na snížení administrativní zátěže, kterými se zabývá expertní skupina ministerstva. V minulosti byly

sníženy některé informační povinnosti, například výpis z rejstříku trestů si za podnikatele opatřuje živnostenský úřad. Byla také odstraněna povinnost podnikatele prokazovat své oprávnění k provozování živnosti tím, že musí mít průkaz živnostenského oprávnění na provozovně. Snížen byl počet volných živností z více než 120 na jednu. Došlo k odstranění povinnosti podnikatelů ohlašovat živnostenskému úřadu faktické zahájení provozování živnosti a k vypuštění povinnosti oznamovat údaje vedené v informačním systému evidence obyvatel.

Začínající firmy mohou aktuálně využít například podporu z programu Záruka. Jeho cílem je pomocí zvýhodněných záruk umožnit realizaci podnikatelských záměrů malých podnikatelů. Menší půjčky firmám dosud poskytovalo také Jihočeské inovační centrum. Nově plánuje rovněž investice. „K prvním investicím ze strany nově zřízené dceřiné společnosti JIC INVEST by mělo dojít v roce 2015. Jsme ale v kontaktu s investory a fondy a firmám, které se o investici zajímají, zprostředkováváme jednání i know-how,“ uvedla Helena Továřková z Jihočeského inovačního centra, které má ve svém portfoliu okolo 60 firem. Nové firmy podle ní vznikají zejména v oboru biotechnologií. (tz)

Hospodářská komora ČR a TOP 09: chraňme živnostníky a malé firmy

Prezident Hospodářské komory ČR Vladimír Dlouhý a další zástupci HK ČR se začátkem dubna sešli s předsedou a místopředsedou TOP 09 Karlem Schwarzenbergem a Miroslavem Kalouskem. Šlo o další z řady jednání s nejvyššími představiteli vládní exekutivy a politické sféry, která po svém nástupu do funkce v květnu 2014 zahájil nový prezident HK ČR Vladimír Dlouhý.

Cílem těchto setkání je diskuze o problémech, které trápí podnikatele, a vybudování komunikačních kanálů pro prohlubování efektivní spolupráce se všemi významnými politickými silami v České republice.

Zástupci HK ČR a TOP 09 se dohodli na vzájemném informování o společných tématech a zevrubně diskutovali o záležitostech, které

jsou klíčové nejen pro členskou základnu Hospodářské komory ČR, ale pro všechny ekonomické subjekty i domácnosti v ČR.

„Na elektronickou evidenci tržeb máme stále rozdílný názor – my tento připravovaný systém podporujeme, ale jak stále zdůrazňuji, pouze za podmínky, že elektronický systém bude bezproblémově funkční a spolehlivý, dále že podnikate-

lé budou mít dostatečně dlouhou dobu na jeho implementaci a že jen minimálně zvýší jejich zátěž. A v neposlední řadě musíme trvat na tom, že musí být zaměřen také proti velkým daňovým únikům, jinak nemá smysl,“ komentoval průběh jednání prezident HK ČR Vladimír Dlouhý. „Stálá výměna informací mezi námi a Hospodářskou komorou je logickým důsledkem naší snahy znát názory a odborná stanoviska podnikatelské veřejnosti,“ řekl předseda poslaneckého klubu TOP 09 Miroslav Kalousek.

Dalším tématem schůzky byla problematika zákona o zadávání veřejných zakázek. Představitelé HK ČR a TOP 09 se shodli na vzájemné výměně stanovisek v procesu přípravy zákona

a na společném úsilí při hledání vhodné podoby zákona tak, aby byl dostatečně pružný a v úpravách zohledňoval dosavadní hlavní problémy podnikatelů s realizací veřejných zakázek, jako například ustanovení o ceně zakázky coby jediném kritériu pro výběr vítěze tendru.

Společný názor zazněl i na postavení živnostníků a malých firem. HK ČR i TOP 09 považují tuto skupinu podnikatelů za velmi významnou a z hlediska budoucnosti klíčový segment české ekonomiky. Proto společně považují za zásadní, aby postavení těchto subjektů nebylo ztěžováno dalšími regulačními opatřeními, jako například růst minimální mzdy či diskutované zrušení karenční doby. (tz)

Aktuální téma roku otevřela

Česko-německá obchodní a průmyslová komora

Březenovým Kick-Off setkáním oficiálně odstartovala Česko-německá obchodní a průmyslová komora společně s více než 30 partnery z hospodářství, výzkumu, politiky a zástupci odborné veřejnosti a médií své téma roku Průmysl 4.0 – rEvoluce probíhá.

„Digitální propojení hospodářství, od vývoje až po zákaznický management, bude v příštích deseti letech rozhodujícím faktorem pro zajištění konkurenceschopnosti České republiky,“ řekl Rudolf Fischer, prezident ČNOPK. „ČNOPK se svými partnery – významnými firmami, vědecko-výzkumnými zařízeními, svazy a ministerstvy – vytvoří společně platformu, která se zaměří na výzvy takzvané čtvrté průmyslové revoluce a jejich dlouhodobé řešení,“ dodal výkonný člen představenstva ČNOPK Bernard Bauer. Podle aktuálního průzkumu ČNOPK a partnerských svazů je digitální propojení procesů tvorby přidané hodnoty „rozhodující“ nebo „velmi důležité“ pro více než polovinu firem.

Průmysl, obchod a služby projdou v příštích deseti letech radikální změnou. Blízká budoucnost přinese rozsáhlé digitální propojení na všech úrovních tvorby přidané hodnoty ve firmě. „Rychlost inovací, zákaznický management, flexibilita, produktivita a reakce na změny trhu budou nově definovány,“ vysvětlil prezident ČNOPK Rudolf Fischer na Kick-Off setkání k letošnímu tématu roku, které se konalo v Praze. Na tom se shodují ČNOPK a přes 30 jejich partnerů z hospodářství, výzkumu, politiky a svazů. Pro Českou republiku jako zemi se silnou průmyslovou tradicí je vývoj směrem k průmyslu 4.0 rozhodující, chce-li zůstat v globální konkurenci atraktivní výrobní a inovační lokalitou.

Jak důležité je digitální propojení pro ekonomiku, ukázal aktuální průzkum mezi firmami Průmysl 4.0 v České republice – aktuální

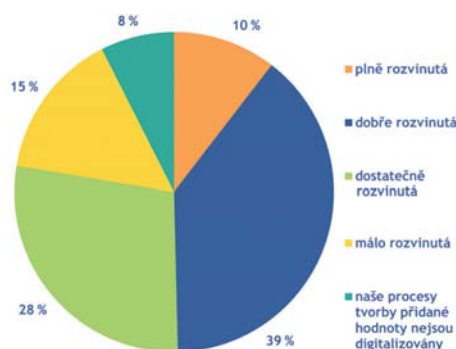
stav, příležitosti a výzvy. Průzkumu, který provedla ČNOPK společně se Svazem průmyslu a dopravy ČR, Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR a ICT unií, se zúčastnilo přes 270 společností. Podle jeho výsledků je digitální propojení procesů tvorby přidané hodnoty „rozhodující“ nebo „velmi důležité“ pro více než polovinu firem. Tento razantní vývoj si při tom více uvědomují větší hráči než malé a střední podniky. Co se týká aktuálního stavu, tak tři čtvrtiny dotázaných označily digitalizaci ve své firmě za plně (10 %), dobře (39 %) nebo dostatečně (28 %) rozvinutou.

Kromě toho průzkum vyvrátil obavy z rušení pracovních míst v souvislosti s rostoucí digitalizací průmyslu. Přes tři čtvrtiny firem neočekávají žádnou změnu v počtu svých zaměstnanců. Rozdíly se ukázaly při zohlednění velikosti firmy. Na 26 % velkých firem počítá se snížením počtu zaměstnanců v souvislosti s digitalizací, u malých a středních firem je to jen 8 %.

Pro ekonomiku je rozhodující budoucí kvalifikace zaměstnanců a zde očekávají mnohé firmy problémy. Zhruba 17 % považuje kvalifikaci zaměstnanců za riziko či překážku digitalizace, hned po investičních nákladech a bezpečnosti dat. Firmy proto požadují od politiků především podporu opatření k dalšímu vzdělávání, podporu mladých odborníků a přizpůsobení práva na ochranu dat. Právě bezpečnost dat by mohla být největším problémem digitálního propojení ekonomiky prostřednictvím internetu.

„Jsme přesvědčeni, že poznání digitálních potřeb českých firem je klíčové zejména pro tvorbu vládních strategií v této oblasti a rovněž pro efektivní čerpání finančních prostředků z evropských fondů v novém programovém období,“ uvedl Ivan Vrzal, člen představenstva Svazu průmyslu a dopravy ČR. ČNOPK vytváří svým tématem roku Průmysl 4.0 – rEvoluce probíhá mezioborovou networkingovou plat-

JAK JE ROZVINUTÁ DIGITALIZACE VE VAŠÍ FIRMĚ?

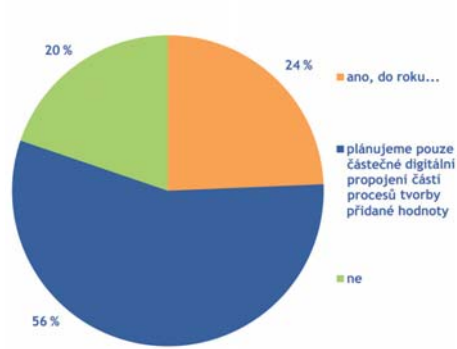


formu a připravuje letos kromě jiného odborné konference a přednášky českých a německých odborníků, kulaté stoly s politiky, návštěvy firem, prezentaci na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně a Hospodářskou diskuzi. Záštitu nad tématem roku převzalo Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky a Úřad vlády České republiky.

Premioví partneři tématu roku ČNOPK již využívají příležitosti spojených s digitálním propojením a aktivně se podílejí na jeho vývoji. Siemens je průkopníkem ve vývoji průmyslu 4.0 a již před 15 lety začal vytvářet portfolio, které zákazníkovi umožňuje, aby celý svůj výrobní proces sledoval digitálně. Již dnes propojuje Siemens digitální a fyzikální svět, počínaje designem přes plánování až po výrobu a servis. Nejlepším příkladem toho je vlastní digital factory v Ambergu.

Bosch Rexroth, jako jeden z vůdčích uživatelů průmyslu 4.0, se ve vlastních závodech a v rámci nejrůznějších pilotních projektů za-

POČÍTÁTE DO BUDOUČNA S DIGITALIZACÍ ČÁSTÍ PROCESŮ?



měřuje na vyhledávání nových potenciálů. Sází přitom na svoje produkty pro všechny aplikační oblasti drive & control technologií (sofistikované řízení pohony), které lze vzájemně smysluplně a efektivně kombinovat na bázi společné komunikační úrovně.

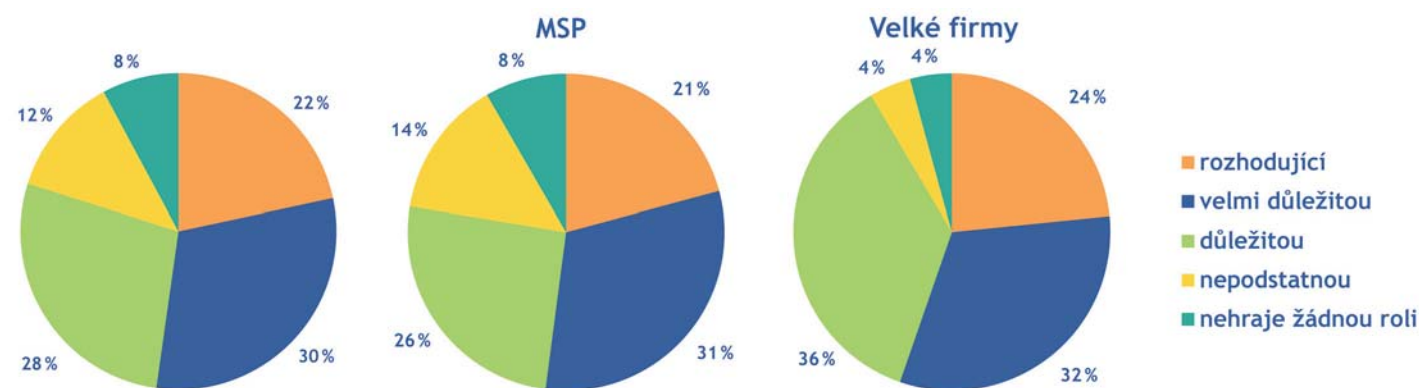
Nadnárodní společnost Schunk spatřuje v digitalizaci řízení a komunikace v procesech výroby příležitost nejen pro výrobce, ale i pro zákazníky. Přínos zavedení technologií a principů čtvrté průmyslové revoluce vidí především ve zvýšení efektivity výroby a zlepšení kvality produktu samotného. Zároveň by ale průmysl 4.0 neměl zůstat jen nástrojem ke zvyšování výkonnosti a následnému snižování cen, ale je nutné jej využít ke zlepšení naší konkurenceschopnosti v globálním měřítku.

Také pro ROI Management Consulting bude mít v příštích letech průmysl 4.0 strategický význam. Zvyšování efektivity výroby a kvalifikace zaměstnanců zde hraje klíčovou roli. Rostoucí poptávka po zvyšování kvalifikace a trvalém zvyšování efektivity výroby byla důvodem, proč bylo u Prahy otevřeno školicí a simulační středisko Lean Fabrika, které nabízí programy z oblasti Lean, Lean ERP a průmyslu 4.0.

Orientace na zákazníky pro skupinu E.ON Česká republika znamená znát a rozumět tomu, co je pro ně důležité. Pak jim může nabídnout co možná nejlepší servis. Při tom jsou pro E.ON výzvy zákazníků motivací k tomu, aby tato firma nabízela moderní a inovativní energetická řešení orientovaná na zákazníka. Rostoucí digitalizace na straně zákazníků se odráží i v interních aktivitách. Aby skupina E.ON Česká republika byla i v budoucnu pro zákazníky partner of choice, vyvinula projekt Digital.

Více informací k tématu roku ČNOPK 2015 a seznam plánovaných akcí najdete na tschechien.ahk.de/cz/tema-roku-2015/. (tz)

JAKOU ROLI HRAJE DIGITÁLNÍ PROPOJENÍ PŘI PROCESECH TVORBY PŘIDANÉ HODNOTY VE VAŠÍ FIRMĚ?



Startují ekologičtí oskaři, na vítěze čeká Škoda Octavia na zemní plyn



E.ON ENERGY GLOBE AWARD ČR

Ocenění nejlepších energeticky úsporných projektů

Již 7. ročník soutěže E.ON Energy Globe Award ČR ocení také letos autory nejlepších projektů z oblasti úspor energií a ochrany životního prostředí. Nechybí zajímavé novinky – mění se způsob hodnocení projektů, nové jsou i ceny pro vítěze od společnosti Škoda Auto.

Soutěž E.ON Energy Globe Award ČR, která je u nás známa pod označením ekologický oskar, ocení také letos autory zajímavých projektů hned v 5 kategoriích: Obec, Kutil, Firma, Mládež a Nápad. Nejlepší projekty v jednotlivých

kategoriích vyhlásí již v polovině června odborná komise, celkového vítěze určí veřejnost hlasováním pomocí SMS nebo na internetu.

Přihlašování již běží

Své přihlášky mohou autoři zajímavých projektů podávat až do konce dubna na webových stránkách www.ekologickyoskar.cz. Pro zájemce o účast v soutěži platí jediné pravidlo – jejich projekty by měly přispívat k ochraně životního prostředí nebo pomáhat snižovat spotřebu energií. Svůj projekt do soutěže může přihlásit kdokoli, zařazení do jednotlivých soutěžních

kategorií následně provádí hodnotící komise. Účast v soutěži je zdarma.

Vítěz získá vůz Škoda Octavia

Partnerem letošního ročníku soutěže E.ON Energy Globe Award ČR je společnost Škoda Auto. Autoři nejlepších projektů v jednotlivých

kategoriích od ní získají roční výpůjčku vozu Škoda Citigo, celkový vítěz soutěže pak obdrží vůz Škoda Octavia Combi G-TEC s pohonem na zemní plyn (CNG).

Nezapomeňte, svůj projekt můžete až do konce dubna 2015 přihlásit na stránkách soutěže www.ekologickyoskar.cz/! (red)



Kondice českého průmyslu se zlepšuje

Kondice českého zpracovatelského průmyslu se postupně zlepšuje. Růst bude podle odborníků dál pokračovat. Tahounem je zejména automobilový průmysl, na který je napojena řada subdodavatelů. Firmy v tomto odvětví stejně jako například v oboru obráběcích a tvářecích strojů už dosáhly předkrizových objemů nebo je překonaly. O dalším vývoji podle analytiků rozhodne pružnost pracovního trhu, přičemž trend počtu snižování nezaměstnaných bude pokračovat. Udrží se i do dalších měsíců, kdy ho podpoří nástup sezonních prací.

Podle ředitele Svazu strojírenské technologie Oldřicha Paclíka je hlavním motorem českého průmyslu výroba automobilů. „Na automobilový průmysl je napojena velká skupina subdodavatelů, kteří mohou v důsledku toho oživení růst poptávky. Z tohoto pohledu lze tedy říci, že

český zpracovatelský průmysl je v dobré kondici," uvedl Oldřich Paclík. Vzhledem k procesu takzvaného kvantitativního uvolňování v eurozóně je možné očekávat nárůst poptávky po průmyslovém zboží z Evropské unie. Českým firmám by mohla pomoci kromě jiného například dosud nenasycená poptávka v Číně. „Čeští exportéři orientovaní dosud na trh Ruska a ostatních zemí SNS by například i tam mohli korigovat očekávaný pokles exportu směřovaný původně na tyto trhy," upřesnil Oldřich Paclík.

Zlepšující pozici českého průmyslu potvrdil i Jiří Prášil, generální ředitel koncernu ZKL, který se zabývá výrobou valivých ložisek. Ačkoliv je podle něj hlavním tahounem automobilový průmysl, patrné je i oživení v oblasti stavebnictví. „Tento názor opírám o mírné snížení dostupnosti stavebních kapacit při zajišťování investičních akcí v koncernu ZKL,“ vysvětlil Jiří Prášil. Oživení ve strojírenském průmyslu napomáhá mimo jiné i dostupnost kvalifikova-

ných zaměstnanců. „Očekávám, že růst poptávky po autech se zpomalí a lze předpokládat mírné snížení růstu automobilového průmyslu ve druhé polovině roku 2015. Ostatní průmysl bude růst mezi 6 až 10 %, zejména z důvodu oživení ve stavebnictví, výrobě oceli a navazujících průmyslových oborů,“ doplnil Jiří Prašil.

Pozitivní signály o české ekonomice přicházejí v posledních týdnech rovněž z trhu práce. Pokles podílu nezaměstnaných proti lednu sice dosáhl jen 0,13 procentního bodu, a ne celých dvou desetin, jak naznačila zaokrouhlená data. „Snížení počtu lidí bez práce v únoru o 8000 je níméně výborný výsledek, který snese v historii srovnání jen s únorý 2007 a 2008,“ sdělil analytik UniCredit Bank Pavel Sobíšek. Také další ukazatele trhu práce se podle něj vyvíjejí velmi příznivě. Měsíční přírůstek volných pracovních míst o 6700 osob byl k vidění naposledy v roce 2007.

„Je zřejmé, že se česká ekonomika dostala do stavu, kdy o míře jejího růstu bude rozhod-

vat pružnost pracovního trhu. Takový stav se obvykle projevuje také tlakem na vyšší růst mezd, což dosud v Česku nebylo příliš vidět. Trend snižování počtu nezaměstnaných se jistě udrží i do dalších měsíců, kdy ho podpoří sezonní vývoj. Podíl nezaměstnaných klesne pod hranici 7 % možná již v dubnu, tedy o měsíc dříve, než jsme dosud předpokládali," dodal Pavel Sobíšek.

Také Svaz strojírenské technologie očekává v souvislosti s růstem zpracovatelského průmyslu pokračování trendu snižování nezaměstnanosti. „Na druhé straně je však nutné počítat s tlakem na udržení konkurenceschopnosti a v důsledku toho i na zvyšování produktivity. Kapacita volných míst ve zpracovatelském průmyslu bude kvůli tomu poměrně omezená. Problémem je také struktura nezaměstnanosti, neboť zaznamenáváme i nedostatek některých profesí, například právě ve strojírenství,“ uzavřel Oldřich Pařík.

Opožděné peníze negativně ovlivňují počty pracovních míst ve firmách

Nová globální zpráva ACCA (Asociace certifikovaných účetních) upozornila, že odložené a opožděné platby mohou mít velmi vážné dopady na malé podniky – snižují totiž jejich možnosti získávat a přijímat nové zaměstnance. Z výsledků také vyplývá, že u firem s méně než 50 zaměstnanci existuje až dvakrát vyšší pravděpodobnost potíží s opožděnými platbami než u velkých společností.

Jak se ve zprávě uvádí, opožděné platby poškozují firmy i ekonomiku mnoha způsoby, od zvýšení nákladů přes snížené kapitálové výdaje až po krachování dodavatelů. Dopady jsou navíc obzvláště drtivé pro dluhem zatížené firmy. Zásadní dopad mají i na počty zaměstnanců a investiční rozhod-

nutí malých firem. Kateřina Benešová, ředitelka ACCA pro ČR, Slovensko a Maďarsko k tomu uvedla: „Malé firmy a malí podnikatelé mají výrazně nižší šanci zvýšit počet zaměstnanců, pokud čelí problémům s opožděnými platbami. Zjistili jsme, že dopad opožděných plateb na malé firmy,

které by chtěly expandovat, je ve srovnání s velkými korporacemi podstatně větší, a to až o 54 %."

Opožděné platby a nedodržení závazků ze strany zákazníků přitom mohou mít dominový efekt na celý dodavatelský řetězec, přes průmyslová odvětví a hranice až k velkým finančním institucím, kde se v mnoha případech musí angažovat vláda. Přestože výsledky zprávy ukazují, že zpožděné platby jsou nesmírně škodlivou obchodní praxí, kterou je potřeba rozhodnými kroky napravit, ACCA nabádá, aby se k řešení situace přistupovalo obezřetně. Ukazuje se totiž, že značný podíl obchodování na úrovni business-to-business probíhá tak,

že při něm firmy využívají obchodní úvěr, kdy se platba neprovádí v době doručení zboží nebo provedení služeb, ale později, což je oběma smluvními stranami předem odsouhlaseno.

„Opožděné platby jsou často chápány jako výhradně negativní jev při obchodování, ale vždy tomu tak nezbytně být nemusí. Mohou být také užitečným nástrojem růstu. Pokud budeme chápat problematiku opožděných plateb takto komplexně, je možné vyvinout vhodné nástroje k řešení negativních dopadů opožděných plateb na firmy,“ doplňuje Charlotte Chung, poradkyně ACCA pro malé a střední podniky. **(tz)**

Platební terminály zvyšují restauracím tržby až o 30 procent

Umožnit hostům uhradit útratu platební kartou namísto bankovek se projeví nejen vyššími tržbami, ale také větší spokojeností vašich zákazníků. Nejnovější technologie nabízejí široký výběr mobilních platebních termínálů, které lze přinést až ke stolu nebo je napojit na hotelový rezervační systém.

Podle statistik se majitelům provozoven, ve kterých je zaveden platební terminál, zvedají tržby až o 30 %. Platební karty totiž otevírají dveře k širší skupině zákazníků, ať už jsou to lidé s fi-remnými platebními kartami, cizinci s mini-mem českých bankovek v peněžence, nebo zkrátka ti, kteří si nestihli vybrat hotovost z bankomatu. Při zavádění či výměně plateb-ních terminálů je ale podle odborníků dobré myslet na moderní technologie. V mnoha re-stauracích je stále možné najít stacionární pla-tební terminály, které posílají potřebné údaje bance pomocí pevné telefonní linky či interne-tu. Ty ale nejsou pro takovéto podniky příliš komfortní, jelikož host musí platit přímo u po-kladny.

Ideální volbou jsou proto přenosné terminály využívající bezdrátovou komunikaci. Ty disponují pevnou základnou, která je připojena přes internet. Samotný platební terminál je přenosný a umožňuje přijímat platební karty v dosahu spojení mezi základnou a terminálem. „Mobilní platební terminál umožňuje zákazníkovi zaplatit komfortně přímo u stolu. Navíc s větším pocitem bezpečí, protože má kartu po celou dobu pod kontrolou a obsluha s ní nikam neodbíhá,“ popsala Lenka Bukalová ze společnosti SONET, která je předním dodavatelem platebních terminálů pro Českou republiku a Slovensko.

Aktuální novinkou, kterou Brněnská firma SONET uvádí na trh, je mobilní Wi-Fi platební terminál Spire SPw60 od společnosti Spire Pay-

ments. Terminál komunikuje s Wi-Fi přístupovým bodem (například Wi-Fi router, Access Point) a dovoluje zaplatit kartou v oblasti, která je pokryta signálem tohoto přístupového bodu. „V současné době jde o velmi poptávané platební řešení právě v oblasti pohostinství. Terminál samozřejmě splňuje veškeré nejnovější bezpečnostní standardy, takže i když jsou data přenášena bezdrátově, zákazník se nemusí bát jakéhokoliv zneužití,“ doplnila Lenka Bukalová. Samozřejmostí je také akceptace všech typů platebních karet, včetně čím dál oblíbenějších karet s bezkontaktní technologií.

Právě na bezkontaktní technologie, které umožňují částky do pěti set korun zaplatit pouze přiložením platební karty k terminálu bez zadávání pinu, kladou banky velký důraz. Česká republika je evropským lídrem v placení bezkontaktní kartou. Češi tak podle nejnovějších statistik společnosti Visa zaplatí měsíčně v průměru 3,3krát a mají rovněž největší útratu bezkontaktní kartou – zhruba 1700 korun měsíčně. V České republice funguje již přes 57 000 bezkontaktních terminálů.

Platební část, která podléhá přísné bezpečnostní certifikaci u karetních asociací, je však jen jednou z mnoha možných aplikací platebního terminálu. Ty dnes fungují jako minipočítače, které si provozovatel může přizpůsobit na míru dle vlastních požadavků. Stejná „krabička“ tak může kromě placení sloužit i k celé řadě dalších funkcí. „Takto vznikají věrnostní systémy šité klientovi na míru, které mohou přilákat do restaurace či hotelu nové zákazníky. Platební terminál může být také propojený s hotelovým rezervačním systémem, takže informace o platbě je automaticky přenášena z rezervačního systému do terminálu, což eliminuje pravděpodobnost chyb,“ vysvětlila Lenka Bukalová.

Společnost SNET působí na trhu již od roku 1991 a zabývá se vývojem a poskytováním služeb v oblasti platebních technologií. (tz)

INZERCE

EKOLOGICKÝ OSKAR

E.ON ENERGY GLOBE AWARD ČR
Ocenění nejlepších energeticky úsporných projektů

Vyrostl vám v hlavě zajímavý nápad?

Přihlaste svůj projekt
a vyhrajte automobil
ŠKODA Octavia Combi G-TEC!

Více informací o soutěži na
www.ekologickyoskar.cz

e-on

Hlavní partneři:

ŠKODA

Partneři:

gorenje

Mediální partner:

DNES

Nejvíc chce letos nabírat asset management

Polovina firem na celém světě plánuje letos zvyšovat počty zaměstnanců, pětina je hodlá snižovat. Ukázal to průzkum poradenské společnosti PwC mezi více než 1300 generálními řediteli z téměř 80 zemí světa. Nejvíce nabírat hodlají správci aktiv (asset management) a zdravotnické a farmaceutické společnosti.

„Najít správné lidi bude letos jedním z nejtěžších úkolů pro šéfy firem. Většina z nich zároveň přiznala, že hledá zaměstnance se širší škálou dovedností než v minulosti. Také si uvědomují potřebu přistupovat k zaměstnancům individuálně. Téměř dvě třetiny firem proto již nyní mají strategii diverzity a začleňování a 85 % uvedlo, že jim to zlepšilo i jejich výsledkovku,“ řekl Daniel Soukup, odborník na řízení lidských zdrojů PwC ČR.

Společnosti hledají zaměstnance s požadovanými schopnostmi a znalostmi mnoha různými způsoby: 78 % generálních ředitelů v průzkumu uvedlo, že vždy využívají při hledání zaměstnanců více kanálů, včetně online platform a sociálních sítí. Celkem 71 % firem aktivně hledá ty nejlepší talenty na mnoha rozdílných geografických trzích, průmyslových odvětvích a demografických skupinách.

„Trh práce se globalizuje. V roce 2020 bude více než polovina absolventů vstupujících na trh práce z rozvíjejících se ekonomik. Firmy již nyní loví nejlepší odborníky i absolventy po celém světě, včetně České republiky. Proto se výrazně neliší

poptávka českých firem od globálních dat. Ne náhodou tak například největší mzdový růst očekáváme letos v Česku u firem z finančního sektoru, farmacie a vybraných průmyslových odvětví,“ dodal Daniel Soukup.

Mezi českými firmami je více než polovina (55 %) těch, které letos plánují nabírat. Loni jich bylo 44 %. Naopak 18 % českých firem plánuje v roce 2015 stavby zaměstnanců snižovat, ještě loni jich bylo 28 %. Stejně jako se Češi stále častěji snaží uplatnit na globalizovaném mezinárodním trhu práce, pozorujeme i zvýšený zájem cizinců o práci v Česku. Občané EU mají vstup na český trh práce poměrně snadný, roste však také zájem českých zaměstnavatelů zejména o IT specialisty, techniky a strojní inženýry z mimoevropských zemí. Potvrzuje ho i rostoucí poptávka po službách souvisejících s vyřizováním pracovních a pobytových povolení, který v poslední době zaznamenává poradenská společnost PwC Česká republika.

„Pozorujeme rostoucí zájem firem působících na českém trhu o IT specialisty či manažery, ale i odborníky, kteří mají obchodní zkušenosti například na ruském trhu či v Asii a pomohou tam českým firmám se prosadit. V poslední době nejčastěji vyřizujeme zaměstnanecké karty odborníkům z Indie, Ruska, Číny nebo z USA. U našich klientů registrujeme nezdědka zájem i o pracovníky ze zemí Balkánského poloostrova či z Blízkého východu,“ dodala Jana Zelová, manažerka PwC ČR, která radí firmám s vyřizováním víz a pracovních povolení. (tz)

JAK VELKÁ ČÁST FIREM NA SVĚTĚ HODLÁ ZVÝŠOVAT POČTY ZAMĚŠTNANCŮ (rozděleno podle odvětví)			
	2015	2014	2013
správa aktiv (asset management)	61 %	58 %	55 %
zdravotnictví	59 %	53 %	43 %
farmaceutický průmysl	58 %	44 %	38 %
obchodní služby	56 %	62 %	56 %
technologie	55 %	63 %	44 %
bankovníctví & kapitálové trhy	53 %	52 %	44 %
průmyslová výroba	53 %	46 %	36 %
těžba	52 %	25 %	39 %
strojírenství a stavebnictví	51 %	51 %	52 %
pojišťovnictví	50 %	59 %	39 %
chemický průmysl	50 %	49 %	43 %
doprava a logistika	49 %	40 %	43 %
automobilový průmysl	49 %	45 %	44 %
maloobchod	46 %	51 %	49 %
zábavní průmysl a média	46 %	53 %	43 %
pohostinství a rekreace	45 %	51 %	33 %
kovy	41 %	22 %	28 %
spotřební zboží	40 %	46 %	40 %
telekomunikace	40 %	52 %	36 %
výroba energií	36 %	56 %	39 %
distribuce a prodej energií a síťová odvětví	36 %	36 %	41 %
lesnictví, papírenství a obaly	27 %	45 %	32 %

Stáže žáků a učitelů ve firmách: Cesta, jak přiblížit škole praxi

Výuka odborných předmětů by se měla výrazněji opírat o praxi. Jednou z cest zásadní změny celého vzdělávacího systému je podpora stáží učitelů odborných předmětů a také žáků a studentů. Takový je jeden ze závěrů diskuzního panelu Svazu průmyslu a dopravy ČR, který se závěrem března uskutečnil v Pardubicích pod názvem Kvalita vzdělávání: Kde jsme a kam směřujeme?

SP ČR zastupoval jeho viceprezident Jan Rafaj, který je současně ředitelem pro personalistiku a vnější vztahy společnosti ArcelorMittal. „Osvědčilo se nám zapojení studentů do řešení úkolů v naší společnosti, vytvořena byla skupina, které bylo svěřeno téma bezpečnosti našich dodavatelů. Spolupráce se velmi vyplatila. Nyní máme ve fir-

mě dvě stě vysokoškolských studentů na částečný pracovní úvazek,“ uvedl Jan Rafaj jako příklad dobré praxe.

Generální ředitel společnosti Synthesia Josef Liška a proděkan Fakulty chemicko-technologické Univerzity Pardubice Petr Kalenda zmínili projekt Partnerství pro chemii, do něhož byly zapojeny stovky studentů a řada firem. „Studenti prošli praxí a získali ve firmách certifikát,“ uvedl Petr Kalenda. Josef Liška poukázal na přínos takové aktivity i na přílišnou administrativní zátěž podobných projektů. „Stát by se měl snažit zjednodušit administrativu a měl by najít prostředky na podporu realizace praxí,“ prohlásil.

Jak k tématu studentských praxí poznamenal vedoucí korporátní komunikace Bosch Group v ČR Pavel Roman, který je současně členem představenstva Česko-německé obchodní a prů-

myslové komory, řada firem již nabízí studentům praxe a další jsou na ně připraveny. „Podle zjištění naší komory je na studentské praxe připravena polovina průmyslových firem,“ uvedl Pavel Roman. Podle šetření SP ČR mezi jeho členskými firmami přitom dvě třetiny z nich upozorňují na to, že mladí absolventi vysokých škol, kteří k nim nastupují, nemají povědomí o firemních procesech a o výrobě. Poukazují také na skutečnost, že absolventi škol na všech úrovních nemají dostatečnou praxi. Přitom právě praxe pro vybrané obory by mohla zvednout kvalitu vzdělávání. „V našem kraji chybí řada technických profesí. Investoři, o které usilujeme, se ovšem ptají po vzdělané pracovní síle právě v oborech, kde nám chybí lidé. Ptají se také na úroveň praktických poznatků a zkušeností žáků a studentů,“ uvedl ve svém vystoupení hejtman Pardubického kraje Martin Ne-

tolický. Poznamenal také, že praxe by měly být průběžnou součástí studia, nikoliv jednorázová a časově omezená záležitost.

V podobném duchu vyjádřil podporu stážím i ředitel odboru vzdělávání MŠMT Petr Bannert. „Podporujeme technické vzdělávání a jako jejich součástí stáže, současně nerezignujeme na všeobecné vzdělávání,“ uvedl. Poukázal na náznaky měnícího se zájmů žáků a studentů o vybrané obory, kdy v letech 2009 až 20014 poklesl například počet studentů v oboru gastronomie, ekonomika a administrativa, zatímco stoupá například počet studentů oboru informatika. Diskuzní setkání, jehož se zúčastnilo několik desítek zástupců firem a škol, proběhlo v rámci Roku průmyslu a technického vzdělávání 2015. Vyhlásil ho Svaz průmyslu a dopravy ČR a kampaň podpořila již řada institucí, firem a škol. (tz)

Hospodářská komora ČR a Univerzita Karlova v Praze uzavřely partnerství

Partnerství, vzájemná podpora a spolupráce nejen v oblasti stáží pro vysokoškoláky jsou předmětem nově uzavřené dohody mezi Univerzitou Karlovou v Praze a Hospodářskou komorou České republiky. Rektor UK Tomáš Zima a prezident HK Vladimír Dlouhý v dubnu stvrdili svými podpisy memoranda vznik nové platformy, díky níž zintenzivní společnou komunikaci v těch oblastech veřejného života, které se obou organizací dotýkají.

V rámci uzavřeného partnerství se obě instituce budou podporovat při událostech připravovaných na Univerzitě Karlově a na jejích fakultách u příležitosti důležitých kulturních, vědeckých i pedagogických akcí. Spolupráce se bude

ství mezi Hospodářskou komorou ČR a Univerzitou Karlovou v Praze bude oboustranně prospěšné. Spolupráce mezi nejvýznamnějším zástupcem podnikatelské sféry v České republice a nejvýznamnější českou vysokou školou přispěje k plnění důležitých společenských úloh, které při podpoře rozvoje českého státu obě instituce zastávají,“ uvedl prezident Hospodářské komory ČR Vladimír Dlouhý.

Intenzivní spolupráce mezi oběma institucemi začne již v nejbližších dnech. Hospodářská komora ČR se bude podílet mj. na oslavách

výročí 600 let od úmrtí myslitele, reformátora a kazatele Jana Husa, někdejšího rektora UK, v příštím roce pak na oslavách u příležitosti 700. jubileu narození císaře a krále Karla IV., zakladatele UK v Praze.

„Těší mě, že Univerzita Karlova podepsala partnerství s tak významnou institucí, jakou Hospodářská komora ČR bezesporu je. Pevně věřím, že díky vzájemné spolupráci dojde k pozitivní propagaci mnoha akcí jak Univerzity Karlovy, tak i Hospodářské komory ČR,“ dodal rektor Univerzity Karlovy Tomáš Zima. (tz)



Rádi vás přivítáme na našich stránkách,
s chutí nám vlastní o vás napíšeme a poskytneme inzertní plochu pro zviditelnění vašich aktivit. Oslovte své zákazníky, dejte o sobě vědět. Mapujeme podnikání v České republice. Prezентуйте se naším prostřednictvím v časopisech Prosperita, Prosperita Madam Business a Prosperita Fresh Time a na webech www.iprosperita.cz www.madambusiness.cz www.freshtime.cz

Do finále soutěže Manažer roku 2014 postoupilo 77 osobností

Na tiskové konferenci 8. dubna v Praze byli představeni manažeři působící v České republice, kteří postoupili mezi finalisty 22. ročníku soutěže Manažer roku 2014. Sedm a sedmdesát finalistů koncem března doporučila hodnotitelská komise. Národní komise z nich vybere vítěze, slavnostní vyhlášení se uskuteční 23. dubna v rámci Dne úspěšných manažerů a firem v pražském Paláci Žofín za účasti předních představitelů českého politického i ekonomického života. Galavečer je součástí letošního Roku průmyslu a technického vzdělávání.

Soutěž Manažer roku každoročně vyhlašují Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR), Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR (KZPS) a Česká manažerská asociace (ČMA), která je současně jejím realizátorem. Cílem je vyhledat a zviditelnit špičkové manažery (včetně zahraničních) působící minimálně tři roky v ČR a ocenit jejich osobní přínos k výkonnosti firem a ekonomiky. Od roku 1993 prošlo soutěží přes 1200 finalistů a titulem Manažer – Manažerka roku bylo oceněno 53 osobností. Letošním mottem soutěže je Prestiž – inspirace – úspěch v Ruce průmyslu a technického vzdělávání. Rok průmyslu a technického vzdělávání vyhlásil letos

SP ČR a připojili se k němu vyhlašovatelé soutěže i řada manažerů. Vedle toho SP ČR a ČMA slaví letos čtvrtstoletí svého vzniku.

Jak se hodnotí

Manažer roku se odlišuje od řady jiných soutěží precizně vypracovaným systémem objektivního hodnocení uchazečů, kteří musí odpovídat přísným kritériím. Soutěžící jsou hodnoceni dvoukolově, dvěma nezávislými komisemi.

Manažer se nemůže nominovat sám, do soutěže může být nominován právníckými osobami, státními a veřejnými institucemi, bankovními domy, zaměstnavatelskými, podnikatelskými a profesními svazy, správními nebo statutárními orgány firem, družstev a také vítězi minulých ročníků soutěže. Kandidát musí se svou nominací souhlasit.

Na průběh soutěže dohlíží řídicí výbor, složený ze zástupců vyhlašovatelů a partnerů soutěže, vrcholových manažerů a odborníků z oblasti managementu. Nominované hodnotí a finalisty vybírá Hodnotitelská komise jmenovaná řídicím výborem, která zpracuje podklady pro národní komisi. Ta je rovněž jmenována řídicím výborem a je složena z významných osobností managementu, odborníků delegovaných jednotlivými svazy, manažerů roku oceněných v minulých letech a partnerů soutěže. Národní komise materiály podle schválených zásad vy-

hodnotí a hlasováním zvolí vítěze soutěže v jednotlivých kategoriích.

Soutěžní kategorie

Podle zaměření svých firem či institucí jsou finalisté zařazeni do 25 odvětví, vítězové v nich získají titul Manažera odvětví. Podle věku a velikosti firmy mohou finalisté zvítězit v kategoriích Mladý manažerský talent do 35 let, Vynikající manažer malé firmy do 50 zaměstnanců a Vynikající manažer střední firmy do 250 zaměstnanců. Nejlepších deset finalistů je vybíráno do žebříčku Top 10 Manažer roku, z nichž vzejdou absolutní vítězové: Manažerka a Manažer roku. Zvláštní kategorií za celoživotní práci je Uvedení do Síně slávy.

Galavečer a Gender Gap 2015

Letošní novinkou v rámci Dne úspěšných manažerů a firem je dopolední tříhodinová konference ČMA Gender Gap 2015: Žena – klíčový faktor úspěchu řízení společnosti a businessu. Moderátorem konference je Ing. Jan Mühlfeit a její garantkou Ing. Renata Mrázová, mluvčí světové platformy „Lean in“. Mezi vystupujícími budou významné ženy z obchodu i politiky jak v českém, tak i světovém měřítku.

Odpoledne se uskuteční Hyde Park finalistů, uváděný stejně jako vyhlášení samotné moderátorkou Marcelou Augustovou. V Hyde Par-

ku představí patroni jednotlivých odvětví finalisty, kteří budou diskutovat s představiteli vyhlašovatelů soutěže – prezidentem SP ČR Jaroslavem Hanákem, prezidentem ČMA Pavlem Kafkou a předsedou KZPS Janem Wiesnerem a také Manažerem roku 2013 Karlem Žďárským a Manažerkou roku 2013 Jaroslavou Valovou. Ti také při následném vyhlášení vítězů předají pomyslné žezlo svým nástupcům.

Společně s vítězi soutěže Manažer roku budou v Paláci Žofín vyhlášeny i výsledky studentské soutěže na téma Jak se konkrétní česká firma vyrovnala s krizí a Příběh úspěšné spolupráce konkrétní firmy se školou/školami, nebo příběh talentovaného studenta, který své dovednosti úspěšně uplatnil ve firmě. Soutěž byla vyhlášena spolu se studentskou organizací AIESEC a společností StudentaMedia. Práce vyhodnotil tým odborníků Vysoké školy ekonomické v Praze a mezi TOP desítkou nejlepších vybrala tři vítěze komise, složená se zástupců vyhlašovatelů a partnerských organizací. Autoři prvních tří nejlepších prací získají tablety společnosti Samsung.

Samotným vyhlášením soutěž Manažer roku nekončí: vítězní manažeři absolvují setkání s krajskými hejtmany či médii. Vítězové se vedle toho sdružují v Klubu Manažera roku (KMR), který má několik regionálních poboček a celoročně pořádá odborné i společenské akce. (tz)

Šéfové: Nejdůležitější je inovace a motivace lidí

Ze nejdůležitějších opatření na zvýšení konkurenceschopnosti svých společností považují tuzemští manažeři investice do inovací a správnou personální politiku a motivaci zaměstnanců. Vyplývá to z ankety mezi finalisty 22. ročníku soutěže Manažer roku, z nichž budou vybráni a poté slavnostně vyhlášeni vítězové 23. dubna 2015.

Jako každoročně i letos odpovídali manažeři – finalisté soutěže Manažer roku na několik otázek, týkajících se jejich podnikání a práce. Ve vztahu k úspěšnosti jejich podnikání manažeři oproti předchozím ročníkům zdůrazňovali ekonomické či personální úspěchy a narůstající optimizmus. Téměř nikdo z manažerů nevzpomín-

al hospodářskou krizi a vypořádávání s jejími následky. Absolutní většina naproti tomu zmiňuje rok 2014 jako ekonomicky velmi úspěšný.

Jestliže v letech hospodářské krize byly v souvislosti s konkurenceschopností firem zmiňována zejména úsporná opatření, pak v následujících letech dominovalo téma manažerského týmu a motivace pracovníků. I letos se objevily dva hlavní recepty: investice do inovací a správná personální politika a motivace zaměstnanců. Téměř dvě pětiny manažerů (37 %) hovoří o klíčovém faktoru vhodné personální politiky a motivaci svých pracovníků. Připomínají také důležitost stabilního týmu a vzdělávání zaměstnanců.

Zhruba třetina tuzemských manažerů považuje za rozhodující pro udržení a zvýšení

konkurenceschopnosti své společnosti investice do inovací, do moderních technologií. Přibližně 16 % manažerů vidí cestu ke konkurenceschopnosti přes zvýšení kvality výrobků, stejný podíl respondentů uvedl jako zásadní flexibilitu ve vztahu k obchodním partnerům a zákazníkům.

Letošní soutěž Manažer roku probíhá ve znamení Roku průmyslu a technického vzdělávání. Jedna z otázek ankety se proto zaměřila na názory manažerů na kvalitu vzdělání absolventů vysokých škol a na jejich připravenost na práci v jejich společnosti.

Přibližně 40 % tuzemských manažerů není spokojeno s vysokoškolskými absolventy, kteří k nim nastupují do jejich společnosti. Co zejména kritizují, je nízká ochota absolventů na sobě pracovat, nedostatečné kreativní a samo-

statné myšlení, nedostatečné logické a analytické myšlení. Manažeři poukazují i na nezdárka slabé povědomí o oboru, ale i na mezery v jazykových znalostech či nedostatečné prezentační schopnosti. Někteří manažeři upozornili na příliš vysoká platová očekávání absolventů a na jejich zkrácené představy.

Téměř čtvrtina manažerů hledá se svými společnostmi cesty, jak řešit neuspokojivou úroveň znalostí a zkušeností absolventů vysokých škol. Studentům nabízejí praxe, intenzivně spolupracují se školami. Asi desetina manažerů přitom poukazuje na systémový problém českého školství.

Celou anketu mezi finalisty soutěže Manažer roku s jejich vyjádřeními a komentáři najdete na webu www.manazerroku.cz. (tz)

Záruky podporují zejména mladé podnikatele



tj. úvěrů, záruk či rizikového kapitálu, které by měly být také z prostředků strukturálních fondů financovány, si ještě vyžádá dost času. Přesto zejména malí podnikatelé mohou i nyní využít tyto nástroje podpory, zatím financované z národních prostředků. Zeptali jsme se na podrobnosti náměstka generálního ředitele Českomoravské záruční a rozvojové banky, a. s. (ČMZRB), Ing. Lubomíra Rajdla.

Kam směřuje aktuální nabídka podpor pro malé a střední podnikatele poskytovaných prostřednictvím ČMZRB?

Hlavní směr podpor představuje poskytování záruk za bankovní úvěry pro malé podnikatele s méně než 50 zaměstnanci k financování investic do strojů a zařízení či budov a k financování nákupu materiálu či zboží. Sociální podnikatelé s méně než 250 zaměstnanci mohou využít záruku kombinovanou s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru, jehož výše může dosáhnout až 500 000 Kč.

Rok 2015 spojují podnikatelé s velkými očekáváními v oblasti dotací. Již v nejbližších měsících by měli mít možnost podávat žádosti o dotace z prostředků EU. Zdá se, že příprava finančních nástrojů,

Speciální nabídkou, která od minulého roku funguje pro celé území ČR, jsou záruky ČMZRB za úvěry, které poskytuje pro podnikatele s maximálně tříletou historií Česká spořitelna v případě inovativně zaměřených projektů. V programu nazvaném INOSTART, pro který poskytla prostředky švýcarská vláda, mohou být podpořeny úvěry až do výše 15 mil. Kč. V Jihočeském kraji mohou malí podnikatelé opět získávat přímo od ČMZRB úvěry. Příslušný program byl obnoven v březnu letošního roku a je podpořen z prostředků Jihočeského kraje. Úvěry na investice či financování zásob

mohou být poskytnuty se splatností až 6 let, a to do výše 1 mil. Kč.

Jaké změny v nabídce záruk se udály v letošním roce?

Hlavními změnami je rozšíření režimu zjednodušeného poskytování záruk na úvěry do výše 10 mil. Kč. Podnikatelé, kteří již mají předchozími podporami vyčerpán limit podpor malého rozsahu (de minimis), mohou v případě potřeby získávat záruky za úvěry na investice standardním postupem v režimu tzv. blokových výjimek. Další, pro podnikatele vítanou změnou, je zrušení podílu podnikatelů na hrazení ceny záruky, jejíž úhradu v plném rozsahu převzal stát.

Co ukázalo první čtvrtletí?

Jádro naší letošní nabídky je k dispozici od druhé poloviny února. Vzhledem k několikátýdennímu přerušení příjmu žádostí o záruky přišla očekávaná vlna zvýšeného přílivu žádostí. Není vyloučeno, že tento velký zájem bude i nadále

pokračovat, což je dáno faktory jak na straně nabídky, tak i poptávky po úvěrech. Nepochybně je velmi pozitivní, že se kromě přetrvávajícího zájmu o záruky na úvěry k financování zásob zvýšila četnost záruk za úvěry na investice. Za povzbudivé považujeme i to, že se po změnách, které proběhly v loňském roce, zvyšuje i využívání záruk v programu INOSTART. V této situaci bude velmi důležité, jak rychle se podaří zapojit do financování záruk prostředky EU.

Budou si muset podnikatelé zvykat u podpor z evropských prostředků na zcela jiné podmínky, než znají v současné době?

Již při přípravě současného národního programu záruk byly vzaty do úvahy všechny dostupné informace o podmínkách, v nichž by měly být poskytovány záruky pro zahájení a rozvoj podnikání z prostředků EU. Značná část z nich se již v národním záručním programu uplatňuje. Nemělo by tedy ani při vyhlášení první výzvy k podávání žádostí dojít k zásadním odlišnostem od toho, co již obsahují současné záruční produkty. (red) ■■■

Global Compact, největší platforma společenské odpovědnosti na světě, je i v České republice

Největší platforma společenské odpovědnosti na světě, Global Compact, která funguje pod záštitou OSN, 2. dubna vstoupila do ČR. Slavnostní akt vzniku Národní sítě Global Compact ČR se uskutečnil na Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR pod patronací ministra průmyslu a obchodu Jana Mládka. Účastnil se jej i ředitel a zakladatel United Nations Global Compact Georg Kell. Hostitelskou organizací Národní sítě Global Compact Česká republika se stala Asociace společenské odpovědnosti.

„Společenská odpovědnost zatím v České republice zdaleka není tak silným tématem, jako v mnoha zemích na západ od našich hranic. Korektní a férové podnikání, péče o zaměstnance, všechny formy podpory sportovních, kulturních a společenských aktivit, dobrý vztah k životnímu prostředí – to jsou jen některé z mnoha částí mozaiky, kterou nazýváme společenskou odpovědností a která je základem politiky udržitelného rozvoje.

Správně pojatá společenská odpovědnost v žádném případě není pro firmu jen nějakou povinnou finanční zátěží, jak ji někteří vnímají. Jde především o nástroj, který zjednodušuje podnikání, zlepšuje obraz organizace u veřejnosti, zástupců státní správy a samospráv i u obchodních partnerů. A v konečném důsledku je významnou konkurenční výhodou a marketingovým nástrojem,“ uvedl ministr Jan Mládek.

Memorandum podepsali Georg Kell s Lucíí Mádlovou, představitelkou Národní sítě Global Compact Česká republika a ředitelkou Asociace společenské odpovědnosti. V rámci platformy United Nations Global Compact je již zapojeno téměř 13 000 organizací z více než 160 zemí světa. Celkový počet zaměstnanců,



Georg Kell, ředitel a zakladatel Global Compact s představitelkou Národní sítě Global Compact Česká republika a ředitelkou Asociace společenské odpovědnosti Lucíí Mádlovou při podpisu memoranda

kteří se do platformy zapojili, je téměř 60 milionů. Nejvíce signatářů pochází ze Španělska. Česká republika až do začátku dubna 2015 v síti chyběla. Je proto symbolické, že se Slavnostní akt konal u příležitosti prvního výročí přijetí strategického dokumentu „Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice“.

„Lokální sítě jsou ideálním zprostředkovatelem globálního myšlení a lokálního jednání. Založení této nové sítě vysílá jasný signál, že firmy v České republice jsou připraveny zvýšit své odhodlání integrovat principy společenské odpovědnosti a firemní udržitelnosti do svých

strategií, a inspirovat ostatní společnosti, aby je následovaly,“ vysvětlil Georg Kell.

„Národní síť tuzemským firmám přináší šanci na sdílení a přenos mezinárodního know-how, výměnu zkušeností se světovými leadery, cenné kontakty a získání celosvětové prestiže. Nefinanční reporting dle UN Global Compact je navíc kompatibilní s připravovanými direktivami EU, a firmám tak výhledově ušetří velké množství práce,“ doplnila Lucie Mádlová. Česká národní síť tak bude podporovat domácí firmy i pobočky zahraničních společností, které jsou zapojeny v United Nations Global Compact v implementaci jeho deseti základních

principů v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a korupce. Prostřednictvím dialogu, včetně dialogu politického, umožní svým členům aktivně ovlivňovat CSR politiku v ČR. Významnou podporu má ze strany Ministerstva průmyslu a obchodu a Rady kvality ČR.

Mezi významné české signatáře základních principů United Nations Global Compact patří společnosti jako IKEA, ROSSMANN či T-Mobile. „Důvodů, proč se připojujeme k UN Global Compact, je více. Jde o celosvětovou síť, jejíž principy odpovídají našemu vnímání udržitelného rozvoje,“ vysvětlil Milan Vašina, generální ředitel T-Mobile Czech Republic, a. s., a dodal: „Velkým přínosem je propojení s dalšími partnery nejen v České republice a možnost vzájemného sdílení zkušeností.“

Lucie Mádlová za The Global Compact Network Czech Republic řekla: „Národní síť Global Compact Česká republika tuzemským firmám přináší mezinárodní know-how, otevírá možnosti sdílet zkušenosti se světovými leadery, získat cenné kontakty a prestiž největší platformy společenské odpovědnosti a udržitelného podnikání na světě pod OSN.“

Mezi zakládající členy Národní sítě patří v současné chvíli již 17 českých signatářů nejen z řad velkých firem jako IKEA, ROSSMANN či T-Mobile, ale i malých a středních podniků jako M.C. TRITON či DTO CZ, neziskových organizací jako Česká společnost pro jakost, ale i asociací a komor, například Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a Nizozemsko-česká obchodní komora, které mohou základní principy a know-how přenášet dále mezi své členy.

Více informací k Národní síti lze nalézt na její webové prezentaci www.globalcompact.cz, která byla u příležitosti zahájení činnosti oficiálně spuštěna. (tz)

INZERCE

CENTRUM EXCELENCE
„Váš partner pro excelentní řízení“



Centrum excellence

Chcete zlepšovat výsledky svého podnikání a nevíte jak na to?
Chcete se inspirovat úspěchem ostatních?
Staňte se členem Centra excellence!

Centrum excellence představuje platformu organizací, které pro zvyšování své výkonnosti a konkurenceschopnosti využívají moderních nástrojů řízení.

ZLEPŠUJETE SE TAM, KDE JE TO DŮLEŽITÉ

- Návodů pro sebehodnocení
- Praktické zkušenosti s aplikací Modelu excellence EFQM, CAF a CSR
- Informačních newslettery
- Novinky přímo z centrály EFQM

INSPIRUJETE SE A NACHÁZÍTE VLASTNÍ ŘEŠENÍ

- Podpora trvalého zlepšování členů Centra excellence
- Benchlearning Visits

NEJSTE V TOM SAMI

- Kulaté stoly, návštěvy ve firmách, workshopy, neformální setkání
- Sdílení zkušeností s účastí v Národní ceně kvality ČR a Národní ceně ČR za společenskou odpovědnost

25 let
ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOSTnpk
NÁRODNÍ POLITICKÁ
KVALITASOK
SPOLEČNOST
PRO OCEŇOVÁNÍ
KVALITY

Více informací: www.centrumexcellence.cz
Centrum excellence při České společnosti pro jakost
Novotného lávka 200/5, 110 00 Praha 1

Přežijí tradiční obchody v konkurenci e-shopů?

Kamenné prodejny si stěžují, že si k nim jdou zákazníci zboží jen prohlédnout, a pak ho koupí přes internet. Studie poradenské společnosti PwC Total Retail 2015 tuto obavu obchodníků sice potvrzuje, na druhou stranu odhalila, že je stále více zákazníků, kteří si našli zboží na internetu, ale nakonec si pro něj zašli do kamenné prodejny. Konkrétně jich bylo 70 % z více než 19 000 respondentů z celého světa. Naopak 68 % přiznalo, že si v kamenné prodejně vyhlédli zboží, které ale následně koupili přes internet.

Studie PwC jednoznačně ukazuje, že role tradičních obchodů se mění. Jsou nejen pod tlakem konkurence mezi sebou, ale právě i ze strany e-shopů. Samotná návštěva tradičního obchodu tak musí zákazníkovi přinést dodatečnou přidanou hodnotu.

„Tradiční obchody rozhodně nejsou mrtvé. Zákazník stále chce zboží vidět na vlastní oči, dotýkat se ho, cítit ho, chce se bavit. Vhodně nastavený obchodní model by měl počítat s tím, že si zájemce zboží nakonec koupí třeba i na internetu. Vedle výkladních skříní zároveň plní kamenné obchody také funkci distribučních skladů, které jsou blíže spotřebiteli. To je důvod, proč stále více e-shopů otevírá kamenné pobočky,“ sdělil Pavel Kulhavý, odborník na maloobchod ze společnosti PwC Česká republika. Přizpůsobí-li se novým trendům, mají před sebou klasické obchody ještě dlouhou budoucnost. Většina zákazníků (70 %) stále upřednostňuje nákup v kamenných obchodech. Jako hlavní důvod zmiňují možnost vyzkoušet si zboží, ujistit se, že jim například oblečení sedí, a také to, že po zaplacení mají hned zboží u sebe. Naopak jedinou hlavní výhodou e-shopů, ve které jim klasické prodejny asi nikdy konkurovat nebudou, je možnost nakupovat sedm dní v týdnu 24 hodin denně bez nutnosti kamkoli cestovat.

„Dokonce i v segmentech, kde zákazníci nakupují převážně na internetu, stále zůstává mnoho těch, kteří si rádi do tradičního obchodu zajdou pro zboží, které si předem vyhlédli na internetu. Čtvrtina zákazníků si tak chce například zajít do obchodu koupit elektroniku a 13 % knihy,“ dodal Pavel Kulhavý. (tz)



Vyhrajte dovolenou snů s Českým výrobkem



Pokud vás reklamy nenechávají v klidu, věříte, že dokážete vymyslet lepší slogan a fandíte domácím firmám, přichází příležitost právě pro vás. Společnost Český výrobek s.r.o. připravila originální soutěž, která chce oslovit talenty mezi spotřebiteli a zároveň zahrát na vlasteneckou strunu. O novince jsme si povídali s jejím autorem, ředitelem společnosti Ing. Leo Kolečkářem.

Projekt Český výrobek získává nový rozměr. Připravili jste pro spotřebitele zajímavou soutěž s atraktivními cenami. Kde k ní lze získat podrobnější informace?

Společnost Český výrobek v rámci svého dlouhodobého programu spustila od 30. března do 26. června letošního roku zákaznickou soutěž na

podporu prodeje českých výrobků. Účelem akce je zvýšit tento prodej, povědomí o značce pro potravinářské i nepotravinářské produkty Český výrobek a šíření osvěty týkající se českých výrobků. Hlavní cenou je luxusní dovolená v novém lázeňském komplexu Spa Resort Sanssouci v Karlových Varech v hodnotě přes 86 000 korun. V rámci pobytu bude výherce všemožně

hýčkán a rozmazlován například projíždkou luxusní limuzínou.

Proč právě soutěž? A jaký je o ni zájem mezi domácími firmami?

Cílem akce je podpora a propojení potravinářské a nepotravinářské výroby a sektoru služeb (lázně) v České republice jako správné myšlenky. Rádi bychom komunikovali, že české výrobky nejsou jen potraviny, ale i nepotravinářská produkce. Proto byl a je zájem značný. Velké množství hodnotných cen věnovali do soutěže partneři a držitelé Certifikátu Český výrobek. Další podpora bude probíhat formou propagace soutěže v prodejnách, reklamou a na internetu.



Ing. Leo Kolečkář, ředitel společnosti Český výrobek s.r.o.

Zboží se značkou Český výrobek se rozhodně na pultech obchodů neztratí. Máte i zpětnou vazbu? Zjišťujete, z jakých důvodů zákazníci volili výrobek s tímto logem?

Ano, právě tím směrem je zacílena naše soutěž. Zákazníci budou zadávat při registraci do soutěže slogan na téma Český výrobek. Tím získáme zpětnou vazbu, jak vnímají české výrobky i naše logo Český výrobek. Těšíme se na zajímavé slogany a rádi je využijeme do budoucna při komunikaci se zákazníky.

Předpokládám, že dodavatelé ocení i náměty a připomínky k tomu, co na trhu chybí a čím by mohli vylepšit nabízený sortiment. Jde vaše iniciativa i tímto směrem?

Máme za to, že české výrobky jsou stejně dobré a často lepší než dovozové. Zpravidla chybí jen lepší komunikace se zákazníkem, nabídnutí výhod a předností konkrétního výrobku. Například doporučujeme vhodné umístění značky Český výrobek. Pokud se barevné logo nachází

v dostatečné velikosti na čelní straně výrobku, je to další přidaná hodnota, která může vést zákazníka k výběru právě tohoto zboží – máme to otestováno a funguje to.

Další nová iniciativa bude směřovat k lepšímu informování zákazníků o tom, kde mohou nakoupit skutečně české výrobky. Připravujeme internetovou aplikaci, která jim jednoduše umožní nalézt v blízkosti svého bydliště tu správnou prodejnu s českými výrobky.

Čím by vám soutěž nejvíc udělala radost?

Naši radostí bude spokojenost zákazníků s kvalitními českými výrobky, radost výherců z hodnotných výher a spokojenost výrobců s propagací svých produktů. A samozřejmě se těšíme na skvělé slogany na téma Český výrobek. Soutěž můžete na www.soutezceskyvyrobek.cz. Přejeme všem hodně štěstí!

se stejným přáním se připojil Pavel Kačer ■■■

Společnost PRAMOS letos slaví 20. výročí vzniku a do soutěže přispěla cenami v celkové hodnotě 20 000 Kč

Bezkontaktní nálepky k placení nově pro klienty Ery

Od poloviny loňského roku mají klienti ČSOB možnost platit bezkontaktními platebními nálepkami, které jsou vydávány v debetní i kreditní variantě. Jejich zavedení přineslo významný nárůst bezhotovostních transakcí na úkor využívání hotovosti. O nálepku si zažádalo několik tisíc klientů, přičemž jejich preference byla v kreditní variantě, neboť u ní mohou čerpat odměnu 1 % zpět z každého nákupu. Na bezkontaktní nálepky se od dubna mohou těšit také klienti Ery.

Klienti ČSOB a Ery využívají bezkontaktní karty již více než dva roky. Nálepky banka klientům ČSOB nabízí přes půl roku. Celkový počet transakcí u klientů používajících zároveň karty a nálepky vzrostl až o čtvrtinu, protože bezkontaktní nálepky mají klienti stále po ruce, rádi je využívají a nahrazují jimi hotovost. „Díky zavedení nálepky klienti začali méně využívat hotovost a kartami a nálepkami zaplatili bezhotovostně více, než když měli k dispozici jen bezkontaktní karty. Nárůst objemu těchto plateb jsme zaznamenali o pětinu,“

řekla Jana Opršalová, výkonná manažerka útvaru Platební komfort a služby ČSOB. „Bezkontaktní nálepky jsme se proto rozhodli nabídnout i klientům Ery a věříme, že si je také oblíbí a budou standardně využívat ke svým nákupům,“ doplňuje Jana Opršalová.

Nálepkami klienti platí všechny nákupy bez ohledu na výši placené částky. „Klient ji má většinou nalepenou na telefonu, proto je její využití vhodné a logické především na rychlé drobné nákupy např. v trafice, rychlém občerstvení či za menší nákup v samoobsluze. Potěšilo nás, že klienti s nálepkou platí i větší nákupy. Průměrná výše transakce je téměř 500 Kč,“ uvedla Jana Opršalová. Bezkontaktní nálepka představuje novou a alternativní formu placení, díky níž může klient hradit i jakékoliv částky bez nutnosti nosit s sebou kabelku, peněženku nebo samotnou platební kartu. Nálepkou lze platit podobně jako s bezkontaktní platební kartou, při platbě do 500 Kč klient nezadá PIN.

ČSOB a nově také Ery nabízí jak kreditní, tak debetní variantu nálepky. Zájemce si navíc může vybrat ze dvou originálních designů. Brzy také bude možné si přes internetovou aplikaci navrhnout zcela unikátní vzhled platební nálepky a umístit si na ni fotografii třeba svého domácího mazlíčka, prostě to, co chce mít stále na očích. Nálepku je možné i pojištit proti ztrátě, včetně mobilního telefonu a dalších osobních věcí, klient tak třeba za 390 Kč ročně získá pojištění až do výše 5000 korun na mobil, 15 000 korun na osobní věci a až 100 000 korun na finanční ztrátu.

Podmínky pro využívání bezkontaktních technologií se rok od roku radikálně zlepšují. Česká republika se stala světovým lídrem v popularitě bezkontaktních karet i podílu terminálů umožňujících bezkontaktní platby. Každý druhý terminál v ČR je nyní bezkontaktní. ČSOB i Ery proto do portfolia doplnily bezkontaktní nálepku – rychlý, jednoduchý a bezpečný způsob placení. (tz)



INZERCE

Teplárny investují miliardy do lepšího čištění spalin

Teplárny v České republice se chystají na plnění nových emisních limitů odvozených z nejlepších dostupných technik (BAT), které vyžaduje směrnice o průmyslových emisích. Ekologizace většiny z nich bude hotová již do konce příštího roku, tedy se značným předstihem oproti závaznému termínu v roce 2020.

Téměř všechny velké teplárny, které v Česku zásobují krajská a statutární města, budou již ve druhé polovině příštího roku připraveny plnit nejpřísnější normy pro ochranu ovzduší. Díky modernizaci jejich zařízení dojde k dalšímu razantnímu snížení emisí znečišťujících látek.

„Celkové investice teplárenských společností do ochrany ovzduší vyvolané požadavky směrnice o průmyslových emisích dosáhnou do konce příštího roku přibližně 18 miliard korun,“ řekl předseda výkonné rady Teplárenského sdružení ČR Mirek Topolánek a dodal: „Do roku 2020, který je pro velké teplárny závazným termínem pro plnění požadavků nejlepších dostupných technologií, přesáhnou

celkové náklady patrně 20 miliard.“ Výsledkem bude zásadní snížení emisí, oxidů síry o 65 %, oxidů dusíku o 55 % a emisí tuhých znečišťujících látek téměř o 50 %.

„Velké elektrárny a teplárny během dvou let prakticky zmizí z mapy znečištění, kvalita ovzduší pak bude záviset na emisích z dopravy a lokálního vytápění,“ uvedl ředitel Teplárenského sdružení ČR Martin Hájek. „Bohužel právě v těchto oblastech nelze v nejbližší době významné snížení emisí očekávat,“ upozornil.

Zásadního snížení emisí se díky ekologizaci tepláren dočkají v nejbližší době třeba obyvatelé Českých Budějovic, Hradce Králové, Chomutova, Karviné, Lovosic, Mělníka, Ostravy, Pardubic, Plzně, Sokolova, Strakonice, Plané nad Lužnicí nebo Třince. Do zmiňovaného roku 2020 by v rámci přechodného plánu měly nové limity plnit i teplárny v ostatních městech.

Rozdíl emisí v případě výroby tepla v teplárnách a lokálních kotlích na pevná paliva je obrovský. S ekologickým přínosem tepláren tak ostře kontrastuje jejich stále se prohlubující ekonomická diskriminace v rámci nejrůznějších „ekologických“ daní a poplatků, od nichž jsou lokální topeniště většinou paradoxně osvobozena, zatímco mnohem čistší teplárny je platit musí.

Ještě v roce 2007 vypustily velké a střední zdroje znečištění (mezi které teplárny patří) do ovzduší celkem 17 997 tun prachu, tedy skoro stejně jako malé zdroje nebo lokální topeniště s 18 850 tunami. Do roku 2012 se emise prachu elektráren, tepláren a větších kotelů snížily o 46 %, zatímco emise malých zdrojů naopak vzrostly o 23 % (na 23 251 t). Rovných 30 největších ekologizačních projektů v teplárnách přinese absolutní snížení emisí SO₂ o 18 500 tun, NO_x o více než 10 000 tun a prachu o 306 t za rok.

Těžiště znečištění nebude na straně velkých energetických zdrojů ani v případě emise oxidů dusíku (NO_x). Jejich podíl klesne zhruba na třetinu, přičemž u dopravy se až tak radikální snížení v dohledné době neočekává. Oživení ekonomiky naopak počítá s dalším rozvojem dopravy, kde by měly růst i emise NO_x. Právě doprava bude jejich hlavním producentem. Pokud jde o emise oxidu siřičitého (SO₂), pak uhelné teplárny hrají důležitou roli a mají podíl na výrazném poklesu jeho produkce emisí, a to o více než 92 % (v letech 1990 až 2013).

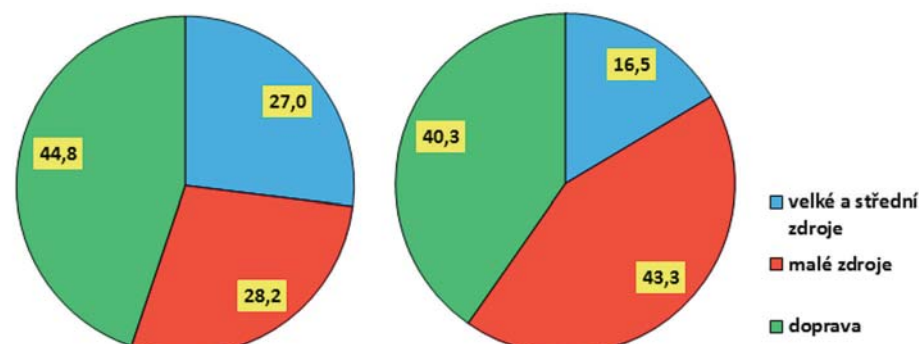
Zatímco na začátku 90. let minulého století bylo u nás vypuštěno při výrobě 1 GJ tepla v uhelných teplárnách kolem 2,6 kg emisí prachu, SO₂ a NO_x, po první vlně ekologizace v roce 1999 to již bylo jen 0,75 kg emisí. Po ukončení současné vlny modernizací to už bude jen 0,25 kg emisí, tedy pokles o více než 90 %. Největší pokles v letech 1990 až 2018 zaznamenají emise prachu – zhruba o 95 %, emise SO₂ se snížily o 90 % a emise NO_x o 66 %.

POROVNÁNÍ EMISÍ TUHÝCH LÁTEK PŘI SPALOVÁNÍ UHLÍ

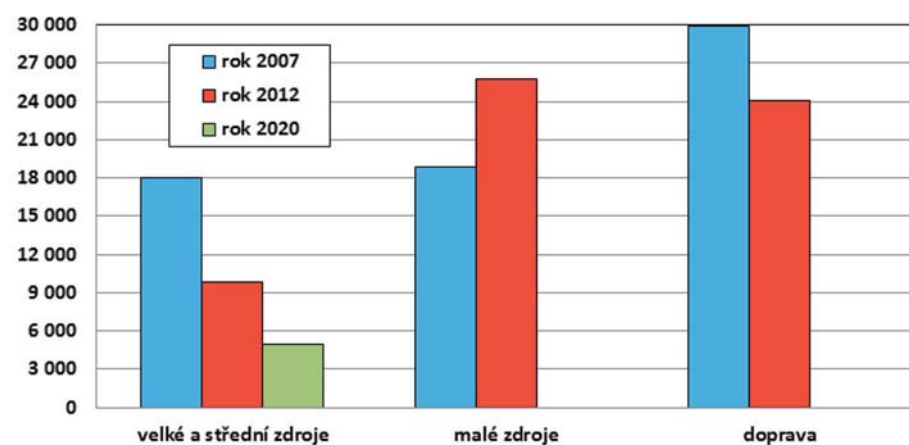
Rodinný domek s prohořivacím kotlem na pevná paliva a spotřebou 80 GJ tepla vypustí ročně do ovzduší 65 kg prachu. Komin modernizované uhelné teplárny vypustí při stejné dodávce tepla dnes pouze 0,4 kg prachu. Po ekologizaci to bude dokonce průměrně jen 0,2 kg prachu.



PODÍLY ZNEČIŠTĚNÍ PRACHEM V LETECH 2007–2013



MNOŽSTVÍ PRACHU V TUNÁCH ZA ROK, KTERÉ VYPUSTILY DO OVZDUŠÍ JEDNOTLIVÉ KATEGORIE ZDROJŮ ZNEČIŠTĚNÍ



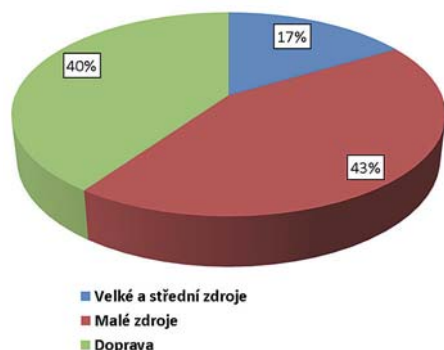
Velké a střední zdroje – elektrárny, teplárny a kotelny (tzv. REZZO 1+2)

Malé zdroje – lokální topeniště do příkonu 0,3 MW (tzv. REZZO 3)

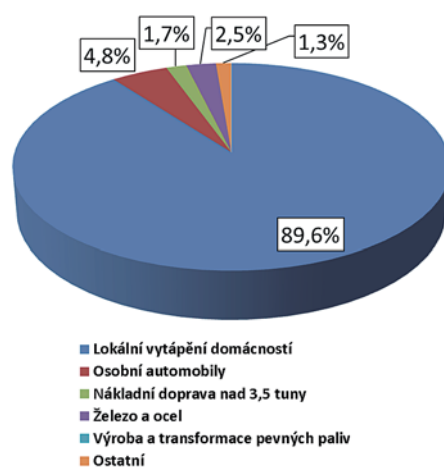
Doprava – silniční, železniční, lodní a letecká (tzv. REZZO 4)

Zdroj: ČHMÚ, Emisní bilance zdrojů

PODÍL KATEGORIÍ ZDROJŮ NA EMISÍCH PRACHU V ČR ZA ROK 2013



PODÍL SEKTORŮ NA EMISÍCH BENZO(A)PYRENU V ČR V ROCE 2012



Topná sezona nejspíš potěší zákazníky tepláren

Ačkoliv byla zima od prosince do února chladnější než vloni, díky teplému podzimu bude celková spotřeba tepla na vytápění v letošní topné sezoně nejspíš srovnatelná s tou loňskou. Domácnosti dostanou zpět přeplatky za loňský rok, který byl extrémně teplý.

Letošní zima v období od začátku prosince do konce února byla opět nadprůměrně teplá, ale tu loňskou nepřekonal, což potvrdil i Český hydrometeorologický ústav. Průměrná teplota od začátku prosince do konce února dosáhla 0,7 °C, což je o 1,9 °C více než dlouhodobý průměr z let 1971–2000. Pro předchozí zimu

2013/2014 ale meteorologové registrují o půl stupně vyšší průměrnou teplotu, tj. 1,2 °C.

Nicméně otopné období začíná už v září a především díky teplejšímu říjnu i listopadu byla dodávka tepla z tepláren v porovnání s loňským podzimem v tomto období až o pětinu nižší. Od září do první dekády března tak byla dodávka tepla vlivem teplejšího počasí nižší v řádu jednotek procent (cca o 5 %).

Další březnové týdny se očekávají teplotně průměrné s rány stále poměrně studenými, převážně kolem bodu mrazu. Pokud duben a květen nepředvedou nějakou výraznou teplotní odchylku, bude spotřeba tepla za letošní otopné období od září do května přibližně stejná jako vloni.

Na jakékoliv odhady celkových nákladů na vytápění za letošek je ještě příliš brzy. Rozhodující bude vývoj teplot v druhé polovině roku, který může do celkového výsledku významně promluvit.

Loňský rok patřil mezi teplotně výrazně nadprůměrné, a domácnosti by tak měly obdržet zpět vysoké přeplatky na zaplacených zálohách na teplo. Oproti teplotně téměř normálnímu roku 2013 klesla vloni spotřeba tepla v bytovém sektoru téměř o pětinu.

Řada tepláren navíc zaznamenává větší pokles dodávek tepla, než by odpovídalo klimatickým podmínkám. Projevuje se tak pokračující trend zateplování budov. Podle Sdružení EPS ČR se vloni zateplilo přes 14 milionů m² ploch. To je

pro představu zhruba 342krát zateplená plocha pražského Václavského náměstí.

Topná sezona je stanovena vyhláškou Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky a oficiálně končí 31. května. Nicméně teplárny se při vytápění řídí místní průměrnou denní teplotou.

Pokud ve dvou po sobě jdoucích dnech překročí 13 °C a podle vývoje počasí nelze předpokládat její pokles pro následující den, teplárny vytápění i v topné sezoně přerušují. Naopak pokud průměrná denní teplota pod tuto hranici obdobným způsobem klesne, vytápění se zase obnoví. Vytápění se tak může při klimatických výkyvech přerušit a znovu obnovit i několikrát v otopném období.

(tz)

Lety Emirates podpořily českou ekonomiku

Emirates, společnost spojující lidi, místa a ekonomiky po celém světě, a Frontier Economics, přední evropská poradenská společnost, zveřejnily výsledky studie zabývající se sociálně-ekonomickým dopadem společnosti Emirates na evropské hospodářství v roce 2013/2014. Podle studie patří Česká republika do horní poloviny zemí s nejvíce stimulovanou ekonomikou.

Denní linka Emirates z Prahy do Dubaje byla zahájena v roce 2010 jako svého času jediný přímý let mezi těmito dvěma městy. V roce 2013/2014 umožnila společnost Emirates v ČR vznik odhadem 3240 pracovních míst (přímá, nepřímá a indukovaná pracovní místa), což odpovídá dopadu na HDP v hodnotě 98 milionů eur. Katalytické dopady unikátních spojení společnosti Emirates z ČR pak podle odhadů přispěly ke vzniku dodatečných 130 pracovních míst, což představuje další 4 miliony eur. Celkový přínos k HDP České republiky tak dosahuje hodnoty 102 milionů eur. V rámci celé EU umožnily aktivity Emirates v roce 2013/2014 vznik celkem 85 100 pracovních

míst a dalších 41 000 míst bylo vytvořeno nákupem letadel společnosti Airbus, což odpovídá podle odhadů dopadu na HDP Evropské unie v hodnotě 6,8 miliardy eur. „Emirates je evropskému trhu plně oddaná,“ poznamenal Tim Clark, prezident Emirates Airline, „stimulací poptávky po cestování a nákladní přepravě přispívá Emirates k rozvoji ekonomik v místech, kde působí. Zejména na trzích nedostatečně obsluhovaných jinými leteckými společnostmi.“

Analýza společnosti Frontier, která zahrnuje 28 měst obsluhovaných Emirates v 16 členských státech EU, identifikovala v Evropě 220 unikátních linek obsluhovaných Emirates. Dvacet jedna z nich jsou přímá spojení evropských měst s Dubaji a zbývajících 199 tras jsou linky s jedním přestupem v Dubaji. Při využití jakékoliv jiné letecké společnosti či aliance na těchto trasách je nutné počítat minimálně s jedním přestupem navíc. České republice nabízí Emirates 13 unikátních spojení s jednou zastávkou v Dubaji, což je pátá nejvyšší hodnota ze všech zemí EU. Bez Emirates by cestující do destinací, jako jsou Seychely, Thajsko, nebo dokonce Austrálie a Jižní Afrika, museli využít spojení alespoň se dvěma přestupy.



Foto Freeimages

Při mezinárodních letech z Evropy obvykle pasažéři využívají jedno z velkých evropských letišť. Od začátku svého působení v roce 1987 pomohla společnost Emirates zaplnit tuto mezeru a na základě poptávky postupně zvyšovala služby do velkých a středních velkých měst po celé Evropě. Vzhledem k rozsahu sítě Emirates a očekávanému zdvojnásobení poptávky po letecké dopravě v následujících pěti až deseti letech má Emirates dobrou pozici pro přepravení rostoucího počtu turistů a obchodníků do Evropy a dále přispívat k rozvoji obchodu a investic v regionu. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

To nejdůležitější na první místo
Stephen R. Covey

MANAGEMENT PRESS
mp Světově proslulý autor a jeho spolupracovníci zaměřují pozornost čtenářů na to, aby si kladli otázku, jaké věci jsou pro ně v jejich životě nejdůležitější, rozlišovali mezi tím, co je důležité a co je naléhavé, navrhovali rovnováhu mezi osobními a pracovními povinnostmi a zájmy. Světový bestseller o 4. generaci time managementu.

Politická inteligence lídrů
Gerry Reffo, Valerie Wark

MANAGEMENT PRESS
mp Kniha charakterizuje dovednosti, které jsou nezbytné pro efektivní řízení s cílem dosáhnout zisku. Nabízí model řízení založený na PQ, zdůrazňující zejména vhodné uplatnění mocenských nástrojů.

Reklamní slogany
Lionel Salem

Bizbooks Důležitost dobrého sloganu si firmy dobře uvědomují a jejich tvorbě věnují obrovské úsilí. Některé úspěšné slogany pak provázejí značku i desítky let. Které slogany jsou opravdu světoznámé a které se staly naprostými propadáký? Jaké příběhy se skrývají za vznikem některých nejznámějších sloganů?

Digitální zákazník – náš protivník, nebo partner?

Edgar K. Geffroy
MANAGEMENT PRESS
mp Staré modely obchodování před našima očima ztrácejí svou dominanci a nahrazují je nové. O tom, kdo vůbec získá přístup na trh, rozhodují noví dominantní aktéři jako Google, Apple, Facebook a další. Německý konzultant a odborník v oblasti zvyšování prodejních výsledků v této své nejnovější knize nabízí nové impulzy a nápady.

Zdroje a perspektivy evropských ekonomik
Jindřich Soukup
MANAGEMENT PRESS
mp Monografie zkušených odborníků z VŠE v Praze zkoumá potenciální zdroje rozvoje evropské ekonomiky v souvislosti s procesy globalizace. Ekonomická analýza je založena na několika vzájemně propojených sférách – technologické, hospodářské, sociální a politické, přičemž technologický rozměr globalizace je vyjádřen kategorií znalostní ekonomiky. Autoři se zabývají především analýzou kvantitativní stránky znalostní ekonomiky a měřením její úrovně.

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

Nebezpečné osobnosti

Joe Navarro, Toni Sciarra Poynter

Autor, bývalý agent FBI, ve své knize přibližuje nejčastější typy nebezpečných osobností – narcistickou, emočně nevyrovnanou, paranoidní a predátorskou – a ukazuje, jak včas zareagovat. Nebezpečné osobnosti jsou blíže, než si myslíte. Chraňte se před nimi!

Proč jsou úspěšní lidé úspěšní
Rainer Zitelmann

Všechny úspěšné lidi spojují zcela konkrétní způsoby myšlení a životní postoje. Autor analyzoval životní cestu padesáti úspěšných osobností a nyní poutavě a zajímavě ukazuje, jak a díky čemu se lidé, kteří mnohdy pocházejí z obyčejných rodin, stali miliardáři nebo světově známými osobnostmi. Dozvíte se, jak úspěšní lidé dokážou proměnit nejtěžší porážky v neuvěřitelná vítězství.

Snadná cesta z prokrastinace
Neil Fiore

Tato knížka vám pomůže chorobně odkládání úkolů neboli prokrastinaci vyhnat z vašeho života! Najdete v ní osvědčené techniky, díky nimž se do svých úkolů pustíte s chutí, ať už jde o pracovní věci, studijní povinnosti, nebo předsevzetí týkající se sportu a zdraví. Ukáže vám, jak si naplánovat nejen úkoly, ale také zábavu a volnočasové aktivity, které děláte rádi a ze kterých můžete čerpat nové síly a motivaci k lepšímu výkonu.

Ekonomie bez mýtů a iluzí

Jan Urban

Každodenní vyjádření politiků a médií k ekonomickým otázkám znějí přesvědčivě a v souladu s intuicí. Nejde však jen o ekonomické mýty a iluze? Srozumitelná a čtivá kniha je určena všem lidem, kteří se chtějí orientovat v ekonomicko-politických názorech a nespokojují se s jednoduchými a populistickými řešeními.

Tajemství skvělých prezentací Steva Jobse
Gallo Carmine

Světově známé prezentace Steva Jobse se staly novým zlatým standardem. Kniha na základě analýzy nejlepších Jobsových projevů odkrývá tajemství úspěšných prezentací. Budete překvapeni, jak snadné je prodat své myšlenky a ohromit a získat si tak publikum. Využijte jeho techniky během svých vlastních vystoupení.

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

Strategie úspěšného podniku – symbióza kreativity a disciplíny
Zdeněk Souček

Hlavním cílem je ukázat, jak v současném světě zformulovat a uvést do života strategii, která svou unikátností zajistí podniku konkurenceschopnost, a tím jeho přežití a další rozvoj. Autor popisuje, jak by management českých podniků měl reagovat na zásadní změny a vývojové trendy, probíhající ve světě. Jsou definovány zásadní odlišnosti operativního řízení od řízení strategického, které je vrcholným intelektuálním výkonem top managementu. Formulovány jsou principy strategického myšlení. Je popsán proces od rozhodnutí zpracovat strategii až k její implementaci a aktualizaci. Je také ukázáno, jak se přitom prolínají kreativita pracovníků s disciplínou při provádění jednotlivých aktivit. Kniha obsahuje mnoho příkladů úspěšného i neúspěšného strategického řízení podniků.

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

NAŠE KAVÁRNA

Generálním ředitelem
Cisco ČR M. Stachník

Novým generálním ředitelem české pobočky společnosti Cisco byl jmenován Michal Stachník. Zapojí se také do práce regionálního vedení Cisco ve střední a východní Evropě.

mBank nově povede
Paweł Kucharski

Novým generálním ředitelem mBank pro Českou republiku byl představenstvem skupiny mBank jmenován Paweł Kucharski. V bance působil na pozici Výkonného ředitele pro obchod, marketing a produkt a tyto oblasti v nové funkci povede i nadále.

M. Hromčík personálním
ředitelem ZVU POTEZ

Společnost ZVU POTEZ, významný tradiční český dodavatel zařízení a technologií pro chemický, potravinářský a energetický průmysl a člen přední průmyslové skupiny SAFICHEM GROUP, oznámila, že na místo personálního ředitele jmenovala Michala Hromčíka.

NN má novou šéfkou marketingu
a vývoje produktů

Od 1. dubna na pozici ředitelky marketingu a produktového vývoje NN ČR i SR stanula Kateřina Štěrbová, dosavadní obchodní ředitelka zodpovědná za externí distribuci a korporátní klienty. Se změnou pozice se zároveň stala členkou představenstva.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Stipendia motivují
znevýhodněné děti

V loňském roce ukončilo studium s podporou Fondu vzdělání deset stipendistů. Poradní sbor Fondu vzdělání v březnu udělil pravidelné stipendium novým deseti studentům se zdravotním a sociálním hendikepem. Další tři studenti získali jednorázový příspěvek na školné. V roce 2015 stipendium bude pobírat 77 znevýhodněných studentů. Fond vzdělání, který je společným projektem ČSOB a Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové, od roku 1995 podpořil 946 mladých lidí se zdravotním a sociálním hendikepem. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Zaměstnancem
může být i „brigádník“

Pro firmu může být zaměstnancem i ten, kdo si krátkodobě najde. Zdravotní pojištění musí totiž platit rovněž u smlouvy o pracovní činnosti anebo smlouvy o provedení práce. Pro placení pojistného na zdravotní pojištění bude rozhodující, zda zaměstnavatel uzavře dohodu o pracovní činnosti, nebo dohodu o provedení práce a jak vysoký bude příjem za kalendářní měsíc.

Pojištěnec vykonávající činnost na základě dohody o pracovní činnosti je považován za zaměstnance tehdy, pokud jeho příjem dosažený za kalendářní měsíc činí alespoň 2500 Kč. U dohody o provedení práce je tato hranice stanovena na 10 001 Kč. Od ledna 2015 se přitom nově příjmy dosažené v kalendářním měsíci u jednoho zaměstnavatele na základě výkonu více dohod o pracovní činnosti nebo více dohod o provedení práce sečítají.

Jestliže pracovník dosáhne v kalendářním měsíci výše uvedeného příjmu (u DPČ alespoň 2500 Kč a u DPP alespoň 10 001 Kč), bude pro účely zdravotního pojištění považován za zaměstnance, zaměstnavatel bude povinen ho přihlásit u zdravotní pojišťovny k platbě pojistného a odvádět pojistné. Pojistné zaměstnance činí 13,5 % z vyměrovacího základu, podílí se na něm z jedné třetiny zaměstnanec a ze dvou třetin zaměstnavatel a je povinností zaměstnavatele uhradit je včas a ve správné výši. (tz)

Jaké množství základního kapitálu v českých firmách pochází z daňových rájů?

Do základního kapitálu českých firem podnikatelé investovali 2,65 bilionů korun, z toho více než 16 % pochází z daňových rájů. Podíl kapitálu z daňových rájů meziročně vzrostl o 7,4 % na 430,3 miliardy korun. Majitelé firem se sídlem v daňovém ráji přitom ovládají jen 3,2 % (13 247) českých společností. Informace zveřejnila letos v březnu poradenská společnost Bisnode.

Majitelé firem se sídlem v daňovém ráji kontroly jen 3,2 procenta českých firem, nicméně jejich podíl na celkovém základním kapitálu představuje 16 procent.

„Z našich statistik je zřejmé, že zahraniční vlastníci disponují značným kapitálem, který investují koncentrovaně a sofistikovaně do fi-

rem a projektů, které přináší vyšší míru zhodnocení za relativně nízkého rizika. Snaha soustředit kapitál do několika málo firem a oblastí, společně se zapojením země jako Nizozemí do struktury společnosti, je projevem dobrého postavení investorů, kteří mohou těžit benefity z daňové optimalizace a stabilního podnikatelského zázemí,“ komentovala statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že z celkového kapitálu upsaného z daňových rájů připadá 90,1 % na on-shore, 6,7 % USA a 3,2 % na off-shore destinace, zatímco z pohledu počtu společností s vlastníkem z daňového ráje 59,6 % připadá na on-shore, 22,3 % USA a 18 % na off-shore destinace.

Mezi zahraničními vlastníky z daňových rájů s výraznou převahou dominuje nizozemský kapitál (53,9 %), s odstupem následuje lucemburský (18,7 %) a kyprský (15,0 %). (tz)

GEOGRAFICKÉ ROZLOŽENÍ DAŇOVÝCH RÁJŮ podle objemu základního kapitálu v českých firmách



Hlavními tahouny hospodářského růstu ve střední a východní Evropě budou malé a střední podniky a nové investice

Ekonomické oživení ve střední a východní Evropě pomáhá „na nohy“ sousedům v jihovýchodní části regionu. Skupina devíti zemí střední a jihovýchodní Evropy těží ze slabého eura a nízkých cen ropy. Mezi hlavní stimuly růstu bude patřit rozvoj segmentu malých a středních podniků, příznivější daňové zatížení podniků než ve většině západoevropských zemí a nárůst mzdových nákladů v Číně, což přivede investory zpět do střední a východní Evropy. Podniky se však budou nadále potýkat s důsledky rostoucí politické nestability, trvale uvolněných regulačních podmínek a snížené nákladové konkurenceschopnosti. Vyplyvá to ze dvou v březnu zveřejněných zpráv, jejichž zpracování zadala TMF Group.

Vyplyvá z nich, že hospodářský růst v tomto regionu překoná eurozónu i hranice EU. Úloha malých a středních podniků v ekonomice zesílí, a to díky programům investičních pobídek, zlepšování dostupnosti zdrojů financování a daňovým úle-

vám. Podniky působící v regionu střední a východní Evropy však nadále naráží na významné překážky. Zpráva upozorňuje na problémy, jako jsou nadměrná administrativní zátěž nebo zdanění určitých odvětví podnikání, tzv. sektorová daň. Řada zemí, včetně České republiky, se potýká také s přílišnou byrokracií spojenou s veřejnými zakázkami. I když je zdanění podniků nízké, daňové systémy vyžadují reformy.

„Česká vláda zlepšuje možnosti financování a investiční pobídky pro malé a střední podniky. Nicméně, některé daňové zákony, které by měly vstoupit v platnost začátkem roku 2016, můžou ve skutečnosti zvyšovat administrativní zátěž malých a středních podniků. Firmy budou muset posílat stále častěji data v elektronické podobě orgánům daňové správy. To může být docela náročné pro ty malé a střední podniky, které nemají technické možnosti nebo kapacity realizovat potřebné změny a poskytovat požadované údaje ve správném formátu,“ řekl Frédéric Labiche, ředitel TMF Group v České republice.

„Po několika těžkých letech vykazuje region střední a východní Evropy – s výjimkou Polska –

pozitivní trend pro mezinárodní prostředí. Složitě výkaznictví a daňové systémy spolu s proměnlivou legislativou a nedostatečnou transparentností v podnikatelském prostředí však způsobují, že cesta k výraznějšímu zotavení bude dlouhá. Zatímco země střední Evropy a Rumunsko vykazují pozitivní čísla, jihovýchodní Evropa stále zaostává z hlediska růstu a velikosti trhů, ale nabízí větší příležitosti a výhodu seskupení zemí,“ uvedl Juraj Gerženi, ředitel TMF Group pro region EMEA.

Země jihovýchodní Evropy, kde se ekonomika oživuje pomaleji, se těší další pozornosti zahraničních společností, které hledají nové cesty ke globálnímu růstu, tvrdí společnost CEEMEA Business Group ve studii TMF Group.

Společnosti, které rozšiřují své aktivity do jihovýchodní Evropy, mohou těžit z obecně stabilního hospodářského růstu a nižších daní z příjmů právnických osob než ve většině západoevropských zemí. Země jihovýchodní Evropy, kam studie řadí Bulharsko, Chorvatsko, Srbsko a Slovinsko, mají společně přibližně 20 milionů obyvatel a nadnárodním společenstvem nabízejí příležitosti k dalšímu růstu.

Podnikatelé očekávají, že tyto trhy porostou, a umisťují tak Bulharsko a Srbsko mezi deset zemí s nejvýraznějším očekávaným růstem v roce 2015.

„Velká část Evropy ani globální trhy si v letech 2013–2015 nevedou příliš dobře, avšak jádro regionu střední a východní Evropy se začalo výrazněji vzpamatovávat a díky mírnému oživení v eurozóně a vzrůstající ochotě bank půjčovat začali i spotřebitelé více utrácet. Relativní zlepšování ekonomických ukazatelů v posledních měsících ochablo vlivem zpomalení růstového cyklu. Společnosti hledají příležitosti k růstu, kterým by kompenzovaly celkově nepříznivou situaci na trzích. V regionu střední a východní Evropy vzniklo příznivé seskupení trhů. Když spojíte hlavní trhy střední a východní Evropy dohromady, získáte poměrně velkou populaci a škálu různých typů trhů a spotřebitelských segmentů, které můžete oslovovat. Obecně se tento pozitivní vývoj neprojevil stejnou měrou i v jihovýchodní Evropě vyjma Rumunska. Avšak i v této oblasti vidíme jisté prvotní náznaky a ostrůvky obchodního růstu,“ řekl Daniel Thorniley ze společnosti CEEMEA Business Group. (tz)

INZERCE



**NÁRODNÍ
CENA KVALITY
ČESKÉ REPUBLIKY**



**NÁRODNÍ
CENA ČR
za společenskou odpovědnost organizací**



**CENA ZA SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST
„PODNIKÁME ODPOVĚDNĚ“**

Rada kvality České republiky vyhlašuje pro rok 2015

Národní ceny kvality ČR

Národní cena kvality ČR je vyhlášena pro podnikatelský a veřejný sektor v modelech START, START PLUS, START EUROPE a EXCELENCE a zvlášť pro veřejný sektor v modelu CAF.

Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost organizací

Národní cena ČR za společenskou odpovědnost je vyhlášena pro podnikatelský a veřejný sektor.

Cena za společenskou odpovědnost „Podnikáme odpovědně“

Cena je vyhlášena pro malý a střední podnik, rodinnou firmu a sociální podnik.



npk
NÁRODNÍ POLITIKA KVALITY 15 LET
Vyhlašovatel cen – www.npj.cz

SPOLUPRACUJÍCÍ ORGANIZACE:



SOK
SDRUŽENÍ PRO OCEŇOVÁNÍ KVALITY
Realizátor cen – www.sokcr.cz



CSQ 25 let
ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST
Odborný garant – www.csq.cz

2015

Termín podání přihlášek do národních cen je 31. května 2015.
Bližší informace a statuty cen najdete na www.narodnicena.cz

