

Češi zatím neumějí své vynálezy světu správným způsobem nabídnout



Vynález je něco jako pohádka s dobrým koncem. Jeho správná patentová ochrana pak přidanou hodnotou, jež vytváří z nápadu i dobrý obchodní případ, který může dát chytrosti, zkušenostem, kreativitě a smyslu pro zdravé riskování ještě punc podnikavosti. Češi patřili k šikovnému národu, mnohé nedostatky vyvažovali přemýšlivostí, která dala světu řadu zajímavostí. Naši předkové však netušili, že jejich mozky by mohly být také zdrojem daleko většího bohatství, kdyby tady nebyvalo zvykem dávat i rady nad zlato zdarma. Důsledné ochrany duševního vlastnictví nedbáme ani v současnosti. Přesto, že na osvětu vynakládá Úřad průmyslového vlastnictví hodně energie, snad nejvíce za posledních 25 let. Slovo má Mgr. Ing. Josef Kratochvíl, jeho předseda:

Z vašich vystoupení se dá usoudit, že Češi málo dbají na to, jak vydělávat, neobchodují s vlastní chytrostí. Netuší, že patent je obchodní komodita. Jak to tedy vlastně je?

Bohužel, dodnes si ne všichni uvědomují, že patent, lépe řečeno inovace, nové technické řešení, výsledek technického výzkumu či vývoje, je obchodní komodita, která může mít i obrovskou tržní hodnotu. Samotné získání patentu samozřejmě není zárukou toho, že patentované řešení má tržní potenciál a bude o něj na trhu zájem. Důležitá je volba optimální strategie, na jejímž konci na inovátora, technika, vynálezce čeká zadostiučinění, namnoze i finanční.

V dubnu jsme si připomněli Světový den duševního vlastnictví, mnoho firem o takovém dni však ani neví. Co s tím?

Světový den duševního vlastnictví, tedy 24. duben, má za cíl připomenout význam duševního vlastnictví a jeho ochrany v současném světě. Důležitější než jeho oslava je ale základní znalost problematiky a všech komponent systému ochrany duševního vlastnictví, jakož i znalost

jak jej optimálně používat, z něj těžit, aniž by bylo třeba investovat byt i jen jedinou korunu.

Vyspělé světové země si daleko více než v České republice chrání své duševní vlastnictví a také s ním dobře obchodují. V čem je princip? Proč to někde jde a jinde ne?

Hlavní problém spočívá ve stále ještě nízkém povědomí o systému ochrany, zejména průmyslového vlastnictví. I přes letité a poměrně masivní úsilí se zatím nepodařilo základy optimálního využívání všech komponent systému ochrany průmyslového vlastnictví dostat do výukového procesu naší mladé generace.

Jak to udělat, abychom se cizině přiblížili?

Kromě zmíněného začlenění do osnov různých stupňů škol musíme i nadále působit na generaci v produktivním věku. Oslovujeme podnikatele, výzkumníky, vývojáře, akademickou sféru, pořádáme semináře, kurzy, konference, přednášíme na vysokých školách, vydáváme informační materiály, zpřístupňujeme nejnovější technická řešení světa zadarmo na internetu.

Loni bylo v ČR podáno 910 patentových přihlášek, ale zpravidla jde jen o domácí ochranu, takže zajímavá technická řešení jsou dána zahraničním subjektům zadarmo a česká ekonomika přichází ročně, jak jste uvedl na nedávné tiskové konferenci, o miliardy korun. Kde je zakopaný pes?

Češi zatím neumějí své vynálezy světu správným způsobem nabídnout. Většinou je nabízejí zadarmo. Aniž by podali alespoň přihlášku PCT, která

Oslovujeme podnikatele, výzkumníky, vývojáře, akademickou sféru, pořádáme semináře, kurzy, konference, přednášíme na vysokých školách, vydáváme informační materiály, zpřístupňujeme nejnovější technická řešení světa zadarmo na internetu.

jim dává takřka tři roky času na zkoušky a marketing, jsou prakticky bez šance, že by za své řešení mohli stržít větší prostředky. Možná je jednou z příčin i to, že hodnota námi produkováných ino-



Mgr. Ing. Josef Kratochvíl, předseda Úřadu průmyslového vlastnictví

vací není tak vysoká, jak by mohla být, pokud bychom třeba hledali poučení mezi světově nejvyššími řešeními rozličných technických problémů. Taková řešení jsou dnes zdarma k dispozici v databázi Espacenet. A je jich tam na 90 milionů. Potenciální zdroj poučení a zlepšení tedy máme.

Obecně si i odborná veřejnost myslí, že podat patentovou přihlášku a chránit své know-how je drahé. Můžete argumentovat na jednoduchém příkladu, že se mýlí?

Podání stojí 1200 Kč pro firmu, 600 Kč pro fyzickou osobu. Zda je to hodně nebo málo, nechme na čtenáři. Samozřejmě dražší je přihláška PCT, tam se dostáváme do desítek tisíc korun, u řešení s velkým potenciálem se ale stonásobně vyplácí.

Prosazujete myšlenku, že výuka o duševním vlastnictví by se měla dostat do osnov základních škol. To je dost revoluční, přesto se objevují první vlaštovky, třeba na Základní škole Emy Destinové v Praze. Většina lidí nebo pedagogů asi namítá, že je to příliš brzy...

V době internetu a dalších informačních technologií se domnívám, že již na základní škole by žák měl získat prvotní povědomí o ochraně duševního vlastnictví, jak v oblasti autorského práva, tak i v oblasti průmyslného práva.

pokračování na straně 3

ERGO pojišťovna má produkt pro piloty

Pojištění odpovědnosti pilota za škody způsobené na vypůjčeném letadle je zcela novým produktem ERGO pojišťovny, kterým rozšiřuje i svou online nabídku. ERGO tímto reaguje na stále větší poptávku z řad profesionálních a rekreačních pilotů. V České republice se v současnosti jejich počet pohybuje kolem 10 000, většina z nich však nevlastní své letadlo. Nové pojištění se týká strojů, které nejsou ve vlastnictví pojištěného a jsou registrovány v některé z členských zemí Mezinárodní organizace pro civilní letectví (ICAO). Pojištění se vztahuje na letadla, vrtulníky, kluzáky a sportovní létající zařízení těchto kategorií: ultralehké letouny, ultralehké vrtulníky a ultralehké motorové vírníky. Pojištění slouží ke krytí škody na letadle do výše spoluúčasti sjednané v havarijní pojistce letadla. Kromě jednoduchého online sjednání smlouvy se produkt ve srovnání s konkurencí liší mnoha výhodami. Zde je výčet těch zásadních:

- volitelný limit pojistného plnění 50 000 až 600 000 Kč
- jednotná spoluúčast 10 % na pojistné události, nejnížší na trhu
- sleva až 20 % za počet nalétaných hodin
- celosvětová územní platnost bez příplatku
- pojištění pro piloty i instruktory v jedné smlouvě již v základní ceně
- pojištění platí i pro amatérské letecké soutěže
- k pojištění je možné sjednat připojištění občanské odpovědnosti
- a připojištění finančních škod (tz)

RWE rozšiřuje pobočkovou síť

Šest nových kontaktních míst pro zákazníky otevřela v poslední době energetická skupina RWE. Kanceláře v menších městech doplňují celorepublikovou síť zákaznických center firmy. Lidem z Havlíčkova Brodu, Sokolova, Děčína, Jablonce nad Nisou, Havířova a Břeclavi, kteří preferují osobní kontakt, se díky novým kancelářím zkrátí cesta do nejbližší pobočky RWE. Společnost dlouhodobě figuruje na špičce v průzkumech kvality zákaznické péče v energetickém sektoru. Podle kontinuálních průzkumů agentury Ipsos lidé odcházejí ze zákaznických center RWE výrazně častěji s pozitivním zážitkem než z kontaktních míst konkurence. Kromě 29 zákaznických center, sedmi kanceláří, videoterminálů a videotelefonů po celé ČR mohou zájemci využít řadu dalších pohodlných způsobů, jak vyřídit záležitosti spojené s odběrem zemního plynu a elektrické energie. Zákaznická linka 840 11 33 55 je k dispozici nonstop, stejně tak emailová adresa info@rwe.cz.

Dovolat se do RWE lze i prostřednictvím internetové aplikace Skype. Na www.rwe.cz naleznou zákazníci přístup do bezplatné aplikace RWE Online Servis, která umožňuje správu zákaznického účtu přes internet. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU

Systém na podporu kvality na excelentní evropské úrovni	3
Eko projekty GGC Energy zaujaly i v zahraničí	5
Novela zákona o významné tržní síle může zdrazit potraviny a narušit tržní prostředí	9
Benzin, ekologie a společenská odpovědnost	11
Malé a střední podniky, rodinné firmy a sociální podniky se dočkají ocenění za společenskou odpovědnost	13

AČTO se rozrůstá o nové členy

Asociace českého tradičního obchodu, která zastupuje na 7000 českých prodejen potravin, za krátkou dobu své existence zaznamenala značný ohlas a na českém trhu si dokázala vybudovat poměrně silné postavení. To dokládá nejen skutečnost, že je významným partnerem při utváření nové legislativy, ale také stále rostoucí počet členů Asociace z řad kvalitních českých výrobců potravin.

Na svém posledním představenstvu se AČTO opět rozrostlo o nové členy, kteří patří mezi renomované a velmi úspěšné výrobce potravin. Do řad Asociace nově vstoupil Plzeňský Prazdroj, jenž je synonymem pro špičkové pivo s tradicí, a česká čokoládovna Carla, která kvalitou svých produktů úspěšně konkuruje nadnárodním společnostem, a dokonce je dodavate-

lem pralinek prvotřídní kvality pro belgický trh. „Velmi si vážíme zájmu o spolupráci s AČTO. Jako obchodníci jsme připraveni podpořit české výrobce kvalitních potravin a zároveň cítíme velkou podporu ze strany potravinářů,“ řekl po jednání představenstva s členy AČTO Zdeněk Juračka, předseda Asociace. „Za zásadní považujeme spolupráci na společných marketingo-

vých projektech, na podporu českých nezávislých obchodníků a výrobců potravin,“ deklaroval Jiří Štorch, člen představenstva AČTO, a dodal: „Vznikla tu jedinečná platforma pro spolupráci na dobré věci.“ Na tom se ostatně shodli všichni přítomní zástupci obchodníků i výrobců potravin.

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 AČTO představuje přibližně 25% podíl na trhu s potravinami. (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

e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 17. června 2015

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, e-mail: kac@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 inzercí zpravidla pro výrobu a otištění inzercí odpovídá inzerent.

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

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

Časopis je v roce 2014 rozšiřován dle vlastního
adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

ANOPRESS IT

www.anopress.cz

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

**Pojďte na trh s námi
a inzerujte!**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
BUSINESS**
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
TIME**
PROSPERITA

www.freshtime.cz

Pochlubte se tím, co umíte a co nabízíte!

Vaše přání plníme na počkání!

Kontakty na náš tým najdete v tiráži.

Spolupracujeme s vámi již 16. rokem.



HOSPODÁŘSKÝ RŮST JE POUZE
JEDNÍM Z MÁLO PODSTATNÝCH
UKAZATELŮ PROSPERITY STÁTU.

kresba: Miloš Krmášek

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Docela dobrá show

Na tiskovce společnosti MasterCard v Praze dne 18. května jsem si vychutnala její atmosféru. Nesla se v duchu faktických informací i emocí, byla to tak trochu show, která však vzhledem k prezentovaným informacím měla svůj půvab. Rozverným i svižným tempem sdělovali její aktéři, oč v novém programu světoznámé značky půjde, a bylo i hodně humoru a neplánovaných vstupů a vsuvek, o což se postaral hvězdný moderátor Leoš Mareš.

Možná, že by tak nějak mohla vypadat i tiskovka jiné společnosti a na úplně jiné téma, třeba by nás to dovedlo k inovaci v přemýšlení a novým radostem ze života.

Eva Brixí

S TUŽKOU ZA UCHEM

A zase čas dovolených

Na hrubý domácí produkt mají letní měsíce neblahý vliv, protože lidé víc myslí na odpočinek než na práci. Jenže se s tím už jaksí počítá. Kvalitně strávená dovolená by naopak měla prospět nejen soukromému, ale i profesionálnímu životu. Zatím nebyla sepsána studie, kolik geniálních nápadů a zásadních rozhodnutí se zrodilo při povolávání na mořských plážích nebo při zdolávání horských vrcholů, ale jistě by jich byla dlouhá řada. Problém jen zůstává, jakou dovolenou, kde a kdy zvolit, aby splnila svůj účel. Stanislav Toms, šéfredaktor kdysi velmi čtené Lidové demokracie, nám vždy kladl na srdce, že si nemáme brát letní volno tehdy, když si ho bere sám. On se totiž po každé trefil do mizerného počasí. Vzpomněl jsem si na něj před nedávnem, když jsem měl odjet na krátký pobyt do Deštné v Orlických horách. Ačkoli předtím i potom předpovědi vycházely naprosto skvěle, v dotyčné dny mělo vydatně pršet. Televizním rosníčkám věřím, i když nejsou dokonalé. Proto strávit v Deštném několik dní pod deštníkem jsem si ještě včas rozmyslel. Ještěže penziony nejsou před prázdninami plné a termín si lze posunout.

Pavel Kačer

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2015

1. Národní politika kvality
2. Akce České společnosti pro jakost
3. Manažer roku
4. Akce České manažerské asociace
5. Marketér roku
6. Akce společnosti 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
11. Soutěž IGNITE

České hospodářství je ve výborné kondici, stát by měl snížit celkové zatížení práce

Právě zveřejněná čísla ČSÚ o výsledcích průmyslu, stavebnictví a zahraničního obchodu v dubnu a květnová čísla z Úřadu práce o nezaměstnanosti svědčí o stále se zlepšující kondici českého hospodářství. Podle Hospodářské komory ČR je země na počátku hospodářského růstu, dobrý výhled očekává i na další měsíce. Vláda by toto období měla využít k reformám, ke snížení státního dluhu a ke snížení celkového zatížení práce v zemi, které je jedno z nejvyšších ve světě.

Průmyslová výroba sice v dubnu zpomalila meziróční růst na 4,3 % z březnových revidovaných 6,3 %, tento hendikep je však pouze optický

a stírá jej vysoká srovnávací základna loňského roku. Navíc meziměsíčně průmyslová výroba stoupla o slušných 0,8 %. Za velmi slibný je nutné považovat i vývoj nových zakázek. Ty sice v dubnu meziróčně rostly o „pouhých“ 6,1 %, ale i zde je nutné vzít v úvahu vysokou loňskou srovnávací základnu (+14,3 %). Větší nárůst zaznamenaly zakázky v tužemsku (vzrostly o 8,7 %), což ve spojení s růstem stavební výroby (meziróčně +10,2 %), který dominoval zejména inženýrskému stavitelství, vypovídá o oživení infrastrukturních projektů.

Hlavním tahounem průmyslové výroby v dubnu zůstal automobilový průmysl. Pro stabilitu pozitivního výhledu hovoří i vzestupný vývoj

průmyslové výroby v Německu, největšího obchodního partnera českého průmyslu.

Nejnovejší výsledky ve spojení se snižujícím se počtem nezaměstnaných potvrzují, že české hospodářství je na vzestupu. Zaměstnavatelé jsou ale v České republice zatíženi vysokými odvody, cena práce je tak pro ně vysoká, což brzdí hospodářský růst a snižuje konkurenceschopnost českých podniků a České republiky. Vláda by podle Hospodářské komory ČR proto měla přistoupit k reformním krokům, které povedou k tomu, že celkové zatížení práce se sníží. Nejlépe se takové reformy začínají dělat právě v době hospodářského růstu. (tz)

Změnu zdravotní pojišťovny zvažte, nedejte na sliby stokorunových bonusů

Zdravotní pojišťovna vám platí vaše zdraví. Jejím základním posláním je, aby zajistila, že budete vždy ošetřeni tak, jak máte, zda se dostanete i k nákladné a moderní zdravotní péči. Důležité tedy je, jak hospodáři a zda má na včasnou úhradu lékařům, nikoliv, kolik stokorun vám přidá na bonusech.

Toto mějte na paměti, až vás zase bude někdo lákat k přestupu k jiné zdravotní pojišťovně. Blíží se totiž 30. červen – termín, do kdy můžeme svoji zdravotní pojišťovnu změnit, abychom byli nově pojištěni od ledna příštího roku. „Důležité je si předem zjistit, zda má nová zdravotní pojišťovna uzavřené smlouvy s vašimi lékaři, tedy hlavně s praktickým lékařem, pediatrem, gynekologem a stomatologem. Jestliže ne, budete se změnou pojišťovny nuceni hledat i nového lékaře. Ten váš vás totiž ošetří už jen v akutních případech,“ upozornila Hana Kadečková, tisková mluvčí největší zaměstnancké Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR (ZP MV ČR).

Bonusy, které pojišťovny nabízí, by měly být zvažovány až na druhém místě. Co by mělo zá-

jemce o přestup k jiné zdravotní pojišťovně ještě zajímat je, zda konkrétní pojišťovna nemá problémy s placením péče lékařům. Nejlepší je tedy informovat se u svého ošetřujícího lékaře.

„Také možnost rychlého, ale uvážlivého přestupu bez toho, že by vás někdo chytl na ulici i bez zbytečných návštěv poboček pojišťovny je velkým plusem. Například ZP MV ČR umožňuje zájemcům přihlásit se k ní prostřednictvím online formuláře,“ dodala Hana Kadečková.

Občané mají právo vybrat si jakoukoli ze sedmi zdravotních pojišťoven, působících v ČR. Žádná nesmí nikoho odmítnout pojistit a žádná není určena jen pro vybraný okruh pojištěnců. Zdravotní pojišťovny jsou otevřeny všem. Pokud se vám narodí miminko, to musíte podle zákona pojistit u zdravotní pojišťovny, u které je pojištěna jeho matka.

Podle zákona můžeme změnit zdravotní pojišťovnu jednou za rok, vždy k 1. lednu následujícího kalendářního roku, ale přihlásit se musíme nejpозději půl roku předem, tedy do 30. června. Poslanci sice projednávají novelu zákona, podle které bychom se mohli přehlašovat k zdravotní pojišťovně dvakrát za rok – k lednu a k pololetí – ale ta ještě nebyla schválena. (tz)

System na podporu kvality na excelentní evropské úrovni

Berete nakupování jako zábavu? Nebo jako utrácení času? Odreagování či nutné zlo? Případně jako plánovitou neodkladnou záležitost, při níž se dovíte řadu zajímavostí, získáte informace o novinkách a trendech? Možná od každého něco. Zcela určitě však chcete vkládat do nákupního vozíku to nejlepší, co je k dispozici, a také za skvělé ceny. Obzvláště to platí o potravinách. Orientací budiž například vítězství firem v soutěži Národní cena kvality ČR. Za loňský rok se jím mohly pochlubit prodejny Albert. Osobně si významný akt v Praze užíval Pavel Mikoška, Quality Director AHOLD Czech Republic, a.s. Půl roku poté jsem mu položila otázky, které s kvalitou úzce souvisejí:

Loňský listopad byl pro značku Albert významným obdobím. Na Pražském hradě jste přebírali ocenění v soutěži Národní cena kvality. Jak na ten okamžik vzpomínáte? Ostatně, zvítězili jste již podruhé...

Na okamžiky na Hradě se samozřejmě vzpomíná velmi dobře. Je tam velmi slavnostní atmosféra v luxusním prostředí, které většina smrtelníků zná pouze z televizních obrazovek. Takže pro mě osobně i pro dalších 9 spolupracovníků z Aholdu to byl velmi silný zážitek. A ano, pro Ahold to byla již repríza z roku 2011, kdy jsme ocenění za vítězství v Národní ceně za kvalitu ve Španělském sále Pražského Hradu přebírali poprvé. Tehdy také společně s oceněním za Společenskou zodpovědnost organizací.

Proč jste se vydali touto cestou? Kvalita v obchodních řetězcích je pod velkým drobnohledem a ani Albert se v minulosti nevyhnul kritice. Pomohlo vám zapojení se do soutěže některé prvky, které kazily dobré jméno, eliminovat?

Obchodní řetězce prodávající potraviny jsou pro zákazníky trvale velmi na očích a představují pro média velmi atraktivní téma, stejně tak jako pro politiky a obecně pro všechny veřejně činné osoby a osobnosti s ambicí vlastní medializace. Je například zajímavé, že současná kauza zdravotně závadné vody v pražském vodovodním systému, která vážným způsobem ohrozila zdraví a doslova životy desítek tisíc Pražanů se dostala masivněji prostřednictvím médií na veřejnost až s téměř pětidenním zpožděním. Případy ojedinělého výskytu hlodavce v prodejně, výskytu páru kusů nahnilých rajčat nebo prošlého jogurtu u obchodníka, které nepředstavují téměř žádné skutečné nebezpečí pro zdraví zákazníků, zajišťují obvykle téměř okamžitě odpovídající mediální senzaci.

Ale abych se vrátil k vaší iniciální otázce. Ve společnosti Ahold si velmi uvědomujeme, že skutečná spokojenost zákazníků závisí na tom, že budeme v reálném čase opakovaně a bezchybně nabízet kvalitní zboží bez závad a zdravotních rizik v odpovídajícím prostředí našich prodejen a s úrovní služby, která odpovídá zákaznickému očekávání. Pokud toto máte zabezpečovat každý den v roce a na všech 334 prodejnách, tak k tomu musíte mít zavedený odpovídající systém. Udělení Národní ceny za kvalitu v nejprestižnějším evropském modelu Excellence v roce 2011 a následně pak v roce 2014 hovoří o tom, že takový systém v rámci Aholdu a v rámci všech 334 prodejen Albert máme a že tento systém je funkční a na excelentní evropské úrovni.

Co jste se na základě sebehodnocení naučili? V čem se například pozměnilo řízení určitých procesů?

Prioritně jsme se především naučili to, že není ani tak úplně důležité, jak dobře nebo špatně si naše prodejny hodnotíme my sami, ale že stěžejní je hodnocení kupujícími. Na základě těchto poznatků jsme zavedli hodnocení našich prodejen podle vlastní metodiky Nejlepší ve městě, která je založená na pravidelném hodno-

cení prodejen systémem neznámých zákazníků a na srovnávání dosažených výsledků s místní konkurencí. Platí totiž poznatek, že stejně velká prodejna se stejným sortimentem zboží a stejným počtem zaměstnanců může být na rozdílných konkrétních místech v republice zcela odlišně zákaznický a komerčně úspěšná.

Jaké nedostatky jste odkryli a jak jste je proměnili v přednosti?

Jednoznačně velkým hendikepem obecně pro všechny obchodníky s potravinami je velká fluktuace zaměstnanců, která je zvláště výrazná především ve větších městech a aglomeracích. Proto klade velké požadavky na soustavnost školení a vzdělávání zaměstnanců, tak, aby mohlo být dosaženo jejich potřebných profesních znalostí a pracovní výkonnosti. Máme k tomuto účelu velmi propracovaný systém interních školení a dále posilujeme týmy odborníků, kteří budou přímo na konkrétních prodejnách předávat potřebné znalosti pro práci na specializovaných úsecích, jako je např. pekárna, úsek masa, úsek lahůdek nebo úsek ovoce a zeleniny.

Kvalita je také o tom, co zákazník nevidí. Uvedl byste příklad?

Kvalita potravin, stejně jako „nepotravin“, je samozřejmě hodně o tom, co se nevidí. Většinou se za ní skrývá množství exaktně měřitelných laboratorních nebo provozních hodnot, které většinu konzumentů nic neřeknou. Prioritně u potravin zákazníka vždy v první fázi zaujme buďto vzhled, nebo předešlá zkušenost se stej-



Pavel Mikoška, Quality Director AHOLD Czech Republic, a.s.

ným nebo podobným výrobkem nebo zkušenost s jeho dodavatelem (značka výrobku). Podle toho se rozhoduje, jestli výrobek koupí. Následně pak hodnotí senzorické vlastnosti výrobku – tj. vůni a chuť a pak také přiměřenost ceny, kterou zaplatil za hodnotu výrobku, který si koupil. No a co zákazník nevidí, nicméně je to rozhodující pro jeho celkovou zkušenost s výrobkem, je celá výrobová specifikace, která hovoří o tom, z jakých surovin je výrobek vyroben, jakou technologii a jaké finální parametry musí mít např. z hlediska obsahu solí, tuku, sušiny, čistých svalových bílkovin atd.

Společenská odpovědnost a kvalita spolu úzce souvisejí. Jak je tomu v Albertu?

Společnost Ahold má celosvětově velmi silnou orientaci na dodržování principů společensky zodpovědného podnikání a zajišťování trvale udržitelného rozvoje pro vlastní společnost a pro společnosti svých obchodních partnerů. Je to pro nás „velmi silné téma“ a určitě by vydalo na samostatný článek. Jenom tedy zmíním, že v podmínkách České republiky a v prodejnách Albert se mnoho společensky zodpovědných aktivit točí např. kolem činnosti Nadačního fondu Albert. NFA se v rámci naší populace hodně profiluje především v oblasti výchovy ke

zdravému stravování a v pomoci dětem vyrůstajících v sociálně znevýhodněném prostředí.

Myslíte si, že kupující bude někdy stoprocentně spokojen?

Nevím, jestli stoprocentně spokojen je ten správný pohled, ale určitě by měl mít z realizovaného nákupu minimálně dobrý pocit a při konzumaci nakoupených potravin by pak neměl být v žádném případě zklamán. Jinak nespokojení zákazníci, pokud řeknou, proč jsou nespokojení, tak jsou samozřejmě dokonalým námětem pro další zlepšování a inovace výrobků i samotných prodejen.

Učíte se od konkurence?

Ano a pořád. A co konkrétně a od koho v podmínkách Česka, to nebudu prozrazovat. Nicméně také platí, že hodně se můžeme naučit také od našich sesterských prodejen v Holandsku, Belgii nebo v USA. Může jít např. o zavádění některých typů nových výrobků, které se někde jinde již komerčně osvědčily, nebo organizaci prodeje takovým způsobem, že tyto mohou také sloužit jako určité společenské místo pro střetávání lidí, a lépe tak vyhovět komunitě zákazníků v daném místě prodejny.

Patříte mezi špičku v českém maloobchodě. Jak vnímáte toto postavení?

Je to velký závazek směrem k našim zákazníkům i k vlastním zaměstnancům. V existujícím silném konkurenčním prostředí také motivace k další práci k tomu, abychom dokázali do budoucna naše postavení udržet a dále posilovat.

Co byste z prodejen potravin vymýtl? Určitě je něco, co vás čas od času pořádně naštvě.

Z titulu funkce ředitele pro zajištění kvality velmi dobře vím, jaké úsilí na úrovni pěstitelů, výrobců, dodavatelů, distributorů a i u nás v prodejnách musí být vynaloženo, aby se skutečně kvalitní a zdravotně nezávadné potraviny dostaly k našim zákazníkům. Z uvedeného pohledu mne štve v principu dvě věci. Absolutní netolerance ke skutečnosti, že také potravina je výrobek, při jejíž výrobě, distribuci a konečném prodeji může dojít k různým pochybením, která bohužel způsobí jeho horší kvalitu. V běžné průmyslové výrobě se tomu říká, že byl vyroben a následně prodán zmetek. A k řešení takovýchto případů mají všichni výrobci a prodejci zřízena odpovídající reklamační oddělení. V podmínkách České republiky jsou bohužel mnozí zákazníci motivováni k tomu, že správné je prioritně záležitost medializovat a skandalizovat a až následně se pak třeba zajímat o případnou reklamaci nekvalitního výrobku.

No a druhá věc, která mi vadí, je chování některých zákazníků k výrobkům v prodejnách. Stačí, když se chvíli zastavíte na některé z našich prodejen nebo u konkurence na úseku ovoce a zeleniny, abyste zjistili, že někteří zákazníci, než si koupí jeden banán nebo jednu mandarinku, tak jich dalších deset ohmatají, přeloží a mnohdy doslova přehrabou. Když to takto udělá s daným sortimentem každý druhý, pak je zcela evidentní, že část takového zboží na konci dne, nebo již v jeho průběhu skončí jako neprodejné. Snad tedy trochu více úcty ke skutečnosti, že než se dané potraviny dostaly na pult, někdo musel při jejich pěstování a výrobě vynaložit velké množství prosté lidské práce.

Nakupujete rád?

Nakupuji rád pouze potraviny, někdy také z nutnosti obuv a oblečení a se zájmem pak věci pro domácnost a zahradu. Určitě jsem se ale naučil pokud možno nesdílet nákupní čas s vlastní manželkou, protože u ní jde o úplně jiný rozměr nakupování. Zní to takto možná divně, ale „nesdílení“ společného nákupního času posiluje náš společný rodinný život.

otázky připravila Eva Brixí

Češi zatím neumějí své vynálezy světu správným způsobem nabídnout

dokončení ze strany 1



Seznámit se se stěžejními pojmy, možnostmi vyhledávání v databázích. Je to cesta, která může vést, mimo jiné, i ke zvýšení zájmu dětí o technické obory. Mládež si také musí uvědomit, že zde existuje majetek, který ač-

koliv není hmatatelný, někomu patří, má určitou hodnotu a není možné porušovat práva vlastníka.

Vím, že na mysli neklesáte a že Úřad průmyslového vlastnictví má dnes řadu výukových materiálů jak pro učitele, tak studenty, navazuje spolupráci s univerzitami a stojí o studium patentové problematiky na vysokých školách. Kde se vyučuje nejuceleněji?

Nejkomplexnější vzdělání v oboru průmyslového vlastnictví je možné získat na Metropolitní univerzitě Praha, která má akreditováno bakalářské, magisterské i doktorské studium.

Je dnes v České republice dost patentových zástupců?

Odhaduji, že jich je v Komoře patentových zástupců zapsáno více než 220. V porovnání s Rakouskem, kde jich bylo v roce 2013 zapsáno na 70, a s ohledem na počty přihlášek k jednotlivým předmětům ochrany, je počet, myslím, dostatečný.

Firmy však nepodávají jen patentové přihlášky, ale více to umí s ochrannými známkami – chrání logo, ať slovně, či kombinovaně, uvědomují si, co pro ně ochranná známka znamená například v prodeji firmy a že je koneckonců více než vhodné o ni pečovat, a zušlechťovat tak svoji image. Ale asi to stále ještě nestačí.

Máte pravdu, ale je třeba si uvědomit, že všechny firmy nemají inovativní a výrobní charakter, mnohé jsou zaměřeny na obchod nebo poskytování služeb, u nich pak hraje důležitou úlohu ochranná známka.

Mnozí majitelé firem a firmiček jsou na „patenták“ naštvaní, když jim známku neschválí, rádi by se o tom například s příslušným pracovníkem vašeho úřadu pobavili a vysvětlili svůj postoj. Je to možné?

Doufám, že takových majitelů firem příliš není, lze jim navíc poradit, aby si příště zajistili rešerši dříve, než přihlášku podají.

Jakou roli přikládáte webovým stránkám patentuj.cz? A jak chcete navést zejména malé české firmy k tomu, že duševní vlastnictví má obrovský potenciál?

Webová stránka patentuj.cz je zaměřena na ochranu technických řešení, je zde možné nalézt odkazy na základní informace o možnostech ochrany, její strategii, přihlašování do zahraničí, kde hledat inspiraci, možnostech zastupování apod. Je zde základní poučení zejména pro začínající podnikatele a malé firmy. Další informace lze získat na webových stránkách upv.cz, na krátkodobých školeních a seminářích na Úřadu průmyslového vlastnictví, ale také ve dvouletém specializačním studiu Institutu průmyslové právní výchovy, který je součástí našeho Úřadu.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Stále chybí lidé s potřebnou kvalifikací

Společnost ManpowerGroup zveřejnila výsledky 10. ročníku každoročního průzkumu ManpowerGroup – Nedostatek lidí s potřebnou kvalifikací, který se zaměřuje na obsaditelnost konkrétních pozic vhodným uchazečem a zároveň monitoruje, jaká opatření jednotlivé subjekty zavádějí, aby na trhu práce uspěly.

Zaměstnavatelům byly položeny otázky:

- 1. Jak je pro vás náročné obsadit volné pracovní pozice?
- 2. Které z pozic jsou nejhůře obsaditelné vhodným uchazečem?
- 3. Jaké jsou nejčastější důvody pro obtížné obsazování pracovních pozic?
- 4. Jaké strategie přijímáte pro překonání těchto problémů?

Vývoj nedostatku lidí s potřebnou kvalifikací výrazně poklesl v roce 2008, v důsledku ekonomické krize a poklesu náborových aktivit zaměstnavatelů. V době začátku průzkumu v roce 2006 byla globální hodnota na 40 %, v roce 2007 na 41 %, od roku 2008 byla na hodnotách 30–31 %. S oživující se ekonomikou a klesající nezaměstnaností firmy uvádějí rostoucí obtíže s obsazováním volných pracovních míst a celosvětově toto číslo vzrostlo na 38 % firem v roce 2015.

„I v době poměrně vysoké nezaměstnanosti společnosti těžko hledají vhodné kandidáty pro celou řadu pracovních pozic. Požadavky firem na zaměstnance se s technologickým pokrokem mění stále rychleji. Mnohem rychlejším tempem, než se vyvíjí kvalifikační struktura populace. Navíc demografický vývoj vede k tomu, že aktivní populace ve vyspělých zemích se zmenšuje. Lidí je tedy na trhu práce stále méně a tito lidé mají stále více „nevhodnou“ kvalifikaci a dovednosti. Očekáváme, že nedostatek vhodných lidí na trhu práce v nadcházejících letech bude stále citelnější,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup Česká a Slovenská republika.

Česko a svět

Nejhorší výsledky vykazuje stejně jako v posledních několika letech Japonsko s 83 % a Peru s 68 %. Naopak nejlepší Irsko, Velká Británie a Španělsko zůstávají mezi zeměmi, kde si zaměstnavatelé tolik nestěžují na nedostatek vhodných pracovníků.

Situace v České republice je podle Jaroslavy Rezlerové pro zaměstnavatele relativně příznivá, i když se ve srovnání s předchozím rokem o 7 procentních bodů pohoršila na 18 %. Je ale

potřeba si uvědomit, že je to téměř každá pátá firma, co nemůže najít vhodné zaměstnance. ČR je zároveň jedna ze zemí s nejnižším Manpower indexem trhu práce, který sleduje náborové plány zaměstnavatelů na další kvartál. To ukazuje na poměrně rigidní pracovní trh ve srovnání s asijskými, americkými nebo východoevropskými zeměmi.

„Na trhu chybí především lidé s technickým vzděláním. Řemeslníci, technici, mechanici, obchodníci a pracovníci informačních technologií se již tradičně dostávají do první desítky žebříčku pozic, na které firmy nejhůře hledají vhodné kandidáty. Novým trendem na trhu práce od letošního roku je rostoucí nedostatek vhodných pracovníků i na nekvalifikovaná pracovní místa, jako jsou například montážní dělníci nebo skladníci,“ uedla Jaroslava Rezlerová a dodala: „Zaměstnavatelé předpokládají, že nedostatek vhodných talentů sníží jejich schopnost vyhovět zákazníkům, a zároveň že se sníží jejich produktivita a konkurenceschopnost. Nedostatek kandidátů s vhodným profilem na všechny typy pozic bude znamenat významnou brzdu pro



rozvoj českých firem a zpomalí další pokles nezaměstnanosti.“

Příčiny dnešní situace

Hlavní důvody, proč zaměstnavatelé v ČR nemohou obsadit volné pozice, je především nedostatečná odezva na jejich personální inzerci a další náborové aktivity. Dále je to nedostatek tvrdých dovedností, především těch technických nebo chybějící specifické kvalifikace a oprávnění. Podle Jaroslavy Rezlerové rostou na významu měkké dovednosti uchazečů a firmy se na ně stále častěji zaměřují. Technologie a ekonomika se mění stále rychleji, a tak se i rychleji vyvíjejí požadavky firem na stávající a nové zaměstnance. Dnes ještě stále převládá důraz na hard skills a odbornost s komplexním profilem zaměstnance. Všichni hledají „supermana“, což je například požadavek na technika s manažerskými, obchodními a komunikačními dovednostmi a dobrou jazykovou výbavou. Takoví lidé už ale na trhu nejsou. V nadcházejících letech bude důležité mít ve firmách takové lidi, kteří se dokáží přizpůsobovat neustálé změně tým, že budou schopni ochotni učit se nové věci, budou otevření změnám a případně budou schopni měnit profesi i několikrát za kariéru. Pro firmy je toto velkou výzvou, protože musí mít nastavené systémy identifikace talentů a systémy rozvoje zaměstnanců.“

Zaměstnavatelé nedělají dost

Pouze 31 % zaměstnavatelů v ČR nabízí různé formy alternativních forem práce. Na 27 % zaměstnavatelů nemá v současnosti žádnou strategii pro řešení nedostatku talentů. Jen 24 % zaměstnavatelů se zaměřuje na rozvoj stávajících

zaměstnanců a nástupnictví, tzn. vytváření interních zdrojů budoucích talentů. Pouze 18 % zaměstnavatelů hledá nové zdroje talentů. Jen 13 % zaměstnavatelů zkouší nové formy náboru.

Co dělat

„Je potřeba změnit přístup k náboru a zapojit do HR kreativní marketingové myšlení – zaměřit se na nové cílové skupiny a nevyužité zdroje, protože používání stále stejných postupů nevede k nalezení nových zdrojů talentů. Stejně důležitý jako produktový marketing bude v příštích letech personální marketing, kdy budou firmy neustále sledovat a analyzovat své konkurenty na trhu práce a budou zavádět taková opatření, aby se staly preferovaným zaměstnavatelem. Nedostatek talentů je stále více nutí, aby měnily přístup k náborům a ke způsobu, jakým pracují s lidskými zdroji. Budou muset změnit svůj přístup ke svým zaměstnancům a klást mnohem větší důraz na jejich rozvoj, motivaci a efektivní organizaci. Firmy, které na trhu nemohou najít vhodné „hotové“ zaměstnance, budou nuceny přehodnotit personální politiku, procesy a motivační systémy tak, aby mohly využít rezervy na trhu práce. Osvícené firmy spolupracují se školami, otevírají si vlastní učiliště nebo zavádějí trainee programy, aby si vychovaly talentované absolventy. Umožňují zaměstnancům flexibilní formy práce, jako např. částečné úvazky nebo práci z domova, aby využily kapacitu motivovaných matek a otců na rodičovské dovolené. Nebo zhodnotí zkušenosti lidí v předdůchodovém a důchodovém věku tak, že z nich udělají interní trenéry, kouče nebo auditory,“ popsala situaci Jaroslava Rezlerová. (tz)

Až třetinu českých firem ohrožují fluktuanti

Fluktuant neboli zaměstnanec, který nevydrží v jednom zaměstnání déle než rok a neustále střídá pracovní místa, začíná být trnem v oku českých zaměstnavatelů. Podle zkušeností klientů personální agentury Advantage Consulting je jich čím dál více. Firmy se přitom v průměru dostávají do zisku u nového zaměstnance až po jednom roce jeho zapracování.

Nejčastějšími důvody k předčasnému odchodu z práce jsou nespokojenost s její náplní, nízké finanční ohodnocení nebo nepochopení si s kolegy. „Je to bohužel narůstající trend zejména u mladých lidí, kteří práci střídají bez ohledu na loajalitu k zaměstnavateli. Pokud je práce nebat, jsou netrpěliví a jdou jinam klidně od rozpracovaného projektu poté, co ve firmě absolvují nákladná školení. Nicméně rozšiřuje se to i mezi střední generací – zaměstnanci jsou náročnější a po odeznění ekonomické krize už se tolik nebojí o místa,“ potvrdila Olga Hyklová z personální agentury Advantage Consulting. U mladých lidí je to tím, že se touží stát okamžitě manažery

a vést tým lidí. Firmy jim tyto příležitosti dávají, ale často narazí na to, že tito mladí lidé neváhají tým opustit, protože je zaujme něco jiného v jiné společnosti: „Klidně odejdou třeba po půlroce. Je jim jedno, že se zavázali vytvořit tým a také naslibovali svým podřízeným, že je něco naučí, někam je profesně posunou, a že se na ně tito lidé spoléhali,“ popsala Olga Hyklová.

Firmy jsou dnes po ekonomické krizi stabilizované, vykazují zisky a jejich zaměstnanci začínají zvažovat, zda je pro ně stávající práce ta pravá. Pokud po určité době nedostanou přidáno a nepostoupí v kariérním žebříčku, jejich loajalita klesá a začnou se rozhlížet jinde. Jaký je současný trend? Stále méně lidí se bojí, že si zkaží životopis tím, že na jedné pozici nevydrží alespoň několik let, jako tomu bylo dříve.

„Často se stává, že za námi přijde zoufalý klient, kterému odchází zaměstnanec a neumí si je udržet. Oni se přitom při pohovoru tvářili, že je to jejich vysněná práce a v dané firmě touží pracovat co nejdéle. Je to ale logické: těžko půjde člověk na pohovor do konkrétní společnosti a bude povídat, že mu nevyhovuje například open space kancelář, když vidí, že je ve firmě

mají,“ sdělila Olga Hyklová. V personální agentuře se uchazeč o práci nejdříve sejdě s konzultantem a probere s ním, jaká firma by mu vyhovovala – jestli velká, malá, česká, či zahraniční, jaký obor je mu nejbližší, jaký styl práce, firemní kultura, typ nadřízeného, a teprve poté mu konzultant nabídne ideální společnost, do které by se hodil a kde by mu to nejvíce „sedělo“.

Nevýhodou pro firmy, které hledají kandidáty pouze přes inzerát, je to, že tak osloví jen skupinu „volných“ lidí na pracovním trhu nebo fluktuanty, kteří procházejí pracovními servery každý den. Lidé, které chce většina firem, tedy pracovitě, spolehlivě a stabilní zaměstnance, touto cestou osloví jen minimálně, ti totiž většinou někde pracují a na surfování po pracovních serverech nemají čas.

V české strojírenské firmě Hestego podobnou situaci potvrzuje personální ředitelka Eva Vavrouchová: „Pokud dáme inzerát, že hledáme obchodníka, často se nám přihlásí třeba bývalá prodáváčka, která má pocit, že by to zvládla, ačkoliv o náplni práce a o nárocích na danou pozici nemá vůbec tušení. Těmto nevhodným uchazečům se díky spolupráci s agenturou vyhneme

a neztrácíme s nimi drahocenný čas.“ Pokud má firma zájem prověřit své kandidáty skutečně do hloubky, nabízí se assessment centrum. Stojí od 10 000 do 30 000 a několik potenciálních zaměstnanců zároveň tu pět až šest hodin testují odborníci. „Assessment centrum si firmy dříve zadávaly hlavně u vyšších manažerských pozic kvůli vyšším nákladům, ale v současné době, kdy je kladen velký důraz na to, jak člověk zapadne do kolektivu a firemní kultury, firmy vyžadují assessment centrum i na běžné pracovní pozice. Ve více než polovině případů se stává, že po něm klient změnil názor na kandidáta, kterého znal pouze z osobního pohovoru. Po pěti hodinách, během nichž musí uchazeči řešit nejrůznější úkoly, a to samostatně i v kolektivu, se přestanou přetvařovat, dolehne na ně stres a ukáže se jejich skutečná povaha,“ vysvětlila Olga Hyklová.

Podle průzkumu Advantage Consulting si dnes firmy vybírají personální agenturu v 71 procentech z důvodu nedostatku kvalitních životopisů, ve 37 procentech kvůli tomu, že jim personální agentura ušetří čas s hledáním kandidátů, a ve 25 procentech proto, že agentury mají více zkušeností, jak kandidáty oslovit. (tz)

Eko projekty GGC Energy zaujaly i v zahraničí



Přestože společnost GGC Energy, s.r.o., vznikla teprve před čtyřmi lety, patří k současným pilířům sedmadvacítce firem v rámci skupiny GASCONTROL GROUP. Jejím zakladatelem a majoritním vlastníkem je společnost GASCONTROL, společnost s r. o. Minoritním vlastníkem je německá firma EKOTEK. Jak se již krátce po vzniku GGC Energy ukázalo, byla volba českého a německého kapitálu prozíravým počinem a dobrou synergií. Společnost se zaměřuje na projekci, výrobu, dodávky a montáž energetických zařízení s puncem eko-energie, o které je u nás a také v zahraničí velký zájem. O bližší podrobnosti jsme v rozhovoru požádali člověka nejpovolanějšího, jednatele GGC Energy, Kaye Scholze:

Co vše tvoří základ nabídky vašich energetických zařízení, která se osvědčují všude tam, kde je zájem o úsporná a výkonná řešení?

Nejdůležitější jsou právě požadavky našich zákazníků. Každý náš návrh je nabídkou šitou na míru. Používáme zařízení z různých zemí světa, ta nejlepší, která jsou na trhu dostupná, například mikroturbíny z USA, kompresory z Itálie atd. Vždy vycházíme z požadavků zákazníků na individuální, vysoce efektivní, ekonomická a ekologická řešení, která naplní jejich požadavky na úspory energií.

Zmínil jste mikroturbíny. Můžete přiblížit princip jejich fungování i možnosti využití, včetně portfolia nabídky dle výkonu?

Naše mikroturbíny mají jedinou pohyblivou část, vlastní rotor a patentované vzduchové ložisko, takže pracují bez jakýchkoli chladiv, maziv, olejů nebo vody. Spalují různé druhy paliv, např. zemní plyn, propan, skládkový, důlní plyn, pyrolyzní plyny, diesel, letecká, petrolejová i další paliva, například bioplyn na bázi metanu. Směs paliva se vzduchem v poměru 7:1 garantuje vysoce ekologický proces s velmi nízkými emisemi, což naplňuje celosvětový trend. Turbíny mohou pracovat paralelně s připojením do sítě,

a také v ostrovním režimu, jako záložní zdroje (UPS). Množství vyprodukované energie se pohybuje v rozmezí od 13 kW do 4 a více MW, elektrická účinnost mezi 25 a 33 %. V případě kogeneračních, eventuálně trigeneračních instalací, jsme schopni dosáhnout celkové účinnosti až 93 %. Jednou ze specifik našich turbín je možnost přímého využití spalín, například k sušení nebo výrobě vysoce průmyslové páry. Pravidelnou údržbu a servis těchto zařízení provádí naši technici jednou ročně, díky tomu je zaručena krátkodobá odstávka mikroturbín. Naše mikroturbíny jsou schopny dostát všem ekologickým požadavkům stanoveným pro Českou republiku. Bližší informace o produktové řadě zmíněných zařízení lze najít na www.ggcenergy.cz

Jste jedním z oficiálních distributorů mikroturbín firmy CAPSTONE. Jakou tradici mají tato zařízení a co z této konkurenční výhody i závazku pro vás vyplývá?

Jako GGC Energy jsme jediným oficiálním, registrovaným distributorem společnosti Capstone Turbine Corporation pro český, slovenský a rumunský trh. Tato americká společnost se sídlem v Los Angeles byla založena v roce 1988 a je v současné době předním světovým výrobcem nízkoemisních systémů mikroturbín. Svá zastoupení má v Číně, Mexiku, Singapur, Jižní Americe a ve Velké Británii. Byla první, kdo na trh uvedl komerčně životaschopné mikroturbínové jednotky produkující elektrickou energii. Tisíce těchto zařízení byly dodány zákazníkům po celém světě. Jde o oceněné systémy, které mají zdokumentovány miliony provozních hodin.

Výhodou smluvního vztahu mezi společností GGC Energy a Capstone je naše konkurenceschopnost. V porovnání s jinými kogeneračními technologiemi na trhu jsme schopni uplatnit se i v těch oblastech, kde ostatní selhávají. V rámci



Pohled na část energetického zařízení GGC Energy v obchodně administrativním centru v ruské Soči



Kay Scholz, jednatel GGC Energy

globální sítě distributorů jsou všichni na stejné úrovni, rovnocenní, ke všem je přístupováno to- tožně. Oceňujeme nepřetržitý kontakt se servisním a zákaznickým oddělením Capstone, permanentní vývoj a inovaci produktů, které jsou založeny na praktických zkušenostech. Jedinou nevýhodou této vazby je fakt, že se zaměřujeme pouze na technologie mikroturbín, jejich doplňujících zařízení a příslušenství.

Velkému zájmu se ve vašich řešeních těší zvláště ORC technologie, tedy generátory pro využití zbytkového tepla. V čem spočívá jejich výjimečnost?

ORC technologie je velmi šetrná k životnímu prostředí, odpadní teplo se používá k další výrobě elektrické energie. Zájem o tuto technologii byl opravdu velký, ale po změně systému dotací v České republice se tato vysoce kvalitní zařízení stala pro většinu zákazníků až příliš nákladná. S ohledem na tuto skutečnost se snažíme odpadní teplo redukovat jinými technologiemi, například výrobou páry nebo přímým sušením.

Zvláštní kapitolu v nabídce GGC Energy tvoří ostrovní trigenerační systémy. O co jde a jaká je jejich největší výhoda?

Princip ostrovního trigeneračního systému spočívá v samostatné, na rozvodné síti nezávislé výrobě energie, tepla a chladu různých rozsahů. Jediným požadavkem zůstává napojení na plyn a vodu. Výhodou této instalace je, že není rozhodující její lokace, kvalita a spolehlivost roz-

vodné sítě a rovněž drahé tarify regionálních dodavatelů elektrické energie. Toto řešení může být tak komplexní, že v každém okamžiku získáte tolik energie, kolik potřebujete, od pohotovostního režimu až po maximální výstupní výkon.

Mezi významné zakázky poslední doby patřil například projekt Energo-centra v administrativně-obchodním středisku v Soči, které mělo svou premiéru při zimních olympijských hrách, a řada dalších. Byla to pro vás dobrá zkušenost?

Ano, projekt v Soči je pro naši společnost skutečně velmi dobrou referencí. Kombinace zařízení a technologií, kterou jsme při realizaci tohoto projektu použili, představuje současný celosvětový technologický vrchol. Zopakovat toto řešení někdy v budoucnu bude poměrně obtížné, protože použití ostrovního trigeneračního systému není pouze ekonomickým rozhodnutím, ale v tomto případě hraje zásadní roli i další dovednost.

Stále jsme však v kontaktu se zákazníky, zvláště v Rumunsku, kteří by rádi použili záložní zdroje elektrické energie v této konfiguraci.

Jak se vám jeví letošní rok z pohledu zahraničních zakázek?

V tomto roce se zaměřujeme, kromě tuzemského, hlavně na slovenský a rumunský trh, samozřejmě ve spolupráci s mateřskou společností GASCONTROL.

připravil Jiří Novotný

INZERCE



„Pošlete peníze vaší firmy odpočítat, vrátí se Vám znásobené“

Garantujeme jistý výnos s termínovaným vkladem Artesa BONUS 2,85 % p. a.

- * Časově omezená možnost získání výhodného úroku
- * Vyšší a garantované úročení v porovnání s bankami

- * Možnost vybrat až 50 % vkladu

www.artesa.cz



Nezaměstnanost jako hlavní důvod zadlužení

Tři pětiny Čechů se domnívají, že nejčastějším důvodem, proč se lidé zadlužují, je ztráta zaměstnání. Vyplývá to z výsledků průzkumu agentury STEM/MARK realizovaného pro společnosti KRUK Česká a Slovenská republika (KRUK). Oprávněnost jejich obav potvrzují také informace ČSÚ, podle kterých se lidé mohou dostat do závažnějších finančních problémů již po pěti měsících od ztráty zaměstnání.

Nezaměstnanost je podle tří pětín Čechů (61 %) nejčastějším důvodem, proč se lidé dostávají do finančních problémů a zadlužují se. Jsou o tom přesvědčeny zejména ženy, obyvatelé menších měst a lidé s nižšími finančními příjmy na osobu – tedy skupiny osob, které by z hlediska závislosti na svých příjmech doplatily na ztrátu zaměstnání pravděpodobně nejvíce. Jejich obavy jsou přitom oprávněné. Podle aktuálních průzkumů ČSÚ dosahuje průměrná čistá měsíční mzda výše 21 900 Kč. Průměrné čisté měsíční výdaje přitom činí 10 100 Kč. Kdyby zaměstnanec ve středním věku přišel o práci, nebyl by schopen finančním příspěvkem přiděleným v nezaměstnanosti pokrýt své měsíční výdaje již po pěti měsících od ztráty zaměstnání, a dostal by se tak do složitých finančních problémů. Ty by mohl následně řešit – a v praxi také často řeší – právě prostřednictvím půjček.

„Nezaměstnanost představuje složitou životní situaci, kdy dochází k výpadku hlavního zdroje finančních prostředků v rámci rozpočtu jednotlivce či celé domácnosti. Najít nové zaměstnání není obvykle snadné ani rychlé, proto je důležité si průběžně vytvářet finanční rezervy, ideálně ve výši alespoň tří měsíčních platů,“ uvedla Markéta Fixová ze společnosti KRUK.

Vedle rizika zadlužení komplikuje ztráta zaměstnání také splacení již existujícího dluhu. Zaměstnané zadlužené osoby s průměrnou čistou mzdou byly schopny v loňském roce měsíčně ušetřit finanční částku ve výši 11 800 Kč, a splatit tak průměrný dluh ve výši 41 000 Kč již během čtyř měsíců. Pokud by však zaměstnanec přišel o práci, byl by schopen splatit z ušetřené částky (rozdíl mezi měsíčními příspěvky v nezaměstnanosti a průměrnými měsíčními výdaji) pouze čtvrtinu svého dluhu (24 %). Na zbývající část by mu již nezbyly finanční prostředky.

Z nejnovějších průzkumů agentury STEM/MARK však vyplývá, že obecná míra nezaměstnanosti klesá (meziroční pokles činil 0,8 procentního bodu). V prvním čtvrtletí letošního roku dosahuje její hodnota výše 6,1 %. Nezaměstnanost přitom sužuje spíše ženy (7 %) než muže (5,3 %).

SP ČR: Spolupráci firem a škol brzdí řada překážek

Zlepšení spolupráce zaměstnavatelů se školami je jednou z cest, jak řešit chronický problém nedostatku technicky vzdělaných pracovníků v České republice. To je hlavní závěr diskuzního setkání v Muzeu Škoda Auto v Mladé Boleslavi, které v rámci kampaně Rok průmyslu a technického vzdělávání uspořádal Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR).

Podle zjištění SP ČR mezi firmami je jejich současná spolupráce s vysokými technickými školami na poměrně vysoké úrovni, částečně to platí o středních odborných školách a učilištích. Nedostatečná je však úroveň spolupráce na základním stupni vzdělávání. Potvrzuje to i aktuální šetření agentury Ipsos mezi veřejností, podle níž více než polovina české populace považuje tuto spolupráci za nedostatečnou, přičemž pouze necelá šestina obyvatel (13 %) ji hodnotí jako dostatečnou.

SP ČR při diskusi zastupoval jeho viceprezident Bohdan Wojnar, který poukázal na to, že velké průmyslové firmy využívají tradice a zkušeností spolupráce se školami, problémy mohou mít střední a malé firmy. „Nechceme zbytečné administrativní překážky,“ uvedl Bohdan Wojnar, který je současně členem představenstva Škoda Auto, a.s., za oblast řízení a lidských zdrojů, a poukázal na to, že situace je v oblasti technického vzdělávání katastrofická. „V průmyslu chybí nejméně 100 000 technicky vzdělaných pracovníků. Zároveň v odvětvích, jako je strojírenství či automobilový průmysl, odejde do roku 2020 kolem 60 000 technicky vzdělaných pracovníků do důchodu,“ uvedl Bohdan Wojnar, který byl hlavním hostitelem odborného diskuzního setkání, jehož se zúčastnilo 120 zástupců firem, škol, svazů a asociací a institucí.

Diskuzní setkání se především zaměřilo na bariéry, které omezují spolupráci na všech stupních vzdělávání. Jednou z nich je skutečnost, že firmy nevyužívají dostatečně daňové úlevy, které jsou platné od ledna 2014. Podle zjištění SP ČR zhruba třetina firem z průmyslu a dopravy neví vůbec o možnosti využívání daňových odpočtů na vzdělávání, které zahrnují například zrychlené odpisy pro investice, odpočet na hodinu a žáka na praxi, zvýšené limity na firemní stipendia. Mimo jiné, měsíční výše stipendia, které mohou firmy studentům nabídnout, se nově zvedla ze 2000 korun na 5000 korun u středních školáků a z 5000 korun na 10 000 korun u vysokoškoláků.

V jaké míře firmy tyto daňové úlevy využívají, bude Ministerstvo financí ČR vyhodnocovat teprve v červenci a srpnu. „Musíme počkat do konce června, kdy daňová priznání podávají velké firmy,“ uvedla ředitelka odboru daní MF ČR Jarmila Rázková. Jak naznačila, firmy daňo-

vé odpočty zatím masivně nevyužívají. „Za posledního půl roku jsem se zúčastnil řady diskuzí a viděl jsem spoustu překvapených zástupců firem i škol, kteří o této věci vůbec nevěděli,“ uvedl ředitel závodu Siemens Elektromotory Mohelnice Pavel Pěnička.

Jarmila Rázková v této souvislosti přiznala, že v informovanosti firem o daňových úlevách má stát rezervy. „Určitě není každý takový fanda, aby pročetl dokumenty z Poslanecké sněmovny,“ podotkla a slíbila častější školení firem. Zapojí se i Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR. „Na podzim chceme objet jednotlivé kraje a vysvětlit ředitelům škol i firmám možnosti spolupráce a výhody, které z ní plynou. Jak pro školy, kterým odpadne povinnost vybavovat dílny, protože to by bylo všechno ve firmách, tak pro firmy, které si připraví zaměstnance tak, jak potřebují,“ uvedl náměstek ministra školství Jaroslav Fídmuc. Jak také sdělil, na spolupráci při informování firem se dohodnul se Svazem průmyslu a dopravy ČR.

Jeden z problémů, na který účastníci panelu poukázali, je stále ještě nehotová vzorová smlouva mezi firmou a žákem. Mnohé společnosti mají sice vlastní smlouvy s žáky a studenty, jednotný vzor zastřešený státem však nadále chybí, byť se již delší dobu připravuje. „Takové smlouvy jednoznačně potřebujeme,“ uvedl ředitel závodu Siemens Elektromotory Mohelnice Pavel Pěnička.

Jak odhalila diskuze, příprava vzorové smlouvy není jednoduchá záležitost, a vložilo se do ní dokonce Ministerstvo spravedlnosti ČR. Ukazuje se totiž, že smlouvu s nezletilým musí podepsat rodiče a taková smlouva nezaručuje firmě například návratnost stipendia. „Ministerstvo spravedlnosti nás upozornilo, že za nezletilého žáka by smlouvou musel podepsat zákonný zástupce. Ale o tom, aby rodič mohl podepsat smlouvu, že v podstatě žáka dopředu zadlužuje, by musel rozhodnout soud. To je v tuto chvíli samozřejmě absurdní,“ řekl náměstek Jaroslav Fídmuc.

Ministerstvo proto připravuje variantu, kdy žák, učen či student mladší 18 let smlouvu s firmou sice bude moci podepsat, firma ale přijde o garanci vrácení stipendia. Bude tedy riskovat, že učen za své peníze vychová pro někoho jiného. Zástupci firem vnímají i tuto kompromisní variantu za lepší než dosavadní stav. „I za takových podmínek by naše společnost smlouvu se studenty uzavírala,“ uvedl k tomu Jakub Beneš ze sléváren Beneš a Láť.

Vzorovou smlouvu by uvítal i ředitel Střední školy automobilní v Holicích Michal Šedivka. „Bylo by to jediné dobře. V Rakousku to funguje, tam jde žák na střední školu v okamžiku, kdy má podepsanou smlouvu s firmou,“ řekl.

V souvislosti s daňovými odpočty na praxe byla dílčím závěrem setkání infor-

mace, že zpravidla studenti nastupují do firem na placenou praxi. „Klasická bezplatná praxe už není příliš praktikována. Je to pro studenty důležitý motivační prvek,“ uvedl Michal Šedivka. A náměstek Jaroslav Fídmuc k tématu poznamenal: „Studenti mohou stipendium využít v podstatě na co chtějí – na dojíždění do školy, nákup učebnic, obědy“.

Z jednání vyplynul i další závěr, jímž je obava z nedostatku učitelů pro odborné vzdělávání, což má spojitost s jejich nízkým platovým ohodnocením. „Finanční problém je napříč celým vzdělávacím systémem. Průměrné platy ve školství se pohybují na úrovni 20 000 korun hrubého. Přitom v regionálním školství jsou dvě třetiny učitelů ve věku nad 50 let. Nejvíce přitom chybí učitelů fyziky,“ uvedl Jaroslav Fídmuc.

Právě na podporu učitelů fyziky a také chemie je přitom zaměřena Nadace Depositum Bonum. Její ředitel Václav Kubata při diskuzi uvedl, že nadace má 21 regionálních center, která podporují tyto učitele. „Vidíme velkou motivovanou skupinu učitelů fyziky. Na druhé straně je patrný trend zvyšujícího se nedostatku učitelů fyziky, chemie, matematiky,“ prohlásil Václav Kubata. Podle něj více než polovina studentů a absolventů pedagogických fakult buď nedostuduje, nebo skončí mimo obor. Možností by bylo změnit finanční postavení učitelů odborných předmětů a studentům pedagogiky například poskytnout motivační stipendia. Tuto praxi ostatně uplatňují již v některých krajích.

Debatu také potvrdila, že odborné předměty se neobejdou bez užší vazby na praxi a učitelé odborných předmětů bez vazby na výrobní firmy. „Lidský faktor pokulhává za moderní technikou,“ uvedl k tomu Michal Šedivka.

O spolupráci firem a škol hovořil také hlavní manažer projektu POSPOLU Petr Naske. Několikaletý projekt spolupráce 40 škol a 110 firem přinesl řadu doporučení. Informace jsou uvedeny na webové adrese www.nuv.cz/pospolu.

Tématem byla i roztržitost platform, které technické vzdělávání podporují a jež se kraj od kraje liší. Někde existují paralelně krajské tripartity, Pakty zaměstnanosti, Rady pro rozvoj lidských zdrojů. Vedle toho se podepisují sektorové dohody, jejichž součástí je podpora vzdělávání v krajích v návaznosti na potřeby trhu práce. Jak k tomu podotkla generální ředitelka Úřadu práce ČR Kateřina Sadílková, v řadě krajů již je spolupráce mezi firmami, školami, úřady práce a dalšími subjekty nastavena. Účelnější by však podle ní bylo překonat roztržitost jednotlivých platform, které mnohdy paralelně řeší stejné problémy.

Další odborné setkání se uskuteční 29. září v Plzni pod názvem Technické školství je in a cool se zaměřením na motivaci dětí a teenagerů a jejich rodičů. (tz)

INZERCE

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

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

**LETNÍ KURZY
A SEMINÁŘE**

**ZÁKONÍK PRÁCE 2015
– PRO ZAČÍNÁJÍCÍ**
14. – 15. 7. 2015
PŘEDNÁŠÍ: Mgr. Vladimír Černý
KÓD: 1500500 CENA: 3 790 Kč

**ING. RŮŽENA KLÍMOVÁ
VEDENÍ MZDOVÉ AGENDY
– PRO ZAČÍNÁJÍCÍ MZDOVÉ ÚČETNÍ**
20. – 21. 7. 2015
KÓD: 1502440 CENA: 3 790 Kč

**VEDENÍ MZDOVÉ AGENDY
– KOMPLIKOVANÉ MZDOVÉ VÝPOČTY**
22. 7. 2015
KÓD: 1502450 CENA: 2 490 Kč

**LETNÍ ŠKOLA MARKETINGU
TO NEJZAJÍMAVĚJŠÍ Z MARKETINGU OPĚT
V OBLÍBĚNÉM LETNÍM CYKLU**
21. – 22. 7. a 28. – 29. 7. 2015
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Tomáš Zykán
KÓD: 1521970 CENA: 9 400 Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH.



VÍCE INFORMACÍ NAJDETE NA

WWW.VOX.CZ

Dluhy na zdravotním pojištění extrémně zvyšují riziko bankrotu

Dluhy hrají významnou roli v ekonomickém zdraví každé firmy i živnostníka. Dluhy na zdravotním pojištění okamžitě extrémně zvyšují riziko bankrotu dlužníka a jsou velmi silným ekonomickým signálem o aktuální kondici podnikatelských subjektů. Takové jsou hlavní závěry analýzy poradenské společnosti Bisnode. Analýza sledovala vzorek 437 854 firem, z nichž dluh u zdravotní pojišťovny mělo 4056.

Ekonomická stabilita a zdraví firmy se značně odráží ve vzniku aktivních dlu-

hů u zdravotních pojišťoven. „Zjistili jsme, že pokud firmě vznikne aktivní dluh u zdravotní pojišťovny, ihned se desetkrát zvyšuje riziko úpadku. Pokud má firma více než čtyři dluhy, je 16x náchylnější k úpadku než firma bez dluhů u zdravotních pojišťoven,“ komentoval výsledky analytik Bisnode Michal Říčař. Současně dodal: „Zajímavé je, že z hlediska rizika nezáleží na velikosti dluhu, ale na tom, zdali vznikl, či ne. Tedy jakmile vznikne dluh, zvyšuje se 10x riziko bez ohledu na dlužnou částku. Jinými slovy

lze tedy říci, že vznik dluhů za zdravotními pojišťovnami je velmi silný ekonomický signál o aktuálním zdraví dlužníka a ze strany jeho dodavatelů by měla okamžitě následovat preventivní opatření.“

„My našim klientům doporučujeme, aby pravidelně sledovali celé spektrum ekonomických signálů o svých obchodních partnerech, a na jejich základě včas činili preventivní opatření před následnou sanací, která je vždy ekonomicky náročnější a nákladnější,“ doplnil Michal Říčař. (tz)

Téměř 80 % podnikatelů nesleduje náklady na poštovní korespondenci

Drtivá většina podnikatelů se nestará o to, kolik je stojí odesílání dopisů. Poštu odesílají postaru přes poštovní přepážku, a malými položkami jim tak utíkají velké peníze. Zjistil to výzkum společnosti ČP Cloud mezi 212 živnostníky a malými firmami. Ten ukázal poměrně velkou frekvenci využívání papírové firemní korespondence.

Celkem 78 % podnikatelů alespoň občas pošle dopis, přičemž desetina pošle měsíčně více než 50 dopisů, 18 % od 10 do 50 dopisů a polovina do 10 dopisů. Přitom 79 % podnikatelů buď vůbec, nebo jen částečně eviduje náklady, které jsou s tím spojené. Když si představíme, že jde třeba o 600 dopisů ročně, není to právě zanedbatelná položka. Moderní aplikace, jako je ČP Cloud, ale dokážou spoustu činností automatizovat a firmám ušetřit čas a náklady spojené s odesíláním papírové korespondence.

„Překvapilo nás, že podnikatelé mají velmi nejasnou představu, kolik je vlastně stojí odesílání jejich pošty. Odhad nákladů na jeden dopis se pohyboval od několika korun až po stokorunu. Většinou sledují pouze poštovné, případně papír a obálky, ale opomíjejí činnosti, které jsou se zpracováním pošty spojené – jako je třeba čas pracovníků. A právě na těch se dají ušetřit nemalé peníze,“ komentoval poznatky průzkumu Daniel Bartek, generální ředitel ČP Cloud.

Pokud podnikatelé náklady na písemnou korespondenci sledují, zajímá je především poštovné, což uvedla pětina dotázaných, 16 % sle-

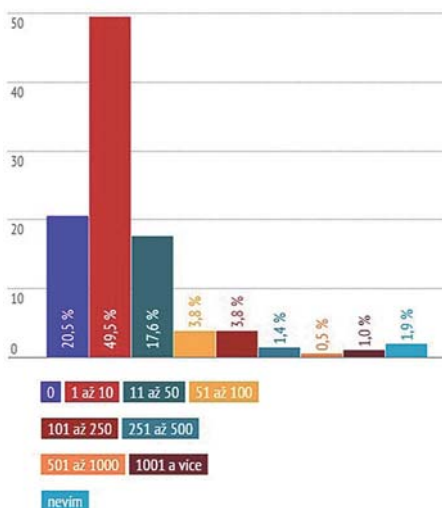
duje navíc i materiálové náklady (papír, obálky atd.). Pouze 18 % podnikatelů bere v potaz i personální náklady – tedy to, že dopis musí někdo dát do obálky, odnést na poštu, vést evidenci odeslané korespondence a archivovat dopisy i doklady k nim (např. podací listy).

Přitom 7 % dotázaných podnikatelů využívá na vyřizování pošty tři a více zaměstnanců, 18 % uvedlo dva zaměstnance a tři čtvrtiny (75 %) dotázaných jednoho. Vzhledem k tomu, že mzdové náklady nejsou v České republice rozhodně zanedbatelné, představuje to pro firemní rozpočet významnou položku.

Ale i když podnikatel nemá zaměstnance vyčleněného přímo na vyřizování pošty, stejně i tak někdo musí chodit s dopisy na poštu. V průzkumu totiž uvedlo 92 % dotázaných, že se v jejich firmě stále podává většina dopisů přes poštovní přepážku. „A čas, který takto zaměstnanec stráví, se také počítá, a je vlastně nákladem na firemní poštu,“ dodal Daniel Bartek.

V řadě vyspělých evropských států je běžné automatizovat služby spojené s firemní poštou. A v současné době je to možné i v České republice využitím aplikace ČP Cloud, která je provozována přímo ve sdružení s Českou poštou. Služba umožňuje odesílat papírové dopisy z počítače podobně jako e-mail, a navíc vede také zabezpečený archiv a evidenci dopisů, adresáře a dokáže v případě potřeby prokázat obsah odeslaných zásilek. ČP Cloud díky automatizaci zjednodušuje a zlevňuje celý proces odesílání dopisů. Cena jednoho dopisu začíná

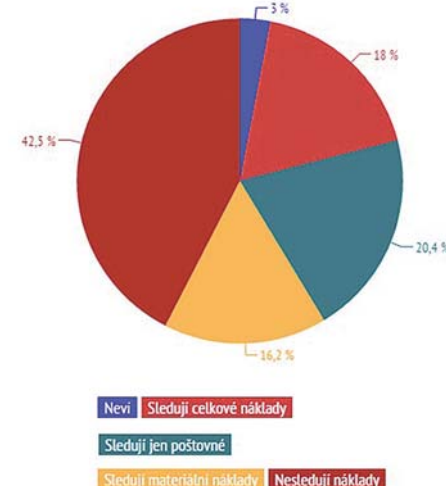
POČET POSLANÝCH DOPISŮ ZA MĚSÍC VE FIRMÁCH



na 11,90 Kč bez DPH a zahrnuje všechny služby, včetně poštovného, papíru, obálky, barevného tisku, kompletace, archivu i evidence.

Papírový dopis je v mnoha ohledech stále nenahraditelnou formou korespondence. Poštovní služby jsou regulovány, podléhají poštovnímu tajemství a umožňují jasně prokázat, že dopis byl odeslán a přijat druhou stranou. Toto dokážou v elektronické formě jen datové

JAK FIRMY SLEDUJÍ NÁKLADY NA POŠTOVNÍ KORESPONDENCI



zdroj: výzkum ČP Cloud (www.cpccloud.cz)

schránky – ty však fungují prakticky jen pro komunikaci se státní správou, firmy a občané je využívají pro vzájemnou komunikaci minimálně. Dopis také zvyšuje pravděpodobnost, že bude otevřen a přečten. „Ignorovat papírový dopis není snadné. E-mail smažete jedním tlačítkem. Dopis musíte rozbalit, rozrhat a vyhodit do koše,“ ilustroval výhody papírového dopisu Daniel Bartek.

(tz)

Jak se vypořádat se záplavou dokumentů na úřadech?

Veřejná správa je dozajista oblastí s největším výskytem dokumentů. Každý den se zde sbíhá a zároveň odtud odchází tisíce žádostí, posudků, smluv, faktur či dopisů. Vše přitom prochází rukama obrovského množství úředníků. Snahou každého státu či města je práci veřejné správy zrychlit a zefektivnit, a v souladu s tím snížit i celkový počet úředníků. Praxe ze soukromého sektoru již prokázala, že těchto cílů lze dosáhnout zefektivněním práce s dokumenty.

Každý zodpovědný úřad by se proto měl obrátit na profesionálního dodavatele dokumentových řešení. Pokud je zároveň schopen zajistit i kompletní správu tiskového parku, jde o výhodu, protože tisk, skenování a kopírování dokumentů velice úzce souvisí s jejich dalším zpracováním.

Základem efektivní správy dokumentů je jejich digitalizace při vstupu do organizace. Konečná podoba a rozsah digitalizačních služeb by přitom měla být vždy upravena na míru dle potřeb zákazníka. V soukromém sektoru se zohledňuje velikost společností, jejich zaměření i jednotlivé požadavky. Stejně přizpůsobení vyžadují tyto služby i v oblasti veřejné správy. Profesionální dodavatelé by tak měli být schopni nabídnout řešení podle individuálních požadavků každé instituce. Při výběru by měly úřady dbát nejen na rozsah služby, ale také na rychlost a jednoduchost jejího nasazení. Samozřejmostí jsou pak zejména softwarové funkce, které danému úřadu zefektivní procesy zpracování dokumentů v oblasti, která jej nejvíce zatěžuje.

Dokumentová řešení fungují na principu automatického rozpoznávání a vytěžování údajů, jako jsou například částky, termíny, názvy fi-

rem či organizací a dalších definovaných informací. Správa dokumentů v elektronické formě umožňuje zrychlení a zjednodušení veškerých navazujících procesů. Nastavením řízeného procesu je následně možné zefektivnit celý oběh dokumentu od jeho pořízení přes kontrolu a schválení až po odeslání či archivaci. Zejména v sektoru veřejné správy jsou tyto procesy velmi složité a často nepřehledné. Kvalitní dodavatel dokumentových řešení by měl proto provést nejprve analýzu procesů a navrhnout jejich novou optimální podobu.

Práce na úřadech veřejné správy je charakteristická zpracováváním údajů, které mnohdy vyžadují vyšší úroveň zabezpečení. Také v této oblasti nabízejí moderní dokumentová řešení řadu funkcí, jež umožňují odhalit či snížit potenciální rizika a předcházet nežádoucím nakládáním s důvěrnými informacemi. Základem celkového zabezpečení by mělo být nastavení přístupových

práv a přesná definice vlastníků konkrétních dat. Tímto způsobem lze vždy přesně zjistit kdo, kdy a jak změnil konkrétní dokument. Tato funkce působí jednak preventivně, a jednak nabízí i široké možnosti zpětné kontroly.

Moderní bezpečnostní systémy dokážou také odhalovat kritická místa v toku dat, chránit informace ve veřejných složkách a v cloudových úložištích, anebo napomáhají s rychlým a bezpečným přesunem velkého množství dat. Aktuálně je za jednu z největších bezpečnostních hrozeb nejen ve veřejném sektoru považována existence tzv. nestrukturovaných dat. Jejich množství v současné době prudce roste a často se vymykají kontrole. Ve většině organizací tvoří až 80 % všech interních dat a jejich objem se každých 12 až 18 měsíců zdvojnásobuje. Velcí dodavatelé dokumentových řešení se proto nyní zaměřují i na kontrolu a zabezpečení právě těchto dat.

(red)

INZERCE

„Hlasuji, chilli mám jasno“

Sanjiv Suri
Restaurátor roku 2010

RESTAURATÉR ROKU
Výroční ceny AHR ČR

20. 11. 2015 | Ostrava
www.cenyahr.cz

ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

Třetina podnikatelů v naší republice má zkušenost s odposlechy

České podnikatelské prostředí nevypadá jako procházka růžovým sadem. Právě naopak. Odposlechy v kancelářích, nebo napíchnuté telefony – s podobnou formou neetického získávání informací už se setkala téměř třicet procent firem. Devět z deseti firem se navíc obává, že konkurence proti nim vytáhne nekalé triky, jen aby získala výhodu. Vyplývá to z odpovědí více než stovky respondentů průzkumu, který mezi svými členy provedla Unie malých a středních podniků.

Že jsou k podnikání potřeba ostré lokty, je obecně známý fakt. Nicméně to, že by se běžně odposlouchávaly kanceláře firem, se doposud příliš nevědělo. Přitom plných sedmadvacet procent respondentů průzkumu Unie malých a středních podniků uvedlo, že se s odposlechem setkala v praktickém životě. To znamená, že buď měli nasazenou štenici v kanceláři, nebo jim někdo napíchl telefon.

„To, že má třetina podnikatelů osobní zkušenost s odposlechem, je logické vyústění faktu, že se u nás tato technika stala v podstatě běžnou záležitostí. Ročně se v České republice prodá odposlechová technika za stovky milionů korun a jak v oblasti businessu, tak v oblasti politiky je velmi pravděpodobné, že na nějakou formu odposlechu narazíte,“ komentoval výsledky průzkumu Jiří Schmidt, specialista na bezpečnost a ochranu proti odposlechu ve společnosti Probin.

Výsledky průzkumu pak potvrdily odpovědi velké většiny podnikatelů, kteří si myslí, že se v České republice business férově dělat nedá. Čtvrtina ze stovky respondentů se domnívá, že ostatní firmy si pomáhají ve velké míře nekalými praktikami. Dalších pětadesát procent si myslí, že konkurence čas od času využije ná-

strojů, které jsou za hranou přijatelných obchodních praktik. Znamená to, že jen deset procent podnikatelů vnímá české podnikatelské prostředí jako bezproblémové.

„Výsledky průzkumu mě zarazily. Neočekával jsem totiž, že by byli čeští podnikatelé až tak pesimističtí. Vypadá to, že si lidé zvykají na systém, kdy se někdo na trhu nechová poctivě, a proto musím přistoupit na jeho hru, abych se nedostal do ztráty. To je smutná vize pro tu-

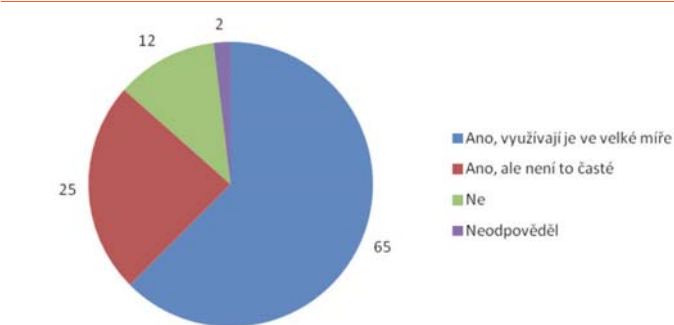
zemské prostředí,“ řekl David Šeich, předseda Unie malých a středních podniků.

Přestože tyto hrozby české firmy vnímají, podle výsledků průzkumu používá nějakou formu ochrany pouze osmnáct procent respondentů. Šifrovanou komunikaci používá deset procent z nich. Dalších osm procent si pak pravidelně nechává zkontrolovat kanceláře, jestli nejsou odposlouchávané. Česká legislativa je přitom ve vztahu k odposlouchávání velmi be-

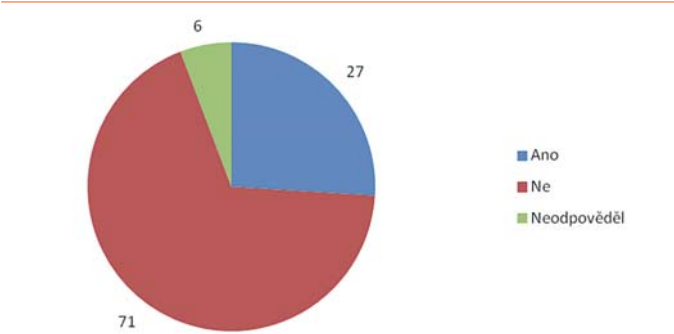
nevolentní. Technika potřebná k „napíchnutí“ něčího telefonu, nebo kanceláře je totiž běžně dostupná a v České republice mohou odposlouchávat nejen orgány státní správy, ale také bezpečnostní agentury, které k odposlechu nepotřebují žádná povolení.

Že by se však podnikatelé více chránili? Ne, většina o tom neuvažuje. Jen necelá čtvrtina respondentů uvedla, že se chystá pořídit nějakou formu ochrany informací a dat. (tz)

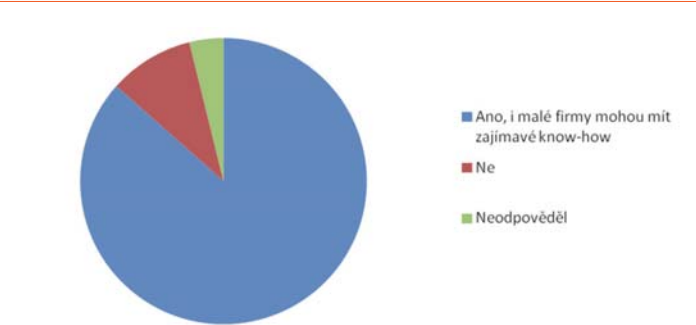
MYSLÍTE SI, ŽE V ČESKÉ REPUBLICE FIRMY VYUŽÍVAJÍ NEKALÝCH PRAKTIK K ZÍSKÁNÍ KONKURENČNÍ VÝHODY?



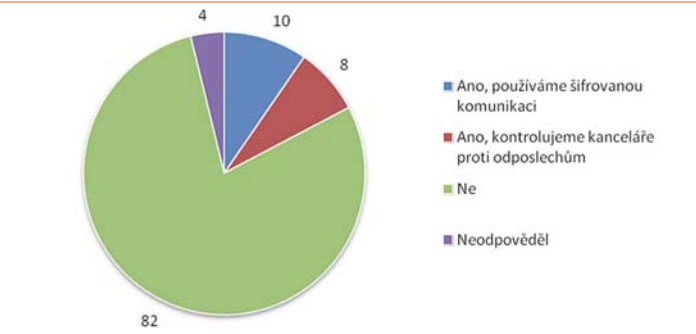
SETKALI JSTE SE NĚKDY V PRAKTICKÉM ŽIVOTĚ S ODPOSLECHY?



MYSLÍTE SI, ŽE SE PRŮMYSLOVÁ ŠPIONÁŽ TÝKÁ I MENŠÍCH FIREM SE ZAJÍMAVÝM KNOW-HOW?



CHRÁNÍ SE NĚJAK VAŠE FIRMA PROTI ODPOSLECHŮM?



Zákon o prokazování původu majetku může způsobit potíže i těm, kteří řádně platí daně

„Zpětně trestat živnostníka, že si roky neschraňoval účtenky, když mu stát umožnil uplatňovat paušální výdaje, odporuje zdravému rozumu,“ řekl prezident Hospodářské komory ČR v reakci na návrh zákona o prokazování původu majetku, který schválila vláda.

Nesprávné uplatnění zákona o původu majetku daňovou správou může mít pro některé podnikatele fatální důsledky. „Vítáme boj s daňovými úniky. Rozumíme potřebě hledat řešení v dodání zatajovaných příjmů. Zákon ale nesmí kvůli tomu negativně doléhat na podnikatele, kteří poctivě platí daně,“ postavil se za podnikatele

z řad fyzických i právnických osob prezident Hospodářské komory ČR Vladimír Dlouhý.

Zákon má fungovat tak, že správce daně vytipované osoby vyzve a popíše důvody, které jej vedou k závěru o výrazné disproporcii mezi nárůstem jmění poplatníka a jeho přiznanými příjmy, a uvede své další pochybnosti. Poplatník je

povinen prokázat, že majetek byl financován z příjmů, které byly řádně zdaněny nebo zdanění nepodléhají. Vladimír Dlouhý se obává, že místo důsledné kontroly si daňová správa ulehčí práci a šikanózně zatíží administrativou i řádně placící daňové poplatníky a způsobí vážné potíže těm, kteří sice nabyli majetek legálně a legálně jej rozmnožují, ale neschraňovali doklady, jimiž by dokumentovali své příjmy a nákupy věcí. Povinnost uchovávat účetní doklady však živnostníci-paušalisté nikdy neměli a právnické osoby mají podle zákona o účetnictví a zákona o dani z přidané

hodnoty povinnost archivovat účetní a daňové doklady jen pět či deset let.

„V rámci připomínkového řízení jsme ministerstvu financí poslali několik připomínek, kterým úředníci ministerstva vyhověli nebo je vzali v potaz, zároveň jsme upozornili na retroaktivitu, kterou považujeme za problematickou. Odůvodněním ministerstva financí ale je, že pokud by k retroaktivitě v souvislosti s doměření daně a penále došlo, bylo by ospravedlněno důležitým veřejným zájmem na řádném výběru daní,“ zdůraznil Vladimír Dlouhý. (tz)

Nebudou lidé, obávají se šéfové firem po celém světě

Šéfové firem po celém světě pociťují největší nedostatek lidí s odpovídající kvalifikací za posledních šest let. V průzkumu PwC mezi 1300 vedoucími představiteli společností z celého světa označily tři čtvrtiny dotázaných nedostatek zaměstnanců za největší hrozbu pro svůj podnik. Ještě před šesti lety takto neuvažovala ani polovina dotázaných. Největší obavy z nedostatku lidí mají šéfové firem v Japonsku a Jihoafrické republice, kde to je v obou případech více než 90 % dotázaných.

Velké obavy z nedostatku zaměstnanců s odpovídajícími znalostmi a schopnostmi mají i generální ředitelé firem v Číně (90 % považuje nedostatek lidí za velkou hrozbu pro svůj business), Hongkongu (85 %), Velké Británii (84 %) a Rumunsku (84 %).

„Obavu z nedostatku zaměstnanců, jejichž znalosti a schopnosti by odpovídaly rychle se měnícím potřebám firem, mají i tři čtvrtiny ge-

nerálních ředitelů českých firem. A třetina dotázaných označila tento nedostatek dokonce za velkou hrozbu pro svou firmu,“ upozornil Daniel Soukup, odborník na řízení lidských zdrojů poradenské společnosti PwC ČR.

Šéfové firem řeší nedostatek lidí různými alternativními či zkrácenými úvazky či agenturními pracovníky. Poohlížejí se také po mnohem širším mixu znalostí a dovedností než v minu-

losti a zaměstnance hledají i ve vzdálenějších regionech, odvětvích či demografických skupinách. Získání kvalitních lidí se stává také jedním z hlavních tahounů aktivity v oblasti fúzí a akvizic. Více než čtvrtina generálních ředitelů uvedla, že přístup ke špičkovým zaměstnancům byl hlavním důvodem pro spolupráci s jinou společností.

Daniel Soukup k tomu podotkl: „Firmy musí čelit rychle se měnícímu běhu světa, kde tahounem vývoje jsou technologie. Společnosti tak zoufale potřebují lidi s velkými technickými znalostmi a dovednostmi, kteří jsou přizpůsobiví a dokážou své schopnosti uplatnit napříč odvětvími. Najít takové lidi však není snadné a za své nadstandardní schopnosti si také nechají patřičně zaplatit.“

„Zaměstnavatelé již nemohou nabírat lidi tak, jak byli dosud zvyklí. Musí se poohlížet v jiných místech, v jiných regionech a v jiných zdrojích talentů. Firmy by měly mnohem lépe pracovat s daty, aby dokázaly správně analyzovat, jaké dovednosti přesně hledají a kde je budou potřebovat, a to nejen v tuto chvíli, ale i v budoucnu. V Česku nyní zaznamenáváme rostoucí poptávku po velmi detailních datech z trhu práce – například kolik je průměrná mzda mistra či obchodníka v konkrétní průmyslové zóně.“

Generální ředitelé se domnívají, že vlády by měly hrát významnou roli v řešení nedostatku zaměstnanců s odpovídající kvalifikací. Šest z deseti oslovených šéfů firem se domnívá, že vytváření kvalifikované a flexibilní pracovní síly by mělo být prioritou vlády. (tz)

Novela zákona o významné tržní síle může zdražit potraviny a narušit tržní prostředí



Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky, jehož členy jsou i největší obchodní řetězce působící u nás, nesouhlasí s návrhem vládní novely zákona o významné tržní síle a jejím zneužitím. Další zpřísnění regulace v maloobchodu jde proti trendu samoregulace v zemích Evropské unie a může mít výrazně negativní dopad na tuzemskou ekonomiku. Zástupci největších obchodních řetězců na trhu proto připravili společné prohlášení, které bude věcně argumentovat ve prospěch korektního obchodování.

„Novela zákona povede v obchodních řetězcích ke standardizaci podmínek a de facto k vyloučení svobodné soutěže. Brání obchodnímu vyjednávání a za vše hrozí doslova likvidačními sankcemi. Výsledkem bude zvýšení cen zboží,“ upozornila Marta Nováková, prezidentka SOCR ČR, a dodala: „ZoVTS má diskriminační charakter, protože se vztahuje pouze na obchodníky. Je ale zřejmé, že také mnozí dodavatelé mají významnou tržní sílu. Vyzýváme proto politickou reprezentaci, aby novelu ZoVTS nedoporučila ke schválení. Samotný zákon považujeme za nekonceptní a navrhujeme jeho zrušení bez náhrady.“

Z důvodové zprávy předložené do vlády v polovině roku 2013 vyplývá, že novela tak, jak je nyní projednávána, znevýhodňuje zákazníky, odběratele i stát. Negativní důsledky regulace se mohou promítnout například do nárůstu cen potravin v obchodech. Riziko výrazných sankcí za individuální jednání s tuzemským dodavatelem může vést k upřednostnění zahraničního zboží a v konečném důsledku postihne zákazníky, ať v podobě vyšších cen, nebo menšího výběru.

ZoVTS nabyl účinnosti 1. února 2010 a od počátku se setkává s negativní odezvou. Cílem zákona je ochrana dodavatelů potravin před praktikami obchodních řetězců. Samotná novela má odstranit nejasnosti vyplývající z jeho současného znění. „Rozhodovací praxe Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže je zcela zavádějící a zmatečná. Neexistují žádná pravidla, vy-



Na snímku uprostřed Pavel Mikoška, ředitel pro kvalitu, AHOLD, a viceprezident SOCR ČR pro obchod, a Marta Nováková, prezidentka SOCR ČR, společně s dalšími zástupci obchodních řetězců při jednání o budoucnosti českého obchodního podnikání

dáváná rozhodnutí jsou obsahově neudržitelná. Novela v tomto směru nic nemění,“ uvedl Igor Kremla, vedoucí oblasti Právo & Compliance ve společnosti Kaufland Česká republika.

Riziko sankcí za individuální jednání s tuzemským dodavatelem může dále způsobit, že obchodník od něj raději nenakoupí zboží pro své prodejny, které jsou často i v zahraničí. To by znamenalo propad exportu potravin a zboží českých výrobců, snížení konkurenceschopnosti českých potravin a potažmo i další důsledky, jako jsou nižší daňové odvody pro stát nebo zvýšení nezaměstnanosti v maloobchodu, službách či stavebnictví. „Podíl potravin od českých výrobců a dodavatelů se u velkých řetězců pohybuje mezi 70 až 80 procenty a export českých výrobků prostřednictvím obchodních řetězců je v objemu desítek miliard korun,“ shrnul Pavel Mikoška, Quality Director ze společnosti AHOLD Czech Republic, provozující prodejny Albert.

Novela ZoVTS:

- brání běžnému obchodnímu vyjednávání;
- umožňuje dodavatelům šikanovat odběratele;
- může způsobit nárůst cen potravin v obchodech;
- představuje hrozbu snížení podílu českých potravin v obchodech;
- může omezit vývoz tuzemských produktů;
- znevýhodňuje spotřebitele, odběratele i stát;
- jde proti trendu EU, která vyjadřuje podporu dobrovolné regulaci

Novela dopadá na odběratele s ročním obrátem přesahujícím pět miliard korun, což se v podstatě týká jen řetězců se sídlem mateřské společnosti v jiném členském státě Evropské unie, tedy zahraničních investorů. V souvislosti s výší obrátu mohou být nastavené sankce likvidační i za ojedinělá pochybení, která by neměla dopad ani na maloobchodní trh, ani na spotřebitele. Šlo by třeba jen o jednodenní zpoždění úhrady faktury. Obchodník s obrátem nad 5 miliard korun za rok má navíc podle návrhu novely významnou tržní sílu vůči všem, monopolní dodavatele či oligopoly nevyjímaje. Tato skutečnost může být v rozporu s právem EU.

Zástupci SOCR ČR i jednotlivých řetězců se shodují v tom, že ZoVTS žádný zásadní pozitivní efekt za pět let trvání nepřinesl. Navíc tvrdí regulace a snahy o její zpřísnění neodpovídají trendu EU, která vyjadřuje podporu dobrovolné regulaci.

Je třeba také vzít v potaz, že investice do rozvoje obchodní sítě v českém maloobchodě i velkoobchodě dosáhly od 90. let 20. století přes 600 miliard korun. Největšími investory jsou velké nadnárodní řetězce. Z uvedených 600 miliard představovaly investice deseti největších maloobchodních společností 60 procent, tedy přes 350 miliard korun. To se promítlo do zvalnění maloobchodu u nás, kultivaci prodeje i nakupování a výhod jak pro státní kasu, tak pro koncové spotřebitele. V diskusi o uvedení zákona zazněla také myšlenka, že není zcela korektní nechat investory v ČR utrácet peníze a poté jim znesnadnit regulací jejich business. Největší obchodní řetězce zde investovaly stovky miliard korun a mají nárok na předvídatelné podnikatelské prostředí. (tz)

Pro investice potřebujeme předvídatelné podnikatelské prostředí

Na dvě otázky ke žhavému tématu odpověděli zástupci významných obchodních řetězců:

1. Co by pomohlo k dalšímu rozvoji vaší společnosti na českém trhu?
2. Jak hodnotíte nastavenou regulaci ve vztazích mezi odběratelem a dodavatelem?

Jan Žák

ředitel nákupu MAKRO ČR

1. Makro jako velkoobchod je specifické tím, že i naši zákazníci jsou podnikatelé. Našemu rozvoji by tedy pomohly stejné věci jako více než milionu malých a středních podniků, na které cílíme. Prioritou je zejména stabilita právního prostředí, protože pouze zákony, které se nemění každý rok či dva jsou schopny vytvořit předvídatelné prostředí, v němž se bude podnikatelům dařit.

2. V první řadě si myslím, že speciální regulace vztahů mezi odběrateli a dodavateli není potřeba. Naše vztahy jsou vždy ukotveny smluvně a po vzájemné dohodě a zohledňují požadavky obou stran. Stávající regulace je příliš jednostranná. Pokud my jako velkoobchod chceme nakoupit třeba cukr, jsou na nás aplikována mnohem přísnější pravidla, než když ten samý cukr nakupuje výrobce, který jej dále zpracovává. Vztah mezi dodavatelem cukru a odběratelem je přitom v obou případech stejný a výrobce může mít na trhu i větší podíl než my.

Michael Šperl

vedoucí oblasti Mediální marketing/Distribuce Kaufland Česká republika

1. Domníváme se, že dalšímu rozvoji naší společnosti by pomohla nižší nebo nízká legislativní regulace, stejně jako zjednodušení právních a daňových předpisů.

2. Z našeho pohledu jde o zbytečný zásah státních autorit do vztahů, které se na liberalizovaném trhu vytvářejí lépe a stabilně na základě vlastní motivace. Máme navíc pocit, že regulace ve vztahu mezi odběratelem a dodavatelem je bohužel diskriminační a selektivní vůči obchodu s potravinami.

Pavel Mikoška

Quality Director AHOLD Czech Republic

1. Dalšímu rozvoji naší společnosti na českém trhu by pomohlo odstranění zbytečných regulací, které deformují tržní prostředí, chrání naše podnikatelské aktivity a další investice,“ vysvětlil Pavel Mikoška, viceprezident pro obchod Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a Quality Director Ahold Czech Republic.

2. Nastavená regulace postrádá jakékoli ekonomické odůvodnění a v konečném důsledku poškozují zákazníky. Jako taková je v rozporu s ústavními principy rovnosti a měla by být, podle mého názoru, zrušena. (tz)



Obchodní řetězce vyzývají k smysluplnému a rozumnému jednání

Zástupci osmi obchodních řetězců působících v České republice podepsali koncem května společné prohlášení k novele zákona o významné tržní síle (ZoVTS). Výzva k intenzivnímu jednání o smysluplnosti zákona je určena Bohuslavovi Sobotkovi, předsedovi vlády ČR, a ostatním nejvyšším představitelům země.

„Samotný ZoVTS považujeme za nekonceptní a z těchto důvodů navrhujeme jeho zrušení bez náhrady. Dovolujeme si vyzvat politickou reprezentaci ke konstruktivnímu dialogu

ohledně témat, na jejichž základech je ZoVTS a připravovaná novela postavena,“ uvedla Marta Nováková, prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR.

Novela, kterou se aktuálně zabývají poslanci Parlamentu ČR, podle názoru vyjádřeného společným prohlášením neřeší zásadní nedostatky zákona o významné tržní síle. Těmi jsou nejasnost a neurčitost, která může ve výsledku

poškodit spotřebitele i dodavatele zboží. Společnosti AHOLD Czech Republic, BILLA, MAKRO Cash & Carry ČR, Penny Market, Lidl Česká republika, TESCO STORES ČR, Kaufland Česká republika a Maloobchodní síť Hruška mají vážné obavy, že novela ZoVTS může negativně ohrozit jejich podnikání v České republice.

„Zdůrazňujeme, že naším dlouhodobým cílem je výhodně nabízet zboží v nejrůzněj-

ších cenových hladinách a v odpovídající kvalitě. Chceme podporovat tuzemské dodavatele a jejich produkty a v rámci společného trhu EU exportovat české potraviny do zahraničí. Obáváme se však, že novela ZoVTS může ohrozit naše podnikatelské aktivity a další investice,“ vysvětlil Pavel Mikoška, viceprezident pro obchod Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a Quality Director Ahold Czech Republic. (tz)

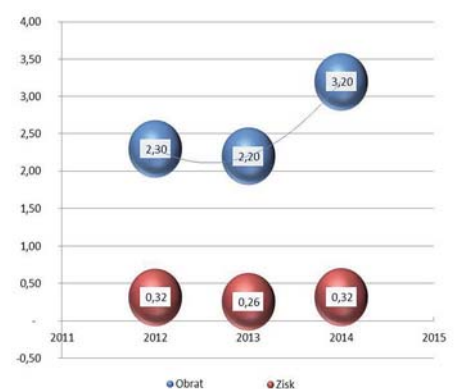
Najít nové trhy, které přinášejí růst prodeje i zisku

Již 12. ročník Štik českého byznysu odhalí ty nejúspěšnější firmy napříč různými odvětvími. Ekonomický žebříček založený společností COFACE hodnotí ekonomické výsledky firem a oceňuje je na celorepublikové i na krajské úrovni. Novým generálním partnerem žebříčku je společnost Vodafone.

Vývoj ekonomického prostředí, ve kterém se pohybujeme, je v posledních letech čím dál těžší předvídat. Ovlivňují je různé globální události, např. zhodnocení amerického dolaru anebo znehodnocení eura oproti ostatním měnám, pokles ceny ropy či pomalé zotavování růstu v Evropě. „Právě v žebříčku Štik českého byznysu se vždy našly firmy, které uměly uchopit nové příležitosti a využít změn. Jde o to, že se chopily a dokázaly přinést nový nebo inovovaný výrobek, tj. najít nové trhy, které jim přináší růst prodeje a zisku. Jejich ekonomické výsledky jsou pak měřitelné a jsou jedinými rozhodujícími kritérii pro samotné umístění v žebříčku,“ vysvětlil Martin Růžička, Country Manager společnosti Coface Czech, která je zakladatelem Štik českého byznysu.

„Požadavky na mobilního operátora se samozřejmě mění stejně rychle, jak rychle se vyvíjí technologie. Zdaleka už nejde jen o hlasové služby. Dnes klienti chtějí řešení, které pokryje všechny IT a telekomunikační požadavky společnosti. Požadují jednotný balík služeb a jejich co nejpohodlnější a nejjednodušší správu. Neustále rostoucí zájem sledujeme u mobilního datového připojení, které je třeba pro zaměstnance na cestách úplnou nezbytností. Rozhodli jsme se podpořit Štíky i proto, že se nám líbí koncept hodnocení stability a růstu, namísto tradičních žebříčků hodnotících pouze obrát či počet zaměstnanců“ řekla Milena Linhartová,

VÝVOJ PRŮMĚRNÉHO ZISKU A OBRÁTU



ředitelka prodeje firemním zákazníkům ve společnosti Vodafone, který je generálním partnerem projektu.

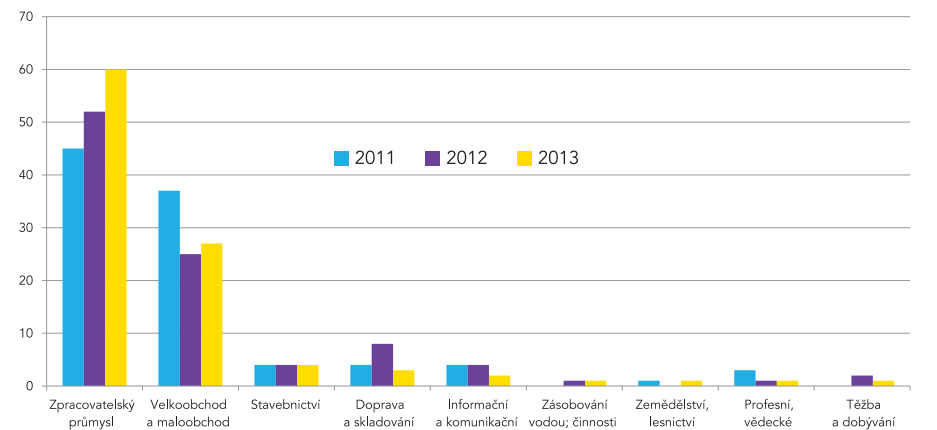
„České firmy by se měly inspirovat štikami. Nemusí ohromit svou velikostí, měly by však být mrštné a dravé. Tématem letošního roku bude práce s lidmi a technologiemi. Nedostatek zaměstnanců s vhodnou kvalifikací bude od firem vyžadovat, aby správně motivovaly své klíčové lidi a dokázaly si je udržet. Rozjíždějící se ekonomika také nabízí zajímavé příležitosti investovat do nových technologií, znalostí či dovedností,“ uvedl Zenon Folwarczny, ředitel v daňovém oddělení poradenské společnosti PwC ČR, která je hlavním partnerem Štik českého byznysu.

„Enterprise Investors je nejstarší společnost v oblasti private equity a rozvojového kapitálu ve střední a východní Evropě. Letos slavíme báječných dvacet pět let na trhu, na což jsem opravdu pyšný. Za tu úctyhodnou dobu jsme investovali již více než 1,6 miliard eur a naše činnost pokračuje i nadále. Společnosti z našeho širokého portfolia patří mezi dravce na trhu, často se díky naší podpoře stávají jedničkami ve svém oboru nejen ve svojí zemi, ale v celém regionu. Máme proto radost, že se velmi podobně daří i českým štikám. Tato soutěž se plně etablovala v českém podnikatelském prostředí a její prestiž rok od roku roste. A stejně úspěšné jsou i společnosti, které se v žebříčku umísťují na předních pozicích. Proto jim všem přejeme, aby dosáhly minimálně takového jubilea, jaké letos slaví naše společnost,“ říká Ivan Jakubek, Vice-President Enterprise Investors.

„Úspěšný vývoj účastníků Štik je určitě do jisté míry podpořen technologickým rozvojem. Jako hlavní klíč k úspěchu však vždy považujeme osobní invenci, která předchází té technologické. To, co nejvíc oceňujeme na úspěšných podnikatelích – ať již v rámci Štik českého byznysu, nebo i jinde, je právě osobnost a vizionářství majitele/ředitelů společnosti. Přejeme všem účastníkům letošního ročníku hodně inovativních nápadů a štěstí při jejich realizaci,“ říká Petr Laštovka, partner EMUN PARTNERS.

„Jako jeden z největších poskytovatelů logistických služeb nabízíme svým zákazníkům komplexní řešení jejich přepravních potřeb. Spojujeme firmy, ulehčujeme jim podnikání a pomáháme růst. Podnikatelé se tak mohou soustředit na svůj business, a tím dosahovat lepších ekonomických výsledků. Projekt Štíky je jedinečný v tom, že hodnotí firmy podle jejich finanční stability a růstu, což jsou podle mne jedny z nejdůležitějších předpokladů udržitelného rozvoje společnosti. Proto jsme se rozhodli stát se partnerem této soutěže. A přejí všem štikám, aby i nadále byly těmi, kdo budou čerpat vodu v českých podnikatelských vo-

ŠTÍKY ČESKÉHO BYZNYSU V ODVĚTVÁCH



dách,“ doplnil Vít Návrát, Managing Director DHL Freight Central Eastern Europe.

Luděk Procházka, Customs Area Manager ve společnosti Gerlach, uvedl: „Společnost GERLACH působí na území České republiky od roku 1991 a za tu dobu se zda stala nejvýznamnějším neutrálním celním brokerem. V současnosti disponujeme rozsáhlou sítí sesterských společností v různých evropských zemích, a dokážeme tak své služby zajišťovat ve stejném rozsahu a kvalitě z jednoho místa, což je našimi stávajícími i potenciálními zákazníky vítáno. Po celou dobu svého působení podporujeme různé projekty, ať již jde o dlouhodobou spolupráci s provozovateli dětských domovů či Českým červeným křížem, nebo sponzorství FC Viktoria Plzeň. V letošním roce jsme se rozhodli zapojit do projektu Štik českého byznysu a musím říci, že jsme byli příjemně překvapeni. Setkáváme se zde s mimořádně kvalitní koncentrací úspěšných lidí a společností.“

„Ze své dlouholeté zkušenosti na poli investic do malých a středních firem v mnoha zemích vím, že v Česku máme mnoho skvělých podniků, které buď již jsou, anebo mají předpoklady se stát úspěšnými štikami i v exportu. Proto se náš nově založený private equity fond BHS zaměřuje právě na takové společnosti, které mají potenciál a ambici růst. Věříme, že i díky našemu kapitálu, schopnostem a zkušenostem bude přibývat kandidátů na přední umístění v této zajímavé a užitečné soutěži,“ říká Luděk Palata, ředitel korporátního financování BH Securities.

Kritéria soutěže

Žebříček Štik českého byznysu zdůrazňuje pouze čistě ekonomické výsledky firem a kombinuje pohled růstový s pohledem finanční sta-

bility, a vytváří tudíž prostředí pro objektivní srovnání úspěchů firem napříč odvětvími. Hodnocené období zahrnuje poslední tři roky (aktuálně tedy období let 2012–2014), přičemž jednotlivé roky mají rozdílnou váhu: neaktuálnější rok má váhu nejvyšší. Obrát musí být vyšší než 10 milionů eur ročně v každém hodnoceném roce. Z hodnocení se vyřazují firmy, na něž je aktuálně podán návrh na insolvenční, a takové, u kterých byly zjištěny problémy se solventností. V ekonomickém žebříčku také nejsou hodnoceny firmy s některými specifickými formami podnikání (finanční společnosti, zbrojovky a firmy zabývající se výrobou a distribucí paliv, sázkové kanceláře a firmy zabývající se hazardem). Velikost podniku nehraje roli.

Soutěžní kategorie 12. ročníku:

Štíky českého byznysu v kategorii celorepublikových výsledků – Oceněna je jedna společnost z celostátního hodnocení.

Štíky českého byznysu v kategorii krajských výsledků – Vyhodnocuje se 1. až 3. místo v každém kraji.

Cena poroty – Česká štika – Vyhodnocuje se 1. místo v rámci celé republiky.

Při hodnocení ceny poroty se bere v úvahu stejný princip jako v celém žebříčku, a to hodnocení ekonomických ukazatelů (rentability, likvidity, míry zadluženosti, růstu obrátu) v syntetickém ukazateli Index 1000, přičemž se dále bere v úvahu vlastnictví podnikatelů. Do výběru se tak dostanou firmy, jejichž vlastnictví je prokazatelně z 51 % v rukou českých podnikatelů. Hodnotit se budou individuální nebo konsolidovaná data, dle jejich dostupnosti. (tz)

CzechTrade vydává exportní průvodce pro zajímavá teritoria

Agentura CzechTrade v letošním roce vydá sérii exportních průvodců, které českým firmám pomohou zorientovat se na netradičních trzích. První z textů, zaměřený na Maroko, byl představen v dubnu na Česko-marockém podnikatelském fóru. Agentura nyní připravuje obdobné dokumenty i pro Egypt, Thajsko a Ázerbájdžán. Do konce roku jich plánuje vydat celkem osm.

„V posledních dvou letech jsme otevřeli nové zahraniční kanceláře na vzdálených a mnohdy komplikovaných trzích, jako jsou např. Kolumbie, Maroko či země jihovýchodní Asie a Čína, kde jsme posílili naše zastoupení. Aby mohli čeští exportéři naplno využít potenciál, který jim nové trhy nabízejí, potřebují mít k dispozici praktické a relevantní informace. Proto jsme se rozhodli jim předat jednu z našich nejcennějších deviz, a to know-

-how a detailní znalost trhů, kterými disponují naše zahraniční kanceláře,“ sdělil Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Exportní průvodci budou k dispozici zdarma v tištěné nebo elektronické podobě. Firmy se zájmem o mimoevropské trhy se z nich dozvědí, jaké jednotlivé země nabízejí obchodní příležitosti a co je potřeba splnit, aby mohly na daný trh vstoupit. Dále v nich naleznou základní informace o tamním podnikatelském prostředí či platebních a dovozních podmínkách. Brožura je seznámí i s kulturou jednotlivých zemí a poradí například i v tom, jaká konverzační témata potenciální obchodní partneri ocení a kterým je naopak lepší se vyhnout.

Exportního průvodce pro Maroko si můžete prohlédnout na informačním portálu BusinessInfo.cz: www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/maroko.html. (tz)

Pro firmy v Plzeňském kraji

Agentura CzechTrade se zaměřuje na české regiony. V Plzeňském kraji využívá jejich služeb každoročně více než 300 firem. Jen loni získaly podniky z tohoto území díky spolupráci s agenturou zakázky v hodnotě přesahující 41 milionů korun. Dne 21. května se v Plzni uskutečnil již pátý ročník dodavatelského fóra Sourcing Day Tschechien, v průběhu kterého české podniky dostaly šanci jednat přímo s nákupci významných německých a jedné japonské firmy.

„S firmami v regionech se snažíme pracovat dlouhodobě. Nyní je naší prioritou seznámit je se službami agentury CzechTrade a ukázat jim, jak lze s naší pomocí uspět na zahraničních trzích. Loni jsme podnikům z Plzeňského kraje pomohli získat zakázky za více než 41 milionů korun a to jsou pouze ty, o kterých nás firmy posléze informovaly,“ komentoval výsledky Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Sourcing Day Tschechien byl zaměřený na strojírenské firmy, které mají zájem proniknout do Německa. Více než šest desítek českých podniků mohlo jednat se zástupci devíti společností, mezi které patří např. významný dodavatel pro automobilový průmysl německá firma STABILUS, firma Heye International, která vyrábí sklářské stroje a zařízení pro sklářský průmysl, či japonská firma Takagi, výrobce zahradní techniky.

Potenciálním partnerům se představila řada společností, například TVD – Technická výroba, slévárna KDYNÍUM, která vyrábí precizní odlitky metodou voskového vytavitelného modelu, či výrobce obráběných dílů, firma KORNET.

„Za uplynulých čtyři roky se nám díky Sourcing Days v Plzni podařilo zprostředkovat obchody za více než sto milionů korun,“ shrnul konkrétní výsledky uplynulých ročníků Adam Jareš, ředitel německého zastoupení CzechTrade v Düsseldorfu, který akci společně s pražskou centrálou organizoval. (tz)

Benzin, ekologie a společenská odpovědnost

Verva je nejen značka prémiového automobilového paliva, ale v názvu ji má i novopečený mistr ČR v ledním hokeji z Litvínova. Spojení benzínu a sportu není náhodné, patří ke sponzorským aktivitám, kterých mají členové České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu celou řadu. Právě o nich, ale také o ekologii a společenské odpovědnosti v tomto oboru, jsme hovořili s výkonným ředitelem ČAPPO Ing. Janem Mikulcem, CSc.



Ing. Jan Mikulec, CSc.,
výkonný ředitel České asociace
petrolejářského průmyslu a obchodu

Češi mají rádi svá auta, s chutí cestují, ale na „pumpaře“ a rafinerie se dívají s jistou nedůvěrou. Vznikla patrně už v minulosti, kdy výroba a prodej pohonných hmot s sebou přinášely i ekologické škody a větší či menší podvody a podvůdky. Proměnila se výrazně situace v oboru a jeho vnímání veřejností?

Máte pravdu, ona nedůvěra byla a stále ještě trochu přechází jako důsledek minulosti. Situace

v oboru se změnila radikálně, péče o životní prostředí je samozřejmostí v každodenním životě členských firem ČAPPO. Životní prostředí požívá nejen velké legislativní ochrany, ale dnes ve všech společnostech je ohled na okolí a respekt k němu vnímán jako přirozená součást každodenního života. A pokud jde o paliva, pak jenom pro připomenutí – prodej olovnatých benzinů byl ukončen v roce 2000 (a to jejich podíl byl minimální). Významným zdrojem znečištění ovzduší byl vysoký obsah síry v palivech, který dnes podle normy ČSN EN 590 je 10 mg/kg, zatímco před rokem 2005 to bylo 500 mg/kg. Tak významné snížení obsahu síry je pro životní prostředí blahodárné, ale také bylo vykoupeno náklady v řádu stovek milionů korun na změnu technologií v rafineriích – obsah síry v ropě se samozřejmě nezměnil.

A pokud jde o podvody a podvůdky, o problematice podvodů v oblasti pohonných hmot jsme rozhovor už vedli a po zavedení kaučí skutečně karuselové podvody v oblasti DPH pohonných hmot prakticky ustaly. A ještě něco – „menší podvody a podvůdky“ na čerpacích stanicích – to si dost dobře neumím představit na čerpacích stanicích našich společností, ale nejenom našich společností – každé společnosti či čerpací stanice, dbalé své pověsti. Prostředí je velmi konkurenční a každý má zájem, aby se zákazník vrátil.

Vím, že zpracování ropy bylo nejen nepřehlédnutelné, ale bylo i na dálku cítit. Že se blíží k pardubickému Paramu, jsem zaznamenal i se zavřenými očima. Dneska už rafinerie neobtěžují, ale půda je stále kontaminována, a vím, že v zemi jsou nevybuchlé bomby z války. Co s nápravou tohoto stavu dělá vlastník a jakou roli má sehrát stát?

Rafinerie o sobě dnes opravdu nedávají tolik vědět, i když někdy při nestandardních sta-

vech úniku nevonných látek tomu úplně zabránit nejde, ale to je opravdu výjimečné. Stále velký problém pro dnešní vlastníky jsou staré ekologické zátěže, ať už jde o rafinerie, sklady, či „staré“ čerpací stanice. Jde o kontaminaci, která v řadě případů vznikala desítky let, sanace řady těchto zátěží je velmi obtížná. Náklady (a jsou velké) nese ministerstvo financí, neboť za staré ekologické škody převzal při privatizaci zodpovědnost dnes již zaniklý Fond národního majetku. Přes veškerou snahu likvidace postupuje pomalu, a je smutné, že je často zdržována ještě mnohými odvoláními proti výsledku výběrového řízení na konkrétní sanační zakázku.

Ale i dnes mohou vzniknout (pro mne nepohoditelné) značné problémy. Připomenu jenom případ z konce roku 2013, kdy na Havlíčkově parta zlodějů navrátila produktovod Čepa a unikající nafta zamořila kromě rybníka i 12 000 tun zeminy na ploše kolem jednoho hektaru. Bomby v zemi – nikdo nechce sedět na tikající bombě, takže je to problém víceméně náhodných objevů.

Ke společenské odpovědnosti se hlásí stále víc firem. Jaký postoj k ní zaujali členové ČAPPO?

To je velmi široké téma. Členové ČAPPO se ke společenské odpovědnosti nejenom hlásí, ale opravdu hodně konají v mnoha oblastech a spektrum sahá od podpory vzdělávání, charitativních sociálních i zdravotních projektů a nadací, podpory vzdělávání až k podpoře sportu. Když jsem se připravoval na tento rozhovor, tak jsem si trochu tyto aktivity zmapoval a byl jsem sám překvapen jejich šíří a rozsahem a zdá se mi, že možná naše členské společnosti zbytečně skromně šetří publicitou. Někdy přitom jde o milionové částky.

Jak už jsem naznačil, petrolejářský průmysl poznamenal města, kde má svou výrobní základnu – Litvínov, Kralupy nad Vltavou, Pardubice, Kolín... Dokáže místním komunitám ukázat i svou přívětivější tvář? Nemám na mysli jen pracovní místa...

Jistěže ano, vždyť sousedé mají žít v přátelských vztazích. A jde nejenom o spolupráci v konkrétní lokalitě, ale i širším regionu, např. Unipetrol na smluvním základě spolupracuje s Ústeckým krajem a řadou měst a obcí, často formou finančních darů na potřebné aktivity pro jejich občany. Stejně jako v předchozím – na webových stránkách členských firem zájemce objeví řadu konkrétních informací, které jej možná překvapí stejně jako mě.

Nesmím zapomenout na událost, která k vám také patří. Letos Benzina jako sponzor HC Verva Litvínov slavila spolu s hokejisty dobytí prvního mistrovského titulu. V čem vidíte hlavní smysl podpory sportu? A je sponzorství extraligového hokeje typickým, nebo spíš ojedinělým počinem členů ČAPPO?

Získat po 56 letech nepřetržitého působení v nejvyšší soutěži titul je úžasná věc. V Litvínově se podařilo vybudovat báječný tým, funguje na ledě i v zázemí. Projevila se také obrovská vůle po úspěchu. Generální partnerství Benziny je mezi členy ČAPPO spíš ojedinělá záležitost. Vypovídá o sepětí fabriky s místními obyvateli. Hokej a Litvínov prostě patří k sobě, kvůli němu i město všichni znají. Ale nejde jen o vrcholový sport, ale o nabídku smysluplného využití času pro celý region. Co považujeme za zásadní věc, je fakt, že se díky litvínovskému klubu vytvořila široká základna pro uplatnění dětí a mládeže. Věnují se hokeji a povinností, ne různým svodům.

mnoho dalších úspěchů popřál Pavel Kačer ■■■

Spořitelní družstvo Artesa zvýšilo již v květnu u termínovaného vkladu úrokové sazby

V souvislosti se schválenými legislativními změnami týkajícími se fungování družstevních záložen, přišlo v květnu spořitelní družstvo Artesa před jejich účinností s dalším zvýhodněním pro své klienty. U termínovaného vkladu Artesa Bonus zvýšila úročení o 0,2 % p.a.

S blížícím se termínem změny, která začne platit od července 2015 a zavádí nové pravidlo 1:10 představující zvýšení členských vkladů, připravilo spořitelní družstvo Artesa výhodnou nabídku pro všechny zájemce o bezpečné zhodnocení úspor. „Klienti, kteří si založili termínovaný vklad Artesa Bonus v týdnu od 25. května do

31. května, získali zvýšenou úrokovou sazbu a zároveň nebudou muset navyšovat své členské vklady podle nového pravidla 1:10 až do konce roku 2017,“ řekl Pavel Ráliš, obchodní ředitel spořitelního družstva Artesa. Pro velký zájem klientů záložna posléze termín prodloužila do 12. června.

Přehled hlavních změn, které spořitelní družstva čekají:

- Bilanční suma družstevních záložen (tedy výše peněz, které spravují) nebude smět překročit pět miliard korun. Pokud se tak stane, musí se spořitelní družstvo transformovat na banku.
- Od roku 2015 musí záložny platit do Fondu pojištění vkladů ve srovnání s bankami dvojnásobné příspěvky. Cílem je ochránit klienty záložen, aby měli své prostředky co nejvíce jistěné.
- Od 1. 7. 2015 bude zavedeno pravidlo 1:10, které má zvýšit zájem členů záložny (každý klient

záložny je jejím členem) na jejím fungování. Toto pravidlo totiž určuje výši členského vkladu.

- Např.: Kdo si bude chtít v záložně uložit 100 000 korun, bude muset složit vratný členský vklad 10 000 korun.
- Od 1. 1. 2018 dojde k omezení maximální výše úvěru pro členy, která bude činit 30 milionů korun, a k nastavení minimální hranice členského vkladu ve výši 1000 korun. V případě zájmu o vyšší úvěr bude nucen žadatel obrátit se na banku, případně na spořitelní družstvo transformované na banku. (tz)

Na schůzku soukromým letadlem

Létání patří bezpochyby mezi typicky klubovské sny. Má stále své kouzlo, i když dospějete a uspějete v podnikání, ať je to v jakémkoli oboru. Soukromé letadlo navíc znamená i výjimečný status, určitou značku vysoké hodnoty.

„Také já jsem byl tímto snem od malička postížen. Touha stát se pilotem nepolevila ani v dospělosti, tak mi nezbylo nic jiného, než si své vysněné přání splnit,“ řekl obchodní pilot a podnikatel Jiří Janata.

„Má vášně pro létání se rozvíjela v postupných krocích. V roce 1998 jsem začal létat na kluzácích, poté jsem přešel na motorová a následně i vícemotorová letadla. A pak už chyběl jen poslední krok. Téměř dva roky jsem se den co den, při plném pracovním provozu, intenzivně učil, abych mohl složit zkoušky potřebné pro kvalifikaci obchodního pilota,“ dodal Jiří Janata.

To se zdařilo. Jenže člověk se nikdy nespokojuje s dosaženým a míří k dalšímu horizontu.

Nyní se leteckou činností může profesionálně živit, ale zároveň sní už o dalším kroku, o letecké přepravě osob.

„V současné době provozují letecké práce, jako jsou například reklamní lety, foto lety, vleky, káňky transparentů nebo monitorovací lety. A protože k rozšíření povolení o přepravu osob je zapotřebí mít vlastní dopravní letadlo, hle-



dám pro tuto činnost investičního partnera, který by poskytl prostředky na jeho nákup,“ uvedl Jiří Janata. Ideálně by mělo jít o společnost či soukromé osoby, které potřebují často cestovat, a to i do těžko dostupných destinací. Jako vklad nabízí Janatova společnost licenci potřebnou k provozu letecké přepravy, včetně organizace veškerých aktivit, spojených s létat-



ním, údržbou a zajištěním vytiženosti letadla v době, kdy letoun nebude využíván pro účely investičního partnera.

Výsledkem by měla být nově založená firma, schopná pořídit a provozovat menší dopravní letadlo, jakou je například Cessna na snímku. Může létat po celé Evropě formou aerotaxi na obchodní cesty podle přání klientů. Využívání soukromých letadel nabízí řadu výhod, které ocení nejen podnikatelé:

- Čas odletu určí klient.
- Místo přeletu určí také klient (dostupné jsou i cíle, kam se běžně nelétá).
- Soukromí, individuální a diskrétní prostředí.
- Posílení image před obchodními partnery.
- Možnost výběru spolucestujících.
- Spojení obchodních, pracovních, společenských a rekreačních aktivit.

Pokud vás zaujala možnost vlastnit soukromé letadlo bez starostí, létat jen za náklady a zároveň vydělávat v době, kdy letadlo nevyužíváte pro svou potřebu, kontaktujte Jiřího Janatu. Rád poskytne více informací na e-mailové adrese mediaguard@mediaguard.cz. (red)

Pracovník dohledového centra je zajímavá pracovní příležitost



ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

Téměř 15 let trvala v České republice složitá cesta ke standardizaci projektování, výstavby, řízení provozu a výcviku profesionální obsluhy dohledových a poplachových přijímacích center (DPPC, z anglického ARC), u nás dobře známých pod starším názvem pulty centralizované ochrany (PCO).

Nejvýznamnějším výsledkem vývoje standardů pro provoz DPPC je účinnost aktuálně platných tří částí evropského standardu, v ČR zavedeného jako ČSN EN 50518, část 1 až 3, který se vztahuje na všechna DPPC, ve státní i komerční sféře, sloužící k příjmu a následné odezvě na informaci o mimořádné, resp. krizové události.

Uplatňování požadavků trojice norem je zlomem, především pro jejich náročnost, protože jednoznačně odděluje moderní dispečinky s trvalou odborně poskytovanou službou, založenou na komplexu přijímání a zpracování informací zprostředkovaných vzdálenými detekčními a monitorovacími systémy, od těch, které k ochraně a ostraze lidských životů a zdraví, majetku i informací využívají „zařízení“ s nízkým technologickým a personálním potenciálem.

Na druhé straně ta pracoviště, která výzvu všech tří částí již přijala nebo přijmou a poža-

davky splní, se plynule přenesou do evropského prostoru poskytovatelů technických bezpečnostních služeb a budou jednoznačně, v tomto oboru podnikání, konkurenceschopná i v „přeshraničních“ obchodních vztazích.

Z uvedeného ale jasné plyne, že moderní DPPC se neobejde bez odborně dobře vyškolených a vycvičených dispečerů a jistě nezasvěceného překvapí, že donedávna pro uchazeče o pozici dispečera DPPC neexistovala žádná soustavná příprava, vzdělávací program nebo školské zařízení, které by zájemce odborně připravilo a vycvičilo, a tím také vymezily profesní kvalifikační standardy.

Národní soustava kvalifikací je základem profesionalizace obsluhy DPPC

Až s projektem Národní soustavy kvalifikací, která kopíruje obdobné evropské soustavy, byla v loňském roce ve skupině Právo, právní a veřejnoprávní činnost nově, mezi již zavedenými bezpečnostními kvalifikacemi, definována profesní kvalifikace Pracovník dohledového centra (dispečer DPPC).

Kvalifikace pro dispečery, označovaná kódem 68-003-H, obecně vymezuje požadavky, které má provozovatel DPPC sledovat a rozvíjet u svých stávajících i nově začínajících dispečerů, vedle technických znalostí a dovedností, kam patří zejména dobře řízená odolnost proti stresu, dlouhodobé psychické zátěži a schop-

nost komunikovat a zvládat řešení nejrůznějších krizových situací. Příslušný kvalifikační standard to definuje jako:

- obsluhování technických bezpečnostních systémů s orientací na přijímací zařízení a vyhodnocování signálů z bezpečnostních systémů,
- uplatňování zásad součinnosti se složkami integrovaného záchranného systému, zejména s Policií ČR a vymezenými osobami,
- aplikování právních základů bezpečnostní činnosti se zaměřením na vyhodnocování signálů z bezpečnostních systémů a organizování zákroků na narušených objektech,
- organizování činností směřujících k zajištění a obnovení bezpečnosti a ke snížení ztrát na majetku a zdraví osob,
- vedení dokumentace o provozu dohledového centra, o činnosti spojené s ostrahou, s kontrolami a s poskytovanými službami,
- organizování činností a výjezdů zásahových jednotek se zaměřením na komunikaci a předávání informací při organizování zásahů na narušených objektech.

Práce dispečera je téměř neomezenou příležitostí pro připravené

Zařazení dispečera DPPC mezi již schválené profesní kvalifikace Národní soustavy kvalifikací je „interní“ oborovou příležitostí k ověření, porovnání úrovně znalostí každého dispečera zkouškou podle zákona č. 179/2006 a lze ho

chápat i jako signál, že zprvu dobrovolně a následně s účinností nové zákonné úpravy této a souvisejících bezpečnostních činností povinně bude nezbytné dispečery řádně a průběžně vzdělávat a cvičit.

Vymezení kvalifikace a její zařazení do Národní soustavy kvalifikací je ale především obrovskou příležitostí pro ty, kteří vedle dosažené plnoletosti mají maturitní vysvědčení, dobré především psychické zdraví, čistý trestní rejstřík a zájem doplnit si vzdělání, vyzkoušet zajímavou, náročnou a do budoucna jistě i respektovanou profesi a stát se profesionálem v bezpečnostním oboru. V takovém, který se rychle vyvíjí a nabízí široké uplatnění ve složkách Integrovaného záchranného systému, v DPPC měst a obcí a u významných poskytovatelů těchto služeb v komerční sféře.

Česká společnost pro jakost je autorizovaná Ministerstvem vnitra ČR pro zkoušení podle pravidel nové profesní kvalifikace a navázala úzkou spolupráci s obecně respektovanými profesionály v oboru DPPC, kteří zájemce v rámci odborné přípravy a praktického výcviku připraví na úspěšné složení zkoušky Pracovník dohledového centra, včetně získání Osvědčení o profesní kvalifikaci a na následné profesionální působení v kvalitních DPPC.

Mgr. Libuše Urbanová,
odborná spolupracovnice ČSJ
pro zkoušky Dispečer DPPC

Czech Made pro SOLODOOR = kvalita zaručena

Kvalitní versus nekvalitní výrobek? Na toto téma se toho napsalo již hodně. Jak má ale laik poznat, že koupený výrobek nebo služba je opravdu kvalitní anebo že skutečně jde o český produkt? K rychlé a správné orientaci slouží Program České kvality – například pod značkou Czech Made. A tou se mohou pochlubit i dveře a zárubně společnosti SOLODOOR, druhého nejvýznamnějšího českého výrobce interiérových dveří a obložkových zárubní.

Značka kvality konečným spotřebitelům poskytuje jednoduchý návod, jak si vybrat kvalitní český produkt, a to již od roku 1993.

„Do programu Česká kvalita Czech Made jsme se přihlásili v roce 2012. Hlavním hnacím motorem pro nás byla rozšiřující se konkurence polských dveří na našem trhu. Touto značkou chceme našim zákazníkům ukázat, že od nás získávají kvalitní výrobek, který vznikl v české společnosti a je vyrobený českými pracovníky,“ vysvětlil Martin Dozrál, generální ředitel společnosti SOLODOOR.

„Před udělením značky proběhl v naší společnosti podrobný audit zaměřený na kontrolu našich zaměstnanců, výroby anebo účetnictví. Vše bylo v pořádku, a proto se můžeme pochlubit

bit značkou Czech Made, jako jediný prezentovaný výrobce dveří na stránkách programu Česká kvalita,“ doplnil.

Značka je vždy udělována na dobu dvou let, během nichž probíhá kontrola plnění stanovených kritérií.

Společnost SOLODOOR a.s. je tradičním, ryze českým výrobcem interiérových dveří a obložkových zárubní se sídlem v Sušici. Založena byla roku 1997 jako nástupnická organizace Dřevařské výroby SOLO Sušice a.s. Objem výroby v současné době činí více než 180 000 interiérových dveří a 80 000 obložkových zárubní ročně. Společnost zaměstnává kolem 230 zaměstnanců a patří mezi největší a nejvýznamnější zaměstnavatele regionu. (tz)



Inteligentní domácnosti zažívají na západě boom, v Česku tvoří pouze 6 %

Pohodlí, bezpečnost, úspora. To patří mezi hlavní výhody inteligentních technologií, které jsou v České republice stále populárnější. Zatímco v západních zemích jsou inteligentní elektroinstalace součástí zhruba 40 % rodinných domů, v Česku je využívá pouze 6 % domácností. Odborníci odhadují, že trend inteligentních domácností se do roku 2019 v Evropské unii dokonce zvýší o 61 %.

Inteligentní domácnosti a chytré bydlení zažívá v současné době velký boom. Mezi největší odběratele inteligentních technologií v domácnostech v Evropě patří Německo, poté následuje Francie, Velká Británie, Belgie, Švýcarsko a Nizozemí. „Směrem na západ nalezneme inteli-

gentní elektroinstalace nebo její část přibližně u 40 % rodinných domů, v Česku zatím asi jen u 6 %,“ uvedl Jiří Konečný, předseda Asociace chytrého bydlení. „Jde však o jedno z nejrýchleji expandujících odvětví, což jsme registrovali také na 100% meziročním nárůstu,“ dodal Jiří Konečný.

Odborníci odhadují, že během období let 2014–2019 v Evropské unii dojde k meziročnímu nárůstu až o 61 % inteligentních domácností, což je z více než tří milionů systémů na téměř 28 milionů inteligentních domácností. „Největší zájem ze strany zákazníků lze přisuzovat kategorií osvětlení, dále energetického managementu, zabezpečovacím a přístupovým systémům,“ popsal Jiří Konečný. Právě zabezpečení domácností je oblast, která v České republice nabývá na významu. Současným trendem je podle ex-

pertů vytvořit ucelená řešení zařízení napojených na centrální systém budovy, které lze sledovat a ovládat online. Do popředí se dostávají systémy na dálkové ovládání a programovatelné sestavy s mnoha automatickými funkcemi. „Pokud má uživatel od jednoho výrobce například garážová vrata, vjezdové brány, rolety či žaluzie, všechny tyto prvky lze programovat v rámci centrálního systému budovy. Lidé tak získají komplexní bezpečnostní systém pro svou nemovitost,“ sdělil Lubomír Valenta ze společnosti Lomax, která se zaměřuje na výrobu garážových vrat, předokenních rolet a žaluzií.

Právě komplexnost řešení lze spatřovat také v technologiích využívaných v českých domácnostech. „Většina zákazníků se zajímá o komplexní řešení, tedy propojení všech dostupných domácích elektrospotřebičů. V této

oblasti se nejvíce využívá chytré propojení varné desky a odsávače par,“ řekl Petr Chlada, obchodní ředitel společnosti Miele, která dodává inteligentní přístroje pro domácnost. Na tuzemském trhu lze kromě propojení domácích elektrospotřebičů také registrovat zvýšenou poptávku po centralizaci osvětlení a dalších zařízení, která lze ovládat jediným ovladačem. „Díky systému Home Motion si uživatel vytvoří scénáře, které respektují jeho životní styl. Jedním stisknutím tlačítka ovladače pak spustí například scénář Odchod, takže se automaticky zatáhne rolety, zavře se střešní okno, zamknou se dveře, zapne se alarm a uživatel může v klidu odejít,“ vysvětlila Hana Pobořilová, marketingová manažerka společnosti Somfy, největšího výrobce pohonů a řídicích systémů pro stínící techniku na světě. (tz)

Malé a střední podniky, rodinné firmy a sociální podniky se dočkají ocenění za společenskou odpovědnost

Rada kvality České republiky, Asociace společenské odpovědnosti, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a společnost P3 – People, Planet, Profit představily nedávno v Praze program Ceny za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně. Toto ocenění vyzdvihuje přínos malých a středních podniků, rodinných firem a sociálních podniků, které bez masivní propagace a nároku na uznání realizují desetitisíce drobných akcí, které jsou v součtu nesmírně významným přínosem na poli společenské odpovědnosti (CSR) v celorepublikovém měřítku.

Spolupráce čtyř nezávislých subjektů na organizaci a realizaci Ceny za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně je jedním z výsledků Národního akčního plánu společenské odpovědnosti organizací v ČR, který v loňském roce přijala vláda. „Přijetím Národního akčního plánu společenské odpovědnosti organizací jsme se přihlásili k podpoře tématu, které je doslova

klíčové pro zajištění udržitelného rozvoje nejen v naší zemi, ale na celém světě. Velice mě těší, že se nám daří spojovat dříve roztržštěné aktivity na podporu společenské odpovědnosti a že konečně ve shodě pracujeme na dosažení společného cíle, kterým je korektní, dlouhodobě udržitelné a společensky prospěšné podnikání v naší zemi,“ uvedl ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek. V oblasti společenské odpovědnosti se zatím pozornost veřejnosti i médií soustřeďovala na rozsáhlé projekty a oceňování celorepublikových aktivit velkých společností. V jejich stínu ale v naší zemi působí statisíce menších firem, které své aktivity v oblasti CSR navenek příliš nekomunikují, ale které jsou v součtu nejméně stejně významným prvkem pro zavádění společenské odpovědnosti. „Jen málokdo si uvědomuje skutečný význam malých a středních podniků pro naši ekonomiku. Tyto firmy vytvářejí přes 38 % našeho HDP a zaměstnávají 61% pracovníků. A podobným způsobem – tedy součtem statisíců drobných aktivit – můžeme získat skutečný obraz a ohodnotit význam podílu malých a středních

podniků na poli společenské odpovědnosti. Cena za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně má tento podíl spravedlivě ocenit, a především zviditelnit,“ vysvětlila Eva Svobodová, generální ředitelka Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Řada malých podnikatelů uplatňuje odpovědné chování jako standardní součást řídicích procesů. Oproti velkým podnikům jde většinou o méně formální přístup. „Ke společensky odpovědnému chování je vedou většinou silné etické a osobní hodnoty majitelů či zakladatelů. Ty nejsilnější příběhy v CSR proto nevytvářejí jen velké společnosti, ale také malé a střední podniky z regionu, jejich zaměstnanci i komunita kolem nich. Právě na jejich příběhy, které mohou inspirovat a motivovat i další a ukázat, že společenská odpovědnost dává smysl, chceme novým oceněním upozornit,“ uvedla Lucie Mádllová, výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti. Cena za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně, je rozdělena do tří kategorií. Kromě malých a středních podniků a rodinných firem budou samostatně posuzovanou ka-

tegorií i sociální podniky, jejichž podnikatelské aktivity jsou směřovány tak, aby prospívaly společnosti a životnímu prostředí. Dalo by se říci, že společenská odpovědnost je základní náplní jejich činnosti. „Sociální podniky hrají důležitou roli v místním rozvoji a často vytvářejí pracovní příležitosti pro osoby se zdravotním nebo sociálním znevýhodněním. Vyprodukovaný zisk používají z větší části pro svůj vlastní rozvoj nebo rozvoj komunity. Stejně důležité jako dosahování zisku je pro ně ale i zvýšení společenského prospěchu. I proto si nepochybně zaslouží vlastní kategorii v Ceně za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně,“ doplnila Petra Francová, ředitelka P3 – People, Planet, Profit. Do prvního ročníku Ceny za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně se mohou firmy hlásit do konce srpna 2015. Nezávislé hodnocení přihlášených provede Sdružení pro oceňování kvality a vítězové jednotlivých kategorií budou oceněni na Slavnostním večeru ve Španělském sále Pražského hradu v rámci Lis-topadu – Měsíce kvality v ČR. (tz)

Mnohé subjekty ignorují zákon o účetnictví

Většina českých firem dlouhodobě ignoruje zákon o účetnictví, když neukládá účetní závěrku a výroční zprávu do sbírky listin obchodního rejstříku. Za rok 2013 informační povinnost nesplnilo 67 % tuzemských společností, ačkoliv nejzazší termín vypršel na konci roku 2014. Za poslední tři roky údaje o hospodaření ani jednou nepublikovalo 45 % firem. Nejhorší přístup k plnění informační povinnosti mají podnikatelské subjekty se sídlem v Praze. Nejméně disciplinované jsou malé firmy s tržbami do 10 milionů korun a společnosti, které podnikají v oblasti obchodu. Analýzu zveřejnila poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.

„Plnění informační povinnosti v posledních sedmi letech, kdy Bisnode tyto statistiky podrobně sleduje, se nepatrně zlepšuje, nicméně současný stav je stále tristní. Za rok 2013 finanční výkazy nezveřejnilo 67 %, informační povinnost dlouhodobě neplní téměř 60 % společností. Ani jednou za poslední tři roky údaje o svém hospodaření nepublikovalo 45 % společností,“ komentovala statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že firmy zákon o účetnictví ignorují také proto, že riziko postihu ze strany státu je minimální. „Přitom pravidelným sledováním výsledků hospodaření lze v podnikání předcházet potenciálním budoucím problémům, a utajování informací o hospodaření tak znemožňuje efektivní prověřování obchodních partnerů,“ dodala Petra Štěpánová. Za rok 2013 doposud informační povinnost nesplnilo více než 67 % tuzemských společností, ačkoliv základní termín vypršel koncem července 2014, a nejzazší 31. 12. 2014. Z hlediska právní formy dlouhodobě zákonnou povinnost spolehlivěji plní spíše akciové společnosti než společnosti s ručením omezeným.

Čím vyšší tržby, tím spolehlivější plnění informační povinnosti
Naprostoj nejhorší přístup k dodržování platných právních norem mají firmy, které podle

ČSÚ nevykazují tržby. V této kategorii informační povinnost dlouhodobě neplní přes 82 % společností. „To mimo jiné souvisí s tím, že podstatná část těchto firem jsou spící schránky, které nevykazují žádné podnikatelské aktivity,“ řekla Petra Štěpánová s tím, že dlouhodobě platí, že čím vyšší tržby firmy vykazují, tím lépe plní informační povinnost. Nejlepší přístup ke zveřejňování finančních výkazů mají naopak společnosti s ročními tržbami přesahujícími jednu miliardu korun. Nejméně disciplinované firmy z pohledu přístupu k plnění informačních povinností za rok 2013 jsou subjekty se sídlem v Praze, s mírným odstupem následuje Plzeňský, Olomoucký, Jihomoravský a Středočeský kraj. Naopak dlouhodobě nejspolehlivěji informační povinnost plní společnosti z Královéhradeckého kraje. Maloobchod a velkoobchod jsou oblasti podnikání s nejhorším plněním informační povinnosti za rok 2013. V rámci maloobchodu s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky finanční výkazy nezveřejnilo téměř 88 % společností. Naopak nejlepší přístup k plnění informační povinnosti za rok 2013 měly firmy, které podnikají v oblasti pronájmu nemovitostí a výroby elektřiny. Zákonnou povinnost nesplnilo jen 33 %, resp. 41 % podnikatelských subjektů. (tz)

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI V LETECH 2009–2013 (% , které neplní)					
	2013	2012	2011	2010	2009
akciová společnost	50,10	39,65	36,89	36,61	37,67
společnost s ručením omezeným	67,75	61,42	58,82	58,16	58,54
celkem	66,62	59,96	57,30	56,63	57,02

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI 2009–2013 PODLE TRŽEB (% , které neplní)					
	2013	2012	2011	2010	2009
neuvedeno	87,76	85,50	83,86	82,95	82,12
1–9 999 999 Kč	56,89	48,06	43,75	42,09	42,37
10 000 000–99 000 000 Kč	43,13	31,45	26,22	24,24	24,61
100 000 000 Kč–999 999 999 Kč	27,27	15,58	11,39	10,16	10,59
1 000 000 000 Kč a více	13,35	5,42	4,42	4,01	5,41

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI 2009–2013 PODLE SÍDLA FIRMY (% , které neplní)					
	2013	2012	2011	2010	2009
Jihočeský kraj	54,09	45,60	45,37	46,37	50,11
Jihomoravský kraj	65,87	59,98	56,11	54,86	55,77
Karlovarský kraj	67,01	57,10	54,34	54,42	55,62
Královéhradecký kraj	42,17	29,11	26,03	25,97	27,56
Liberecký kraj	64,45	59,32	55,19	53,43	54,22
Moravskoslezský kraj	64,25	59,17	56,25	54,50	54,53
Olomoucký kraj	68,09	61,31	57,49	56,45	57,07
Pardubický kraj	56,95	48,77	44,94	44,15	46,42
Plzeňský kraj	68,89	57,79	55,68	55,16	57,26
Praha	71,35	65,34	63,14	62,76	62,16
Středočeský kraj	67,86	62,00	60,36	60,65	61,11
Ústecký kraj	62,06	56,44	53,91	52,61	54,25
Vysočina	53,25	45,11	42,63	44,01	46,01
Zlínský kraj	64,16	58,39	54,35	52,23	53,48

Zdroj: Bisnode

Dvě třetiny českých studentů jsou pro zavedení školního na vysokých školách

Téměř dvě třetiny (61 %) studentů vysokých škol jsou pro zavedení školního na českých veřejných vysokých školách. Třetina (33 %) studentů se domnívá, že by se školné mělo platit již při studiu. O něco méně dotázaných (28 %) by upřednostňovalo placení školného až po ukončení studia. Proti školnému se v průzkumu poradenská společnost PwC ČR vyslovilo 39 % z oslovených více než 800 studentů vysokých škol, převážně s ekonomickým zaměřením.

Studenti si přitom uvědomují, že si ani se vzděláním, které ve škole získali, v životě nevystačí.

Pouze 11 % dotázaných uvedlo, že jim pro uplatnění na trhu práce stačí to, co se naučili ve

škole. Devět z deseti studentů tak získává dodatečné zkušenosti či znalosti již během studia. Více než polovina (58 %) dotázaných při studiu pracuje, i když ne v oboru, kterému se přímo věnují. V oboru, který studuje, absolduje již při studiu praxi 37 % dotázaných a dalších 41 % si doplňuje profesní dovednosti mimo vysokou školu. Celkem 37 % studentů odjelo na zahraniční studijní pobyt do zahraničí. „Mladí si začínají uvědomovat, že vzdělání je

jejich investice do budoucnosti. Aby vynaložené peníze byly skutečně zhodnoceny, bude potřeba reformovat český vzdělávací systém a více do něho zapojit firmy. Generální ředitelé významných firem na českém trhu se v průzkumu PwC shodují, že schopnosti a znalosti absolventů, kteří opouštějí české školy, neodpovídají požadavkům trhu práce,“ sdělil Karel Půbal, ředitel oddělení poradenství pro veřejný sektor PwC ČR. (tz)

Česká chuťovka vstoupila do 7. ročníku,

Dětská chuťovka slaví 5. výročí

Stalo se již módním trendem upřednostňovat nákup českých potravin, což je z různých důvodů, nejen ekonomických, ale třeba i ekologických, určitě dobře. Označovat potraviny za českou se tak stává konkurenční výhodou, proto se již vedou dokonce spory o to, co je a co není česká potravina, kolik procent složek z tuzemských zdrojů musí taková potravina obsahovat apod. Na první pohled to může vypadat sofistikovaně, na druhou stranu se však jako vždy dábel skrývá v detailu. Jak se bude například prokazovat a kontrolovat, kolik procent suroviny skutečně pochází z domácích zdrojů? Je 75 % tak akorát a 73 % už málo? Nevývolá to další byrokratickou zátěž, která i bez toho dusí české výrobce zpravidla mnohem víc než jejich zahraniční konkurenci, což má samozřejmě dopady i na nákladovou stránku výroby a nemůže se nepromítnout i do spotřebitelských cen?

Značky Česká chuťovka a Dětská chuťovka se jakékoliv zbytečné byrokracii snaží vyhnout, a proto jednoduchým a průhledným způsobem deklarují zákazníkovi jen to, co je obsaženo už v jejich názvu: oceněná potravina byla vyrobena

českým výrobcem a na území ČR a především – spotřebiteli bude chutnat! Důraz na chuť je pak tím stěžejním, protože co jiného než právě chuť korunuje každou potravinu? Tím se také obě značky odlišují od všech dalších ocenění, která mohou čeští potravináři u nás získat.

Po šesti úspěšných ročnících se budou letos výrobci kvalitních českých potravin tedy znovu ucházet o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2015. Odborným garantem soutěže je tradičně Výzkumný ústav potravinářský Praha, v.v.i., v jehož sídle projdou počátkem října přihlášené dobroty anonymním senzorickým hodnocením renomovanými odborníky.

Značka Dětská chuťovka 2015, která nemá u nás a zřejmě ani jinde obdoby, oslaví letos malé jubileum – pět let od svého vzniku. Bude ji opět udělovat dětská porota složená z členů Dětské tiskové agentury, žáků ZŠ Londýnská a studentů SPŠ potravinářských technologií v Podskalské v Praze, za jejíž významné podpory se také soutěž koná. Jen výrobky označené touto značkou jsou senzoricky hodnoceny skutečně dětmi, a odrážejí tak věrně jejich chuťové preference, což je důležité nejen pro spotřebitele, ale i pro samotné výrobce. Kromě toho by organizátoři rádi propagací této značky podpořili zájem mladé ge-



nerace o uplatnění v potravinářském průmyslu, který řadu let setrvale klesá a reálně tak hrozí, že v brzké době budou u nás chybět například kvalifikovaní řezníci a další potravináři. Co to může v budoucnosti znamenat pro kvalitu tradičních českých potravin, je nasnadě.

Za šest let existence se značkou Česká chuťovka může pyšnit již celkem 282 potravin, Dětských chuťovek bylo dosud uděleno 65, přičemž zájem výrobců o jejich získání se rok od roku zvyšuje. Letošní 7. ročník soutěže se opět koná pod záštitou pana Milana Štěcha, předsedy Senátu Parlamentu ČR. Předávání ocenění se tak uskuteční 22. října znovu v nezapomenutelné atmosféře historických prostor Valdštejnského paláce, sídle Senátu. Přítomní novináři tam i letos na základě vlastní ochutnávky předají třem z oceněných plaketu Cena novinářů – Česká chuťovka 2015 a již potřetí bude také slavnostně dekorován Rytíř české chuti, kterým je každý rok



poctěna jedna výrazná osobnost českého potravinářství. Přihlášku i pravidla soutěže, jakož i seznam historicky všech úspěšných výrobců a oceněných potravin, lze nalézt na www.ceskachutovka.cz. Českou chuťovku je možné také sledovat na facebooku, kde jsou uveřejňovány aktuální informace a novinky od držitelů ocenění. Generálním partnerem České chuťovky je již tradičně skupina COOP a skupina Ahold. I letos je partnerem také spořitelní družstvo Artesa, které podnikatelům a firmám poskytuje úvěry s individuálními podmínkami formou provozního i investičního financování a pro účastníky soutěže opět připravilo zvýhodněnou nabídku úvěrů. Mediálním partnerem celé soutěže je vydavatelství AGRAL s tituly Potravinářská revue, Potravinářský zpravodaj a Řeznicko-uzenářské noviny, časopis Prosperita a společnost Falcon Media Broadcast, partnerem Dětské chuťovky pak je tradičně i Dětská tisková agentura. (tz)

Artesa podporuje soutěž Česká chuťovka

Artesa, spořitelní družstvo i v letošním roce pokračuje v podpoře soutěže Česká chuťovka, která oceňuje kvalitní české potraviny a pomáhá propagovat poctivé tuzemské výrobce. „Soutěž Česká chuťovka je zaměřena na podnikatele a firmy, které pro svůj další rozvoj potřebují kvalitní finanční služby. Proto jsme velice potěšeni, že můžeme být jejím partnerem,“ uvedl Ing. Pavel Ráliš, obchodní ředitel spořitelního družstva Artesa. Artesa i v letošním roce navíc pro účastníky 7. ročníku soutěže Česká chuťovka 2015, připravila zvýhodněnou nabídku úvěrů pro financování jejich provozních potřeb či investičních záměrů. „Jako partner soutěže umožníme jejím účastníkům využít slevu 25 až 50 % z poplatku za zpracování a vyhodnocení žádosti o úvěr. Vítěz ceny novinářů bude moci navíc využít snížení úrokové sazby financování o jedno procento,“ upřesnil Pavel Ráliš. (tz)

Vrátí se obchod „zpátky na stromy“?

Češi nakupují velmi rádi. Nevím, jestli je to dobře, nebo špatně, ale těší mě, že svou zálibu mají kde pěstovat. Počet prodejen, jejich nabídka a otevírací doba se vůbec nedá srovnávat s tím, na co byly zvyklé starší generace. Ale nic není jen samo od sebe, jsou za tím konkrétní lidé, konkrétní činy. Hovořil jsem o tom s generální ředitelkou Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Mgr. Alexandrou Rudyšarovou.

Obchod prošel za čtvrt století obrovskými změnami. Kdo už si nevzpomíná, jak to tehdy chodilo, může se podívat na režimně přikrášlený seriál Žena za pultem. Když dnes vidím obří prodejny plné zákazníků s vrchovatě naloženými nákupními vozíky zbožím, říkám si, jak to výrobě funguje. Nebo ten dojem není správný?

Maloobchod v ČR zaznamenal obrovskou změnu. Nejenom změnou společenského klimatu, ale i obecným vývojem. Výsledkem je hustá síť hypermarketů a tzv. „shopping center“. ČR dokonce v rámci Evropy vede v podílu metrů čtverečních obchodní plochy na obyvatele. Tento fakt má několik významných důsledků. Jedním z nich je kultura prodeje. Velká konkurence nabídky obchodních prostor vede k neustálému zkvalitňování služeb. Plocha prodejen pak přímo souvisí se sortimentem a objemem nabídky zboží, což má za následek snižování cen zboží.

Na vývoji českého maloobchodu v posledních 10 letech se zcela jistě negativně podepsala ekonomická krize. Několik zástupců velkých prodejců odešlo z ČR úplně, což způsobilo urči-

tou koncentraci trhu, a do jisté míry snížilo konkurenci v sektoru maloobchodu. Zatím však toto snížení konkurence nemá vliv na kvalitu služeb a cenu zboží. Významným faktorem, který se na vývoji maloobchodu podílí čím dál tím víc, je internetový obchod. E-commerce zaznamenává zejména v posledních pár letech obrovský nárůst a je velkým konkurentem pro kamenné obchody. V ČR je oblíbenost internetového obchodu jedna z největších v Evropě. Můžou za to zejména ceny zboží, které jsou na internetových obchodech výrazně nižší. V některých zemích jsou přijímána opatření, která se snaží narovnat podmínky mezi internetovými a kamennými obchody. Takovým případem je například Francie, kde byl nedávno přijat zákon, kterým se ruší omezení otevírací doby v kamenných obchodech, s cílem narovnat jejich nevýhody proti internetovým obchodům.

Na veřejnost se dostal spor obchodníků s potravináři ohledně zákona o významné tržní síle. Proč se stavíte proti jeho novelizaci?

SOCR obecně zastává názor, že regulace není dobrá. Natož regulace v obchodních vztazích. Obchodní vztahy jsou staré jako lidstvo samo. Vybalancování poměru mezi obchodními stranami je otázkou jednání smluvních stran, a ne regulačních zásahů. Státy mají letitou snahu



Alexandra Rudyšarová,
generální ředitelka
Svazu obchodu
a cestovního ruchu ČR

o regulaci obchodních vztahů, které pravidelně končí neúčelným zvýšením administrativní zátěže na všech stranách. V poslední době se v souvislosti s globalizací trhů a udržitelným rozvojem objevuje otázka regulace obchodních vztahů v oblasti potravin. U nás byla regulace prodeje potravin zavedena již v roce 2009 zákonem č. 395/2009 Sb. Tento zákon však nepřinesl žádné zlepšení. Jako důkaz uvádím, že za téměř pět let jeho platnosti nebylo vydáno ani jedno pravomocné rozhodnutí, které by zajistilo nebo změnilo podmínky uzavírání obchodů mezi prodejcem a dodavatelem. Přesto je jednoznačné, že k určitým pozitivním změnám ve struktuře dodavatelsko-odběratelských vztahů došlo. Proto je jasné, že obchod není o regulaci, ale o nabídce a poptávce.

Jaké změny můžeme v obchodech očekávat, pokud zákon v navrhované podobě projde legislativním procesem?

Jednoznačně zdražení, což bohužel zasáhne ty nejširší sociální vrstvy. Důvodem zdražení bude zásadní omezení prostoru pro vyjednávání o cenách. Takže v zájmu prospěchu jedné malé skupiny budou poškozeni všichni, a to jak na ceně, tak i na kvalitě. Vracíme se zpátky „na stromy“. Chápu, že pro některé se zdá jako ideální doba podpultového prodeje potravin, kdy se za to, že jsme si mohli koupit kus dobrého vepřového,

platily úplatky, a zelináři a řezníci byli považováni za elitu národa a etalon úspěšného občana.

Už dlouho se také hovoří o omezení prodejní doby ve svátcích. Komu vadí, že si lidé mohou v neděli nakoupit, a proč?

Vadí to podle mne tzv. sociálním inženýrům, kteří se myslí, že se stav společnosti, výchova dětí a rodinný životlepší, tím, že se vrátíme do stylu života o 30 let nazpátek. Že místo nakupování a trávení času v shopping mallech budou rodiny trávit nedělní dopoledne ve volné přírodě, nebo neberou do úvahy udržitelný rozvoj...

Média mají obrovskou moc. Když Čechům vsugerují, že nakupují nekvalitní, podřadné a ošizené potraviny, budou tomu věřit. Ale kde se dozvíme pravdu? Můžeme věřit tvrzení obchodních řetězců, že nabízejí prověřenou kvalitu?

Asi to není pouze tvrzení obchodních řetězců, které by nás mělo přesvědčit o kvalitě nabízených potravin. Určitě je zde potravinářská a veterinární inspekce jako orgán kontroly kvality potravin. Možná by novináři taky mohli plnit svůj společenský a osvětový úkol i tím, že nebudou hladovět pouze po negativních senzaciích. Média mohou být i platformou komunikace pozitivních sdělení, když budou utvrzovat naše společenství v tom, jak jsme dobří, a ne v tom, jak je u nás všechno špatně. Mně osobně například vadí, že informace o tom, že máme 25. nejlevnější potraviny ze 109 zemí, kde průzkum probíhal, nebyla skoro vůbec komunikována.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Nespolehlivých plátců DPH přibývá

Po dvou letech existence eviduje registr plátců daně z přidané hodnoty (DPH) 321 nespolehlivých plátců DPH, o 259 více než před rokem. Nejvíce nespolehlivých plátců DPH má sídlo v Praze a Jihomoravském kraji. Více než polovina firem v registru má tržby do deseti milionů korun nebo je neuvádí. Mezi nespolehlivými plátcí DPH je aktuálně pět společností s ročními tržbami přes miliardu korun a poprvé v historii jeden skupinový nespolehlivý plátc DPH. Analýzu zveřejnila poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.

„Počet nespolehlivých plátců DPH v posledních měsících prudce roste. Zdá se, že po delším ná-
běhovém období, a také zpřísnění podmínek, registr začal plnit svoji funkci jako nástroj proti daňovým únikům,“ řekla analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že výrazně přibývají i společnosti s vysokými tržbami.

Podle podrobné analýzy Bisnode přes polo-
vinu nespolehlivých plátců DPH tvoří menší společnosti s tržbami do 10 milionů korun nebo firmy, které tyto statistiky dle ČSÚ neuvádějí. Čtvrtina nespolehlivých plátců DPH vykazuje tržby mezi 10 a 60 miliony korun.

Nejvíce, a to téměř polovina, nespolehli-
vých plátců DPH má registrované sídlo v Praze (160), s odstupem následuje Jihomoravský kraj (67). Nicméně největší koncentrace problé-
mových firem má sídlo v Plzeňském (necelých 15 na 10 000 firem), Jihomoravském (14) a Ústec-
kém kraji (10).

NESPOLEHLIVÍ PLÁTCI DPH PODLE TRŽEB

interval tržeb (v Kč)	počet nespolehlivých plátců DPH – květen 2015	počet nespolehlivých plátců DPH – květen 2014
neuvádí	69	29
1–9 999 999	96	12
10 000 000–59 999 999 999	80	16
60 000 000–99 999 999	30	5
100 000 000–999 999 999	41	0
více než 1 000 000 000	5	0
celkem	321	62

NESPOLEHLIVÍ PLÁTCI DPH PODLE KRAJŮ

kraj	počet nespolehlivých plátců DPH – květen 2015	počet nespolehlivých plátců DPH – květen 2014
Praha	160	24
Jihomoravský kraj	67	20
Plzeňský kraj	22	2
Středočeský kraj	7	0
Královéhradecký kraj	10	6
Ústecký kraj	18	1
Jihočeský kraj	6	1
Moravskoslezský kraj	15	3
Pardubický kraj	8	2
Olomoucký kraj	0	3
Liberecký kraj	2	0
Vysočina	1	0
Zlínský kraj	5	0

Zdroj: databáze Bisnode

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Jak dosáhnout souhlasu aneb Jak nebýt sám sobě úhlavním nepřítelem

William Ury
Předpokladem skutečně efektivního vyjednávání je nejdříve úspěšně zvládnout konflikt s tím pro nás nejvýznamnějším oponentem, se sebou samými. A přechod od negativního k pozitivnímu pohledu na sebe sama představuje tu nejvýznamnější změnu, jakou můžeme v životě učinit.

Úspěšný obchodní zástupce
Ladislav Špaček

FRAGMENT
čtení • radost • poučení!
Jak dosáhnout úspěchu? Není to těžké. Je však potřeba se připravit. Stačí vědět jak se chovat, jak s klientem mluvit, na co si dát pozor a úspěch se dostaví.

Mžik
Malcolm Gladwell
Bizbooks
Velmi rychlá a leckdy zdánlivě neuvážena rozhodnutí mohou být stejně dobrá jako rozhodnutí opatrná a rozvášná. Není totiž důležité mít co nejvíce informací, ale vybrat si ty podstatné. Je to schopnost, kterou v sobě může vypěstovat každý z nás.

Chytrá důvěra
Stephen M. R. Covey, Greg Link, Rebecca R. Merrill
Autoři ukazují, jak ve světě vyznačujícím se výrazným poklesem důvěry mohou lidé i organizace dosahovat nejenom nebyvalé prosperity a dlouhodobého růstu, ale i radosti a potěšení z práce. V knize se dozvíte, jak si důvěru získat a udržet.

Milovaný vůdce
Čang Čin-song
C P R E S S
Kniha, která vám dá nahlédnout do zákulisí Severní Koreje. Dosud žádný příslušník severokorejské elity nepopsal tak detailně vnitřní fungování tohoto totalitního státu a jeho propagandistického aparátu. Autor zachytil i svůj neuvěřitelný útek na svobodu.

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

Revoluce v podnikání
Daniel Priestley
Právě TEĎ začíná era podnikatelů! Svět vstupuje do nové epochy podnikatelů, čínorodých malých firem a flexibilních inovátorů. Dinosaury průmyslové éry překonávají hbité start-upy, ambiciózní malé společnosti a autoři technických inovací. Vydejte se za svými sny a zbohatněte na tom, co vás baví. Kniha vám ukáže lepší způsob myšlení, navazování kontaktů i vydělávání peněz. Úspěšný podnikatel Daniel Priestley vám prozradí svůj recept, jak se v dnešní skvělé době naladit na notu probíhajících změn a dosáhnout fenomenálního úspěchu.

Jak z dobré firmy udělat skvělou
Jim Collins
Jedinečná kniha ukazuje, čím se liší firmy, které se z průměrných vyhouply mezi nejlepší. Autor se svým týmem prozkoumal hory dat společností, jejich postupů a výsledků a stanovil klíčové faktory úspěšnosti – proč některé firmy udělají velký skok vpřed, a jiné nikoliv. Výsledky překvapí a osvětlí prakticky každou oblast manažerské strategie a praxe. Přeměna dobrého ve skvělé vyžaduje překročení prokletí kvalifikace, že ideální je kombinace firemní kultury založené na disciplíně s etikou podnikání, že velký vliv má pohled firmy na roli technologií nebo že ty firmy, které zavádějí radikální změny a restrukturalizace, se téměř nikdy nestanou skvělými.

Dokonalá manažerská selhání
Pavel Vosoba
Jestliže hledáte recept na úspěšné řízení, chcete zjistit, zda jste perfektní manažer nebo nalézt dokonalou manažerskou teorii platnou pro 21. století, pak jste nenašli tu správnou knihu. Pokud vás ale zajímá, jak můžete použít osobní zkušenosti v manažerské praxi nebo se chcete z vlastních i cizích chyb poučit a využít je pro úspěšné řízení, určitě bude stát za to si tuto knihu přečíst. V celkem 52 životních příbězích autor odhalí zajímavé souvislosti s manažerskými problémy. Ocitnete se uprostřed otevřených dialogů mezi manažerem a koučem.

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

Právo stavby
Petr Zima
Právo stavby je ojedinělou publikací, která zkoumá stejnojmenný právní institut znovu zavedený novým občanským zákoníkem. Cílem publikace je upozornit na to, že jde o v zahraničí intenzivně používaný instrument umožňující zřízení nejrůznějších staveb bez nutnosti kupovat pozemek, přičemž má rovněž všechny výhody věcného práva. Hlavní pozornost je věnována definici různých prvků práva stavby, výkladu jednotlivých funkcí tohoto institutu a popisu různých pohledů na jejich použití.

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

P. Ripka děkanem FEL ČVUT

Akademický senát Fakulty elektrotechnické ČVUT zvolil kandidátem na děkana prof. Ing. Pavla Ripku, CSc., který fakultu vedl již v letech 2011–2015. Funkční období nového děkana bude čtyřleté od 1. 7. 2015 do 30. 6. 2019. Do funkce ho jmenuje rektor ČVUT.

V čele Unipetrolu M. Świtajewski

Dozorčí rada Unipetrolu opětovně zvolila Marka Świtajewského za člena představenstva a to ho opětovně zvolilo za svého předsedu. Bude rovněž zastávat funkci generálního ředitele.

Nová krev v žilách HELIOS

Head of Marketing – to je název pozice, kterou od začátku letošního roku zastává ve společnosti Asseco Solutions Martin Jedlička, MBA. Před nástupem do Asseco Solutions po dobu více než deset let sbíral zkušenosti v oblasti marketingu v renomovaných společnostech, jakými jsou LG nebo T-Mobile.

Nové orgány SOCR

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR má nové orgány. V představenstvu za Ahold ČR, a. s. Pavel Mikoška, za Asociaci hotelů a restaurací ČR Václav Stárek, za Asociace pro elektronickou komerci, Jan Vetyška, Petr Chmelař z Globus ČR, k. s., za Maloobchodní síť Hruška, spol. s r. o. Jaroslav Pajonk, Jan Žák z Makro Cash & Carry ČR, spol. s r. o., za SIKO Koupelny a. s. Jan Dvořák, Michal Ševera z SMG, spol. s r. o., za TESCO STORES ČR, a. s. Jiří Mareček, Marta Nováková z U&SLUNO, a. s., za Veletrhy Brno, a. s. Věra Menšíková, za Vesna, a. s. Lubomír Motyčka a Dana Zadražilová VŠE v Praze. V dozorčí radě jsou Milan Strieženec z Ahold ČR, Tomáš Hájek z Asociace direct marketingu, e-commerce a zásilkového obchodu a Jaroslav Krejzlík z Klubu českých turistů.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Hvězdné nebe GERnétic pomáhá dětem

Nový charitativní projekt s názvem Hvězdné nebe na podporu dětí z pěstounských rodin odstartoval v květnu. Cílem vzájemné spolupráce LK Servis – generálního zastoupení francouzské kosmetiky GERnétic v ČR a Nadačního fondu Rozum a Cit je shromáždit částku minimálně 20 000 Kč, kterou poté rozdělí nadační fond mezi několik dětí na jejich vzdělání a pomůcky, jenž jsou pro náhradní rodiče finančně nedostupné. Kosmetika GERnétic se tak připojila k nadačnímu fondu, který vyhlásil rok 2015 rokem vzdělání dětí v náhradních rodinách. Do projektu se mohou zapojit kosmetické salony, které spolupracují s kosmetikou GERnétic a také klientky a klienti a další příznivci kosmetiky GERnétic. Stačí zakoupit v některém ze zapojených kosmetických salonů vybrané kosmetické produkty GERnétic označené logem projektu. V každém takovém produktu najdou letáček s unikátním kódem. Pokud klient/ka vloží tento unikátní kód do příslušného formuláře na www.hvezdnebe-gernetic.cz, rozsvítí tak hvězdu na Hvězdném nebi, jeho/její jméno bude připsáno na Hvězdnou zeď a GERnétic z daného produktu věnuje na projekt 50 Kč. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Více za škody na zdraví

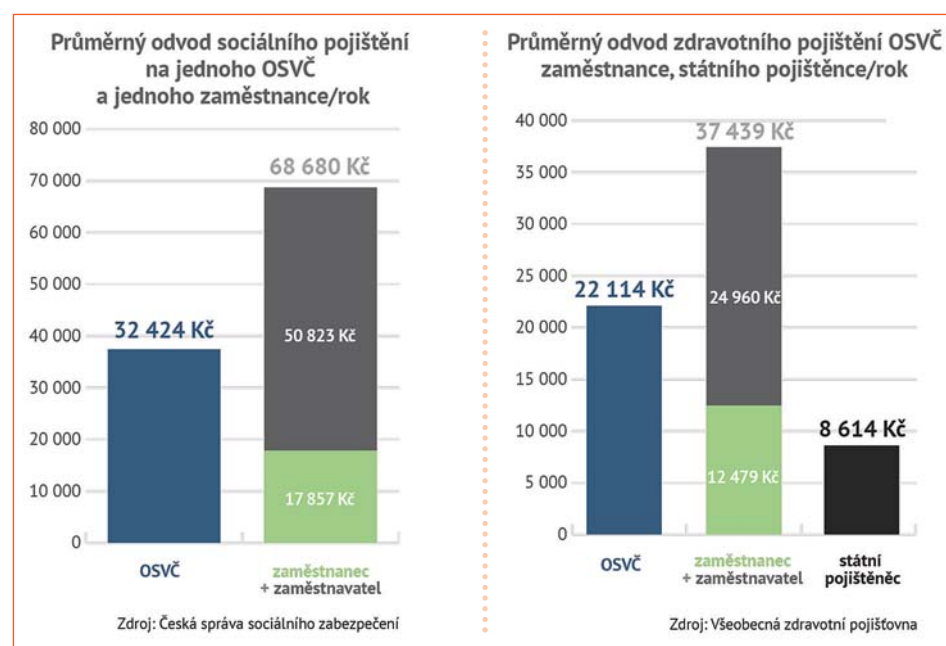
Pojišťovny musí klientům vyplácet více peněz za škody na zdraví než v minulosti. Změna souvisí s aplikací nového občanského zákoníku. V některých případech jde i o trojnásobek původní částky. Zároveň se výrazně rozšířil okruh osob, které mají na tento druh odškodnění nárok. Škody na zdraví přitom tvoří nemalou část plnění pojištěn u pojištění vozidel. Pojišťovny nemajetkovou újmu stanoví podle nového občanského zákoníku a zásad slušnosti. „Výše nemajetkové újmy se už nepaušalizuje, ale je řešena případ od případu. Rozhoduje například věk pozůstalých a poškozených, doložení síly citového pouta a podobně,“ uvedl tiskový mluvčí ČSOB Pojišťovny Petr Milata. (tz)

Srovnávací analýza OSVČ a zaměstnanců: rozdíl v odvodech není velký

Asociace malých a středních a podniků a živnostníků ČR a server Podnikatel.cz představili historicky první srovnávací analýzu odvodů OSVČ a zaměstnanců. Na základě prověřených a nestranně vyhodnocených zdrojů je na stole konečně dokument o tom, kolik kdo odvádí na dani z příjmů, kolik na zdravotním nebo sociálním pojištění. Na základě komparace aktuálních dat z Ministerstva financí ČR, Generálního finančního ředitelství, České správy sociálního zabezpečení, Českého statistického úřadu a Všeobecné zdravotní pojišťovny se prokázalo, že trvalé útoky proti nejmenším podnikatelům jsou nepodložené.

I přes fakt, že OSVČ jsou z pohledu podnikatelů nízkopříjmovými skupinami a jejich odvody se srovnávají se zaměstnanci všech příjmových kategorií, odvádí OSVČ na dani z příjmu třetinu toho, co odvádí zaměstnanec. Pokud by se vzal v potaz odvod daní z příjmů všech podnikatelských subjektů, včetně společností, potom jsou v celkovém objemu odvody přibližně stejné.

Na zdravotním pojištění odvádí OSVČ o 41 % méně než zaměstnanec, na sociálním pojištění potom méně o 53 %. V obou případech jde ale o částky, kdy se zaměstnancům počítá k jejich odvodům i částka, kterou za ně odvede zaměstnavatel. V případě tzv. čistých odvodů, tedy bez vlivu zaměstnavatele, v obou případech



odvádí OSVČ do zdravotní nebo sociální pokladny výrazně více než zaměstnanec.

Jednoznačně padla další mantra, která se s oblibou používá, a to, že OSVČ čerpá ze zdravotního systému více, než do něj vkládá. Analýza ukazuje, že naopak do systému přispívá dvojnásobně více, než z něj následně vyčerpá. Úplně nejméně potom do zdravotního systému odvádějí

státní pojištěnci. Varovný je však systematický úbytek živnostníků, kteří mají podnikání jako svoji hlavní činnost, a stejně tak nedobré zjištění je výrazný nárůst počtu těch OSVČ, kteří podnikají při zaměstnání. Svědčí to o tom, že mikropodnikatelé závislí pouze na své živnosti mají problém s přežitím, a naopak zaměstnanci začínají v rámci své další činnosti podnikat, neboť jim

nestačí hlavní příjem z činnosti závislé. Pokud by tento trend pokračoval ještě několik dalších let, dostaneme se do kritické situace, kdy mikropodnikání bude již jen druhou profesí zaměstnanců.

Karel Havlíček, předseda představenstva AMSP ČR k tomu uvedl: „Množící se útoky a na-prosto chybná tvrzení mnoha politiků nás přinutila udělat profesionální analýzu, na které jsme s kolegy ze serveru Podnikatel.cz pracovali několik měsíců. Předkládáme seriózní dokument, který má jedinou ambici – diskutovat nad relevantními daty, a nikoliv nad nesmyslnými výroky. Osobně jsem přesvědčen, že s ohledem na to, že porovnáváme podnikatele s nejmenšími příjmy se zaměstnanci všech kategorií, dále na základě toho, že OSVČ ručí svým celým majetkem, nemají proplácenou dovolenou ani prvních 14 dní nemoci, nebo například to, že minimální pojištění musejí odvádět i při nulových zakázkách, je současný systém nastaven korektně.“

„Věřím, že se naše analýza, kterou jsme připravili s AMSP ČR, stane výchozím materiálem při rozhodování o případných daňových změnách. Stávající nastavení zdanění samozřejmě není dogmatem, které nelze měnit. Návrhy úprav by však měly vycházet z reálných dat, a ne z dojmů, jak tomu v poslední době často bylo. Doufám tak, že naše analýza způsobí, že ve veřejném prostoru už nebudou zaznívat nesmysly o třetinových sádrách či o tom, že OSVČ na dani z příjmů nic neodvádějí,“ doplnil Daniel Morávek, zástupce šéfredaktora serveru Podnikatel.cz. (tz)

Jihočeští studenti na návštěvě v Asseco Solutions

Pražské sídlo společnosti Asseco Solutions se 4. května stalo cílem exkurze, kterou pro své studenty uspořádala Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Asi 25 mladých lidí sem přijelo, aby viděli, jak v praxi funguje moderní softwarová společnost.

Od rána do odpoledních hodin je zde čekalo podrobné představení firmy z nejrůznějších úhlů pohledu. Společnost a její produkty přiblížil Jan Novotný, prokurista a personální ředitel Asseco Solutions.

Oddělením programátorů provedl studenty Ondřej Jelínek, vedoucí vývoje HELIOS Orange. Následovala charakteristika obchodních a marketingových aktivit firmy, do nichž je zasvětil ve-

doucí marketinfu, Martin Jedlička. V další části exkurze se Jihočeši dověděli od Tomáše Veselého, vedoucího týmu realizace HELIOS Green, jak probíhá implementace a jak v softwarové firmě funguje péče o zákazníky.

Asseco Solutions, a.s., je největším producentem podnikových informačních systémů na českém a slovenském trhu. Softwarové aplikace z jeho produkce jsou distribuovány i na dalších

trzích v rámci střední Evropy. Společnost se zabývá nejen vývojem, ale také implementací a podporou specializovaných systémů pro organizace všech velikostí v nejrůznějších oblastech jejich působení. Produktové portfolio sahá od informačních systémů pro nejširší spektrum podniků, zabývajících se výrobou, obchodem či službami, přes produkty pro oblast veřejné správy, až po např. produkty pokrývající specializované potřeby ubytovacích a stravovacích zařízení. Všechny produkty jsou doplněné širokou nabídkou služeb a partnerských programů. Kromě základních modulů a funkcionalit poskytují též řešení pro jednotlivé oblasti podni-



kání, tzv. „oborová řešení“. Asseco Solutions je nositelem certifikátu kvality ISO 9001:2008 a je členem nadnárodní skupiny ASSECO Group.

Na konci roku 2013 v Asseco Solutions, a.s., pracovalo celkem 329 osob a obrat za rok 2013 činil 438,1 mil. Kč. (tz)

INZERCE

IGNITE YOUR BUSINESS

Přihlašte svou firmu do soutěže o nejlepší podnikatelský nápad

Vítězové si rozdělí 500 000 Kč

Více na ignite.upcbusiness.cz

IGNITE
EVERYTHING IS POSSIBLE

upc business