Ročník 17 (9/2015)

www.iprosperita.cz

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

INZERCE

Snažíme se vytvářet optimální akademické prostředí

Vzdělanost národa a uplatnění absolventů nejen vysokých škol je v České republice diskutovanou záležitostí stejně tak jako třeba image a potřebná vážnost kantorské profese. Nejen z pohledu společenské objednávky, nejen proto, že některé léta uplatňované modely výuky přestávají stačit překotné praxi firem, které si žádají odborníky s takříkajíc vášní v srdci, vynalézavé, tvořivé, tedy zaměstnatelné. Být dobrým učitelem či inspirativním rádcem je poslání, které se naše společnost odnaučila vnímat a ohodnocovat. Hříchy nyní bude muset patrně napravovat, ekonomika chce prostě své. Hodnoty spadající pod pojmy kreativita, vynalézavost, morálka, souvislosti udržitelné budoucnosti, vzájemná spolupráce konkurentů, to jsou prvky, které se nyní ve všeobecné komunikaci dostávají do popředí. Uvědomuje si to také UJAK – Univerzita Jana Amose Komenského, jedna z předních soukromých vysokých škol v České republice. Jejího rektora Luboše Chaloupky jsem se zeptala:

Pro většinu lidí je září měsícem nového školního roku, a ty tam jsou doby, kdy semestry na vysokých školách začínaly spíše v říjnu. Kdy a jak jste zahájili u vás?

Akademický rok začíná prvního září, přičemž právě v tomto měsíci je na univerzitě poměrně rušno: konají se zářijové termíny zkoušek, probíhají také státní závěrečné zkoušky a přijímací řízení. Nedílnou součástí jsou pak zápisy studentů do jimi zvolených studijních programů a také vyrovnávací kurzy pro ty studenty, kteří se rozhodli na UJAK navázat na předchozí studia a potřebují si doplnit některé předměty tak, aby mohli na UJAK pokračovat v navazujícím magisterském studiu. Velmi pečlivě dbáme na to, aby každý student svědomitě plnil stanovené požadavky, a zároveň klademe důraz na snahu vytvářet optimální akademické prostředí. O tom ostatně svědčí i fakt, že UJAK rozhodně nezahálí ani v průběhu letních prázdnin: ačkoliv neprobíhá samotná výuka, univerzita pochopitelně funguje a věnuje se důkladné přípravě nadcházejícího akademického roku a dalších aktivit například na poli vědy a výzkumu. Vlastně i určitá forma výuky je během prázdnin. Letos jsme kupříkladu na UJAK pořádali letní školu s největší kalifornskou univerzitou, University of California, Davis.

Doc. PhDr. Luboš Chaloupka, CSc., rektor Univerzity Jana Amose Komenského

Kolik studentů nastoupilo do prvních ročníků, nebo lépe, do prvních semestrů? Kolik studijních oborů mohli zvolit?

V současné době stále běží přijímací řízení, takže na tuto otázku je nyní předčasné odpovídat – zvláště s ohledem na naši zkušenost, kdy se značná část studentů zapisuje ke studiu právě v průběhu září. Na UJAK v současné době probíhá výuka v devíti bakalářských a šesti magisterských oborech, nechybí doktorské studium a vlastní program MBA, který získal prestižní mezinárodní akreditaci. Je však třeba říci, že ne všechny studijní obory otevíráme každý rok, pro detailnější informace proto doporučuji navštívit naše webové stránky, kde ostatně zjistíte podrobnosti i o jednotlivých oborech. A nabídka je opravdu pestrá – od oborů humanitních, často s akcentem na pedagogiku, přes obory orientované manažersky a ekonomicky až po ty zaměřené na mediální problematiku.

Čím je podle vás UJAK pro zájemce o studium atraktivní?

Těch věcí je celá řada. UJAK je, coby velmi úspěšná soukromá univerzita, neustále pod drobnohledem Akreditační komise, a o to více klademe důraz na kvalitu. Univerzita vybudovala vlastní funkční kampus, takže veškerá výuka je v Praze soustředěna do jedné lokality. Rozvíjíme zázemí pro studenty – například pro mediálně orientované obory je k dispozici profesionální audiovizuální studio. Spolupracujeme s celou řadou institucí, mnohé z nich navíc poskytují našim studentům možnost zajímavé odborné praxe. A když už jsme u té spolupráce, jsme zapojeni do programu Erasmus Extended University Charter a spolupracujeme s desítkami univerzit po světě. Máme také vlastní program MBA, zaměřený na řízení lidských zdrojů a EU, přičemž tento program, který jsme si navrhovali sami s maximálním ohledem na specifickou situaci v daném odvětví v Česku, jsme nyní úspěšně reakreditovali u mezinárodní organizace FIBAA. Z její strany máme také velmi pozitivní zpětnou vazbu a nabídku rozšíření další spolupráce. Jsme rovněž jediným místem v republice, kde lze získat mezinárodně uznávané jazykové certifikáty telc. Samozřejmostí pak je úzká spolupráce s odborníky z praxe, snažíme se, aby na UJAK působily opravdové osobnosti jak z akademické, tak praktické sféry.

Vaše vysoká škola boduje v uplatnitelnosti absolventů v praxi, což vyplývá například z dat zveřejňovaných úřady práce. Co k takovému hodnocení vede? A do jakých profesí vaši absolventi zpravidla nastupují?

Podle nejnovější studie, kterou nedávno publikoval Český rozhlas, bylo na konci minulého roku mezi humanitně vzdělanými absolventy VŠ (právě podle dat z úřadů práce) něco kolem 4 % nezaměstnaných. UJAK se umístila ve skupině univerzit, kde je tato nezaměstnanost na polovičních hodnotách, což je velmi dobrý výsledek, do studie byly zařazeny jak soukromé, tak veřejné vysoké školy. Co k takovému výsledku vede? Dle mého názoru je příčin více a vzniká jakýsi synergický efekt:

1. Snažíme se o maximální propojení s praxí, studenti tak v tomto směru získávají výbornou průpravu.

2. Určitá část studentů, která na UJAK nastoupí, si již doplňuje vzdělání v rámci svého zaměstnání – toho si velmi vážíme, neboť tato skutečnost svědčí o tom, že UJAK je atraktivní i pro lidi, kteří již ve svém oboru pracují, často mají dlouholeté zkušenosti, které chtějí rozvíjet. Praxe potvrzuje, že jim máme co nabídnout.

pokračování na straně 7

Pozor na povinné energetické audity

Velkým firmám nad 250 zaměstnanců hrozí již za tři měsíce pokuta až do výše pět milionů korun, pokud nesplní novou zákonnou povinnost. Budou muset od 5. prosince 2015 zpracovávat každé čtyři energetické audity nebo certifikovat svůj management pro hospodaření energií dle norem ISO. Stovky českých poboček zahraničních firem si ale neoprávněně myslí, že se jich nová povinnost netýká. Velké nejasnosti panují také u energetických auditů pronajatých prostor, v nichž podniky působí. Upozorňuje na to Jakub Kejval, generální ředitel inspekční a certifikační společnosti Bureau Veritas v souvislosti s novelou zákona o hospodaření energií.

„Zejména české pobočky zahraničních podniků žijí v mylném přesvědčení, že se na ně energetické audity nevztahují, protože mají méně než 250 zaměstnanců. Ve skutečnosti však musí ze zákona připočítat také pracovníky své „matky" a toto kritérium pak lehce naplní. Při posuzování statutu velkého podniku je totiž nutné posoudit i vztah k propojeným podnikům v rámci EU. Při výpočtech záleží na výši vlastnického podílu. Toto se dotkne stovek českých poboček, které nejsou na novou povinnost vůbec připravené," upozornil Jakub Kejval z Bureau Veritas. Zákon se dále vztahuje na všechny firmy s obratem vyšším než 50 milionů eur a současně s bilanční sumou roční rozvahy vyšší než 43 milionů eur.

Firmy si dále nejsou jisté, zda auditovat rovněž budovy sloužící k podnikání, které nejsou jejich majetkem, ale užívají je v pronájmu. Zákonná povinnost se ale týká všech užívaných budov neboli energetických hospodářství (dále jen EH) bez ohledu na vlastnictví. Podle Jakuba Kejvala se mohou v praxi objevit tři případy:

- vlastník EH není malým nebo středním podnikatelem a pronajímá EH podnikateli, který je malý nebo střední, poté se povinnost vztahuje na vlastníka;
- vlastník EH je malým nebo středním podnikatelem a nájemce jím není. Povinnost se v takovém případě vztahuje na uživatele – nájemce EH;
- oba subjekty, vlastník i nájemce, nejsou malými nebo středními podnikateli, a tudíž se povinnost vztahuje na oba a je pouze na dohodě mezi těmito stranami, jak tuto povinnost naplní.

„V případě, že si pronajímáte pouze části budov, převládá právní názor, že nejde o energetické hospodářství, neboť EH je soubor technických zařízení a budov sloužících k nakládání s energií," dodal Jakub Kejval. Velké podniky jsou povinny zpracovat energetický audit či si certifikovat systém podle ISO 50001 do 5. prosince 2015. Pokud má firma energetický audit, který byl zpracován v období tří let přede dnem nabytí účinnosti tohoto zákona (1. 7. 2015), musí si nechat udělat nový energetický audit až k 30. 6. 2019. Jinak se právnická osoba dopustí správního deliktu a může jí být uložena pokuta až do výše pět milionů korun. Pokuty vybírá a vymáhá Státní energetická inspekce. **(tz)**

Svaz průmyslu a dopravy ČR podepsal akční plán spolupráce s TA ČR

Generální ředitelka Svazu průmyslu a dopravy ČR Dagmar Kuchtová a ředitel Technologické agentury ČR Luděk Knorr podepsali začátkem září v Praze Akční plán spolupráce mezi oběma organizacemi. Došlo tak k aktualizaci úkolů pro roky 2015 a 2016 vycházejících z loni podepsaného Memoranda o spolupráci mezi SP ČR a TA ČR.

SP ČR dlouhodobě spatřuje ve výzkumu, vývoji a inovacích základní prvek konkurenceschopnosti ČR. Technologická agentura ČR představuje důležitý pilíř v podpoře aplikovaného výzkumu, a proto je nezbytná vzájemná koordinace jejich aktivit v dané oblasti. Spolupráce se týká kromě podpory novelizace zákona č. 130/2002 Sb., o podpoře výzkumu, vývoje a inovací či výdajů státního rozpočtu na aplikovaný výzkum a dalších aktivit také akcí v rámci celoroční kampaně Rok průmyslu a technického vzdělávání, kterou SP ČR vyhlásil na letošní rok.

„Akční plán navazuje na úspěšnou spolupráci z předešlého období, kdy obě organizace ve vzájemné kooperaci podnikaly kroky na zlepšení prostředí pro aplikovaný výzkum a vývoj. Došlo nejen ke konzultacím při tvorbě stanovisek a pořádání akcí, ale také k personálnímu propojení našich pracovních týmů," řekla po podpisu generální ředitelka Dagmar Kuchtová. **(tz)**

NAJDETE UVNITŘ LISTU

Biopaliva v dopravě mají dlouhou historii, potřebují však vyjasnit budoucnost 8

Přichází slabá sezona, ale trh práce zůstává pozitivní 9

Západní Evropa je nejatraktivnější investiční destinací, předstihla i Čínu a Spojené státy 10

Na 85 procent Čechů cítí hrdost, pokud jejich zaměstnavatel pomáhá ostatním 11

Aby se nákupy v prodejnách COOP i nadále vyplácely 16

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: brixi@iprosperita.cz

Datum vydání: 11. září 2015

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

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

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

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

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmášek

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

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem ▮▮▮. Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzerentem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

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

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

Časopis je v roce 2014 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

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

Pojďte na trh s námi a inzerujte!

PROSPERITA®
Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.
www.iprosperita.cz

Madam BUSINESS
PROSPERITA
www.madambusiness.cz

fresh TIME
PROSPERITA
www.freshtime.cz

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

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

kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

O minimální mzdě

Česká vláda rozhodla, že minimální mzda stoupne v příštím roce o 700 korun. Nevím, jestli je to hodně, nebo málo. Každý má na to svoje měřítko, vlastní názor a rozdílné potřeby. Také v Americe učinili totéž. Odměna za práci nejhůře placených lidí podstatně stoupne. Hned se ozvali zástupci fastfoodových řetězců, že jim vyšší platy zvednou náklady natolik, že raději rozšíří automatizaci výroby a obsluhy. Důsledek: zaměstnanci nedostanou přidáno, ale výpověď. V každé společnosti totiž platí nejen fyzikální, ale i tržní zákony, které se nedají obejít, okecat ani zkorumpovat. Podobně jako se mzdami se to má s ochranou pracujících. Pokud je příliš vysoká a rigidní, brání zaměstnavatelům přijímat nové lidi a vytváří nezaměstnanost, zejména mladých. Stále mezi námi chodí mnoho těch, co věří, že vysoká životní úroveň se dá vytvořit vládním výnosem nebo odhlasováním v parlamentu. Mýlí se. Vytvořit se dá jen prací. Pokud se někomu podaří obohatit bez práce, bývá to vždy na úkor někoho jiného.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Když přijdou uniformy

I v okurkové sezoně se musí pořadatelé tiskových konferencí snažit, aby přilákali zájem médií. Ne vždy se jim to daří, ale Asociace malých a středních podnikatelů a živnostníků ČR spolu s APL – Asociací lodního průmyslu se trefily do černého. V pražském sídle první jmenované asociace bylo 27. srpna nejen plno novinářů z tiskových médií, ale ukázaly se i dva televizní štáby. Předseda AMSP Ing. Karel Havlíček, který měl pochopitelně z tak hojné účasti radost, poznamenal, že uniformy táhnou. Ano, nejen atraktivní téma konference, které se týkalo zkušeností s novou plavební vyhláškou, ale i zástupci Policie ČR a Státní plavební správy byly tím pravým tahákem. Plukovníkovi Martinu Hrinko z ředitelství služby pořádkové policie i řediteli správy Václavu Novákovi to ve slavnostních stejnokrojích opravdu slušelo, prošedivělý druhý jmenovaný navíc vypadal jako ostřílený mořský vlk. A protože nechyběly zajímavé informace, považovali všichni tuto akci za velmi vydařenou.

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 Ceská chuťovka
10. Prodejní prezentace českých návrhářů Grace'n'Glamour
11. Soutěž IGNITE
12. Woman & Life

NA NAŠICH STRÁNKÁCH

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

SP ČR ocenil české diplomaty za podporu exportu

Viceprezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Radek Špicar ve svém projevu při setkání vedoucích Zastupitelských úřadů České republiky v zahraničí velvyslancům poděkoval v Praze koncem srpna za jejich podporu exportu. „Je to nepostradatelná pomoc zejména na náročných trzích mimo Evropskou unii," uvedl. Zdůraznil, že podobná setkání jsou pro diplomaty užitečnou zpětnou vazbou.

Jak například ukazuje průzkum SP ČR mezi vývozci, top exportní destinací zájmu zemí mimo EU je nadále Ruská federace. V první desítce nejvíce poptávaných exportních teritoriích jsou další země BRIC jako je Čína (2. místo), Brazílie (4. místo) a Indie (5. místo). Mezi nejžádanějšími destinacemi se umístil také Vietnam, Kazachstán, Turecko či Saúdská Arábie. Čeští exportéři mají však zájem i o taková místa, jako je Ázerbájdžán. Další mise SP ČR je plánována od 11. října 2015 na Tchaj-wan. V letošním roce se uskuteční ještě několik dalších zahraničních cest podnikatelů.

Radek Špicar upozornil také na téma exportního financování. „Nemělo by být nastaveno tak, aby znevýhodňovalo české exportéry oproti zahraničním."

SP ČR je součástí aktivit na podporu exportu, mezi jeho aktivity patří spoluorganizace každoročních konzultací firem s ekonomickými diplomaty a řediteli zahraničních kanceláří agentury CzechTrade ve spolupráci s MZV a MPO. Mezi jeho nejbližší akce bude patřit panelová diskuze na téma Český export se zaměřením na příležitosti a bariéry, která se uskuteční na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně 16. září. **(tz)**

Redakční rada pracuje ve složení:
- **Ing. Vladimír Feix**
generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s.
- **Jan Wiesner**
prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**
manager pro cestovní ruch, sociální dialog a PR Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR
- **Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**
majitel společnosti INVESTA TRAVEL, spol. s r. o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**
výkonný ředitel České manažerské asociace
- **Ing. Jan Taraba**
ředitel Národního střediska podpory kvality
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**
místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš**
obchodní ředitel společnosti Artesa, spořitelní družstvo
- **MVDr. Dana Odehnalová, MBA**
ředitelka společnosti ResVinia, spol. s r. o.
- **Ing. Hugo Kysilka**
marketingový ředitel společnosti VEMEX, s. r. o.
- **Ing. Vít Pěkný**
generální ředitel NH Car, s. r. o.
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**
členka představenstva Vysoké školy podnikání, a. s.
- **Bc. Agnes Šmýrová**
řídicí manager nových projektů GASCONTROL, společnost s r. o.
- **Ing. Andrea Trčková**
výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**
zakladatelka JaJa Pardubice, s. r. o.
- **PhDr. Milan Mostýn**
tiskový mluvčí Svazu průmyslu a dopravy ČR
- **Ing. Zdeněk Juračka**
předseda Svazu českých a moravských spotřebních družstev

Zahraniční kanceláře v Jekatěrinburgu a v Šanghaji mají nové vedení

Novým vedoucím zahraniční kanceláře v Jekatěrinburgu se v červenci stal Petr Slowik, tým zahraniční kanceláře v Šanghaji posílil Michal Holas.

„Rusko má pro české firmy dlouhodobě obrovský význam a průnik na čínský trh je pro budoucnost českého exportu také klíčový. Věřím, že oba kolegové díky svým zkušenostem pomohou s prosazením v Rusku a v Číně mnoha českým firmám," řekl Radomil Doležal, ředitel agentury CzechTrade.

„Zahraniční kancelář v Jekatěrinburgu je velmi důležitá, protože je to jedno z průmyslových a ekonomických center Ruské federace a již dnes se tam etablují české společnosti, kterým tam pomáháme hledat nové příležitosti a obchodní partnery. Stejně tak Šanghaj je obchodní křižovatkou Asie a my máme velký zájem, aby tam bylo silné obchodní zastoupení," dodal ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek.

Petr Slowik zahájil kariéru v Českém centru ve Stockholmu. V agentuře CzechTrade měl zpočátku na starosti organizaci zahraničních veletrhů a obchodních misí, a to převážně v Rusku a v zemích SNS. Vystudoval mezinárodní vztahy na Metropolitní univerzitě v Praze a studoval také na univerzitách ve Švédsku a v Rusku. Hovoří plynně rusky, anglicky a švédsky. Ve volném čase se rád věnuje potápění, běhání a četbě.

Michal Holas po studiích absolvoval stáž v misi ČR při OSN v New Yorku. Posléze se na Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR věnoval podpoře zahraničního obchodu a regulaci vnitřního trhu EU. Před nástupem do funkce vedoucího zahraniční kanceláře CzechTrade v Šanghaji vedl právní oddělení investiční a developerské skupiny Horizon Holding. Je absolventem právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, kde rovněž studoval fakultu sociálních studií a fakultu ekonomicko-správní. Kurzy práva, ekonomie a mezinárodních vztahů navštěvoval také na univerzitách ve Španělsku, Izraeli, Japonsku a ve Spojených státech amerických. Michal Holas je vášnivým basketbalistou a cestovatelem. Mezi jeho koníčky patří mezikulturní komunikace, asijská filozofie, mezinárodní právo a studium cizích jazyků. **(tz)**

Mezinárodní strojírenský veletrh
ve znamení digitální rEvoluce

Přípravy na 57. mezinárodní strojírenský veletrh jsou v plném proudu. Od 14. do 18. září bude Brno centrem digitální rEvoluce. Hlavní téma Průmysl 4.0 – automatizovaný a integrovaný průmysl, přilákalo na 1500 vystavovatelů z 30 zemí, z toho téměř 270 z Německa. Česko-německá obchodní a průmyslová komora je se svým tématem roku „Průmysl 4.0 – rEvoluce probíhá" hlavním partnerem a ve středu 16. září pořádá v hotelu Holiday Inn odbornou konferenci Fórum Průmysl 4.0, na které budou vrcholní zástupci předních technologických firem a další odborníci z oblasti výzkumu a vývoje prezentovat nejnovější trendy. Řešení a vize digitalizace budou k vidění také na společném stánku ČNOPK a jejích partnerů Siemens, Bosch Rexroth, Schunk a ROI Consulting Management. Svůj inovační potenciál představí v Brně také pět německých spolkových zemí.

Digitalizace mění již teď krok za krokem průmyslovou výrobu ve všech branžích. V nadcházejících letech proniknou digitální řešení do všech oblastí, od vývoje přes výrobu a logistiku až k zákaznickému managementu a poprodejnímu servisu. „Konference ČNOPK Fórum Průmysl 4.0 bude nejdůležitější informační a diskuzní platformou pro firmy, odborníky z výzkumu a vývoje i veřejnost, a to nejen v České republice," řekl Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK. „Na konferenci vystoupí renomovaní řečníci a její program nabídne nejaktuálnější informace o výzvách a příležitostech průmyslu 4.0," dodal B. Bauer.

Plánování a realizace aplikací průmyslu 4.0 ve výrobních a komunikačních procesech vyžadují investice. Rychlé reakce na změny trhu budou v digitální době nezbytné pro udržení konkurenceschopnosti. Příklady z praxe uvede Dětřich Robenek, ředitel Bosch Rexroth v České republice. Referenční modely umožní realizovat digitální řešení za cenově přijatelných podmínek, a udržet tak krok s vývojem. To je velká výzva i pro malé a střední podniky.

Wolfgang Weissler, ředitel divize Digital Factory firmy Siemens, bude prezentovat možnosti 3D tisku v inteligentním výrobním procesu. Ten lze mnohostranně využít především při vývoji prototypů a výrobě náhradních dílů.

Milan Hába, ředitel technologických a obchodních inovací ve firmě T-Mobile, se bude ve své přednášce zabývat novou infrastrukturou pro internet věcí. Stabilní a celoplošná širokopásmová síť je předpokladem pro účast regionů v digitálním propojování.

V příštích letech půjde hlavně o optimální využití potenciálů průmyslu 4.0 a zajištění nutného zabezpečení. O využívání a rizicích velkých dat budou diskutovat odborníci jako například ředitel firmy SAP Roman Knap, Vladimír Mařík z ČVUT a Oliver Fuhrmann z Automation Valley Nordbayern. Konference se zúčastní také Fraunhoferova společnost, která představí moderní koncept E3 výroba, což je energeticky efektivní výroba šetrná ke zdrojům na IT bázi. Odborníci z Fraunhoferovy společnosti budou diskutovat se zástupci firem Trumpf a Brose o výzvách a příležitostech rozsáhlého digitálního zákaznického managementu, se kterým je spojena enormní individualizace a flexibilizace výroby.

Digitalizace se ale neobejde bez lidského faktoru. Vedoucí Škoda Akademie Carsten Brandes se proto na konferenci zaměří na to, jaké změny přinese digitalizace pro oblast Vzdělávání a odborná pracovní síla.

V návaznosti na Fórum Průmysl 4.0 ukáží zástupci Technické univerzity Chemnitz na společném stánku ČNOPK v hale A1 takzvaný Demostrator, který činí téma průmysl 4.0 názorným. Na místě budou předvedena dvě scénária: specifická příprava a zprostředkování informací prostřednictvím tabletu a mikrobuněk na bázi bluetooth a upozornění zaměstnance prostřednictvím chytrých hodinek.

Německo bude na letošním MSV opět velmi silně zastoupeno i nad rámec průmyslu 4.0. Svůj inovační potenciál na veletrhu představí pět spolkových zemí: Hesensko, Sasko, Sasko-Anhaltsko, Durynsko a společnost na podporu exportu bavorských řemeslníků Bayern Handwerk International. Na stáncích se budou prezentovat mladé malé a střední podniky i tradiční firmy. **(tz)**

Specialisté z GASCONTROLu své pověsti odborníků na slovo vzatých nezůstávají nic dlužni

V tomto roce se firma GASCONTROL, společnost s r. o., zúčastnila výběrového řízení na výměnu sedmi trasových uzávěrů na Medzištátnom plynovodu (MŠP) zásobujícím Slovensko, jehož trasa začíná v Ruské ve východní části a končí na západě Slovenské republiky. A protože společnost tendr vyhrála, zeptali jsme se výrobně technického ředitele Ing. Stanislava Przeczka na podrobnosti z realizace zakázky:

Co bylo účelem výměny trasových uzávěrů?

Šlo o nahrazení stávajících, morálně zastaralých a již plně nefunkčních šoupátkových uzávěrů novými, kulovými, v dimenzi a tlakové hladině DN700, PN64.

V čem se liší nová technologie od původní?

Ing. Stanislav Przeczek, výrobně technický ředitel GASCONTROL, společnost s r.o.

Nové uzávěry již nemají ruční ovládání, jsou osazeny hydraulicko-pneumatickým pohonem a vybaveny samočinným bezpečnostním zařízením Line Break. Funkce zabezpečení spočívá v tom, že se v případě prudkého poklesu přetlaku plynu v plynovodu uvede do činnosti pohon, který okamžitě uzavře armaturu. Tím se zabrání velkému úniku plynu v případě poruchy – destrukce plynovodu.

Jaké jste prováděli zkoušky a inspekce na dodaných technologiích?

Montáže se prováděly v dílenských prostorách naší společnosti GASCONTROL a firem Moravský Plynostav a GASCONTROL Polska, které jsou součástí skupiny GASCONTROL GROUP. Společnost SPP-Distribúcia, a. s., pak určila pracovníky, kteří byli pověřeni kontrolou při montáži. Před montáží byly schváleny technologické postupy a postupy pro svařování-WPS. Toto bylo v kompetenci hlavního svařovacího technologa Ing. Jána Straško a za celou akci zodpovídal Slavomír Bobek jako projektový manažer. Sváry na technologiích byly podrobeny nedestruktivním zkouškám typu VT, RTG, PT, UT, VT a po ukončení montáže se pod dozorem pracovníků Technickej inšpekcie, a. s., provedly tlakové zkoušky vodou.

Kde všude se práce uskutečnily?

Tato místa byla rozeseta prakticky po celém Slovensku. Začínali jsme na východě v Plechoticích, pak jsme se přesunuli na západ do Zajačiej doliny, následovaly Horša, Hokovce, Tlmače, Nemčiňany a končili jsme opět na východě v Čečejovcích.

V čem byly vaše zásahy náročné, jaké problémy jste museli řešit?

Jednotlivé výměny trasových uzávěrů vyžadovaly odstavení části úseků plynovodu, a tím došlo k odstavení regulačních stanic, které zásobují obyvatelstvo a firmy. Tyto odstávky byly předem naplánované a časově limitované, a museli jsme v nich provést celou kompletní realizaci, která obsahovala řadu činností. Byly to operace od diagnostiky potrubí, navaření balonovacích hrdel, odplynění a inertizace úseku přes vyřezání stávající technologie, montáže nové technologie, zprovoznění a funční zkoušku pohonu kulového kohoutu až po nedestruktivní kontroly svárů, zaplynění, natlakování a zkoušky těsnosti s účastí pracovníka státního dozoru Technickej inšpekcie, a. s. Tady se podílely firmy zajišťující zemní, stavební a stoplovací práce, vše bylo třeba koordinovat a vzájemně sladit. Pokud jde o problémy, museli jsme řešit záležitost magnetizace potrubí, která v plynovodu zůstává po provedení inspekce. V tomto stavu nelze totiž dělat svařovací práce. Ale vzhledem ke znalosti této problematiky z minulých zakázek jsme na to byli připraveni.

Byly i jiné složitější situace?

Při montáži trasového uzávěru v Tlmačoch museli pracovníci Moravského Plynostavu čelit bahnitým podmínkám podloží. Tento uzávěr je osazen jen pár desítek metrů od břehu Hronu a spodní voda zde neustále přitékala podložím do místa prací. Proto bylo nutné odtud nepřetržitě odčerpávat vodu pomocí čerpadel po celou dobu montáže. V některých termínech probíhaly i tři realizace prací najednou, když byl odstaven delší úsek plynovodu.

Lišily se v něčem instalace nových trasových uzávěrů v jednotlivých místech?

Každý trasový uzávěr byl v něčem konstrukčně odlišný. Například trasový uzávěr Plechotice a Horša měly navíc druhé ochozy, ze kterých byly vysazené odbočky pro přípojky regulačních stanic, které se musely napojit na technologii trasového uzávěru.

Jaké se prováděly izolace technologie před zásypem?

Byl použit nástřik Protegolu 32-55RRM o tloušťce 2,5 mm. Před aplikací se provádělo otryskávání a izolace se kontrolovala elektrojiskrovou zkouškou za účasti pracovníka SPP-Distribúcia, a. s.

Kdo vše se ze skupiny GASCONTROL GROUP podílel na zakázce?

Generálním dodavatelem byl GASCONTROL, realizace probíhaly společně s firmami ze skupiny GG – Moravský Plynostav, a. s., a společnost GASCONTROL Polska. Velký díl práce v přípravě a realizaci zakázky odvedl vedoucí realizace Miloš Thuroczy a za ostatní firmy Ing. Ján Barčák a Pavel Kolasiński.

A váš osobní podíl?

Byl jsem projektovým manažerem celé zakázky a mojí úlohou byla korodinace příprav od nákupu, jednání s SPP až po logistiku a realizaci.

Byla to první taková stavba GASCONTROLU pro SPP-Distribúcia, a. s.?

Pro SPP jsme v minulých letech uskutečnili více staveb. Z nejvýznamnějších to byla například dodávka 13 centrálních odorizačních stanic pro jejich systém, regulační a měřicí VTL úzel Belža. Jinou významnou zakázkou byla předávací stanice Ruská, která dodává zemní plyn do plynovodu, na kterém nyní pracujeme.

Souběžně s popisovanou realizací trasových uzávěrů nyní provádíme také montáž vysokotlakého úzlu Budulov. Pro SPP zajišťujeme rovněž opravy nahodilých poruch, momentálně jde o vysokotlaký plynovod DN150, PN40 v Bachledové dolině u Vysokých Tater.

rozmlouval Jiří Novotný

Počet nespolehlivých plátců DPH se blíží k číslu 1400 firem

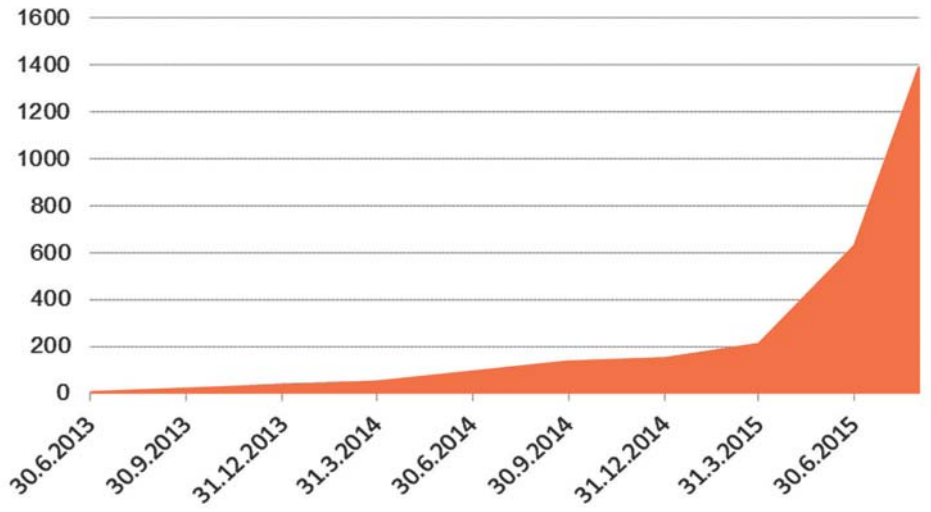
V registru nespolehlivých plátců DPH v srpnu přibylo 589 společností a jejich celkový počet tak dosáhl 1396. Aktuálně je jako nespolehlivý plátce DPH označeno 3,3 promile českých firem. Nejvíce nespolehlivých plátců DPH má sídlo v Praze a Jihomoravském kraji. Roste podíl větších firem. Nejčastějším předmětem činnosti je zprostředkování velkoobchodu (16 % nespolehlivých plátců). Statistiky v září zveřejnila poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.

„Po rozpačitém rozjezdu, který trval téměř dva roky, registr nespolehlivých plátců DPH začal plnit svoji funkci. Zlom nastal ve druhém kvartálu letošního roku, kdy se počet firem v registru skokově zvýšil a od té doby kontinuálně prudce roste," zhodnotila statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že se začínají naplňovat původní prognózy, podle kterých by v registru měly uvíznout tisíce firem. „Aktuálně je jako nespolehlivý plátce DPH označeno 3,3 promile českých firem," dodala Petra Štěpánová z Bisnode.

V Česku je k platbě DPH přihlášeno více než 205 000 firem a téměř 263 000 živnostníků (podnikatelů). Podle podrobné analýzy Bisnode necelých 44 % nespolehlivých plátců DPH tvoří menší společnosti s tržbami do 10 milionů korun. S 28 % následují subjekty, které tyto statistiky dle ČSÚ neuvádí a společnosti s tržbami mezi 10 a 60 miliony korun tvoří 18 % nespolehlivých plátců DPH. „Z dlouhodobějších statistik je zřejmé, že v registru postupně roste podíl větších firem," uvedla Petra Štěpánová.

Nejvíce nespolehlivých plátců DPH má sídlo v Praze (31,2 %) a Jihomoravském kraji (22,5 %). „V posledních týdnech jsme zaznamenali výrazný přírůstek nespolehlivých plátců v Ústeckém, Královéhradeckém a Zlínském kraji," dodala Petra Štěpánová. Na druhou stranu největší podíl nespolehlivých plátců DPH vzhledem k podnikatelské základně je v Královéhradeckém (1,99 %) a Jihomoravském kraji (0,66 %)," uzavřela Petra Štěpánová. **(tz)**

VÝVOJ POČTU NESPOLEHLIVÝCH PLÁTCŮ DPH



NESPOLEHLIVÍ PLÁTCI DPH PODLE KRAJŮ

Kraj	8/2015	6/2015	2/2015	11/2014	4/2014
Praha	436	230	74	66	24
Jihomoravský kraj	314	193	40	38	20
Plzeňský kraj	54	27	12	9	2
Středočeský kraj	39	8	8	8	0
Královéhradecký kraj	249	70	7	7	6
Ústecký kraj	111	29	6	5	1
Jihočeský kraj	10	9	4	4	1
Moravskoslezský kraj	77	35	4	4	3
Pardubický kraj	24	10	5	3	2
Olomoucký kraj	20	5	0	2	3
Liberecký kraj	10	5	3	1	0
Zlínský kraj	20	6	2	2	0
Vysočina	30	3	0	0	0
Karlovarský kraj	2	0	0	0	0

Zdroj: databáze Bisnode

Agentura CzechTrade letos pomohla získat zakázky již 680 firmám

Oproti prvnímu pololetí loňského roku agentura CzechTrade zaznamenala 56% nárůst zájmu o služby zahraničních kanceláří. Ve sledovaném období letošního roku získala celkem 1002 placených zakázek, tedy přibližně dvě třetiny počtu zakázek realizovaných v roce 2014. Zakázky v celkové hodnotě vyšší než půl miliardy korun díky jejím službám dostalo 680 exportérů. Nejvíce úspěšných případů zaznamenala zahraniční kancelář v Düsseldorfu, podle hodnoty zprostředkovaných zakázek bylo nejúspěšnější zastoupení v Johannesburgu.

„V prvním pololetí se nám podařilo potvrdit nastolený trend vzrůstajícího zájmu českých exportérů o služby agentury CzechTrade. Vývozci na spolupráci s námi nejvíce oceňují úsporu nákladů a času. Spokojenost se službami nejlépe dokládají výsledky dotazníků zpětné vazby, ve kterých agentura CzechTrade obdržela průměrnou známku 1,22 a podle kterých by většina respondentů její služby doporučila svým obchodním partnerům. Velkou radost mi dělá zájem studentů VŠE o stáže na naší centrále v Praze i v zahraničí, které jim od června nabízíme. Věříme, že se nám tak podaří propojit vyučovanou teorii s praxí a že spolupráce bude pro obě strany přínosná," řekl Radomil Doležal, generální ředitel agentury.

Agentura CzechTrade v 1. polovině roku 2015 zpracovala 1002 zakázek, z toho v 779 případech šlo o zakázky zahraničních kanceláří. Zaznamenala přitom 57 úspěšných případů spolupráce s exportéry v celkové hodnotě 535 925 014 Kč. Nejvíce potvrzených úspěšných případů mají zahraniční kanceláře CzechTrade v Düsseldorfu (15), Almaty (8), Londýně (6) a ve Vídni (5). Z hlediska objemu zprostředkovaných zakázek si nejlépe vedly zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Johannesburgu (160 mil. Kč), Stockholmu (137,5 mil. Kč), Šanghaji (55,7 mil. Kč) a v Düsseldorfu (48,7 mil. Kč).

„Německo je pro český export nejvýznamnější zemí a zastoupení agentury CzechTrade v Düsseldorfu dlouhodobě odvádí skvělou práci. Výborné výsledky kanceláří v Šanghaji, Johannesburgu a v Almaty potvrzují, že o české výrobky je zájem i mimo Evropskou unii a že právě tam by měla podpora exportu směřovat," dodal ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek.

Podle dotazníků zpětné vazby, které vyplňují přímo klienti, agentura CzechTrade získala ve všech sledovaných kategoriích na stupnici od jedné do čtyř průměrnou známku 1,22. Exportéři chválili zahraniční kanceláře i konzultanty. Téměř třem čtvrtinám klientů přinesly služby agentury úsporu nákladů, 46 % umožnily lepší rozhodování a 86 % ušetřily čas. Téměř všichni klienti, kteří v prvním pololetí dotazník vyplnili, by služby agentury CzechTrade doporučili svým obchodním partnerům.

V první polovině roku pokračovala realizace dvou interních projektů financovaných z prostředků operačního programu Podnikání a inovace (OPPI) – Společná účast na výstavách a veletrzích v zahraničí a Design pro konkurenceschopnost. Projekt SVV 2013–2014 byl prodloužen a od začátku roku 2015 bylo v jeho rámci realizováno celkem 30 zahraničních veletrhů v 18 zemích světa (66,7 % v Evropě a 33,3 % mimoevropských) s celkem 645 účastníky. Díky podpoře projektu Design pro konkurenceschopnost mohlo 82 zájemců ze segmentu malých a středních podniků navázat spolupráci s designérem. V obou případech nyní agentura CzechTrade připravuje navazující interní projekty. Díky iniciativě agentury mají české firmy do doby schválení nového programu SVV stále možnost využít nedočerpaných evropských fondů k účasti na významných zahraničních veletrzích.

Agentura CzechTrade zahájila spolupráci s Fakultou mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické, jejíž studenti získali mimo jiné možnost ucházet se o stáže v centrále agentury či v jejích zahraničních kancelářích. Studenti projevili o stáže značný zájem, zatím se počítá se zapojením do aktivit CzechTrade s 29 mladými lidmi. Dva z nich získali stáž v centrále v Praze a dalších devět v zahraničních kancelářích agentury CzechTrade v Německu, USA, Egyptě, Itálii, Rusku a v Austrálii. CzechTrade rovněž pokračuje ve větší spolupráci s českými regiony. Po konferencích v Praze, Plzni a v Ostravě budou následovat setkání v Ústí nad Labem a v Brně. Exportéři se do konce roku budou moci zúčastnit 30 vzdělávacích akcí a podílet se na výběru zahraničních veletrhů, na kterých agentura podpoří prezentaci českých firem. **(tz)**

RWE rozšiřuje síť plnicích stanic CNG, nově provozuje plničku v Terezíně

RWE pokračuje v rozšiřování své sítě plnicích stanic CNG. Největší prodejce CNG v ČR nově provozuje plničku v severočeském Terezíně, v ulici Dukelských hrdinů 330. Motoristé mohou za odebraný stlačený plyn platit CNG kartou nonstop. Cena CNG je pouze 25,50 Kč/kg, což je 18,21 Kč/m³. RWE Energo tuto stávající plnicí stanici odkoupilo v rámci zrychlení rozšiřování své sítě plnicích stanice, a tak nyní provozuje již 13 CNG stanic. Společnost připravuje zprovoznění nových plnicích stojanů v dalších lokalitách. „Nejméně další dvě plničky, konkrétně v Trutnově a Rožnově pod Radhoštěm, otevřeme do konce roku. Na dalších plničkách už pracujeme, naším cílem je udržet si pozici lídra v prodeji CNG," řekl Zdeněk Kaplan, jednatel RWE Energo. **(tz)**

Doplácejí na nedostatek lidí, ale také neochotu je zaplatit

Absence klíčových specialistů a top manažerů se stala v letošním roce velmi skloňovaným tématem. Zhoršenou situaci na pracovním trhu předpokládalo na začátku roku 40 % dotazovaných v rámci průzkumu CEO Survey 2015 společnosti Stanton Chase. K podobným číslům dospěl i obdobný průzkum poradenské společnosti PwC (35 %). Problémem jsou podle Jozefa Pappa ze společnosti Stanton Chase rovněž mizerné platové podmínky pro kandidáty a neochota platit za jejich vyhledávání.

Ekonomická závislost na silném Německu se projevuje i na pracovních místech a kandidátech. „České firmy nebo lokální zastoupení nadnárodních společností často až nesmyslně tlačí platy směrem dolů," sdělil Jozef Papp, ředitel české pobočky Stanton Chase, která se specializuje na vyhledávání vrcholových manažerů. „Jenže stačí popojet pár kilometrů za hranice a kandidát se rázem dostává až na dvojnásobné podmínky," popsal největší hrozbu Jozef Papp.

Průměrné mzdy sice rostou, jenže úprku specialistů se nedaří zabránit. Platy zkušených odborníků se zasekly někde na úrovni let 2009–2013, jenže ekonomika se už z nejhoršího dostala a teď je potřeba zaplatit lidem, aby zůstali v tuzemsku.

Nedostatek vyškolených a zkušených lidí reprezentuje i fakt, že v průběhu letošního roku klesla v Německu nezaměstnanost na historická minima, Česká republika je dokonce země s druhou nejnižší nezaměstnaností v celé EU. V červenci byl podíl nezaměstnaných lidí 6,2 % a HDP díky tomu meziročně vzrostlo o 4,4 %. „Ekonomicky je to možná výhra, ale v praxi to znamená, že se na místa dosazují lidé, kteří nemají expertízu," varuje před rychlými soudy Jozef Papp. „Pro budoucnost českého trhu bude důležité, aby si svoje talenty nenechal utéct, identifikoval nové a rozvíjel je," dodal. **(tz)**

Do soutěže IGNITE UPC Business se přihlásilo 72 projektů

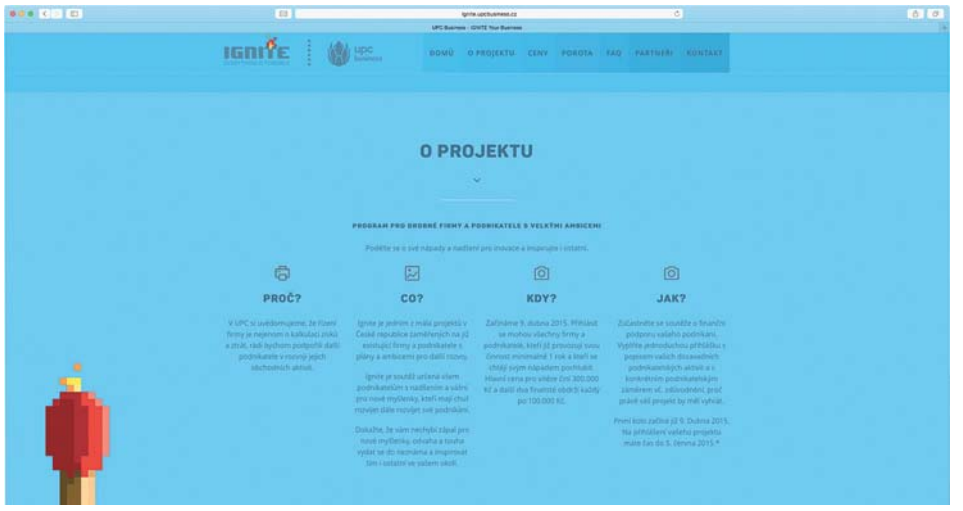
Do soutěže Ignite od UPC Business, která podporuje inovace a podnikání malých a středních firem v České republice, se přihlásilo 72 projektů. Porota vybrala 30 semifinalistů, kteří teď budou mít příležitost k dalšímu rozvoji v rámci programu IGNITE Academy. Vedle MPO získal projekt podporu ministra Pavla Bělobrádka a předsedy hospodářské komory Vladimíra Dlouhého. Finále soutěže proběhne 7. října během akce Innovation day v paláci Lucerna.

Projekt Ignite, jenž odstartoval letos v dubnu, cílí na podnikatele, kteří mají reálné vize o svém rozvoji a ambice uspět i na mezinárodní scéně. Vítěz soutěže může svou firmu nastartovat nejen díky finanční odměně, ale i zviditelněním svého podnikání a navázáním nových kontaktů s potenciálními investory či zákazníky. Generální ředitel UPC Česká republika, Frans-Willem de Kloet, k Ignite řekl: „Jsem potěšen z pokroku, kterého projekt již během svého prvního ročníku dosáhl. Cítím se poctěn, že UPC může přispět k posílení podnikatelského ducha v České republice."

Přihlášené firmy pocházejí z nejrůznějších oborů podnikání. Některé nápady se již úspěšně účastnily podobných soutěží, jako je Nápad roku nebo Česká inovace. Soutěž pořádaná společností UPC Business tak bude mít příležitost uspořádat finále mezi nejúspěšnějšími projekty konkurenčních soutěží.

Do semifinále Ignite postoupilo 30 projektů a nápadů, které se utkají o účast na finálovém večeru: od firmy stavějící podmořské výzkumné stanice přes firmy vyrábějící jedny z nejlepších komerčních dronů na světě nebo jednotlivce s nápadem hry propojené s komiksem až po společnost vyrábějící peletky a pitnou vodu z prasečí kejdy.

„Budoucnost spočívá v inovacích. V dobrých nápadech, které se často rodí v hlavách začínajících podnikatelů či v malých a středních podnicích, jež nemají možnosti a prostředky se zviditelnit, a mít tak šanci uspět. Projekt IGNITE jim tuto možnost dává, i proto jsem se rozhodl ho podpořit," uvádí místopředseda vlády pro vědu, výzkum a inovace Pavel Bělobrádek.



Semifinalisté rovněž dostanou příležitost se ucházet o přízeň veřejnosti

Pět z celkových deseti finalistů vybere veřejnost v aplikaci na Facebooku. Dalších pět projektů do superfinále vybere soutěžní výbor složený z porotců Ignite. Nově se nadějné firmy v projektu Ignite rozhodl podpořit svou záštitou prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý, který řekl: „Dobré nápady si zaslouží pozornost. Světu jsme mimo jiné dali hromosvod, kontaktní čočky, remosku nebo silon. Doufám, že projekty, jako je Ignite, přispějí k tomu, aby podobné inovace spatřily světlo světa. Pro český podnikatelský sektor je oblast inovací doslova klíčová. Inovační potenciál českých firem je sice vysoký, ale své nápady mnohdy nedokážou také úspěšně komercionalizovat. Podpora zejména startupů malých a středních podniků, které si nemohou dovolit jít do rizikovějších projektů jen ve vlastní režii, je správná cesta."

Výherci získají finanční odměnu, ale i čestné ocenění ministra a příležitost navázat obchodní kontakty

Vedle finanční odměny pro tři vítěze v celkové výši 500 000 korun bude jeden ze semifinalistů oceněn Medailí krále Jiřího z Kunštátu a Poděbrad udělovanou ministerstvem průmyslu a obchodu. „Těmito medailemi oceňujeme významné osobnosti například z oblasti energetiky, průmyslu, stavebnictví či komunikací. Do projektu Ignite se přihlašují primárně malé a střední firmy s vizemi a nápady. Přesně tento typ podnikatelů by měl být hned od začátku podpořen a oceněn, aby získal další vítr do plachet a firmy posunul na vyšší businessovou úroveň, což je přesně cílem projektu Ignite," uvedl Tomáš Novotný, náměstek ministra průmyslu a obchodu. Stejnou medailí se mohou pochlubit například architektka Eva Jiřičná, evropský komisař pro energetiku Günther Oettinger či Jaromír Kříž, který zachránil a znovuobnovil tradiční českou stavebnici Merkur.

IGNITE Academy nabídne workshopy, koučink nebo mentoring

Až do říjnového superfinále budou mít všichni semifinalisté příležitost k dalšímu rozvoji v rámci programu IGNITE Academy. „Pro účastníky budeme pořádat workshopy. Porotci budou poskytovat ve spolupráci se zastoupenými vysokými školami osobní koučink a mentoring dle vlastního výběru. Semifinalistům jsme například v červenci uspořádali workshop na téma jak připravit atraktivní firemní video. Další přednášky na téma řízení času a priorit, jak financovat rostoucí firmu nebo mediální tréninky budou následovat," vypočítal obsah programu Ignite Academy Tomáš Trejbal, marketingový a produktový ředitel UPC pro firemní zákazníky.

Finále soutěže Ignite proběhne 7. října během akce Innovation day v paláci Lucerna v Praze. **(tz)**

ČLENOVÉ POROTY IGNITE:

1. **Daniel Vávra** – předseda poroty Ignite, vedoucí herní designér a zakladatel Warhorse Studios
2. **Pavel Bělobrádek** – místopředseda vlády pro vědu, výzkum a inovace
3. **Vladimír Dlouhý** – prezident Hospodářské komory
4. **Tomáš Novotný** – náměstek ministra průmyslu a obchodu
5. **Frans-Willem de Kloet** – generální ředitel UPC Česká republika
6. **Dana Bérová** – podnikatelka a soukromá investorka
7. **Miloš Čermák** – publicista a šéfredaktor zpravodajského serveru iHned.cz
8. **Braňo Gordan** – spoluzakladatel a CEO Coober Group, úspěšný investor
9. **Jana Hodboďová** – vedoucí InovaJET, podnikatelského inkubátoru ČVUT
10. **Vladimíra Chlandová** – HR ředitelka a ředitelka právního oddělení UPC Česká republika
11. **Petr Koubský** – analytik a publicista na volné noze
12. **Viktor Kučera** – mentor podpory podnikání v Centru podpory inovací Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava
13. **Lenka Kučerová** – aktivní podporovatelka start-upů, první Češka v Silicon Valley
14. **Aleš Michl** – ekonom Raiffeisenbank
15. **Jarmila Plachá** – výkonná ředitelka ve společnosti Wayra CEE
16. **Dita Stejskalová** – zakladatelka a výkonná ředitelka Ogilvy Public Relations
17. **Zdeněk Tomíček** – zastupující manažer projektu AMSP ČR Svou cestou a zakládající partner advokátní kanceláře Tomíček Legal a mezinárodní sítě advokátních kanceláří CEE Attorneys
18. **Sander Vonk** – investiční ředitel ve společnosti Liberty Global
19. **Tomáš Trejbal** – marketingový a produktový ředitel UPC Business Česká republika
20. **Jan Haberman** – zakládající partner Credo Ventures
21. **Michal Andera** – blogger a vysokoškolský pedagog
22. **Petr Ludwig** – autor bestselleru Konec prokrastinace a ředitel GrowJob Institute
23. **Jan Vraný** – obchodní ředitel Google Česká republika

Vzdělávacích kurzů CzechTrade se letos zúčastnilo přes 600 podniků

Agentura CzechTrade v první polovině letošního roku uspořádala pro české firmy celkem 24 odborných, teritoriálních a firemních seminářů a čtyři exportní konference. Vzdělávacích akcí se zúčastnilo 622 zástupců českých firem. Nejlépe hodnoceným byl seminář Efektivní prezentace nejen na veletrhu a největší zájem zaznamenala exportní konference Perspektivy českého exportu do Ruska. Do konce letošního roku si exportéři mohou vybrat z dalších 30 akcí. Jejich seznam je k dispozici na www.czechtrade.cz.

„Kvalitní informace jsou pro úspěšné působení českých firem v zahraničí nepostradatelné. Agentura CzechTrade nabízí široké spektrum vzdělávacích akcí, na kterých přednášejí interní i externí odborníci a které jsou českými exportéry velmi dobře hodnoceny," řekl Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Vzrůstající počet účastníků vzdělávacích seminářů a konferencí agentury i vysoké hodnocení těchto akcí potvrzují jejich kvalitu a spokojenost českých firem s nimi. Účastníci nejen hodnotí obsah prezentací, odborné znalosti lektorů či organizační zajištění, ale také navrhují další témata, která vycházejí z jejich aktuálních potřeb.

Nejlépe hodnocenými semináři v první polovině roku 2015 byly např.:

- Dodací položky INCOTERMS
- Efektivní prezentace na veletrhu (nejen)
- Certifikace a celní náležitosti při exportu do celní unie Rusko, Bělorusko, Kazachstán, Arménie
- Provozování internetového obchodu v Německu – jak na to
- Naučte se jednat s Číňany
- Uplatňování DPH při provádění zahraničního obchodu se zbožím a službami

Velký ohlas vyvolal také seminář Jak nejlépe využít sociální média pro váš business. „Byl to pro mne zcela jistě nejzajímavější a nejpřínosnější seminář agentury CzechTrade, který jsem absolvoval. Oceňuji skvělý výběr lektora, jeho výborné prezentační dovednosti a vhodné propojení tématu semináře s aktuální situací na trhu a v širších souvislostech," sdělil Pavel Nosek ze společnosti RUBENA, a. s. Oblíbené jsou také exportní konference, které se zaměřují na teritoria významná pro český export. Na programu jsou obvykle aktuální exportní příležitosti, kulturní zvyklosti v regionech, plánované akce, doporučené kroky pro vstup na příslušný trh a mnoho dalších důležitých informací pro úspěšný export. Mezi tato setkání patřila i konference Perspektivy českého exportu do Ruska, které se zúčastnilo přes 60 zástupců českých firem. Ti ocenili nejen hlavní program a prezentace (téměř všichni v dotaznících spokojenosti uvedli, že akce splnila jejich očekávání), ale také živou diskuzi probíhající o přestávkách i při individuálních konzultacích.

kresba: Miloš Krmášek

Na zbývající měsíce roku je pro české exportéry připravena řada dalších zajímavých akcí. Kompletní nabídku naleznete v kalendáři akcí CzechTrade. Jsou to např.:

- **7. 10.** Efektivní využívání nástrojů platforem E-COMMERCE pro exportéry
- **14. 10.** Možnosti průmyslového designu v podnikání
- **21. 10.** Marketingové strategie na zahraničních trzích
- **29. 10.** Prezentační a rétorické dovednosti
- **26. 11.** Certifikační problematika při exportu do Ruska a zemí SNS

V rámci interního vzdělávání proběhl v prvním pololetí 2015 další ročník Kurzu obchodní diplomacie, který se skládal z 29 prezenčních seminářů, osmi e-learningových kurzů a z development centra. Absolventů z řad agentur CzechTrade a CzechInvest, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Ministerstva zahraničních věcí ČR bylo celkem 31. **(tz)**

Stabilita a dobrá obchodní strategie
doma i v zahraničí

FRIGOMONT a.s., česká společnost se zaměřením na výstavbu, engineering a projektování investičních celků a na výrobu chladírenských, mrazírenských, izolačních a hygienických dveří, loni vykázala obrat ve výši 312 milionů korun, což v meziročním srovnání s rokem 2013 znamená téměř 25% meziroční nárůst. Tyto hodnoty odrážejí stabilitu a dobrou obchodní strategii společnosti, která i přes postupně končící nepříznivý vývoj ve stavebnictví i nadále upevňuje svoji pozici na trhu. Firma se sídlem v Brně zaměstnává 40 pracovníků. Výrobní závod s obchodní centrálou má v Borku u Dačic.

Ve svém podnikání se zabývá dvěma oblastmi. Jednou z nich je výstavba, engineering a projektování investičních celků v potravinářském, zdravotnickém a výzkumném průmyslu, kde jsou vyžadovány čisté prostory s řízeným prostředím. Druhou oblastí je výroba speciálních dveří vlastní konstrukce. Jde především o chladírenské, mrazírenské, izolační a hygienické dveře.

Největší podíl na výsledcích společnosti představují realizace investičních projektů. „Celkový obrat v loňském roce ve výši 310 milionů korun významně odrážel vysoce specifickou zakázku na ostravský medicínsky zaměřený provoz. Z tohoto celkového obratu připadla na realizaci staveb částka 290 milionů korun. Obrat z výroby pak činil 20 milionů korun. V meziročním srovnání došlo celkově k 25% navýšení. V letošním roce jsme už zaznamenali obrat z výroby v nárůstu na 50 milionů korun a i z předjednaných zakázek si dovoluji odhadnout, že naplánovaných 200 milionů korun pro tento rok v obratu dosáhneme," uvedl Jiří Jemelka, předseda představenstva FRIGOMONT a.s., a dodal: „Dnes máme výrobní kapacitu tisíc vyrobených specializovaných dveří za rok. Určitě bychom se chtěli dostat minimálně na dvojnásobek. Za tímto účelem u nás ve výrobním areálu v Borku u Dačic probíhá výstavba nové výrobní haly v celkové výši 25 milionů korun." Nová výrobní hala téměř čtyřnásobně zvýší plochu dosavadních výrobních prostor a s dodávkou nových výrobních technologií bude spojeno i navýšení počtu zaměstnanců, přibližně o deset. Nová hala bude uvedena do provozu letos na podzim. Investice jsou spojeny s dotacemi Evropské unie. Významnou změnou v organizační struktuře společnosti FRIGOMONT je také otevření nové pobočky v Ostravě, se kterou je spojen nábor dalších pěti nových zaměstnanců.

Působení společnosti FRIGOMONT a.s. se neomezuje pouze na území České republiky. Má za sebou úspěšné realizace v Německu, ale i ve vzdálenějších zemích jako například v Gruzii. V horizontu let 2015 a 2016 plánuje společnost expandovat na další zahraniční trhy, především do zemí bývalého východního bloku jako Moldávie, Bělorusko, Polsko, Rumunsko nebo Bulharsko.

Dlouhodobější strategie společnosti do budoucna počítá se snížením počtu rutinních stavebních zakázek a zároveň s větším zaměřením na realizaci zakázek, které s sebou přinášejí požadavky na zajímavá a inovativní technologická řešení s vysokou přidanou hodnotou. Společnost má také v plánu se více zaměřit na rozvoj výroby a prodej vlastních výrobků. Součástí vize je i navázání užší spolupráce s architekty, projektanty i investory, jejichž cílem není pouze zisk, ale kteří hledí do budoucnosti a ve své práci zohledňují i ekologické aspekty a udržitelnost.

Počátky společnosti sahají do roku 1994, kdy stávající vedení firmy FRIGOMONT a.s. v Borku u Dačic zahájilo podnikatelskou dráhu v oboru montáže a prodeje chladírenských, mrazicích a klimatizačních technologií. V následujícím desetiletí prošel subjekt množstvím významných změn. Přetransformoval se na stavebně inženýrskou firmu působící po celé České republice a v okolních zemích a zároveň došlo i k rozšíření její výroby a sortimentu.

V roce 2006 prodělala společnost další ekonomickou transformaci a z FRIGOMONT s.r.o. vznikla akciová společnost FRIGOMONT a.s. Za dobu své existence se stala jednou z nejvýznamnějších tuzemských společností ve svém oboru.

Technologie FRIGOMONT najdete ve výrobních provozech automobilového a elektronického průmyslu, v potravinářských i zdravotnických provozech, ale i v nejmodernějších medicínských laboratořích či specializovaných archivech uchovávajících umělecká díla a historické artefakty. **(tz)**

INZERCE

Odvážlivci vyrážejí dobývat Ameriku

Projekt MEOHUB, který připravila rodina amerických investorů Rausnitzů a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, přivítá první české firmy. Během jednoho roku bylo nedaleko newyorského Manhattanu vybudováno profesionální kancelářské a skladové zázemí, do kterého v příštích týdnech přijíždí prvních pět vítězných firem.

Tuzemský export do Spojených států amerických nebývale roste a v tomto roce se poprvé přiblíží k hranici 100 miliard korun. Tím se Amerika posouvá do první desítky exportních destinací z pohledu objemu vývozu. Z pohledu tvorby přidané hodnoty jsou dokonce Spojené státy americké mezi prvními třemi zeměmi, kam naši producenti vyvážejí.

Přesto je vysoce konkurenční americký trh velmi náročný a malé a střední české firmy mají z expanze na něj oprávněné obavy. Proto se rodina Rausnitzů, vlastnící přerovskou Meoptu, společně s AMSP ČR rozhodla vybudovat v USA zázemí pro české středně velké firmy a pomoci jim s jejich expanzí na tamní trhy. MeoHub tak zúročuje léta zkušeností s americkým trhem a dlouhodobou spoluprací prověřené kontakty na všechny podpůrné oblasti potřebné pro podnikání, zejména ve sféře logistiky, obchodu, marketingu, financí, právních a účetních služeb.

V pozadí projektu MeoHub USA je česko-americká nadnárodní společnost působící v oblasti výroby optiky, Meopta – Optika, s.r.o., která má sesterskou firmu Meopta USA se sídlem v New Yorku, v jejíž budově byly za tímto účelem připraveny nové moderní kanceláře pro exportní zastoupení partnerských firem projektu MeoHub. Společnosti pro první kolo projektu byly vybrány pro unikátnost svých produktů, kvalitu managementu, schopnost úspěšně exportovat v Evropě a pro své kvalitní zázemí v oblasti výzkumu a vývoje. Předmět podnikání partnerských firem projektu MeoHub USA se velmi liší. „Mohu prozradit, že jsme obsáhli tyto oblasti – systémy pro inteligentní domy, mikrovlnné technologie, speciální textilní produkci nebo terapeutické židle. Zájem byl opravdu velký, a proto jsme rozhodli na jaro 2016 připravit v rámci projektu Meohub další výzvu," dodala Jaroslava Němcová, projektová manažerka.

Karel Havlíček, předseda představenstva AMSP ČR k tomu uvedl: „Je to více než rok, co jsem měl první jednání s Geraldem, Paulem a Davidem Rausnitzovými, a z amerického snu se během pár měsíců stala realita. V New Yorku se podařilo vybudovat krásné zázemí a mám radost i ze sestavy firem, které jsme po několika vyřazovacích kolech mohli vybrat. Jsou to podniky, které prokázaly, že dokáží uspět u nás nebo v Evropě, a i když je jejich spektrum různé, spojuje je české průmyslové inženýrství, řemeslná zdatnost, odvaha a nápaditost. Jsem si jist, že mají šanci v Americe uspět."

foto Freeimages

Vybrané partnerské firmy projektu Meohub:

Bushman – česká firma s tradicí od roku 1997, přední český výrobce outdoorového oblečení z přírodních materiálů pro dobrodruhy a cestovatele.

Beta Control – česká firma zaměřená na vývoj elektronických řídicích systémů s praxí bezmála 20 let. Skvělých výsledků dosahuje společnost v oblasti komplexního zabezpečení domů, výtahových systémů a softwarových řešení pro čerpací stanice.

Holík International – česká firma s tradicí výroby rukavic od roku 1993, která propojuje řemeslnou dokonalost s moderními technologiemi, což jí umožňuje vytvářet nejen klasické fashion linie, ale také technologicky a materiálově specifické rukavice pro hasiče, armádu a střelecké rukavice.

Prowork – český výrobce unikátní ergonomických židlí THERAPIA, které díky své konstrukci podporují aktivní sezení, a jsou tak ideální pro kancelářskou práci.

ROmiLL – česká firma, která má rozsáhlé zkušenosti z výzkumu a vývoje značného počtu mikrovlnných aplikací pro různá průmyslová odvětví (mikrovlnný ohřev k sušení, vulkanizaci, rozmrazování, vytvrzování, tavení, recyklaci). **(tz)**

Popularita firem s nízkým základním kapitálem roste

U nově zakládaných společností podnikatelé čím dál častěji volí základní kapitál nižší než 200 000 korun. Za prvních šest měsíců letošního roku této možnosti využilo 75,8 % (10 222) nově založených společností s ručením omezeným, zatímco ve srovnatelném období loňského roku šlo o 64,3 %. To mimo jiné souvisí se stagnací zájmu o podnikání na živnostenský list. Informace vyplývají z databází a výpočtů poradenské společnosti Bisnode.

Do konce roku 2013 byla minimální výše základního kapitálu u společností s ručením omezeným stanovena na 200 000 korun. Za poslední rok a půl, kdy mohou firmy podle zákona o obchodních korporacích vznikat se základním kapitálem nižším, této možnosti při zakládání nových společností s ručením omezeným využívá většina podnikatelů. „To mimo jiné souvisí se stagnací podnikání na živnostenský list," řekla analytička Bisnode Petra Štěpánová.

„Ačkoliv se podíl nově registrovaných společností se základním kapitálem nižším než 200 000 korun meziročně zvýšil o více než 11 procentních bodů, podnikatelé v první polovině letošního roku nejčastěji zakládali firmy se zapsaným kapitálem právě v této výši. Nové firmy tak letos mají nejčastěji základní kapitál ve výši 200 000 korun (18,07 %), následuje 100 000 korun (13,81 %), 1 000 korun (12,46 %), 10 000 korun (10,16 %), 20 000 korun (7,60 %), 50 000 korun (6,44 %) a jedna koruna (5,51 %)," komentovala statistiky Petra Štěpánová s tím, že podíl nových firem s kapitálem vyšším než 200 000 korun se meziročně zvýšil z 3,56 % v pololetí 2014 na 6,13 % v pololetí 2015. **(tz)**

Třetina Čechů čelí diskriminaci kvůli svému věku

Diskriminace na trhu práce kvůli pohlaví, rodinnému stavu nebo věku je v Česku zakázaná. Nicméně jen 12 % účastníků ankety, kterou uspořádal pracovní portál Profesia.cz, nemá žádnou osobní zkušenost s diskriminací v práci nebo při hledání práce. Největším hendikepem už není pohlaví jako v minulosti. Na „černé listině" jsou padesátníci, lidé se zdravotními problémy a zaměstnanci s dětmi. Nejčastěji se Češi potýkají s diskriminací kvůli svému věku. Takovou zkušenost si odneslo při hledání práce nebo ze situace na pracovišti 34 % respondentů. Ruku v ruce s diskriminací kvůli věku jde i diskriminace kvůli zdravotnímu stavu, s níž se setkalo 16 % účastníků ankety na pracovním portálu Profesia.cz. „Firmy se leckdy obávají zhoršujícího se zdravotního stavu starších zaměstnanců, ale případných zdravotních omezení či komplikací lidí, kteří v minulosti prošli nějakým závažným onemocněním," upřesnila Zuzana Lincová, ředitelka Profesia Česká republika.

Na diskriminaci kvůli dětem si stěžuje 13 % účastníků, možná spíše účastnic ankety. Řešením pro mnoho žen s malými dětmi by byly zkrácené pracovní úvazky nebo flexibilní pracovní doba. Je zároveň zajímavé, že pouze 8 % respondentů zažilo diskriminaci kvůli pohlaví, která brání ženám získávat odpovídající uplatnění na pracovním trhu. Připomeňme, že Evropská unie chce prolomit „skleněný strop", který brání ženám vstup do nejvyšších pater managementu, směrnicí. Do roku 2020 by podle ní mělo ve vedení firem kotovaných na burze být 40 % žen. Zatímco v roce 2009 na nejvyšších řídících místech největších českých firem působilo 22 % manažerek, v roce 2014 to již bylo víc než 30 %. Nicméně jen šesti procentům velkých tuzemských firem šéfuje žena. Informace vyplývají ze specializované databáze Manažeři velkých firem společnosti Bisnode, která obsahuje informace o více než 3270 nejvýznamnějších či největších společností v ČR. **(tz)**

Varroc přijme přes 100 inženýrů do poboček na severní Moravě

Přes stovku vysokoškolsky vzdělaných techniků přijme v následujících měsících přední výrobce světel pro automobilový průmysl, společnost Varroc Lighting Systems, do svých závodů v Šenově u Nového Jičína, v Rychvaldu a do ostravské kanceláře. Masivní nábor specialistů pro potřeby globálního vývojového centra souvisí s růstem poptávky zákazníků, který přinese také investice do rozvoje závodu v Novém Jičíně a v Rychvaldu ve výši 1,28 mld. Kč do roku 2019.

„Objem zakázek, které se nám daří získávat, v posledních letech výrazně roste. Abychom uspokojili poptávku všech našich odběratelů, investujeme do modernizace a rozšiřování stávajících technologií a tento krok logicky vyžaduje i personální posílení," uvedl Todd Morgan, Senior Vicepresident pro vývoj produktů společnosti Varroc Lighting Systems. Šanci získat atraktivní místo v regionu s vyšší nezaměstnaností mají především odborníci z oblasti optiky, elektrotechniky, konstrukce a plastů. Budou se tak moci podílet na vývoji a designu světel do automobilů předních světových značek jako například Bentley, Jaguar, Land Rover, Tesla, VW, Škoda, Ford, PSA, GM nebo FCA. Společnost Varroc Lighting Systems zaměstnancům například pomáhá se zařízením bydlení, poskytuje jim příspěvek na dopravu, a dokonce má i vlastní firemní školku. „Kromě propracovaného systému benefitů, nadstandardních mzdových podmínek a zázemí mezinárodní společnosti je pro naše lidi v neposlední řadě atraktivní i příležitost kariérního růstu v dynamickém odvětví," řekla Zuzana Vitamvásová, HR manažerka pro sdílené služby společnosti Varroc Lighting Systems. V současnosti je Varroc Lighting Systems jedním z nejperspektivnějších zaměstnavatelů nejen na Severní Moravě, ale i v celé ČR. Aktuálně společnost zaměstnává přes 2300 zaměstnanců, včetně 380 inženýrů a techniků, kteří pracují v oblasti vývoje produktů. **(tz)**

Snažíme se vytvářet optimální akademické prostředí

dokončení ze strany 1

3. UJAK je soukromou školou, kterou si ve většině případů vybírají lidé, kteří již mají dost jasnou představu o svém dalším životním směřování. Studijní úsilí tak logicky orientují ke svému úspěšnému uplatnění. Co se týče jednotlivých profesí, to se samozřejmě odvíjí od nabídky oborů univerzity, velmi často jde o pomáhající profese, které souvisejí se speciální pedagogikou. S tím poměrně ostře kontrastuje to, že UJAK je v některých médiích označována za školu celebrit.

Máte zmapováno, zda někteří vaši bývalí studenti založili své vlastní firmy? Znáte počet?

Přesná čísla nemáme, nicméně část studentů firmy zakládá nebo si již doplňuje vzdělání během podnikatelské činnosti – UJAK v této oblasti nabízí například specializovaný obor Právo v podnikání. Tím, že jsme soukromou školou, studenti často přesně vědí, čemu se budou chtít věnovat, a není proto divu, že i své případné podnikatelské aktivity mají pečlivě promyšleny.

Vaše vysoká škola také úzce spolupracuje s podnikateli, osobnostmi z businessu. Jaké zkušenosti z toho pro vás plynou?

V jedné rovině je tato spolupráce významná pro rozvoj a inovaci studijních oborů. V minulosti jsme například celý jeden obor koncipovali ve spolupráci s velkým zaměstnavatelem a zahrnuli do výuky jeho konkrétní potřeby. Prestižní mezinárodní akreditační agentura FIBAA, která nám akreditovala naše mezinárodní studium MBA, jak jsem již zmínil, dokonce trvá na tom, abychom do odborné rady celého programu MBA jmenovali významné osobnosti z průmyslu a businessu. Pravidelný styk se zaměstnavateli nám také pomáhá v hodnocení a zajišťování kvality studia obecně. A v rovině druhé je kontakt s osobnostmi ze sféry průmyslu, služeb a obchodu obohacující pro způsob vedení univerzity, pro formování její vize a pro naplňování všech jejích rolí – výukové, vědecké i společenské.

Česká republika se stále potýká s jazykovou negramotností, málo a neradi se učíme cizí jazyky. Rozhodli jste se tuto reputaci napravit a nabízíte jeden unikátní produkt. Oč jde?

Ano, na výuku cizích jazyků klademe poměrně velký důraz. A není tedy divu, že jsme jediným místem v Česku, kde je možné získat mezinárodní jazykový certifikát telc (The European Language Certificates). Evropské jazykové certifikáty telc tvoří systém jazykových zkoušek odpovídajících Společnému evropskému referenčnímu rámci, který byl vypracován Oddělením moderních jazyků Rady Evropy. V současné době je možné skládat sedmdesát zkoušek různých úrovní z jedenácti světových jazyků. Univerzita navíc nabízí výuku cizích jazyků takzvaně na klíč pro celou řadu společností a institucí, a zároveň pořádá jazykové kurzy pro veřejnost. V současné době zajišťujeme výuku pro Kancelář Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR – přičemž v tomto případě jde již o poměrně dlouhodobou spolupráci.

Vaší specialitou je také řetězec výzkum–vývoj–inovace, zapojujete se do řešení řady projektů. Můžete se pochlubit výsledky?

V oblasti základního výzkumu jsme prorazili v obrovské konkurenci v Grantové agentuře ČR například projekty zabývajícími se povahou andragogiky jako vědy, anebo třeba projekty na pomezí ekonomie a historie. Pro ministerstvo kultury jsme zpracovali první funkční podobu dnes již známého Programu aplikovaného výzkumu národní a kulturní identity. Pro OECD jsme se podíleli na velké studii o vzdělávání k podnikavosti na vysokých školách v Moravskoslezském kraji. V současnosti spolupracujeme na velkém projektu pro Evropskou komisi, který mapuje a hodnotí zásadní reformy vysokoškolského vzdělávání v evropských zemích. A třeba pro Městskou část Praha 3 (to je naše domovská) jsme přispěli zpracováním demografické studie, anebo projektovou spoluprací s neziskovými organizacemi. A mezinárodní spolupráce – v jednom z projektů jsme společně s Technickou univerzitou v Drážďanech a několika vysokými školami v Kazachstánu vytvořili základy kazašského systému distančního studia. I po skončení projektu dodnes se dvěma kazašskými institucemi pokračujeme v úzké spolupráci.

Kdybyste měl v pěti větách charakterizovat přednosti studia na vysoké škole, jíž reprezentujete, co byste řekl?

Zajímavě koncipované humanitní a společenskovědní obory. Unikátní zaměření na pedagogiku. Klientský přístup ke studentům. Vynikající uplatnění absolventů. Nadstandardní materiální a technické podmínky pro studium. Formy studia ideálně přizpůsobené i pro zaměstnané studenty.

Jaké je dnes české školství? Čeho se mu nedostává?

Nedostává se mu vize, rozletu, mezinárodního přehledu a nadhledu a férové soutěže. Na druhou stranu je stabilizované, a přestože do něj neproudí zdaleka takové prostředky (ať už veřejné, anebo soukromé) jako třeba v západoevropských zemích, poskytuje kvalitní vzdělání.

Nemyslíte si, že plýtvá naše země talenty? Dokáží vysoké školy vytěžit „chytrost a odvahu" mládí?

My talenty neplýtváme, protože talent se většinou dokáže prosadit sám. Ale často nepracujeme – alespoň ve školství – s talenty systematicky a nenabízíme jim tak dobré podmínky pro studium a práci jako třeba někde jinde v zahraničí.

Čemu vás pozice rektora naučila?

Že je pořád čemu se učit.

otázky připravila Eva Brixi
www.ujak.cz

Biopaliva v dopravě mají dlouhou historii, potřebují však vyjasnit budoucnost

Mnoha řidičům se nelíbí, že do svých motorových vozidel tankují pohonné hmoty s přídavkem biosložky. Přitom však paliva z pole pohánějí spalovací motory po celou dobu jejich používání. Víc než minulost se však teď musí vyjasnit budoucnost biopaliv s ohledem na požadavky snižování skleníkových plynů. Hovořili jsme o tom s výkonným ředitelem České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu ing. Janem Mikulcem, CSc.

Jaké jsou zkušenosti s využíváním biopaliv v dopravě? Podařilo se eliminovat rizika s nimi spojená?

Na úvod a pro zajímavost malé připomenutí – i užití biopaliv v dopravě, nebo lépe řečeno pro pohon motorů, má svoji historii, která je mnohem delší, než si někdy uvědomujeme. V Československu se vyráběly a prodávaly lihobenzinové směsi již za první republiky, kdy benzinu z ropy konkurovala směs s hezkým názvem Bi-Bo-Li (benzin, benzol, líh) nebo pod názvem Dynalkol, složená z 50 % etanolu, 30 % benzenu a 20 % benzinu, a v letech 1926–1932 bylo povinné přimíchávání 20 % etanolu do benzinu. Ve Francii měli Etol (carburant national), složený z 55 % etanolu, 49,9 % etyléteru a 0,1 % amoniaku, a v Německu Reichskraftstoff, složený z 50 % etanolu, 30 benzenu (nebo benzinu) a 20 % acetonu, jiné prameny mluví o poměru: 50 % etanolu a 50 % acetonu. Samozřejmě tehdejší a dnešní nároky motorů na palivo jsou zcela nesrovnatelné.

Současné užití a podpora biopaliv sledují cíle, které jsou i legislativně založeny ve dvou směrnicích ES. Je to jednak směrnice 2009/28/ES o podpoře využívání energie z obnovitelných zdrojů s cílem do roku 2020 nahradit 10 % energie v dopravě palivy z obnovitelných zdrojů a dále směrnice 98/70/ES o jakosti benzinu a motorové nafty ve znění směrnice 2009/30/ES s cílem snížení emisí skleníkových plynů v dopravě o 6 % do roku 2020. Tyto směrnice se nyní poněkud mění a tyto změny budou transformovány i do naší legislativy.

V pohledu na biopaliva je vhodné rozlišit dvě skupiny – biopaliva, která jsou v nižší koncentraci přimíchávána do standardních fosilních paliv, aktuálně zákon o ochraně ovzduší určuje minimálně 4,1 % (objemových) přídavek biosložky do benzinu a 6 % do nafty. Na druhé straně je přídavek omezen požadavky technických norem pro paliva na 5 % u benzinu (resp. 10 % – tzv. benzin E10) a 7 % u nafty. S malou dávkou zjednodušení lze říci, že při užití těchto paliv by motorista ani jeho vůz neměli poznat žádný rozdíl.

Druhou skupinou jsou biopaliva tzv. vysokoobjemová (nebo vysokoncentrovaná), kde je podíl biosložky výrazně vyšší. V České republice jsou to aktuálně zejména směsná motorová nafta (SMN B30) s podílem biosložky do 30 %, čistá bionafta FAME (B100) a etanol E85. Tato biopaliva požívala od roku 2010 vysokou daňovou úlevu (např. B100 úplné osvobození od spotřební daně z nafty, která jinak činí 10,95 Kč/lt).

Tyto úlevy byly schváleny Evropskou komisí do 30. 6. 2015 s cílem kompenzovat jednak vyšší cenu biopaliv, jednak i vyšší náklady, spojené s jejich používáním. Lze očekávat, že tato podpora bude snížena na základě notifikace (schválení) nového Víceletého programu podpory dalšího uplatnění udržitelných biopaliv v dopravě na období 2015–2020. Příslušnou novelu zákona o spotřebních daních musí ještě projednat Poslanecká sněmovna.

Došlo díky bionaftě a bioetanolu k poklesu produkce skleníkových plynů z provozu motorových vozidel?

Ano, k úspoře došlo a splnění požadavku na snížení emisí o 2 % od roku 2014 považujeme za reálné.

ČAPPO nedávno upozornila, že další snižování skleníkových plynů může být ohroženo. Proč?

Zde je odpověď trochu složitější. Požadavek na snížení emisí o 4 % od roku 2017 je sice v evropské legislativě indikativní, zatímco v české legislativě jde o cíl závazný, a to již od roku 2011. Důvody, pro které tomu tak je, nejsou zcela zřejmé, ale jistě mezi ně patří tehdejší optimizmus, že po roce 2015 bude dostatek biopaliv vyšších generací, které naplnění tohoto cíle usnadní. Tento předpoklad se nepotvrdil, k tomu přistupuje i zatím nejasný dopad změn v daňové podpoře vysokoobjemových biopaliv. Ke splnění 4% cíle by bylo nutné i zavedení benzinu E10 na trh, které je zatím legislativně limitováno, a je limitováno i strukturou vozového parku v ČR.

Co by měli pro splnění závazků udělat stát a zákonodárci, výrobci a prodejci PHM a na co se mají připravit motoristé?

Myslím, že výstižnou odpovědí je citace z tiskové zprávy ČAPPO z června tohoto roku: „S plnou vážností proto upozorňujeme státní orgány, že do roku 2017 je nutné vytvořit nové legislativní podmínky užití biopaliv, a to zejména odstranit diskriminaci benzinu E10 prostřednictvím novely zákona o pohonných hmotách, vytvořit podmínky pro daňovou podporu vysokokoncentrovaných směsí biopaliv a fosilních paliv (B30, B100 a E85) prostřednictvím zákona o spotřebních daních a zvýšit objemovou povinnost užití biopaliv první generace v návaznosti na limity dané evropskými normami. Za mimořádně důležité považujeme rovněž vytvořit podmínky pro podporu výzkumu, vývoje a výroby vyspělých biopaliv.“

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

Jak pomohou ke snižování emisí přispět alternativní pohony, zejména plyn v různých podobách?

Alternativní pohony jsou cestou jak ke snižování emisí, tak ke zvýšení podílu energie z obnovitelných zdrojů v dopravě. Zemní plyn v různých formách (CNG, LNG, bioplyn) je vedle elektromobility jednou z cest, které nejsou pouze ve stadiu úvah a hypotéz, ale jsou reálně vyzkoušené.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Transport Show Truck and Bus: zajímavá ukázka využití LNG technologie v Brně

Již tradicí se stalo setkání výrobců nákladních vozidel, autobusů a dodavatelů moderních technologií – Transport Show Truck and Bus – se zástupci široké i odborné obce autopřepravců na velodromu ČESMAD Brno. Letošní akce se díky ČESMAD Brno uskutečnila v posledním srpnovém dni a nechyběla na něm ani zajímavá a inspirující expozice společností VEMEX, s. r. o., Gazprom Germania, a také – protože se veřejnosti představovala technologie plnění zkapalněného zemního plynu (LNG) do autobusu na pohon zemním plynem využívajícího této technologie – Chart Xerox, a. s. Děčín.

Gazprom Germania spolu se společností VMX a VEMEX, s. r. o., přispěly ke zdaru akce ukázkami plnění autobusu Solbus zkapalněným zemním plynem (LNG) z přistavené autocisterny do speciálních nádrží autobusu. Využita byla špičková kryogenní technologie firmy Chart Ferox, a. s., umožňující přeměnu zkapalněného zemního plynu s extrémně nízkými teplotami v CNG využitelné pro pohon autobusu polského výrobce Solbus. Pro návštěvníky brněnského setkání autopřepravců byly tyto ukázky zajímavým seznámením s LNG technologií a spolu s ukázkovou jízdou LNG autobusu Solbus jistě také v mnohém inspirující. Pro Gazprom Germania i společnost VEMEX, s. r. o., je to však jen předzvěst realizace velkých LNG projektů, které se budou také v ČR postupně realizovat. Něco o nich jistě naznačí i na veletrhu Czech Bus, který se uskuteční v Praze-Holešovicích ve dnech 24.–26. listopa-du 2015, kde bude VEMEX se svými partnery opět předvádět plnění LNG i jízdy autobusů na zemní plyn zástupcům autobusových dep. **(nov)**

Přichází slabá sezona,

ale trh práce zůstává pozitivní

Společnost Manpower Česká republika zveřejnila v září výsledky průzkumu Manpower Index trhu práce pro čtvrté čtvrtletí roku 2015. V rámci průzkumu Manpower Index trhu práce pro čtvrté čtvrtletí 2015 byla všem účastníkům vybraného reprezentativního vzorku 750 zaměstnavatelů v ČR položena otázka: Jak očekáváte, že se změní celkový počet zaměstnanců ve vaší společnosti v následujícím čtvrtletí do konce prosince 2015 v porovnání s aktuálním čtvrtletím?

Manpower má pro Českou republiku k dispozici i sezonně očištěná data SAD (jelikož průzkum v ČR se provádí již více než pět let), která eliminují dopad sezonních výkyvů v datech týkajících se náborových aktivit. Tisková zpráva uvádí všechna data sezonně neočištěná.

Zaměstnavatelé v České republice hlásí pro čtvrté čtvrtletí 2015 opatrné náborové plány. Na 6 % zaměstnavatelů očekává nárůst počtu pracovních sil, 5 % předpovídá snížení počtu pracovních sil a 86 % zaměstnavatelů nepředpokládá žádné změny. Na základě těchto údajů vykazuje Čistý index trhu práce pro Českou republiku pro čtvrté čtvrtletí 2015 hodnotu +1 %.

„Výsledky našeho průzkumu ukazují na pokračování pozitivního trendu na trhu práce, který se ale netýká ekonomiky jako celku. Silné náborové aktivity pozorujeme především ve velkých společnostech s více než 250 zaměstnanci. Jejich poptávka značně roste a tyto firmy hlásí nedostatek vhodných talentů. Nejsilnější je tato situace v automobilovém průmyslu, logistických a call centrech. Nedostatek talentů nutí zaměstnavatele využívat nové strategie v hledání, náboru a udržení si lidských zdrojů, což se projevuje zejména v systému odměn, organizování výroby, alternativních formách úvazků apod. Na druhou stranu malé firmy, které nejsou tak mediálně viditelné, ale tvoří základ ekonomiky, předpokládají spíše stagnaci v počtu pracovních míst. Navíc některé regiony stále bojují s vysokou mírou nezaměstnanosti a to je velká výzva nejen pro firmy, ale i pro stát a jednotlivce," řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup Česká a Slovenská republika.

Porovnání organizací podle velikosti

Zaměstnavatelé velkých společností hlásí nejoptimističtější náborové plány s Čistým indexem trhu +17 %, následováni středními společnostmi se silným Indexem +14 %. Malé podniky a mikropodniky však očekávají stagnující náborové prostředí s Indexem 0 % a -1 %.

Porovnání dle odvětví

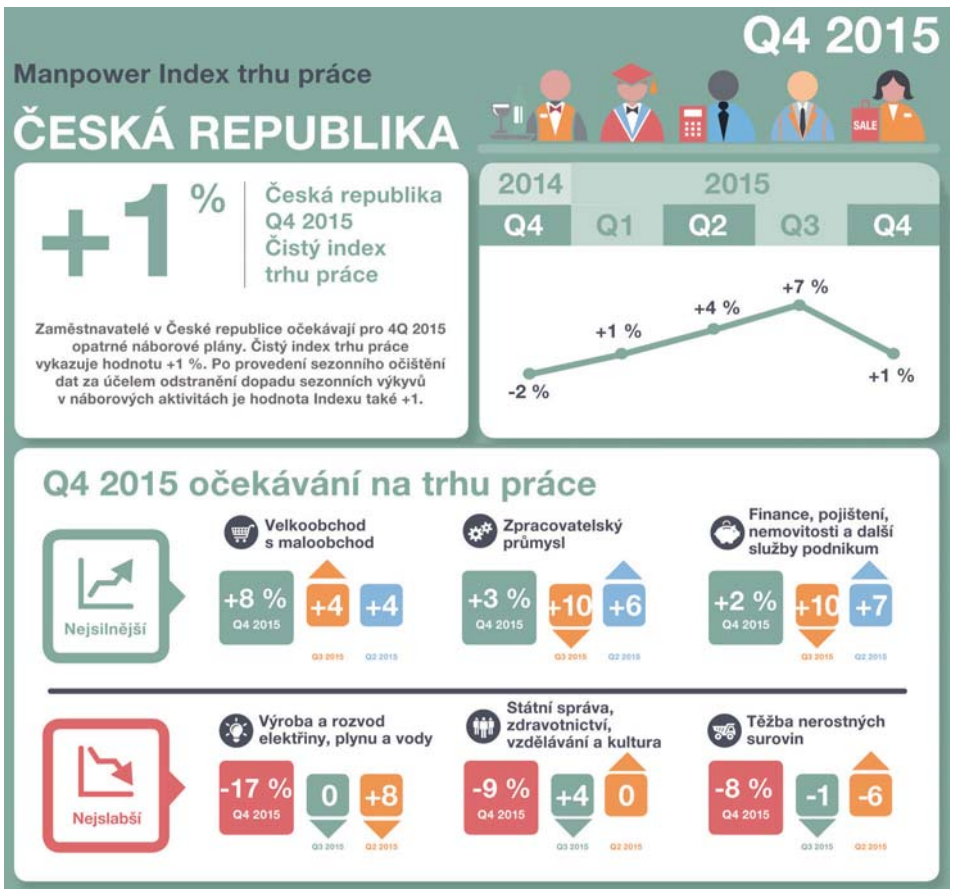
Zaměstnavatelé v sedmi z deseti odvětví předpovídají pro nadcházející čtvrtletí snižování počtu pracovních sil. Nejslabší trh práce hlásí Výroba a rozvod elektřiny, plynu a vody s Indexem 17 % a Státní správa, zdravotnictví, vzdělávání a kultura s Indexem -9 %, dále pesimistickou předpověď hlásí Těžba nerostných surovin -8 % a Stavebnictví -5 %. Zaměstnavatelé ve třech odvětvích očekávají příznivé náborové prostředí. Nejsilnější Index předpovídá odvětví Velkoobchod a maloobchod s Indexem +8 %, Zpracovatelský průmysl +3 % a Finance, pojištění, nemovitosti a další služby podnikům +2 %.

Regionální srovnání v rámci ČR

Zaměstnavatelé ve dvou ze tří regionů očekávají v příštím čtvrtletí nárůst počtu pracovních sil. Zaměstnavatelé v Praze očekávají nárůst pracovních sil s Indexem +3 % a v Čechách hlásí Index +1 %. Na Moravě se očekává mírný pokles s Indexem -2 %. V porovnání s předchozím čtvrtletím se náborové plány výrazně snížily o 15 procentních bodů na Moravě a jsou téměř nezměněny v Praze (-1 %). Zaměstnavatelé v Čechách hlásí relativně stabilní náborové prostředí s hodnotou -3 %.

Globální pohled

Výsledky průzkumu pro čtvrté čtvrtletí ukazují, že zaměstnavatelé ve 36 ze 42 zemí očekávají nárůst počtu pracovních sil. Avšak zlepšení situace na trhu práce je pouze lokální a další známky svědčí o tom, že ozdravení ekonomik po krizi je stále pomalé a zdlouhavé. Mnoho zaměstnavatelů si zachovává opatrný přístup, a dokud neuvidí jasný růst trhu práce, vyhýbají se agresivnímu náboru. Zaměstnavatelé v Indii a Tchaj-wanu hlásí nejsilnější náborové prostředí z globálního hlediska. Jistota zaměstnavatelů v Japonsku stále narůstá a uchazeči o práci se zde mohou těšit na nejoptimističtější předpověď od 1. čtvrtletí 2008. Náborové plány v USA se také postupně zlepšují a současný Index je zde nejsilnější od 4. čtvrtletí 2007. Oproti tomu optimizmus zaměstnavatelů v Brazílii postupně slábne, jejich předpověď pro čtvrté čtvrtletí je nejslabší ze všech 42 sledovaných zemí a oblastí, a propadla se na nejnižší úroveň od začátku provádění průzkumu. Trh práce oslabuje také v Číně, kde zaměstnavatelé předpovídají nejslabší náborové prostředí za posledních šest let. Negativní předpověď hlásí opět Itálie a znovu se k ní přidalo Řecko, Francie a Finsko. Další výsledky průzkumu Manpower Index trhu práce budou zveřejněny 8. prosince 2015. **(tz)**



	Nárůst	Pokles	Beze změny	Neví	Čistý index trhu práce	Sezonně očištěná data
	%	%	%	%	%	%
4. čtvrtletí 2015	**6**	**5**	**86**	**3**	**1**	**1**
3. čtvrtletí 2015	9	2	88	1	7	4
2. čtvrtletí 2015	7	3	88	2	4	4
1. čtvrtletí 2015	6	5	88	1	1	4
4. čtvrtletí 2014	3	5	89	3	-2	-2

Velikost organizace	Nárůst	Pokles	Beze změny	Neví	Čistý index trhu práce	Sezonně očištěná data
	%	%	%	%	%	%
Micro méně než 10	4	5	88	3	-1	0
Malé 10-49	7	7	83	3	0	0
Střední 50-249	21	7	71	1	14	18
Velké 250 a více	27	10	61	2	17	23

Generické firmy mají přísný Etický kodex a podporují transparentní spolupráci

V médiích se nedávno objevila zpráva, že výrobci generických léků nemají svůj Etický kodex ani nejsou sdruženi v mezinárodní asociaci. Česká asociace farmaceutických firem (ČAFF) chce proto připomenout, že v polovině roku 2015 svůj kodex opětovně zpřísnila, v mnoha oblastech nad rámec zákonných předpisů ČR a požadavků Státního ústavu pro kontrolu léčiv. Zároveň je členem Evropské asociace generických léčiv a biosimilars. ČAFF důrazně odsuzuje korupční jednání a bedlivě bude sledovat výsledky probíhajícího policejního vyšetřování.

„Je naprosto neakceptovatelné, aby docházelo k uplácení lékařů," řekl výkonný ředitel ČAFF Martin Mátl. „I proto náš Etický kodex, který jsme v polovině tohoto roku zpřísnili nad rámec zákonných povinností, umožňuje Etické komisi uložit až milionovou pokutu členovi, který by kodex porušil." Etický kodex ČAFF zpřísnil například podmínky pro práci zástupců farmaceutických firem. ČAFF se rozhodla zavést povinnou Certifikaci pro každého, kdo přichází do kontaktu se zdravotnickým odborníkem. Cílem certifikace je zvýšení úrovně odborných znalostí a znalostí z oblasti etiky a práva pracovníků farmaceutických firem. Etický kodex má ČAFF od svého založení před 15 lety, odkdy funguje jako efektivní systém samoregulace členů asociace. Členové ČAFF ostatně také začali podporovat transparentní spolupráci. „Zveřejňování spolupráce mezi lékaři a farmaceutickými firmami považujeme za přínosné a chvályhodné," sdělil výkonný ředitel ČAFF Martin Mátl. „Jde navíc o celoevropský trend, ke kterému se od příštího roku přidá i Evropská asociace generických léčiv."

Česká asociace farmaceutických firem je členem Evropské asociace generických léčiv a biosimilars a ve svém Etickém kodexu reguluje jednání farmaceutických výrobců v široké škále jejich činností. Definuje odpovědnost, informace o přípravcích, propagační materiály, ale také činnost kongresů a pořádání firemních seminářů či granty. Etický kodex rovněž upravuje vztahy se zdravotnickými odborníky, způsob komunikace s veřejností, obchodní vztahy s partnery nebo poskytování slev. Etický kodex je k nalezení na webu ČAFF: www.aff.cz/eticky-kodex.

Česká asociace farmaceutických firem sdružuje všechny hlavní výrobce a dodavatele generických léků. Aktuálně jde o 21 firem, které v České republice zaměstnávají 4416 zaměstnanců. Na český trh aktuálně dodávají 1751 preparátů, jichž se ročně prodá zhruba 145 milionů kusů. Celkové roční tržby všech členských firem dosahují 15,24 miliardy. **(tz)**

SP ČR se zapojil do debaty o regulaci sázek a loterií

Svaz průmyslu a dopravy ČR v září v prostorách Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR uspořádal konferenci nazvanou Loterie a kurzové sázky v Evropě 21. století. Jde o navýsost aktuální téma – poslanci se právě nyní chystají schvalovat největší změny v regulaci hazardu v ČR, včetně jeho zdanění. Sázkové společnosti chtějí dosáhnout toho, aby kurzové sázky a loterie byly zdaněny méně, než plánuje vláda, jež v létě schválila návrh ministerstva financí.

SP ČR konferenci uspořádal se záměrem uvést tuzemskou debatu o zdanění a regulaci loterií do evropského kontextu a porovnat ji s legislativou EU. „Velmi intenzivně se věnujeme dvěma oblastem, které jsou pro Svaz průmyslu a dopravy ČR a jeho členy naprosto klíčové. Jsou to otázky regulace a daňové zátěže. Ta je obecně pro jakékoliv podnikání, nejen pro herní průmysl, zcela stěžejní. Buď může pomáhat, nebo může škodit," řekl v úvodním slovu Radek Špicar, viceprezident SP ČR pro oblast podnikatelského prostředí a konkurenceschopnosti. Připomněl, že ČR v mezinárodních srovnáních v uplynulém čtvrtstoletí zaznamenala vzestup v oblasti privátního businessu. „Teď je ten český světově konkurenceschopný. Máme špičkové odborníky a firmy, které dokážou soupeřit s těmi nejlepšími na světě," zdůraznil Radek Špicar. Bolavým místem však zůstává institucionální prostředí. „Tam ztrácíme body a to byl taky hlavní důvod, proč se ČR v minulých letech tak dramaticky propadala v žebříčcích konkurenceschopnosti nejenom v EU, ale i v rámci celého světa," konstatoval. Mezi účastníky konference nechyběli poslanci, kteří budou o chystaných úpravách rozhodovat – další úvodní slovo pronesl poslanec Karel Fiedler. Na konferenci se jednalo o úpravách a regulaci loterií v evropských zemích – evropské loterie představil prezident Evropských loterií Hans Jörg Höltkemeier. O připravovaných změnách regulace hovořil náměstek ministra financí Ondřej Závodský. Stranou zájmu nezůstaly ani otázky nelegálního sázení či úspěšného boje proti nelegálním provozovatelům loterií v zahraničí; bodem diskuze byly i závislosti na sázení. **(tz)**

Západní Evropa je nejatraktivnější

investiční destinací, předstihla i Čínu a Spojené státy

Přímé zahraniční investice v Evropě překonaly vloni další historický rekord. Vyplývá to z průzkumu atraktivnosti Evropy pro zahraniční investory (European Attractiveness Survey), který pravidelně provádí společnost EY. Ačkoliv v celosvětovém měřítku jejich růst zpomalil, Evropě se podařilo přilákat nové projekty v celkové hodnotě 305 miliard amerických dolarů, což je o 36 % více než v roce 2013.

foto Shutterstock

Co do počtu projektů je meziroční nárůst nižší, pouze 10 %. Ve 43 evropských zemích, včetně Ruska a Turecka, se uskutečnilo celkem 4341 investičních projektů, které přinesly 185 583 nových pracovních míst (+12 %). Investory aktuálně nejvíc láká západní Evropa, za nejatraktivnější region světa ji považuje celá polovina z 808 vrcholových manažerů, které společnost EY v letošním průzkumu oslovila (oproti 45 % v loňském průzkumu). Naopak atraktivita Číny klesla o šest procentních bodů, ze 44 % na 38 %. Díky tomu ji na třetí místo v žebříčku nejatraktivnějších regionů odsunuly Spojené státy, které si polepšily z 31 % na 39 %. Vítězem ve střední a východní Evropě je Polsko a Rusko. Česká republika v žebříčku počtu přímých zahraničních investic klesla ze 14. na 18.–19. místo, které sdílí společně s Portugalskem. V počtu pracovních míst si udržela pěkné 11. místo.

„Zvyšující se atraktivnost Evropy není jen výsledkem její ekonomické stabilizace a oživení. Svou roli tu hraje i větší nejistota spojená s rychle rostoucími ekonomikami. Není jisté, zda budou schopné i v dalších letech růst stejným tempem jako v předešlé dekádě," řekla Magdalena Souček, vedoucí partnerka společnosti EY v České republice a střední a jihovýchodní Evropě. „Nižší ceny energií, slabší euro a kvantitativní uvolňování, to všechno jsou faktory, které zvyšují přitažlivost Evropy pro investory a díky kterým na tomto kontinentu vloni vzniklo na 200 000 nových pracovních míst. A to je velmi povzbudivá zpráva, protože zaměstnanost je jedním z hlavních motorů ekonomického růstu."

Žebříček zemí: kdo vítězí v soutěži atraktivity?

Více než polovina (52 %) všech přímých zahraničních investic směřujících do Evropy a necelá třetina (30 %) nových pracovních míst připadla vloni na pouhé tři státy: na Velkou Británii, Německo a Francii. Pozici jedničky co do počtu projektů i vytvořených pracovních míst v loňském roce uhájila Velká Británie. Do Top 10 nejúspěšnějších evropských zemí se probojovalo Turecko na devátém místě, naopak z ní vypadlo Finsko. Desítku doplňují Španělsko, Belgie, Nizozemsko, Polsko, Rusko a Irsko. Top 10 nejúspěšnějších evropských zemí podle počtu nových pracovních míst aktuálně tvoří Velká Británie, Rusko, Polsko, Francie, Německo, Rumunsko, Španělsko, Turecko, Slovensko a Irsko. Česká republika obsadila 18.–19. místo.

Střední a východní Evropa

Z celkového počtu pracovních míst, která vloni vznikla díky přímým zahraničním investicím, připadá celá polovina (konkrétně 96 087, tj. 52 %) na střední a východní Evropu. Rusko a Polsko jsou v počtu vytvořených pracovních míst na 2. a 3. místě žebříčku hned za Velkou Británií, Rumunsko obsadilo 6. místo, Turecko 8. místo. Do desítky nejúspěšnějších evropských zemí podle počtu nových pracovních míst přibylo Slovensko na 9. místě, naopak vypadlo Srbsko. Česká republika se umístila stejně jako v předchozím roce na 11. místě.

Co se týče počtu přímých zahraničních investic, je nejúspěšnější zemí v regionu střední a východní Evropy Polsko. Výhodou Polska oproti konkurentům ve střední Evropě – České republice a Maďarsku, je zejména jeho velikost a velké projekty v oblasti veřejné infrastruktury. Polsko se také v regionu stalo lídrem v oblasti back-office činností pro velké korporace: sdílené služby a kontaktní centra představují 9 % přímých zahraničních investic a zajišťují téměř čtvrtinu vytvořených pracovních míst v Polsku.

Ekonomická bouře v Rusku, která začala koncem roku 2014, se do statistik promítne až v dalším období. Nicméně propad cen ropy, slabší rubl, zpomalení ekonomického růstu, napětí ohledně Ukrajiny a obchodní sankce nepochybně investiční atraktivitu země ovlivňují. Je ale možné, že rozšíření výroby v Rusku bude jeden ze způsobů, jak účinek sankcí obejít.

Česká republika

„V ČR bylo v roce 2014 sjednáno 53 přímých investic, tedy o sedm méně než v roce 2013. Co do počtu projektů to představuje sice pokles, nicméně díky zahraničním investicím vloni vzniklo 7278 míst (proti 5609 místům v roce 2013). Největšími investory v ČR zůstávají firmy z Německa – i když vloni vytvořily nejnižší počet projektů za posledních pět let, na počtu vytvořených pracovních míst se stále podílejí výrazně, " sdělila Magdalena Souček. „Česká republika zaznamenala úspěch, když se jí podařilo přilákat několik velkých zahraničních investorů, kteří plánují vybudovat nová výrobní a servisní zařízení. Kromě toho investoři, kteří již v České republice působí, buď své stávající provozy rozšiřují, nebo to mají v plánu. Tento pozitivní trend by měl pokračovat, a to i díky nedávné úpravě zákona o investičních pobídkách (novela nabyla účinnosti 1. května 2015), která by v oblasti investic měla posílit pozici České republiky v rámci konkurence sousedních států."

Nejvíce investičních projektů i pracovních míst bylo již tradičně vytvořeno v rámci automobilového průmyslu a jeho dodavatelů. „Česko stále přitahuje především průmyslové investice. Horší výsledky v oblasti služeb a software mohou být dlouhodobě hendikepem pro rozvoj ekonomiky a měli bychom se na ně v ČR více zaměřit," dodala Magdalena Souček.

Sektor „software" je v celoevropském měřítku na prvním místě v počtu projektů a na druhém z hlediska tvorby pracovních míst. Do České republiky přichází také relativně málo investic ze zemí BRICS, a to zejména z Číny, v celoevropském srovnání přitom jde o nejrychleji rostoucí segment investic. Tahounem investic mezi městy zůstává Praha, která se probojovala mezi Top 10 nejatraktivnějších evropských měst.

Se zahraničními i tuzemskými investory dojednala Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest v loňském roce 147 investičních projektů. „Nyní musíme v lákání investic vyvinout vyšší úsilí. Naše nová strategie předpokládá daleko aktivnější přístup k investorům. Velmi nám pomohlo například navrácení našich zahraničních zastoupení ve strategických lokalitách, ke kterým letos přibyla Jižní Korea," konstatoval generální ředitel agentury CzechInvest Karel Kučera. „Větší aktivita už zároveň nese výsledky. Zájem investorů o Českou republiku nepolevuje a obrací se na nás i stávající investoři, kteří plánují další projekty. To dokazuje, že se jim u nás podniká dobře a oceňují širší a intenzivnější servis, který jim začínáme poskytovat," doplnil Karel Kučera.

Praha mezi Top 10 nejatraktivnějšími evropskými metropolemi

Mezi hlavní přednosti evropských metropolí patří podle oslovených vrcholových manažerů potenciál pro oživení ekonomického růstu, konkurenceschopnost a dobré podmínky poskytované společnostem z kategorie new-age, díky nimž lze komerčně realizovat podnikatelské nápady, které dokážou změnit život milionů lidí. Pozici jednoznačné jedničky mezi evropskými městy si i v letošním roce udržuje Londýn, s odstupem na druhém a třetím místě skončily Paříž a Berlín. Do první desítky se mimo jiné vešla tři německá města, Berlín, Frankfurt a Mnichov, dvě španělská, Barcelona a Madrid, a rovněž Praha na devátém místě.

Která ekonomická odvětví jsou pro investory v Evropě nejatraktivnější?

Díky ekonomickému oživení, oslabujícímu euru a klesajícím cenám energií roste především atraktivita evropského výrobního sektoru, kde se počet investičních projektů a nových pracovních míst zvýšil celkem o pětinu. Velmi úspěšné jsou rovněž logistické investice, které zaznamenaly 27% nárůst právě v souvislosti s oživením průmyslové výroby a rovněž díky boomu internetového obchodu.

Výsledky sektoru služeb, pokud jde o přímé zahraniční investice, jsou poměrně nevyrovnané, některým oborům se daří více, jiným méně. Zatímco softwarové projekty vykázaly výrazný nárůst investic (27 %), podobně jako finanční zprostředkování (37 %) nebo služby back-office (15 %), ekonomické služby zaznamenaly opačný trend (24% pokles), což bohužel platí rovněž pro výzkum a vývoj (pokles o 1 %).

Největší investoři

I v loňském roce v Evropě nejvíc investovali evropští investoři, kteří stojí za polovinou (51 %) všech realizovaných investičních projektů. Druhé skončily americké společnosti, na které připadá čtvrtina evropských investic. Na 3. místě vystřídala Japonsko Čína, která v Evropě v roce 2014 realizovala 210 projektů, což představuje meziroční nárůst téměř o 40 %. V praxi se tak projevuje politika čínské vlády, která podporuje zahraniční investice čínských společností, protože je vnímá jako cestu, jak získat nové technologie, značky a zdroje, což zpětně přispěje k rozvoji kvalitní domácí výroby a služeb.

Jak udělat Evropu ještě atraktivnější?

Na 59 % oslovených manažerů je přesvědčeno, že atraktivnost Evropy pro zahraniční investory během následujících tří let vzroste. Plány na investice do nových provozů v Evropě nebo do rozšíření stávajících má ale pouze 32 % respondentů, 64 % žádné investice během příštích 12 měsíců neplánuje.

Oslovení investoři se shodují na tom, že v zájmu ekonomického oživení Evropy a zlepšení zdejšího investičního prostředí je třeba se nadále zaměřovat na odstraňování překážek, které jsou hlavní brzdou větší efektivity, což je především nadměrná byrokracie a pomalý růst.

Právě tyto dva faktory, tedy byrokracii (20 %) a slabý hospodářský růst (17 %), vnímají zahraniční investoři jako zásadní překážku snižující atraktivitu Evropy. Jsou podle jejich názoru ještě důležitější než geopolitická nejistota na hranicích Evropy (11 %) nebo schodky státních rozpočtů (11 %). Prioritní úkoly pro evropské státy by měly zahrnovat další posílení flexibility pracovního trhu, zjednodušení legislativy a podporu ekonomického prostředí přátelského vůči podnikání.

„Důvěru investorů by mohly výrazně ovlivnit i debaty, které se v současnosti vedou o budoucím uspořádání Evropy," upozornila Magdalena Souček. „Jakékoliv významné vnitropolitické události v klíčových zemích, například volby či přijaté reformy, mohou atraktivnost Evropy významně ovlivnit."

„Evropa je pro investory přitažlivá především díky stabilnímu podnikatelskému prostředí, potenciálu v oblasti výzkumu, vývoje a inovací a díky zajímavému trhu," doplnila Magdalena Souček. „Podle oslovených manažerů je nyní důležitá transformace v oblasti digitálních technologií, zdravotní péče a energetiky." **(tz)**

NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ EVROPSKÉ ZEMĚ PODLE POČTU PŘÍMÝCH ZAHRANIČNÍCH INVESTIC

	2013	2014	Podíl (2014)	Změna
1. Velká Británie	799	887	20 %	11 %
2. Německo	701	763	18 %	9 %
3. Francie	515	608	14 %	18 %
4. Španělsko	221	232	5 %	5 %
5. Belgie	175	198	5 %	13 %
6. Nizozemsko	161	149	3 %	-7 %
7. Polsko	107	132	3 %	23 %
8. Rusko	114	125	3 %	10 %
9. Turecko	98	109	3 %	11 %
10. Irsko	111	106	2 %	-5 %
18.–19. Portugalsko	39	53	1 %	36 %
Česká republika	**60**	**53**	**1 %**	**-13 %**

NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ EVROPSKÉ ZEMĚ PODLE POČTU VYTVOŘENÝCH PRACOVNÍCH MÍST

	2013	2014	Podíl (2014)	Změna
1. Velká Británie	27 953	31 198	17 %	12 %
2. Rusko	13 621	18 248	10 %	34 %
3. Polsko	13 862	15 485	8 %	12 %
4. Francie	14 122	12 577	7 %	-11 %
5. Německo	10 350	11 327	6 %	9 %
6. Rumunsko	6157	10 892	6 %	77 %
7. Španělsko	11 138	9750	5 %	-12 %
8. Turecko	8696	8175	4 %	-6 %
9. Slovensko	3493	7978	4 %	128 %
10. Irsko	6895	7306	4 %	6 %
11. Česká republika	**5609**	**7278**	**4 %**	**30 %**

Zdroj: EY Global Investment monitor 2015

Na 85 procent Čechů cítí hrdost,
pokud jejich zaměstnavatel pomáhá ostatním

Kvalitní lidi motivuje k práci firemní kultura, na jejímž vzniku se mohli spolupodílet, efektivní fungování společnosti, ale i charita, kterou si sami vyberou. Firmy se předhánějí v nabídce finančních odměn i nehmotných benefitů, ale pro získání a udržení si dobrých a výkonných zaměstnanců to nemusí být často rozhodující. Lidé dnes více přemýšlejí nad tím, v jakém prostředí žijí a pracují, a chtějí mít možnost to ovlivnit. Zásadní to je pro více než čtyři pětiny z nich.

foto Freeimages

Ve velkých zahraničních korporacích působících v Česku bývá firemní kultura zahrnující vše od etického kodexu až po dress code striktně předem určena, zatímco v menších českých firmách je naopak možné ji budovat se zapojením všech zaměstnanců. „Když v zahraniční centrále rozhodnou, že firma bude mít ty a ty hodnoty, česká pobočka s tím nic nezmůže. Pokud jsou noví zaměstnanci s firemní kulturou a všemi pravidly podrobně seznámeni v rámci zaškolování, pak je vše v pořádku. Nastávají však i případy, kdy se vše dozvídají jen prostřednictvím e-mailu, aniž by o tom s nimi kdokoli diskutoval. V takovém případě to často ani nečtou, a už vůbec to nepřijímají za své," popsala Olga Hyklová, výkonná ředitelka personální agentury Advantage Consulting.

Efektivnější cestou je zaměstnance do definování firemních hodnot přímo zapojit. V ideálním případě by firma měla uspořádat workshop, pro který si každý připraví prezentaci toho, jaká by podle něj společnost měla být. Společnou diskuzí se pak doberou k hodnotám, které chtějí všichni uvést do praxe: „Není těžké tyto hodnoty vymyslet, ale spíše se na nich dokázat shodnout a docílit toho, aby je všichni chápali stejným způsobem. Nejnáročnější meta pak přichází nakonec: uvedení hodnot do reálného života firmy. Doporučuji, aby se lidé upozorňovali mezi sebou, pokud někdo jedná v rozporu s těmito hodnotami. Neměla by to být výčitka ani kritika, ale jen věcná poznámka. U nás to bylo ze začátku emotivní, ale tím se různé neshody vyjasnily, a o to víc si jich dnes zaměstnanci váží, bylo to totiž vybojované. Pokud dnes přijímáme lidi do týmu, přirozeně a automaticky už vybíráme tak, aby nám tito uchazeči zapadali do firemní kultury," řekla Olga Hyklová.

V každé firmě si však podobný „luxus" nemohou dovolit. V takovém případě doporučuje Olga Hyklová tyto hodnoty zaměstnancům vysvětlit a uvést příklady, podle kterých firma jedná. Rozeslat hromadný e-mail s desítkou stran textu je podle ní zcela nevhodné. Právě v létě může mnohé trápit striktní firemní kultura vyžadující formální dress code i v horkém počasí, kdy padají teplotní rekordy: „Chápu zaměstnavatele, kteří mají důvody, proč vyžadují stoprocentně formální oblečení i v letním počasí. Jako zákazník ale mnohem raději vidím zástupce firmy v tričku nebo v košili s krátkým rukávem než upoceného obchodníka v obleku. Některé firmy už to chápou a v létě ustupují například od silonek, nebo povolují boty s otevřenou špičkou namísto lodiček. Oblíbený model je také civilní oblečení a oblek jen na schůzku se zákazníkem," komentovala své zkušenosti Olga Hyklová.

Velmi aktuálním trendem je společenská odpovědnost firem. Stále více zaměstnanců chce pracovat ve firmě, která myslí i na ostatní a nějakým způsobem pomáhá druhým nebo svému okolí. Někdy se však tato snaha může obrátit proti firmě samotné: „Typickým příkladem může být třeba pomoc při stavbě škol v Africe. Ve chvíli, kdy se taková společnost svých zaměstnanců na názor neptá a předloží jim to jako hotovou věc, nastávají v 90 procentech případů problémy. Oni by totiž třeba uvítali firemní školku nebo pomoc dětem v Česku. Pokud se zaměstnanci o volbě prospěšné činnosti nijak nemluvíte, neztotožní se s tím a vám to nijak nepomůže zvýšit jejich hrdost a loajalitu," sdělila Olga Hyklová.

Jako ideální recept vnímá zapojení zaměstnanců do volby oboru, kde by chtěla firma pomáhat, po společné diskuzi. Pokud to není možné, doporučuje zvážit, zda by daná zahraniční firma neumožnila čerpat české pobočce na jejich vlastní projekt alespoň část rozpočtu, když už nemůže rozhodnout o celém. „Úplně nejefektivnější je pak zapojení zaměstnanců prostřednictvím dobrovolnictví nebo podporou sociálně znevýhodněných lidí tak, aby se toho oni sami účastnili, i když posílání peněz formou dárcovství nijak nekritizuji. U nás například zaměstnáváme dva nevidomé na vyhledávání vhodných uchazečů a pořádáme workshopy, kde podporujeme dospělé děti odcházející z dětských domovů, aby měly větší šanci uplatnit se na trhu práce. Tím, že se na tom zaměstnanci přímo podílejí, na to mohou být hrdí a přijmout to za své," vysvětlila Olga Hyklová.

„Možností, jak může být firma společensky prospěšná, je spousta. Ať už jde o péči o zaměstnance a podporu různorodosti z pohledu pohlaví nebo etnika, ochranu přírodních zdrojů, nebo pomoc komunitám v místě, kde společnost podniká. To je patrné i z projektů v soutěži Top Odpovědná firma, kde oceňujeme ty nejlepší z nich," uvedla Pavlína Kalousová z Byznys pro společnost, největší platformy pro rozvoj trvale udržitelného podnikání v ČR. **(tz)**

Z Fornetti se v Česku a na Slovensku stane Minit, business v obou zemích se osamostatní

Úspěšný franšízový řetězec obchodů s pekárenskými výrobky Fornetti se dočká na českém a slovenském trhu nové korporátní identity a ponese jméno Minit. Změnou loga oznamují společnosti Fornetti Bohemia a Fornetti Slovakia, že se osamostatnily od maďarské master franchize Fornetti. V Česku a na Slovensku zůstávají největším rodinným řetězcem maloobchodních prodejen pekárenských výrobků a jedním z největších dodavatelů velkoobchodů.

„Po patnácti letech spolupráce s maďarskou master franchise firmou Fornetti jsme se rozhodli osamostatnit," řekl Zoltán Ambrovics, jednatel Fornetti Bohemia, který společně se svým strýcem Františkem Ambrovicsem společnost před 15 lety založil. „Nezávislost nám umožní rychleji se rozvíjet a lépe se přizpůsobit lokálním trhům, například chuťovým preferencím zákazníků."

Pro české a slovenské zákazníky se v podstatě nic nemění, 99 % výrobků pochází z vlastního závodu Fornetti Slovakia, který navíc prochází mohutnou modernizací. „Spolu s Fornetti budeme nadále spolupracovat na technologické bázi," zdůraznil na příkladu přetrvávající dobré vztahy Zoltán Ambrovics. V Česku a na Slovensku tak zůstává největším rodinným řetězcem maloobchodních prodejen pekárenských výrobků a jedním z největších samostatných dodavatelů obchodních řetězců, který každý den obslouží statisíce spotřebitelů. Roční obrat obou společností činil v roce 2014 více než 27 milionů eur (více než 740 milionů korun).

Dohromady funguje na obou zmiňovaných trzích 400 poboček (150 v České republice a 250 na Slovensku) a řadí se k největším a nejvýznamnějším franšízovým subjektům ve střední Evropě. **(tz)**

G4S Secure Solutions se stala členem Britské obchodní komory

Společnost G4S Secure Solutions (CZ), přední poskytovatel bezpečnostních služeb v oblasti ochrany majetku a osob, byla v červnu přijata mezi členy české pobočky Britské obchodní komory (British Chamber of Commerce). „Členství v Britské obchodní komoře je prestižní záležitostí a těší mne, že jej získala i naše společnost. Potenciální členy schvaluje představenstvo komory a ne všichni zájemci jsou akceptováni. Od členství si slibujeme zviditelnění a zvýšený obchodní potenciál. Budeme aktivně navazovat nové kontakty a věřím, že našim partnerům máme co nabídnout," řekl Josef Svoboda, Managing Director G4S Česká republika. „Pro Britskou obchodní komoru je ctí přivítat G4S Secure Solutions mezi její členy, a rozšířit tak portfolio obchodních kontaktů. Britská obchodní komora v ČR je tím správným nástrojem pro zviditelnění značek a nové akvizice," dodala Marcela Roche, Managing Director Britské obchodní komory. Britská obchodní komora byla v ČR založena v roce 1997. Dnes má přes 200 členů, od velkých nadnárodních korporací až po živnostníky. Hlavními cíli komory jsou podpora a posilování obchodních vztahů mezi ČR a Spojeným královstvím, přispění ke zlepšení konkurenčního a podnikatelského prostředí v ČR a poskytnutí platformy pro vytváření nových obchodních příležitostí. **(tz)**

INZERCE

O KVALITĚ, SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI A MNOHÉM DALŠÍM (1. díl seriálu)

Náš časopis se věnuje kvalitě a společenské odpovědnosti jako oblastem, které patří k podnikání a manažerské práci. Každý rok na podzim v České republice vrcholí řada akcí, které s oběma tématy úzce souvisejí. Nejen proto bude Prosperita o kvalitě a společenské odpovědnosti psát ještě intenzivněji. Články najdete každý měsíc například právě na této stránce. Jako inspiraci uveřejňujeme první díl – je pojatý jako komiks a osvěta zároveň. Věříme, že bude pro vás užitečný.

Vysoká škola obchodní v Praze se stala součástí nového vzdělávacího holdingu

Vysoká škola obchodní v Praze počátkem září vstoupila do Akademické aliance, nového vzdělávacího holdingu. Cílem aliance je propojit několik vysokých škol, a vytvořit tak významnou vzdělávací instituci. V současnosti je v jejím portfoliu kromě Vysoké školy obchodní v Praze také Vysoká škola podnikání a práva (původně Vysoká škola podnikání z Ostravy a Vysoká škola manažerské informatiky, ekonomiky a práva z Prahy), Paneurópská vysoká škola v Bratislavě a další vzdělávací instituce všech stupňů vzdělávání převážně v Moravskoslezském kraji.

Propojování několika vysokých škol do Akademické aliance má za cíl vytvořit dominantní vzdělávací instituci středoevropského charakteru postavenou mimo jiné na společných vzdělávacích programech, vědeckovýzkumných projektech či publikační činnosti a silném personálním zázemí. Přispívá k tomu výrazná společenská objednávka na propojení studia s praxí navázaná zejména na firmy rozmanitého výrobního a technického zaměření nebo s orientací na služby.

Strategie Akademické aliance společně s partnery PROSPERITA holding a původními akcionáři Vysoké školy manažerské informatiky, ekonomiky a práva (VŠMIEP) potvrzuje současný trend efektivity v organizaci vysokých škol za jediným účelem: připravit silné ekonomické zázemí vzdělávacích subjektů, které budou studenty na jejich budoucí profesní uplatnění připravovat lépe než dosud. „Naším záměrem je dosahovat cestou propojování vzdělávacích institucí synergických a dalších inovačních a konkurenčních efektů s cílem umocnit a zvyšovat přidanou hodnotu pro klienta-studenta. To bychom rádi nabídli a zvládli mimo jiné i správnými produkty. Tedy obory, přizpůsobenými potřebám trhu práce a dovednostně orientovanou výukou s praktickými prvky, bez memorování a zahlcování nadbytečnými informacemi," říká Ing. Radan Jünger, předseda představenstva Akademické aliance.

Právě studijní obory Vysoké školy obchodní v Praze (VŠO), zaměřené na cestovní ruch a služby v letecké dopravě s bezmála 3000 studenty, doplňují škálu ostatních silných programů v holdingu s vysokou přidanou hodnotou a rychlou návratností školného v podobě kvalitního uplatnění na trhu práce.

Nástup nového vlastníka zřizovatele a nové Správní rady VŠO garantuje studentům vytvoření ještě pevnějšího základu pro jejich kvalitní vzdělání a kariérní růst. Pedagogickému jádru zase přináší jistotu dalšího rozvoje školy. „Již několikrát náš tým odborníků potvrdil, že jedním z našich prvořadých záměrů je vedení posluchačů k podnikavosti, inspirativnímu myšlení s nápady, které budou mít šanci na život. V tom vidíme perspektivu vysokoškolského potenciálu získaných vědomostí. Již dávno nejde o vzdělání pro vzdělání, ale o to, aby se náš absolvent dokázal prosadit a byl užitečným a respektovaným manažerem nebo třeba založil svůj vlastní podnik," vysvětluje Ing. Radan Jünger. **(tz)**

O kladenském Coworkingovém centru

esf evropský sociální fond v ČR | EVROPSKÁ UNIE | OPERAČNÍ PROGRAM LIDSKÉ ZDROJE A ZAMĚSTNANOST | CENTRUM PODPORY PODNIKÁNÍ PRAHA, o.p.s. | PODPORUJEME VAŠI BUDOUCNOST www.esfcr.cz

V nových prostorách se slavnostně představilo kladenské Coworkingové centrum Podnikání všem. Nyní je všichni zájemci – a hlavně zájemkyně – o kurzy či sdílenou kancelář naleznou na Náměstí Sítná. A naostro se pojede hned od září, kdy zde budou pokračovat kurzy podnikání pro rodiče na rodičovské dovolené.

Domek v Kladně-Rozdělově nahradily tři místnosti na Sítné, nad novou Městskou knihovnou. Tedy objektem, který ještě mnozí tatínkové znají jako bývalou „mototechnu". Na místě je dostatek parkovacích míst a na autobusovou zastávku je to jen pár kroků.

„Když nám končila smlouva na Rozdělově, obrátili jsme se na magistrát města Kladna. Ten nám vyšel vstříc a nabídnul nám právě prostory na Sítné. Učebny bývalé jazykovky byly ale dlouho opuštěné, a potřebovaly kompletní rekonstrukci," vysvětlila Lucie Mazalová z Centra podpory podnikání Praha o.p.s., které coworkingové centrum provozuje.

Rekonstrukce prostor přitom proběhla v rekordním čase – začala v polovině letošního května. V září pak centrum najelo na ostrý provoz – budou zde zahájeny oblíbené kurzy podnikání či harmonizace rodinného a pracovního života.

Základním cílem tohoto projektu je za pomoci mezinárodní spolupráce modifikovat myšlenku sdíleného podnikatelského zázemí tak, aby zcela vyhovovala specifickým nárokům žen, pečujících o potomky. Toto prostředí jim pak poskytne další nástroj k reintegraci na trh práce formou podnikání.

Na projektu spolupracuje celá řada dalších subjektů – z domácích je to Hospodářská komora hl. města Prahy, zahraničními participanty jsou polská nevládní organizace Fundacja MaMa a coworkingové centrum Coffice ze Stockholmu. **(tz)**

media@cppp.cz, www.cppp.cz

Auto Palace dokončil modernizaci svých prodejních ploch Mazda

Modernizaci svých prodejních ploch Mazda v Praze a Brně dokončil dealer č. 1 této značky, společnost Auto Palace. Investice na přestavbu, která trvala zhruba tři měsíce, si vyžádala šest milionů korun. Společnost do konce roku plánuje zmodernizovat ještě své showroomy pro značku Mitsubishi a Ford ve výši pět milionů korun. Výrazné finanční prostředky vynaložila společnost Auto Palace na modernizaci stávajících showroomů vozů Mazda v Praze a Brně. Investice, jež zahrnovala stavební úpravy jak vnějšího označení, tak vnitřní plochy, jako např. výměnu osvětlení, dlažby nebo inventáře, přišla společnost na 6 mil. Kč. Do konce roku chce firma investovat ještě do přestavby showroomů značek Mitsubishi a Ford, v jejichž prodejích Auto Palace rovněž zastává pozici č. 1. Celková modernizace prodejních ploch v ČR a SR vyjde společnost na více než 20 mil. Kč a v dalších letech bude pokračovat. „Auto Palace byl v letech 1991–2006 importérem vozů Mazda do ČR. Protože jsme v počtu prodejů této značky stále na pozici č. 1, využili jsme koncepce importéra, jež mj. zahrnuje i novou image prodejních míst, a rozhodli se do modernizace investovat. Věříme, že příjemné moderní prostředí zajistí našim klientům ještě pohodlnější nákup u nás a nám naopak možnost poskytovat jim ještě kvalitnější servis a upevnit naši špičkovou pozici prodejce," řekl Ralph Howie, generální ředitel společnosi Auto Palace. „Jedničkou jsme se stali díky špičkovým službám zákazníkům a jsem si jist, že oživení prostor povede k tomu, aby se u nás cítili ještě lépe a byli jsme pro stále více zájemců volbou číslo jedna," dodal. **(tz)**

Sedm let stačilo spedičním společnostem

ke konsolidaci trhu s nákladní dopravou

Globální ekonomická krize v roce 2008 nastartovala významné změny na trhu s nákladní dopravou. Firmy začaly více přemýšlet o přepravě svého zboží. Hledaly nové alternativy, jak přepravovat levněji. Zintenzivnila se cenová válka a kurýrní společnosti musely jít s cenou dolů. Nedostatečné konkurenční prostředí dalo vyniknout spedičním společnostem zabývajícím se přepravou zboží na míru.

Celosvětoví dopravci před sedmi lety přestali být dostupní pro malé a střední firmy a jednorázovou přepravní poptávku. Logicky tak začala posilovat role malých mezinárodních speditérů. Zatímco dříve byla poskytována maximální sleva v nižších desítkách procent z ceníkových cen, nyní kurýrní společnosti musí srazit cenu mnohdy až o 90 %, aby získaly zakázku u pravidelných zákazníků. Díky tomu došlo k opětovnému růstu objemu zásilek. I tak však celková doprava a přepravená tonáž stále není na úrovni před recesí.

„I když zlatá léta vysokých marží skončila, trh s dopravou zaznamenal velmi dobrý rok. Přeprava nákladní dopravy zboží v roce 2014 oproti předchozímu roku globálně vzrostla o 3,6 %, a to především díky důvěře spotřebitelů v nastartovaný ekonomický růst.

Objemy zásilek se dařilo bez problémů zvládat a neobjevil se ani žádný jiný neočekávaný problém, který by zpomalil dopravu. Navíc kurýrní přepravy jsou pro B2B segment stále oblíbenější, protože se stále méně vyrábí na sklad, posílají se menší zásilky s vyšší frekvencí v duchu metody JIT (Just In Time),“ řekl Alexandr Michaljanič, jednatel společnosti Smartex.

Tlak na cenu je primárním důvodem, proč k alternativním speditérům, jako je Smartex, klienti přicházejí od jiných poskytovatelů. Klienti bez dlouhodobých smluv s dopravci mohou díky spedici výrazně ušetřit, a to v rozmezí od 30 do 70 %. Tato obchodní alternativa ke kurýrním službám nabízí zprostředkovanou formou klasickou expresní leteckou a pozemní balíkovou přepravu. Neustálým tlakem vyvíjeným přepravci došlo k další pozitivní změně, kdy dopravci zdokonalili své služby – zrychlili dopravu, zlepšili nabízené standardy, především stran nových technologií používaných v dopravě.

Dnes je tak prakticky samozřejmostí sledovat aktuální stav zásilky a zjistit, kde se v daný okamžik nachází. Celý trh prošel pozitivním vývojem. Úloha a význam spedičních firem je jasná – finančně dostupnější varianta při zachování kvality a záruky velkých dopravců.

„Proces výběru nejvhodnějšího řešení pro zákazníka je jednoduchý a individualizovaný. Naši zákazníci mají možnost volby služby u našich smluvních dopravců, a nejsou tak omezeni nabídkou jediného dopravce. Přestože zásilku vyzvedává kurýr smluvního dodavatele, obchodní vztah je vždy zákazník vs. Smartex. Naši klienti tak mají dvojí jištění, individuální přístup a technologické zázemí renomovaných dopravců,“ vysvětlil Alexandr Michaljanič. **(tz)**

Firmy neumějí balit své zásilky

Objem přepravovaných zásilek každým rokem roste. Avšak firmy, které je posílají, se stále nenaučily správně je zabalit. Přitom stačí dodržet několik hlavních zásad a zásilku lze připravit tak, aby adresátovi dorazila v pořádku. Vše lze zvládnout v pěti krocích.

Z průzkumu společnosti Smartex vyplývá, že 84 % firem se domnívá, že umí správně připravit balík k odeslání. Dle zkoumání odevzdaných zásilek se tak však děje pouze u 34 % z nich. Téměř polovina dotazovaných také netuší, že díky nevhodnému balení zásilky může dojít při jejím poškození ke krácení plnění, ať už z titulu odpovědnosti dopravce, nebo u pojištění. V krajním případě může být plnění zcela odmítnuto. „České firmy za poslední roky udělaly velký posun v balení zásilek, ale stále je co zlepšovat. Nejčastější chyby zaznamenáváme v nevhodné volbě obalového materiálu a používání velmi opotřebovaných obalů, které mohou vést k poškození zásilek během přepravy,“ řekl Alexandr Michaljanič, jednatel společnosti Smartex, zaměřené na mezinárodní přepravu zásilek. Správné zabalení zásilky nemusí být náročným procesem. Na co si dávat pozor a jak postupovat krok za krokem?

1. Vhodný obal

Riziko poškození významně snižuje správně zvolený obalový materiál, kterým je zásilka opatřena. Používat by se měly jen krabice, které jsou nové. Několikeré použití stejné krabice ztrácí své původní ochranné vlastnosti, a nemusí tak dostatečně zásilku chránit. Pokud to situace nedovoluje a je nutné znovu krabici použít, je zapotřebí se ujistit, že je pevná a ve výborném stavu – s pevnými rohy, bez děr a všechny spoje jsou neporušené. Nutné je odstranit také štítky a všechna další označení krabice. Po vložení přepravovaného předmětu je zapotřebí zkontrolovat, zda je pro něj krabice dostatečně velká a zda zbývá místo pro výplňový materiál, a případně je dobré vložit bočnice pro lepší zpevnění.

2. Výplňový a fixační materiál

Výplň či vystýlka nemusí být součástí každého balíku, nicméně je doporučeno ji použít. O to více je nutné ji přidat, pokud je předmět bez svého originálního balení či jde o křehké zboží. V případě, že se přepravuje více položek v jedné zásilce, je zapotřebí zabalit každou zvlášť. Zejména křehké předměty se musí od sebe oddělit a není vhodné je umisťovat do rohů, stran nebo nahoru či dolů. Každá položka by měla být obklopena alespoň 5cm vystýlkou z materiálu absorbujícího nárazy. Pružný materiál zabrání poškození předmětu a chrání ho před nárazy a vibracemi, které mohou přijít vlivem přepravy z vnější strany krabice. Vždy je zapotřebí použít dostatek fixačního materiálu, aby zajistil, že se obsah nebude pohybovat. Nesprávným vyplňujícím materiálem je oblečení, přikrývka, ručník či novinový papír. Místo toho je doporučeno používat pro tyto účely přímo vyrobené vystýlkové materiály, jako jsou bublinové a pěnové fólie, polystyrenová tělíska, vlnité lepenky či dřevitá vlna. „Křehké předměty, jako je elektronika, sklo, keramika či umělecká díla, musí být opatřeny speciálními obaly pro bezpečnou přepravu. Vždy doporučujeme použít originální balení výrobce, protože tyto a podobné předměty vyžadují větší odpružení nebo fixaci,“ řekl Alexandr Michaljanič.

3. Uzavření balíku

Správné uzavření balíku je stejně důležité jako správný výběr krabice a vyplňovacího materiálu. Pro bezpečné uzavření není vhodné používat krepovou, celofánovou či úzkou lepicí pásku, a už vůbec ne provazy. Místo toho by měla být použita páska s alespoň 5cm šířkou. Aplikovat by se měla tak, aby byly oblepeny všechny hrany a víka krabice. Otvory v obalu budou pevně zafixovány a viditelně zabezpečeny proti samovolnému otevření. Následně je vhodné použít smršťovací fólii, která se ideálně adaptuje na jakoukoliv nerovnost a nepravidelnost atypického zboží. Smrštitelné fólie jsou vyrobeny z polypropylenu odolného vůči působení negativních klimatických podmínek a extrémně rezistentní vůči průrazu. Originalitu balení na závěr zajistíte použitím potištěné firemní pásky, čímž příjemce vždy snadněji identifikuje původ zásilky.

4. Označení zásilky

Pro rychlé a efektivní dodání zásilky je dobré mít na paměti tyto následující body pro její označování. Štítek se lepí na největší horní nebo boční stranu obalu, nikoliv na spoje nebo pod lepicí pásku. Obsahovat by měl úplnou adresu jak pro doručení, tak pro případné vrácení. V případě, že zásilka obsahuje křehké nebo na změnu polohy citlivé zboží, je nejlepší ji opatřit štítkem „křehké“, který lze získat u dopravce. Umístěním duplicitní štítku nebo jinou formu identifikace uvnitř balíku lze zajistit, že v případě porušení obalu nebo stržení štítku bude možné balík identifikovat dalším způsobem.

5. Větší množství zboží a palety

Balíky větších rozměrů a s hmotností nad 70 kilogramů by měly být umístěny na paletách z důvodu bezpečnosti, snazší manipulace a ochrany zásilky. Používat by se měly palety, které jsou vhodné pro standardní vysokozdvižné vozíky, a měl by být brán zřetel na jejich stav – paleta nesmí být nijak poškozena. Rozměry zásilky musí být vhodné pro danou paletu a nesmí přesahovat její vnější rozměry. Počítat se musí i s tím, že palety se stohují, takže vrchní strana by měla být rovná a pevná. Krabice a jednotlivé předměty se na paletě zajišťují páskou a na závěr nejlépe fólií. Přepravní štítky na paletách nebo krabicích musí být jasně viditelné.

„Se správným zabalením zásilky by měl vždy být schopen pomoci dopravce. Naši zákazníci se na nás obracejí v případech, kdy si nejsou jisti, jak tak učinit. My jim podle potřeb pomůžeme vyřešit i zabalení a přepravu nestandardních zásilek, které potřebují komplexnější péči nebo vyžadují předepsané balení podle bezpečnostních směrnic,“ řekl závěrem Alexandr Michaljanič. **(tz)**

Nejabsurdnější příplatek v expresní přepravě

Využívání expresní přepravy má své velké přednosti. Najdou se však i neduhy. Při objednání se lze setkat s různými nástrahami v podobě příplatků. Kvůli nim se může přeprava poměrně značně prodražit. Jak se počítá cena dopravy, na co si dát pozor a který příplatek je ten nejabsurdnější?

Přepravování zásilek v tomto odvětví má svá jasná pravidla a řídí se především přepravními podmínkami dopravce a mezinárodními podmínkami Incoterms. Některá z nich ale mohou objednateli přepravy pořádně zamotat hlavu a při neznalosti těchto pravidel podstatně prodražit přepravu.

Je-li zapotřebí zajistit transport zboží do zahraničí či naopak do tuzemska, měl by si jeho objednatel prostudovat ceníky dopravců a znát dobře podmínky Incoterms, aby bylo možné jednotlivé ceny porovnat. „Pokud pomineme, že je to zdlouhavá činnost, tak je nezbytně nutné si dát pozor na různé příplatkové služby, které mohou výrazně ovlivnit výslednou cenu přepravované zásilky. Navíc ne vždy jsou ze strany dopravce sděleny předem. Zákazníci Smartexu svůj čas šetří a nástrahy v podobě neočekávaných příplatků eliminují tím, že výběr dopravce při zachování požadavků na přepravu přenechají profesionálům,“ řekl Alexandr Michaljanič, jednatel společnosti Smartex.

Cenu zásilky určuje v první řadě hmotnost a rozměry přepravovaného zboží, podle kterých se stanovuje základní cena přepravy. Mezinárodní kurýrní služby mají různé přepočtové koeficienty pro výpočet tzv. objemové hmotnosti. Pokud je objemová hmotnost vyšší než skutečná, pak se pro výpočet použije tato a naopak. K ceníkové sazbě za výslednou hmotnost se připočítává standardně pouze palivový příplatek, jehož výše se mění v závislosti na volbě dopravce a služby. „Řada společností bohužel nepočítá s tím, že cena, kterou najdou v ceníku dopravce, nemusí být konečná ani po přičtení palivového příplatku,“ řekl Alexandr Michaljanič.

Na tyto základní ceny mohou být aplikovány různé příplatky, které se opět liší svou výší a množstvím v závislosti na dopravci. Nejběžnějšími jsou příplatky za vyzvednutí/doručení do odlehlé oblasti, nadrozměrnou zásilku, celní odbavení, připojištění, dobírku, přepravu nebezpečného zboží a podobně. Obecně nejvíce různých příplatků mezi mezinárodními kurýrními službami DHL, FedEx, TNT a UPS používá UPS. Naopak FedEx jich má zavedeno nejméně.

To, že příplatky nejsou součástí ceny, je v pořádku a má to svou logiku. Dopravce tak zohledňuje náklady na nestandardní zásilky, které mu při přepravě vznikají. Proto významným ulehčením jsou tzv. kalkulačky dopravy, které tyto povinné nebo volitelné příplatky ve větší či menší míře zohledňují.

Některé poplatky za dodatečné služby mohou být až absurdní. Zde se zřejmě přepravní společnosti inspirovaly bankovními domy. Nejdále je v tomto směru mezi expresními dopravci UPS, jejíž výčet příplatků je skutečně dlouhý. „Za nejabsurdnější a zcela neopodstatněný považuji příplatek za ‚vytištění štítku‘ který UPS zavedla v tomto roce. Tento příplatek je vybírán za to, že objednávkový systém UPS umožní u importní zásilky vygenerovat nákladový list, který si objednatel následně vytiskne a předá kurýrovi se zásilkou. Za vygenerování jednoho štítku si společnost účtuje 29,30 Kč. Může se to zdát jako zanedbatelná částka, pokud je však posílána zásilka o dvaceti kusech, je to již 586 Kč, protože se platí za každý nákladový kus,“ dodal na závěr Alexandr Michaljanič. **(tz)**

České republice hrozí, že o dotace na vysokorychlostní internet nakonec přijde

Není žádným tajemstvím, že kvůli problémům v čerpání evropských dotací v tuzemsku jsme na chvostu Evropy. Situace se může zhoršit kvůli dotaci na vysokorychlostní internet. Evropská unie se chystá do České republiky poslat 14 miliard korun na rozvoj vysokorychlostního internetu nové generace (NGA), určeného primárně do ekonomicky slabých, řídce osídlených a málo pokrytých oblastí. Avšak podmínkou je mimo jiné přijetí Národního plánu rozvoje sítí nové generace.

Národní plán rozvoje sítí nové generace, jak v podobě původní, a tím spíše i v pozměněném znění ministerstva vnitra, trpí závažnými vadami, které mohou mít fatální důsledky pro Českou republiku, podnikatelské prostředí a digitální trh. Jedním z hlavních problémů je, že tento strategický dokument vznikl netransparentně.

Onu transparentnost je potřeba akcentovat. V tomto případě nejde o prázdný pojem, nýbrž o to, že dokument musí vznikat za podmínky striktního dodržování legislativních pravidel vlády a v souladu s podmínkami dotace. Tuto transparentnost si přímo vynucuje závazné sdělení Evropské komise.

Návrh Národního plánu rozvoje sítí nové generace ministerstvo průmyslu a obchodu původně dalo do připomínkového řízení už v prosinci loňského roku s tím, že dotčené subjekty mají možnost k němu zaslat své odborné připomínky do poloviny letošního ledna. Ministerstvo ale zaslané připomínky do dnešního dne nevypořádalo a žádnou veřejnou konzultaci, která byla požadována, také neuskutečnilo.

Hospodářská komora České republiky coby připomínkové místo byla proto překvapena, když se v předkládací zprávě objevila informace, že „v průběhu přípravy byl Národní plán rozvoje sítí nové generace konzultován se zástupci relevantních státních institucí, zástupci asociací zastřešujících operátory sítí elektronických komunikací a odbornou veřejností s tím, že většina připomínek byla vypořádána“. Komora není zřejmě jediná, kdo si podobné nesrovnalosti všiml, na problém upozornilo i ministerstvo pro místní rozvoj, které je obecně garantem dotačních prostředků. I velká část odborné veřejnosti se podobným postupem cítí opomenuta.

Zcela nestandardně pak vznikl komplexní pozměňovací návrh Národního plánu rozvoje sítí nové generace nazvaný Strategie skokové změny 2030, který de facto původní plán ruší a nahrazuje. Autorem je konkurenční ministerstvo vnitra, které tím sleduje vlastní zájmy. Avšak jak se zdá, ani tento materiál nebude poskytnut k veřejné konzultaci těm, kteří plán budou naplňovat a řídit se jím, dokonce nebyl poskytnut ani k podání připomínek. Teď je v jakémsi legislativním vakuu.

Bez zachování principu transparentnosti a bez důkladné veřejné konzultace předložené návrhy odporují evropské legislativě a jsou neslučitelné s vnitřním trhem EU. Takže slovy srozumitelnějšími pro všechny z nás – budeme zde mít další „dotační problém“, Česká republika se vystaví nebezpečí sankcí ze strany Evropské komise a reálně hrozí, že peníze budeme muset vracet.

Závěrem si neodpustím jednu poznámku – Akční plán pro rozvoj digitálního trhu počítá s dopracováním Národního plánu rozvoje sítí nové generace do konce roku 2015. Časová tíseň nicméně nemůže být důvodem pro to, abychom naprosto obešli řádný legislativní proces – zejména je-li tento v konkrétních znacích zakotven i v dokumentech Evropské unie. Ve mně, a dle reakcí jiných nejsem sama, tyto kroky vyvolávají pochyby o nestrannosti dokumentu.

Hana Továrková
členka představenstva Hospodářské komory ČR a předsedkyně Sekce IT a telekomunikací

Skoro každý již nakoupil na internetu

Podle výsledků průzkumu MasterIndex používá internet téměř každý den 94 % respondentů, 93 % dotázaných má nějakou zkušenost s nákupy online. Téměř polovina lidí (40 %) přitom uvedla, že si produkty a služby zajišťuje přes internet velmi často.

Z průzkumu vyplynulo, že typický online nakupující z České republiky je člověk mezi 30 a 39 lety se středoškolským či vysokoškolským vzděláním, bydlí ve městě nad 100 000 obyvatel a má příjem více než 18 000 Kč měsíčně.

Nikdy na internetu nenakupovalo 6 % mužů a 8 % žen. Loni to bylo 6 % mužů a 13 % žen. Polovina respondentů považuje nákupy na internetu za bezpečné, 36 % si není jisto. Pouze 14 % respondentů tuto aktivitu za bezpečnou nepovažuje, ale přesto ji dle výsledků realizuje.

Lidé nakupující na internetu si nejčastěji pořizují elektroniku (56 %), oblečení a módní doplňky (42 %), domácí spotřebiče (29 %), produkty v internetových aukcích (27 %), kosmetiku a parfémy (26 %) a vouchery na slevových serverech (26 %). V porovnání s rokem 2014 se zvyšuje online nákup knih a hudebních nosičů, hraček a potřeb pro děti, lístků na kulturní akce, sportovního vybavení a zájezdů.

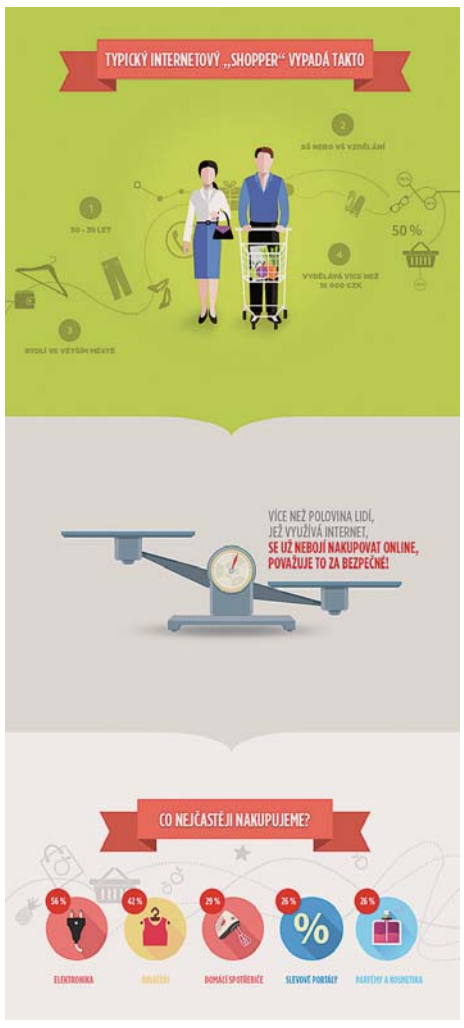
„Jsme velmi rádi, že roste obliba nakupování online, je to rychlé a pohodlné,“ řekl Richard Walitza, VP, Mobile Payments & Innovations, MasterCard.

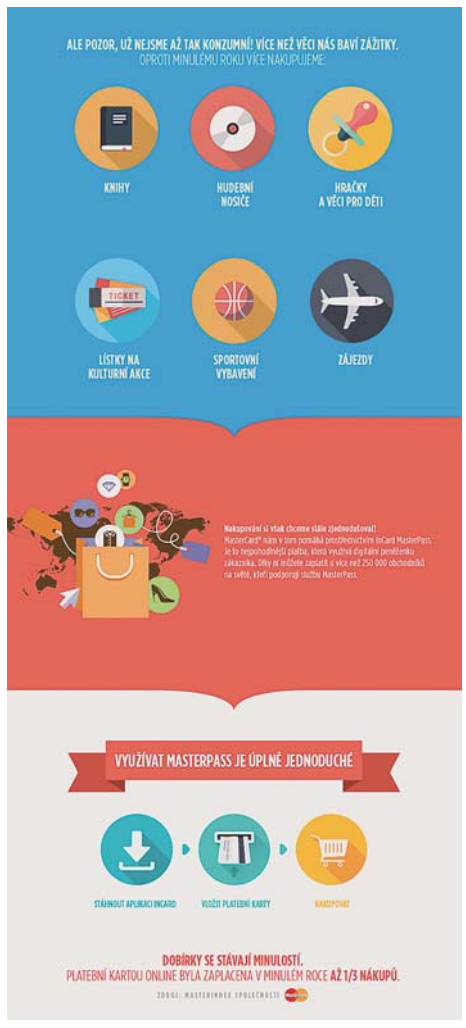
„Stejně tak roste i využívání online plateb kartou a naší globální služby MasterPass, která je dostupná i zákazníkům v České republice. Je to nejpohodlnější platba, která využívá digitální peněženky zákazníka stažené v mobilním telefonu. Stačí místo dobírky kliknout na tlačítko MasterPass na webu obchodníka. Všechny potřebné údaje, včetně informací o platební kartě a doručovací adrese, se bezpečně přehrají z aplikace, zákazník nemusí nic znovu vyplňovat. MasterPass navíc nabízí stejnou ochranu, jako platební karta – v případě nedodržení určitých závazků obchodníka dostane zákazník své peníze zpět,“ dodal Richard Walitza

Služba MasterPass byla uvedena na český trh loni v listopadu. Nyní jsou v systému zahrnuty více než 2000 českých e-shopů, do konce roku se očekává plné pokrytí českého trhu s e-commerce. Češi MasterPassem nejčastěji platí v e-shopu Českých drah, právě díky pohodlí online nákupu a výhodám digitální platby potvrzené heslem či otiskem prstu.

MasterIndex proto rovněž zkoumal, jaké platební metody lidé na internetu využívají. Oproti loňskému roku o tři procenta stouplo využívání online plateb (z 26 % na 29 %), procentuální nárůst zaznamenaly i digitální peněženky. Postupně klesá podíl plateb v hotovosti (25 % využívá dobírku, 14 % platí při vyzvedávání zboží například v kamenné pobočce). Zbývajících 25 % tvoří převod z účtu na účet.

Češi nejčastěji platí online na slevových serverech (46 %), lístky na kulturní představení (45 %) a dárky a květiny (41 %). Významný podíl online transakcí byl zaznamenán i u cestovních kanceláří, kde již 35 % zákazníků platí online. Naopak jen 6 % lidí stále využívá platbu za cestování v hotovosti. **(tz)**





Průzkum Sberbank ukazuje, že se zadlužujeme neefektivně

Zadlužení domácností stále meziročně roste. Hypotéku, úvěr či spotřebitelskou půjčku má podle údajů Bankovního a Nebankovního registru klientských informací asi třetina Čechů. Podle průzkumu Sberbank se však často Češi zadlužují neefektivně.

Z dat Sberbank vyplývá, že nejvíce bankovních půjček si berou lidé ve velkých městech, jako je Praha a Brno, a jsou to nejčastěji běžní zaměstnanci průmyslových podniků nebo obchodních firem. Nejvyšších částek zase dosahují půjčky v Ústeckém, Karlovarském, Moravskoslezském a Olomouckém kraji. Pro všechny regiony zůstává stále jedno společné – mnozí lidé své půjčky zbytečně přeplácejí. „Češi jsou charakterističtí tím, že nemají na bankovním trhu přehled a pořádně nesrovnávají nabídky. A to rozdíly ve splátkách mohou být i několik tisíc korun ročně. Pro zajímavost – až 66 % Čechů nemá přehled, za kolik si vlastně půjčili, i když při samotném sjednání půjčky pro ně byla výše úrokové míry důležitým kritériem,“ prozrazuje Roman Knaus, ředitel retailových produktů Sberbank CZ.

Zadlužování českých domácností je podle tvrzení Sberbank neefektivní, protože Češi v půjčkách stále tápou. Když si půjčují, úrok chtějí co nejnižší, pak jej ale zapomenou a nevšímají si, že se časem objeví výhodnější podmínky. Často si také před sjednáním půjčky dobře nesrovnávají nabídky, a zbytečně tak přeplácejí. Zdánlivě jednoduchý srovnávací úkon je pro mnohé Čechy nepřekonatelnou překážkou. Lidé z neznalosti nebo z pohodlnosti často kývnou na první nabídku, nemají celkový přehled, a tak se připravují o možnost ušetřit. Zvláště klienti velkých bank spoléhají na to, že automaticky získají lepší úrok. Mnohdy tomu tak ale není. Pro lepší úrok přitom už není nutné chodit na pobočku, výhodnější půjčku lze sjednat online z pohodlí domova.

Sberbank klade důraz na přehlednost nabídky a možnost sjednat o půjčku prostřednictvím e-shopu. Na webových stránkách si každý zájemce může jednoduše pomocí kalkulátoru spočítat, na kolik ho úvěr vyjde. Jednoduchým srovnáním s ostatními bankami tak může pár kliků ušetřit tisíce korun. V srpnu banka spotřebitelské půjčky ještě více zvýhodnila a nabízí nižší splátky bez jakýchkoli dalších podmínek, včetně předčasného splacení zdarma.

Možností, jak ušetřit, je více i pro ty, kteří se již v minulosti zadlužili. Lidé s více finančními závazky mohou využít možnosti sloučit bankovní i nebankovní půjčky, půjčky jako kontokorent, kreditní kartu do jedné půjčky, a tím výrazně ulevit domácímu rozpočtu. Kromě sloučení může banka poskytnout i další peníze navíc. Pro celkovou úsporu domácnosti je zajímavá možnost sloučit úvěry s jedním z nejbližších příbuzných. Sazby ve Sberbank začínají již od 6,49 % p.a. **(tz)**

Rekvalifikační kurzy
na úřadech práce jsou žádané

Kurzy účetnictví, mzdového poradenství, základy podnikání, kurzy svářečů, strážných a obsluha strojů CNC, vysokozdvižných vozíků i řidičské oprávnění na kamion – to jsou nejnavštěvovanější rekvalifikační kurzy na pracovních úřadech. Jaké jsou letošní novinky?

Foto Freeimages

Rekvalifikační kurzy navštěvují lidé všech věkových kategorií a je o ně velký zájem. Novinkou, která se stala velmi poptávanou, jsou profesní kvalifikace (jde o neformální vzdělávání). Využívají je lidé, kteří mají praxi v určité oblasti, ale chybí jim požadované vzdělání. To se týká především gastronomie, kde lidé pracují řadu let jako kuchaři či číšníci bez předchozího vzdělání v tomto oboru. Absolvování profesní kvalifikace jim umožní získat výuční list.

Svářeči a řidiči vedou

U mužů se rekvalifikační kurzy v posledních letech příliš nemění. Vedou kurzy svářečů, obsluhy CNC strojů a řidičů vysokozdvižných vozíků. „Přibyl zájem o kurz strážného, který je ale navštěvovaný z důvodu změny legislativy. Ta oproti minulosti, kdy pozici strážného mohl vykonávat kdokoliv bez praxe či specifických znalostí, nově vyžaduje osvědčení," dodala Vladislava Hráčková z brněnské kanceláře personálně-poradenské společnosti McROY Czech. Muži si také mohou udělat zkoušky na řidiče kamionů, kteří v Česku v posledních letech chybějí. Na tyto kurzy se přihlašují většinou uchazeči ve věku do 40 let. Takový kurz vyjde u autoškoly na 40 000 až 50 000 korun, v rámci rekvalifikace ho však lidé získají zdarma.

Účetnictví a podnikání pro ženy

Ženy zase navštěvují kurzy mzdového účetnictví a základy podnikání. „Neméně žádané jsou i kurzy sociálního pracovníka, na které se hlásí i muži," uvedla Vladislava Hráčková.

V minulosti měly ženy největší zájem o rekvalifikační kurzy v oblasti kosmetiky a kadeřnictví. Tento trend stále přetrvává, v praxi jim však chybí uplatnění. Úřady práce proto tyto kurzy nabízejí zřídka a jen po pečlivém zvážení komise, která posuzuje každou žádost zvlášť s ohledem na možné uplatnění.

Rekvalifikace je vhodná pro každého. Účastníci kurzů si mohou prohloubit své znalosti či získat zcela novou kvalifikaci. Nejčastějšími důvody pro změnu práce bývají zdravotní důvody nebo stěhování, kdy původní profese nemá v nové lokalitě uplatnění. Lidé přicházejí také proto, že po nich zaměstnavatel požaduje rozšíření znalostí. Rekvalifikační kurz mohou absolvovat jak nezaměstnaní, tak i lidé v pracovním poměru. „U nich je to možné jen v případech, kdy jim hrozí ztráta zaměstnání. Člověk, kterému zaměstnavatel oznámí, že jej bez daných znalostí nemůže dále zaměstnávat, má možnost jít na úřad práce, kde rozhodnou, jakou má šanci najít jiné vhodné zaměstnání a zda je rekvalifikace vhodná, nebo dokonce nutná," uvádí Vladislava Hráčková z brněnské kanceláře personálně-poradenské společnosti McROY Czech. **(tz)**

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Konflikty ve firmách: Příčiny, následky, řešení
Vojtěch Bednář

Kniha předního odborníka, zabývajícího se problematikou vnitřní komunikace ve firmách přehledně a poučeně popisuje dynamiku konfliktů ve firmách a v manažerské praxi – jejich příčiny, způsoby vzniku a jednotlivá stadia jejich vývoje, učí, jak jednotlivé fáze rozpoznat, jak se na konflikty připravit a jak je „řídit". Konflikty jsou nevyhnutelnou součástí života – nejen firmy – a jsou často užitečné, jejich nedostatek může být dokonce i zhoubný.

Přesvědčování
David Lakhani

Kniha proslulého marketéra a poradce v oboru komunikace krok za krokem seznamuje čtenáře s osvědčenými účinnými technikami přesvědčování, které jsou založeny nikoli na manipulaci, nýbrž na čestnosti, otevřenosti, autentičnosti a schopnosti „vyprávět" svůj příběh tak, aby přesvědčovaného partnera zaujal.

NLP v praxi
Sue Knight

Kniha ukazuje, jak ve stále méně předvídatelném prostředí účinně využívat principů neurolingvistického programování, modelovat jedinečné vědomé i nevědomé vzorce chování člověka, aby byl schopen dosahovat vynikajících výsledků – ve světě práce, sportu i umění.

13 věcí, které psychicky silní lidé nedělají
Amy Morinová

Inspirativní kniha, která vám ukáže, jak funguje mentální síla, jak ji získat a čím ji posilovat. S dostatkem mentální síly lépe zvládnete vypjaté situace a budete moci naplno rozvinout svůj potenciál, ať už toužíte být skvělým rodičem, zlepšit fungování v práci, anebo sportovní výkonnost.

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

Všímavost
Michael Sinclair, Josie Seydel

Nic nestíháte, jste příliš zaneprázdnění, neustále v jednom kole? Všímavost neboli mindfulness je technika cvičení pro vaši mysl, která vám pomůže všechno dokončovat v klidu a s předstihem, být úspěšnější a sebevědomější. Proměňte svůj hektický a stresující život na klidný a spokojený!

Jak na „špinavé" triky a útoky v komunikaci
Albert Thiele

V knize, která je evropským bestsellerem, se dozvíte, jak účinně reagovat na různé neférové útoky a „špinavé" taktiky, jak rozpoznat otevřené a skryté hry, jak se dokázat slovně bránit, odrazit manipulaci a vyzařovat osobní autoritu. Kromě mnoha neocenitelných tipů a příkladů získáte také speciální rady pro komunikaci při vyjednáváních, diskuzích, kritických rozhovorech, při prezentacích či vystupováních v médiích.

Zlatá pravidla obchodního vyjednávání
Philippe Korda

Ve velmi praktické a čtivé publikaci rozlišuje autor specifické techniky pro prodej i nákup. Na konkrétních a srozumitelných příkladech ukazuje všechny aspekty vyjednávání a situace, se kterými se můžeme v obchodě setkat: jak odolat tlaku nákupčích a obhájit svou cenu a marže, jak se vypořádat s výzvou „ber, nebo jdi", jak dovést druhou stranu k uzavření jednání, a dokonce i jak použít blufování a rozpoznat lež ve vyjednávání.

Public relations
Denisa Hejlová

Na českém trhu dosud chyběla podobně komplexní a moderně pojatá publikace z oboru PR, s případovými studiemi, zaměřená na domácí podmínky. Je určená studentům VŠ, pracovníkům PR, tiskovým mluvčím. Představuje teoretické přístupy, popisuje specifické oblasti PR i jejich etické a legislativní hranice.

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

Finanční strategie
Miloslav Keřkovský, Petr Novák a kol.

Finanční strategie musí vycházet z analýzy mise a vize společnosti. Její musejí být v souladu se strategickými cíli podniku. Je velmi důležité, aby oblast firemních financí byla efektivně řízena na všech úrovních – strategické, taktické i operativní. Praxe však ukazuje, že strategická úroveň řízení firemních financí bývá zanedbávána a pozornost se zaměřuje na „taktiku", případně „operativu". Finanční strategie obvykle zůstává ve stínu finančních analýz a finančního plánování, a to i v odborné literatuře. Publikace poskytuje návod, jak vytvořit vhodnou finanční strategii. Objasňuje, jak je nezbytné metodicky postupovat, na co klást důraz a čeho se naopak vyvarovat.

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

Komunikaci ČS vede M. Krejcarová

Ředitelkou Komunikace České spořitelny se stala Marta Krejcarová, která několik let řídila Komunikaci a sponzoring ve Slovenské spořitelně. Na této pozici nahrazuje Kláru Gajduškovou.

Hotely Orea řídí C. Stanley

Rozsáhlý tuzemský hotelový řetězec Orea Hotels and Resorts má nového generálního ředitele. Je jím Colin Stanley, který 17 let působil na manažerských pozicích ve společnosti Marriott Inc.

L. Říhová a T. Kafka partnery EY

Společnost EY jmenovala nové partnery v České republice. V daňovém oddělení byla do této funkce povýšena Lucie Říhová, v oddělení investigativních služeb a řešení sporů Tomáš Kafka.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Zodpovědných spotřebitelů v dm přibývá

Devadesát elektrokol značky Apache, o které soutěžili zákazníci dm drogerie markt, zná své majitele. Soutěž doprovázela novou kampaň společnosti dm s názvem Už dnes myslím na zítřek. „Cílem soutěže bylo motivovat zákazníky ke koupi produktů šetrných k přírodě, a vyzkoušet si tak, že jsou vhodnou alternativou k produktům každodenního užití. Do soutěže se mohl zapojit každý, kdo v dm zakoupil alespoň dva šetrné produkty a následně na internetových stránkách dm vyplnil vědomostní text zodpovědného spotřebitele," sdělila Martina Horká, vedoucí rezortu marketingu a nákupu. Do soutěže se zapojilo více než 100 000 zákazníků dm. **(tz)**

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Lékařské odbory selhávají v kontrolní činnosti

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) se ostře ohradila proti dalšímu útoku na OSVČ. Vůči nejmenším podnikatelům tentokráte zamířil Lékařský odborový klub (LOK) s podporou ministra zdravotnictví. Obecné tvrzení, že OSVČ přispívají do zdravotního systému jen velmi málo, které dává LOK do souvislosti s odvody za státní pojištěnce a chystanou ústavní stížností, je další ukázkou neschopnosti pracovat s reálnými daty. Centrální odborová organizace (ČMKOS) přitom sama udává, že základní kanály, kudy utíkají peníze ze zdravotního systému, jsou nemocnice samé, které umožňují korupci a předražování zakázek ve výši 30–40 miliard ročně.

Lékařské odbory selhávají v kontrolní činnosti a přenášejí odpovědnost na OSVČ. AMSP ČR přitom chápe snahu zvýšit mzdovou úroveň pracovníků ve zdravotnictví. Domnívat se ale, že jejich zvýšení lze dosáhnout tím, že se zvednou nejméně výdělečné skupině podnikatelů jejich odvody, je ekonomický i sociální nesmysl. V současnosti dochází k úbytku OSVČ na tzv. činnost hlavní a naopak přibývá OSVČ v činnosti vedlejší, kterých je již více než 40 %. Je prokazatelné, že zatímco v minulosti byli živnostníci určitým ekonomickým přínosem, v současnosti si podnikatelé ve výdělečnějších profesích zřizují společnosti s ručením omezeným s jednou korunou základního kapitálu a v režimu OSVČ zůstává skupina fyzických osob s nejmenšími podnikatelskými příjmy. Analýza AMSP ČR a serveru Podnikatel.cz zveřejněná 28. 5. 2015 prokázala, že se přesto výběr na zdravotním pojištění u OSVČ dostává na úroveň 60 % vůči zaměstnancům, přičemž se srovnává s průměrem zaměstnanců všech příjmových skupin, tedy i vysokopříjmových pracovníků. **(tz)**

Aby se nákupy v prodejnách COOP i nadále vyplácely

Strategie vlastních značek, důvěra, perspektiva, vynalézavost. Možná tak by se daly shrnout některé z charakteristik snahy celého týmu odborníků, které si spojujeme se symbolem čtyř slavných písmen COOP. Hovořila jsem o tom s Ing. Zdeňkem Juračkou, šéfem Skupiny COOP a členem představenstva COOP Centrum družstvo:

Ing. Zdeněk Juračka, šéf Skupiny COOP a člen představenstva COOP Centrum družstvo

COOP – čtyři písmena, která představují symbol velké tržní síly a přibývajících věrných zákazníků. Jak byste dnes váš řetězec charakterizoval?

K ohodnocení dnešního postavení a místa skupiny COOP na retailovém trhu použiji náš slogan: COOP všechno dobré.

Již dávno jste začali s vlastními značkami, zejména potravin. Byli jste mezi prvními na českém trhu, kdo na ně vsadil. Jaká byla tehdy představa a jaké máte dnes zkušenosti?

Skupina COOP přistoupila k zařazovaní vlastních značek do své nabídky v maloobchodní síti již před sedmnácti lety. Poněkud proti proudu tehdejší doby se pozornost od počátku jejich budování vždy zaměřovala na odpovídající spojení ceny s kvalitou. Nikdy jsme nepřistoupili na některé trendy v tomto segmentu obchodní činnosti, spočívající ve snahách nabízet co nejlevnější zboží na úkor jeho kvality. Po celou tuto dobu zaujímaly kvalitní výrobky vlastní značky trvalé místo ve zbožovém sortimentu sítě obchodů COOP.

Vaší vlajkovou lodí je nyní Značka COOP DOBRÉ JISTOTY s podtextem Vybíráme pro vás kvalitní a bezpečné potraviny. Čím je výjimečná a jak na ni reagují spotřebitelé?

Zkušenosti, které byly za uplynulé období získány, spolu s potřebou modernizace a inovace PL COOP, vedly k rozhodnutí vytvořit a uvést v život novou koncepci jejich rozvoje. Základ této koncepce byl dán úkolem posílit hodnotovou orientaci vlastní řady výrobků COOP. Výrazem realizace této hodnotové orientace bylo také vytvoření zcela nové exkluzivní řady vlastních značek, kterou jsme nazvali COOP DOBRÉ JISTOTY. Výrobky do ní zařazené jsou svým pojetím unikátní a představují kvalitativní vrchol portfolia vlastních značek COOP. Je možné je charakterizovat jako Nejlepší z nejlepších. K tomu, aby výrobek byl oceněn Certifikátem COOP DOBRÉ JISTOTY, musí beze zbytku splňovat šest přesně definovaných hodnot – bezpečnost, poctivost, ověřenost, český původ, ekologičnost a společenskou odpovědnost. Tato řada výrobků má vlastní webové stránky www.dobrejistoty.cz. Zde mohou spotřebitelé načerpat řadu dalších informací. V současné době najdou zákazníci obchodů COOP přes 90 výrobků, které „mají tu čest“ nést pečeť COOP DOBRÉ JISTOTY. Hodnoceno z hlediska prodejů položek COOP DOBRÉ JISTOTY a jejich podílu v celkovém finančním obratu lze konstatovat, že tato řada vlastních značek byla přijata zákazníky velmi pozitivně.

> **Spotřební družstva Skupiny COOP tvoří stále největší maloobchodní prodejní síť v České republice. Ve více než 2800 prodejnách nabízíme zákazníkům nejpočetnější sortiment českých výrobků.**

Investice do takového projektu jistě nebyla malá, počínaje myšlenkou a konče třeba obaly nebo cetifikáty. Jaká bude strategie dál?

Pokud bychom hodnotili investice do projektu COOP DOBRÉ JISTOTY, nemůžeme zůstat pouze u finančního vyjádření. Velké úsilí bylo vloženo také pro získání ke spolupráci a účasti na tomto projektu nejen výrobců, grafických studií a odborných externích pracovišť, ale i kolektivů zaměstnanců našich prodejen. Bez nich by tento projekt nejen nevznikl, ale nemohl by také být již téměř dva roky úspěšně na světě.

Rozhodně chceme dál posunovat kvalitu a vnímání vlastních značek COOP. Pro obojí máme připravena vylepšení, která bychom ještě neradi odhalili. Obecně jde o využití rostoucích výrobně-technologických a inovačních možností výrobců našich vlastních značek a také o využití moderních komunikačních technologií.

A co bylo nejsložitější na uvedení takového symbolu na trh?

V této realizační části projektu bylo hodně důležité a složité najít vhodný způsob a prostředky komunikace se zákazníky. Ti nakonec rozhodují o úspěšnosti nově vytvořené a do obchodní praxe zaváděné koncepce.

Pamatuji se, že časově náročný byl zrod značky, jež nepatří potravinám, ale výrobkům, které lze zahrnout do skupiny volně prodejných léků, zdravotních čajů, vitaminů, doplňků stravy nebo minerálek, jinými slovy lékárna bez receptu. Uvažujete o nějaké další, třeba z oboru, který by vyhovoval seniorům, jichž přibývá?

Součástí nové koncepce PL COOP je také projekt Naše zdraví. Jde o specifickou formu nadstavby služby zákazníkům COOP. Spočívá v tom, že si mohou některé z vyhrazených léčivých prostředků, doplňků stravy a zdravotnických prostředků zakoupit přímo v obchodě COOP v místě svého bydliště. V současné době mohou zákazníci této služby využívat téměř na 800 prodejních místech. Je určena právě a především seniorům. A máme připraveny další formy rozšiřování této služby.

Ostatně – jak si vede v roce 2015 skupina COOP? V čem jste dominantní mezi ostatními řetězci v České republice, v čem vám patří prvenství?

Spotřební družstva Skupiny COOP tvoří stále největší maloobchodní prodejní síť v České republice. Ve více než 2800 prodejnách nabízíme zákazníkům nejpočetnější sortiment českých výrobků. Tuto dominanci potvrdily, ač nerady, i údaje samotných zahraničních řetězců. I když se domnívám, že 75% podíl prodeje českých potravin je téměř limitní, snažíme se jít dále a soustředit se na rozšíření prodeje i regionálních výrobků z míst, kde působíme. Držíme i přední příčky v otázce poskytování služeb, máme nejrozšířenější cashback, 800 našich prodejen úspěšně rozvíjí prodej léčiv, ale jsou i další aktivity, kterými se můžeme pochlubit.

Jako průkopníci jste před lety rozvířili debatu nad tím, co je a co není český výrobek, a pomohli jste řadě producentů, zejména menších a s regionální působností, k růstu. Jak je to nyní?

V tomto trendu pokračujeme. Právě o regionální výrobky mají naši zákazníci stále větší zájem a my se snažíme nabídku rozšiřovat, a i na základě podnětů od nich přidávat takové producenty, jejichž výrobky jsou nejvyhledávanější. Je to náročná činnost, neboť drobní výrobci mohou většinou zásobovat jen několik prodejen, a je tak potřeba pracovat s velkým množstvím výrobců. Zejména prostřednictvím Asociace tradičního českého obchodu a Potravinářské komory ČR diskutujeme o pojmu český výrobek a jsme rádi, že i našim přičiněním se názory na tento problém sbližují.

> **Držíme i přední příčky v otázce poskytování služeb, máme nejrozšířenější cashback, 800 našich prodejen úspěšně rozvíjí prodej léčiv, ale jsou i další aktivity, kterými se můžeme pochlubit.**

COOP se před rokem stal zakládajícím členem Asociace českého tradičního obchodu. S jakými myšlenkami jste do něj vstupovali a co se vám již podařilo?

V rámci Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR nám chyběl větší prostor pro uplatnění našich požadavků na trhu především v oblasti připomínkování legislativy, a to již od roku 2014. Tento trend pokračuje nadále, neb SOCR se soustředil na podporu zahraničních obchodních řetězců. Proto jsme se aktivně zúčastnili vytvoření Asociace českého tradičního obchodu (AČTO). Zastupuje přibližně 23 procent trhu a sedm tisíc prodejen. Jsme připomínkovým místem k obchodní legislativě, zatímco svaz obchodu musí vést připomínkové řízení prostřednictvím Hospodářské komory ČR. Postavení se upevnilo i vstupem COOP Centra družstvo do AČTO a z toho plynoucím postem Ing. Jana Gušla v jeho představenstvu. Věříme, že máme dobře nastavenou spolupráci se zemědělským výborem sněmovny, ministerstvem zemědělství, Potravinářskou komorou. Za důležité nyní považujeme například prosazení a konečnou úpravu zákona o elektronické evidenci tržeb a některé úpravy v zákoně o významné tržní síle, neb některá ustanovení jdou proti českému obchodu.

Diskutované téma byla před 15 lety věrnost zákazníků. Dnes se z tohoto pojmu stal nástroj podpory prodeje a bez něj by se patrně dobrý obchodník již neobešel. Váš marketing v tomto ohledu šlape naplno. Jaké jsou výsledky?

Věrnost zákazníků je a byla vždy důležitá, přestože pamatuji na rčení jednoho významného kolegy, který říkal: Chceš-li získat věrného zákazníka, kup si psa! V reklamě hledáme stále větší zdůraznění hodnot, které reprezentuje značka COOP. Celostátní reklamu částečně směřujeme od centra na regiony. Základem je pro nás skutečnost, aby pojem férový obchod nebyl pouze na papíře, aby přístup k zákazníkovi v sobě reprezentoval nabídku kvalitních, a hlavně českých výrobků. Za dobu působení naší reklamy si již většina zákazníků zvykla na filozofii jejího obsahu a COOP s těmito hodnotami spojuje. Právě věrní zákazníci tvoří základní skupinu nakupujících a my se snažíme i prostřednictvím rozvojů věrnostních programů nabízet větší a širší množství výhod a bonusů, aby se jim nákupy v prodejnách COOP i nadále vyplácely.

Koncentrace řetězců na českém trhu je velká, někteří hráči postupně mizí, jiní využívají uvolněného místa. Jaké benefity z toho pro vás plynou?

V kumulovaném obratu patříme mezi Top 5 firem působících na českém maloobchodním trhu. Zahraniční řetězce chápou činnost na domácím trhu jako investici, která se jim buď vrátí, nebo ne, a v takovém případě často z trhu odcházejí. My naopak cílíme na dlouhodobé působení i vzhledem k tomu, že družstva mají svého konkrétního vlastníka, kterým jsou občané této země. Zatímco řada našich konkurentů klesá, my mírně rosteme. Naše budoucnost ale není jednoduchá. Družstva v poměru k obratu nevytvářejí velký zisk. Udržet malé prodejny na venkově je stále větší výzva. Zákazníci dnes díky internetu či letákovým akcím znají cenové relace a pro mnoho z nich dnes není problém zajet na větší nákup do nejbližšího města a tam nakoupit levněji. Na druhou stranu se nám třeba daří, když se některá prodejna ocitne ve ztrátě, jednat s obcemi o pomoci v podobě symbolického nájmu prodejny nebo plateb za energie, pokud je prodejna v obecním nájmu a podobně. Prodejen může výhledově ubývat, ale zase – nakupujeme provozovny od zkrachovalých živnostníků, často i od větších obchodních řetězců.

Mnozí netrpělivě čekají, až budou moci v komfortu nakupovat vaše zboží i v Praze. Dočkají se?

Chystali jsme v Praze velkou tržnici a pořád o tom přemýšlíme. Máme úzké vazby na dodavatele regionálních potravin. Mohlo by to fungovat. Na to mít naši prodejnu v nějakém velkém obchodním centru v metropoli, ale, myslím, připraveni nejsme. Víte, máme necelých padesát družstev, z nich je tak deset na vysoké úrovni, a zbytek je průměr, nebo bohužel i družstva v horší kondici. Cokoliv nového vymýšlíme, musíme to vymýšlet pro ten průměr, což je částečně brzdou vývoje a reprezentuje určitou konzervativnost v oblasti podnikání. I to musíme brát v potaz.

ptala se Eva Brixi