

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Od nedostatku kvalifikovaných zaměstnanců k odvážným manažerům



Nejen tento rozhovor se linul na téma, které začalo v posledních

měsících více než kdy jindy prostupovat na povrch všech podnikatelských a manažerských debat: zaměstnávání, nedostatek kvalifikovaných lidí, absolutní hlad po každém, kdo rozumí technice, umí a chce pracovat. Jan Wiesner, dlouholetý prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, o problémech, které souvisejí se zaměstnaností u nás a s reformou školství, upozorňuje dvě desetiletí:

Co je tedy dnes pro konfederaci otázkou číslo jedna?

Když se zeptáte kteréhokoli ředitele podniku, jakéhokoli zaměstnavatele, majitele firmy, co ho trápí, shodnou se všichni na jednom: nedostatek kvalifikovaných pracovních sil. Podle různých analýz se zdá, že se podnikatelé a zaměstnavatelé nadechují, že se ekonomika oživuje, že budou nabírat lidi i přidávat na mzdách. Jenže když jdete k podstatě věci, závěr je všude stejný – potřebujeme zaměstnance, sháníme, hledáme, a přesto že je nezaměstnaných relativně dost, sehnat nemůžeme. Buď nechtějí, stačí jim sociální dávky a případný přivýdělek v šedé ekonomice – vzhledem ke špatnému nastavení podmínek a nedostatečné kontrolní činnosti státu – anebo jejich kvalifikace neodpovídá potřebám.

Připomenete souvislosti?

Velmi podstatné. Firmy, mají-li nabídky, stojí-li před nimi zakázky, tedy to nejlepší, co si mohou přát, nemají, jak zakázky včas splnit, nemají ty potřebné odborníky, řemeslníky, techniky, vysokoškolsky kvalifikované lidi pro život, pro technické obory, pro výrobu. Ať je to soustružník, nebo řezník. Nikdo nám, kteří jsme již v letech, nevěřil, když jsme byli proti tomu, aby se rozbilo školství, jež vy-

chovalo v učňovských zařízeních přece jen širokou škálu odborných profesí. Zmizela tudíž učiliště, nahradila je manažerská studia, ale dobrého svářeče nebo zámečníka aby člověk hledal světa kraj. Situace opravdu hrozí katastrofou. Když podniky na základě nedostatku odborníků začnou přicházet o zakázky, nikdy se k nim již investor nenakloní, vyhledá si jiné dodavatele, třeba i na východ od nás. Co bude následovat? Zchudneme. Klesne kupní síla. Více ani v této zjednodušené podobě není potřeba dodávat.

Pomohli by ti, kteří k nám míří například z Asie? Jsou na to rozdílné názory...

Zástupci konfederace se domnívají, že by to bylo řešení. Firmy zkrátka potřebují určité profese, a je už jedno, jestli to bude člověk z Ukrajiny, nebo Vietnamu. Stačí pozměnit ví-



Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

zovou politiku. Z výše uvedených důvodů, kdy můžeme zajišťovat nabídnuté zakázky a neodmítnout a úplně je neztratit, to by měl být rovněž zájem odborů. Jde o růst ekonomiky i úro-

veň vytváření mzdových a ostatních podmínek zaměstnanců.

Jak se k tomu staví v jednotlivých regionech?

Stejně jako konfederace. Mnoho lidí na podpoře je nezaměstnatelných.

Několik let se ze všech stran bije na poplach kolem technického vzdělávání, vzniká k tomu řada aktivit i za evropské peníze, ale technické obory stále nejsou mladými tak vyhledávané, jak si naše ekonomika žádá. Kde je problém?

I na toto téma jsme dávali řadu podnětů, připomínek, návrhů. Je to záležitost nejen businessu, ale doslova celospolečenská. Prolíná se výchovou v rodinách, motivací ve školách, stavem českého školství, prestiží kantorů, platovým ohodnocením, chutí učit se něco nového, odvahou, morálkou. Potíž je v tom, že i kdyby reforma našeho školského systému proběhla okamžitě, výsledky se objeví za dlouho a zatím i přes příslib i programové prohlášení vlády k podstatným změnám nedošlo. Měsíce a roky utíkají a dopady mohou být obrovské.

Tak nějak oklikou mi z toho plyne, že nejen firmy, ale i stát by měl být určitou platformou zdravého selského rozumu a naslouchat praktikům, tedy zaměstnavatelům a podnikatelům. Je to tak těžké?

Je a není. Pokud se však nezačne, životní úroveň našich lidí prudce klesne. Kdy jindy bychom se měli bavit o tom, jak dostat například do malých a středních firem aplikovaný výzkum, zájem inovovat, vynalézat, čím jiným než aplikovaným výzkumem a vhodnou legislativou postavit firmy na nohy? Nemyslím tím regulovat, ale naopak vytvořit motivační zázemí bez nadbytečné byrokracie, aby firmám stálo za to nalézat řešení, odborníky a rozvíjet se.

pokračování na straně 3

Byty v Praze a cizinci

Mezi zájemci o koupi nového bydlení v Praze byl vloni menší podíl cizinců. Zatímco v předchozích letech zájem kupujících ze zahraničí spíše rostl, loni zaznamenal největší domácí rezidenční developer Central Group naopak pokles podílu cizinců na prodejkách, a to o čtyři procentní body. Z tisícovky prodaných bytů Central Group loni 10 % koupili cizinci s výjimkou Slováků. Těch je mezi kupujícími stabilně 14 %.

Důvodem poklesu poptávky ze strany cizinců je povětšinou geopolitická situace v zemích jejich původu. „Především jde o země východní Evropy, a hlavně o Rusko, kde se na klesajících investicích občanů v zahraničí v posledních letech projevuje pokles tamní ekonomiky a devaluace rublu,“ vysvětlil šéf Central Group Dušan Kunovský. Relativně stabilní jsou počty cizinců z EU, kde jde převážně o manažery zaměstnané ve vedení nadnárodních firem v Česku. Také podíl Slováků, které většina Čechů za cizince ani nepovažuje, je v posledních letech stabilní. Výpadek ruské klientely bohatě pokrýl růst poptávky ze strany Čechů.

Z českých kupujících je necelých 65 % těch, kdo si byty v Praze kupují, již občané hlavního města, a hledají tak jen větší nebo menší bydlení, nebo se stěhují do luxusnějších bytů v lepších lokalitách blíže centra, jdou ze staršího bydlení do nového nebo hledají byt pro investiční příležitost. Zbývajících více než 35 % má v době koupě bydliště mimo Prahu, a je tak pravděpodobné, že se do Prahy stěhují. Nejčastěji jsou ze Středočeského kraje a Vysočiny.

V loňském roce developeri jen v Praze prodali asi 6500 nových bytů za více než 22 miliard korun, meziročně tak jde o nárůst o 15 %. Central Group, který je největším domácím developerem a investorem nového bydlení, loni prodal 1009 bytů, meziročně o 20 % více. Každý šestý nový byt v Praze tak byl loni od Central Group.

Růst poptávky ovlivnily především levné hypotéky. Na celkovém počtu prodejkách Central Group se nákupy financované hypotékou podílely téměř polovinou. Meziročně počet bytů hrazených hypotékou vzrostl. Nákupy financované z vlastních zdrojů nebo formou ročního odkladu platby naopak mírně o jednotky procent klesly. Celý meziroční nárůst prodejkách o téměř 20 % z předloňských 847 bytů na loňských 1009 tak jde na vrub levným hypotékám. Na tento trend zareagoval Central Group nabídkou výhodné zapečetěné s garantovanou úrokovou sazbou ve výši 1,89 % ročně při fixaci úvěru na tři až pět let.

Kromě možnosti platby hypotékou a z vlastních zdrojů nabízí Central Group unikátní službu – odklad platby až na rok. Lidem stačí zaplatit 10% zálohu a mohou se nastěhovat a zbytek ceny bytu doplatit až do roka. Mají tak dostatek času například na prodej svého současného bytu, případně vyřízení rozvodu manželů, dořešení dědického řízení apod. Tento typ platby využilo loni více než 30 % klientů Central Group. Zájem o něj mají především právě cizinci. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU

ČLFA: Financování firemních investic loni vzrostlo o pětinu	3
Informační povinnost za rok 2014 nesplnilo 71 % firem	4
Dvě osobnosti, které reprezentují špičku podnikání v Praze a Středočeském kraji	6
Firmy získaly díky agentuře CzechTrade zakázky v hodnotě přesahující 1,3 miliardy	9
Růst tržeb letos čeká 82 % českých firem, říkají jejich generální ředitelé	13

RWE míří za zákazníkem, Česká pošta ušetřila díky CNG už 50 milionů korun

Česká pošta patří mezi největší společnosti využívající ekologické palivo CNG. Od roku 2012 se její vozový park rozrostl na 1042 vozidel a auta najezdila zhruba 50 milionů kilometrů. Finanční úspora za tu dobu činí 50 milionů korun.

„V současné době jezdí na CNG pětina všech aut z našeho vozového parku,“ řekl generální ředitel České pošty Martin Elkán a dodal: „Důvodem je samozřejmě odpovědný přístup k životnímu prostředí i ekonomická výhodnost provozování aut na CNG.“ Česká pošta tak bude prvním státním podnikem plnícím cíle čisté mobility.

Česká pošta provozuje svá CNG vozidla zejména ve velkých městech, kde přispívají ke zlepšení stavu životního prostředí. Díky CNG nevypouští do ovzduší žádné pevné částice, které jsou dnes velkým problémem měst v celé Evropě.

„Jen v Praze máme nasazeno více než 200 CNG vozidel,“ dodal Martin Elkán. Zájem fi-

rem a podnikatelů o nákup CNG vozů do jejich flotil v posledních měsících roste. „Se stále hustší sítí plnicích roste i zájem firem. Evidujeme poptávku i z měst, kde dosud nebylo možné CNG natankovat. Přizpůsobujeme tomu naše investiční záměry, chceme firmám pomáhat snižovat náklady na pohonné hmoty,“ řekl Zdeněk Kaplan, jednatel RWE Energo.

Firmy láká nejen úsporný provoz od 1 Kč na ujetý kilometr, ale také naprostá kontrola nad objemem projetého paliva: „Velkou výhodou pro firmy je také měsíční fakturace při tankování s CNG kartou,“ doplnil Zdeněk Kaplan. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy Prosperita Madam Business Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 20. února 2016

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

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

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální konzultantka

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

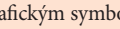
mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmáček

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

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

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, Praha 10

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

Časopis je v roce 2016 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 17. rokem.



CHÁPU, JE TO VAŠE
OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...
VY JSTE MI ALE
TAJNŮSTKAŘ!

kresba: Miloš Krmáček

S TUŽKOU ZA UCHEM

Když se daří

Zaměstnanost v České republice je nyní nejvyšší od dob, kdy byla zrušena povinnost pracovat. Firmy mají co dělat, nabírají zaměstnance a vytvářejí na trhu práce převís poptávky nad nabídkou – samozřejmě jen v některých profesích. S tím se daly do pohybu směrem vzhůru i mzdy v podnikové sféře. Nikoli tedy na doporučení vlády a nátlak odborů, ale jako logické působení tržních sil. Ekonomové to vítají, protože tak lze dosáhnout i zvyšování jádrové inflace, která je, alespoň podle jejich mínění, příliš nízká. Navíc kvitují s povděkem, že se výrazně probudila spotřeba domácností. Hospodářství prožívá dobré časy. Doufáme, že ho využijeme k splnění neodkladných „domácích úkolů“, v první řadě k dělení pořádku ve veřejných financích. Když se daří, neměli bychom nasekat další dluhy, ale splácet ty staré.

Pavel Kačer

Dalších 12 CNG stanic od RWE

RWE reaguje na poptávku firem v jednotlivých regionech a na jejím základě bude rozšiřovat svou celorepublikovou síť plnicích stanic CNG. V letošním roce otevře minimálně 12 nových plniček, které budou na průjezdných místech tak, aby je zákazníci nemuseli složitě hledat a zajíždět k nim. Na konci roku 2016 tak bude v síti RWE nejméně 25 CNG plniček. Do konce roku RWE zprovozní další CNG stanice ještě například v Praze, Ostravě, Pardubicích, Liberci, Vsetíně, Třeboni, Klatovech a Havlíčkově Brodu. Dlouhodobým cílem RWE je celorepubliková síť až pěti desítek plnicích stanic. V loňském roce RWE prodala ve své síti 13 plniček přes 5 mil. m³ CNG. (tz)

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Ing. Vladimír Feix**, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s.
- **Bc. Agnes Šmýrová**, řídící manager nových projektů GASCONTROL, společnost s r. o.
- **Ing. Vít Pěkný**, generální ředitel NH Car, s. r. o.
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, vedoucí sekce kvality a výrobních procesů na Vysoké škole podnikání a práva, a. s.
- **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 ResVina, spol. s r. o.
- **Ing. Hugo Kysilka**, marketingový ředitel společnosti VEMEX, s. r. o.
- **Ing. Jarmila Janurová**, zakladatelka JaJa Pardubice, s. r. o.
- **PhDr. Milan Mostýn**, tiskový mluvčí Svazu průmyslu a dopravy ČR
- **Ing. Zdeněk Juračka**, předseda představenstva Asociace tradičního českého obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Ing. Tomáš Milich**, ředitel a jednatel OVUS – podnik živočišné výroby, spol. s r. o.

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Řemeslo s podporou hlavy státu

Tisková konference k zahájení kampaně Rok řemesel 2016 se uskutečnila v Pražském výstavním areálu minulý měsíc. Kongresový sál byl zaplněn do posledního místa, protože vedle novinářů se zúčastnili i představitelé profesních svazů a cechů. Nechyběli ani vrcholní představitelé tří ministerstev – průmyslu a obchodu, zemědělství a školství. A nad celým projektem převzal záštitu prezident republiky Miloš Zeman. Téma bylo důležité. Řemeslo vymírá. Nejen tím, že mu chybí nová krev, ale upadá jeho profesionální úroveň. To jsem si uvědomil po návštěvě instalatéra v bytě. Odvedl zřehovnou práci a použil nekvalitní materiál. Svépomocí jsem nakonec závady odstranil. Když jsem se o tom bavil s přáteli, potvrdili mi, že mají podobnou zkušenost. Je už nejvyšší čas postavit řemeslnou práci opět na úroveň, která jí náleží. I média při tom mohou sehrát důležitou roli. Chybí totiž společenská prestiž nejen manuálních zručností, ale technických oborů vůbec. Bez toho společnost nemůže dobře fungovat. **Pavel Kačer**

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2016

1. Národní politika kvality
2. Akce České společnosti pro jakost
3. MANAŽER ROKU
4. Akce České manažerské asociace
5. Marketér roku
6. Akce společnosti 1. VOX, a. s.
7. Konference Kvalita – Quality
8. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas Ladies Club
9. Soutěž Česká chuťovka
10. Prodejní prezentace českých návrhářů Grace'nGlamour
11. Den s GERnetic
12. Ženy sobě

Soutěž MANAŽER ROKU vzbuzuje zájem

Soutěž MANAŽER ROKU vstoupila právě do fáze nominací a již nyní se do ní přihlásilo několik desítek osobností úspěšných firem. Potenciál vyššího počtu finalistů je přitom poměrně velký. V letošním roce se totiž soutěž zaměří nejen na podporu a zviditelnění vítězů a top desítku těch nejlepších, ale i na jednotlivá odvětví a jejich nej kvalitnější zástupce.

Její organizátoři proto intenzivně oslovují zástupce jednotlivých odvětvových svazů a asociací s nabídkou, aby do pomyslného klání vybrali své nejlepší představitele a využili přínosu soutěže. O něm se vítězní manažeři odvětví vyjadřují velmi pochvalně a shodují se v tom, že jejím největším přínosem je setkávání se jak mezi lidmi ze samotných odvětví, tak zejména z jiných oblastí podnikání.

„Největším přínosem soutěže je možnost přenosu zkušeností mezi různorodými obory podnikání, což je zdrojem inspirace,“ řekl generální ředitel a jednatel Tříneckých železárén Jan Czudek a vítězný manažer z loňského ročníku v odvětví Výroba kovů a hutních výrobků. Stejný názor má Jiří Holoubek, předseda představenstva a výkonný ředitel společnosti ELCOM a také nejlepší manažer v oboru Výroba elektrických přístrojů a zařízení. „Přínos soutěže vidím zejména v setkáních a komunikaci s manažery jiných průmyslových odvětví a dalších oblastí,“ potvrdil.

Na stejné vlně se nesou i vyjádření absoltní vítězky soutěže a vítězky v odvětví Výroba modelů, nástrojů a nářadí Zuzany Ceralové Petrof, ředitelky a jednatelky PETROF, nebo generálního ředitele a předsedy představenstva společnosti KOH-I-NOOR Holding Vlastislava Brízy – vítěze v kategorii Výroba a zpracování dřeva, a řady dalších úspěšných manažerů.

Osobitým způsobem vyjádřil svůj pohled na smysl soutěže generální ředitel AGRO Jesenice u Prahy Josef Kubiš, který se stal nejlepším manažerem v oblasti zemědělství. „Soutěž MANAŽER ROKU je jedna z mála, která seznamuje veřejnost s kladnými vzory,

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 poskytovatelů sociálních služeb ČR
- Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu
- Business & Professional Women Czech Republic
- 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

na rozdíl od politiků, a plyne z ní, že se dá i slušně podnikat a nemusí se jen krást a podvádět. Dobré příklady táhnou a takových soutěží je třeba více: ukázat veřejnosti, že na to máme a nemusíme mít pořád blbou náladu.“

Podstatné je, že soutěž MANAŽER ROKU nabízí vedle zviditelnění osobností zejména zmiňované vazby na další manažery z různých odvětví. Jako i v loňském roce proběhne proto také v rámci letošního slavnostního vyhlášení úspěšných 21. dubna 2016 v paláci Žofín akce pod názvem Hyde park. Na ní se sejdou právě finalisté a vítězové jednotlivých kategorií, kde budou mít možnost se prezentovat jak individuálně, tak upozornit na obory, které zastupují. Jednotlivé odvětvové svazy a asociace mají přitom možnost vystoupit na Žofíně v pozici Patrona odvětví. Přítomni budou vyhlášovatelé a organizátoři soutěže.

Tím možnosti setkávání manažerů zdaleka nekončí. Spíše naopak. V průběhu roku dostanou řadu příležitostí jako členové Klubu Manažera roku. V minulém roce proběhla například řada zajímavých diskuzních setkání s vítěznými manažery, ale a také s hejtmany Moravskoslezského, Plzeňského či Středočeského kraje. Manažeři se sešli i v Liberci s hejtmany Hradeckého, Pardubického a Libereckého kraje a Klub Manažera roku měl své zasedání rovněž v rámci Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně.

To jsou jen vybrané aktivity Klubu manažera roku (KMR), který úzce spolupracuje s Českou manažerkou asociací. Právě ona je realizátorem soutěže a současně i jednou ze tří vyhlášovatelů soutěže organizací vedle Svazu průmyslu a dopravy ČR a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR.

Manažeři mají i možnost se zapojit do šetření, pořádaných v rámci KMR na témata související s aktuálním děním, a tím mají příležitost se dostat k exkluzivním datům.

Další informace lze najít na webových stránkách soutěže www.manazerroku.cz, kde jsou uvedeny jak zprávy ze setkávání manažerů, tak i informace o samotné soutěži a o možnosti, jak se do ní zapojit. (tz)

ČLFA: Financování firemních investic

loni vzrostlo o pětinu

Členské společnosti České leasingové a finanční asociace (ČLFA) poskytly klientům v roce 2015 prostřednictvím leasingu, úvěrů a factoringu 144,87 miliardy korun, tedy o 7,1 % více než v roce 2014. Na financování hmotného majetku bylo určeno 113,21 miliardy korun. Celkové pohledávky ČLFA z běžících leasingových a úvěrových kontraktů dosáhly na konci loňského roku 250,74 miliardy korun.

„Výrazně vzrostlo financování firemních investic, meziročně o 20 %. Jde o velice příznivou zprávu, protože těmito prostředky zejména malé a střední podniky financují své podnikatelské záměry. To se pak pozitivně odráží ve výkonu celé ekonomiky,“ sdělil Libor Bosák, předseda představenstva ČLFA, která sdružuje 42 předních tuzemských poskytovatelů leasingu, podnikatelských i spotřebitelských úvěrů a factoringu.

Z celkových 144,87 miliardy korun bylo 113,91 miliardy určeno na financování firemních investic a provozu a 30,95 miliardy na financování zboží a služeb pro domácnosti. Členské firmy ČLFA loni uzavřely 856 022 nových leasingových a úvěrových obchodů a na konci roku spravovaly 1 935 755 aktivních smluv.

Loni pokračoval trend z roku 2014, kdy silně narostl objem leasingových kontraktů, který předtím, v době recese, naopak výrazně klesal. Hodnota leasingu movitých investic realizovaných členy ČLFA v roce 2015 meziročně stoupla o 16,7 % (měřeno výsledky patnácti největších firem) na 48,91 miliardy korun.

Ještě dynamičtěji než leasing určený firemní klientele loni rostly podnikatelské úvěry – členové ČLFA jejich prostřednictvím poskytli 50,11 miliardy korun, což značí meziroční růst o 25,3 % (také zde jde o trend vypočtený z výsledků patnácti vedoucích společností).

Naopak meziroční pokles vykázal factoring. Výše prostředků poskytnutých klientům členy

ČLFA v rámci factoringu meziročně klesla o 6,3 % na 15,05 miliardy korun. Výsledky factoringového trhu negativně ovlivnilo ukončení spolupráce jednoho korporátního klienta s dvěma členskými společnostmi. Tento klient využíval factoringové řešení pro mimořádně velký objem pohledávek.

Horší meziroční výsledky zaznamenal i leasing nemovitostí, který neudržel růst z roku 2014. Loni objem leasingu nemovitostí, který se dlouhodobě potýká se specifickými nepříznivými daňovými podmínkami, poklesl o 9,93 % na 2,90 miliardy korun.

Výsledky v oblasti financování domácností jsou ovlivněny tím, že od druhého čtvrtletí loňského roku působí společnost CETELEM, do té doby členská firma ČLFA, jako pobočka zahraniční banky BNP Paribas Personal Finance, a její data jsou proto zohledněna ve statistikách bank. Z tohoto důvodu asociace v kategorii financování domácností loni vykázala pokles o 16,2 % na 30,95 miliardy korun. Při zohlednění absence výsledků společnosti CETELEM však v rámci spotřebitelských úvěrů došlo naopak k nárůstu, a to o 10,8 %.

Nejvíce kontraktů – jako každoročně – loni členové ČLFA uzavřeli na financování automobilů. Na silniční dopravní prostředky poskytli 74,84 miliardy korun, z toho 34,92 miliardy korun bylo určeno na pořízení 94 593 nových osobních vozů. Prostřednictvím produktů členů ČLFA tak bylo financováno 41 % nových osobních aut prvně registrovaných v České republice.

Nejvíce firemních investic směřovalo do dopravních prostředků

V roce 2015 poskytli členové ČLFA firmám na movité i nemovité investice 48,76 miliardy korun prostřednictvím leasingu a 50,11 miliardy formou podnikatelských úvěrů. V rámci leasingového trhu loni vůbec poprvé překonal objem operativního leasingu souhrnnou hodnotu obchodů realizovaných finančním leasingem. Na

ROK 2015 Z POHLEDU ČLFA V KOSTCE

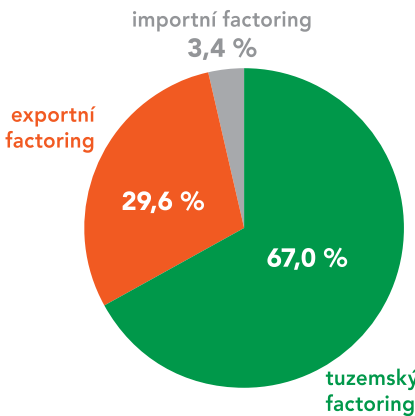
- Celkový objem poskytnutých prostředků meziročně stoupl o 7 %
- Klíčová oblast financování podnikatelských investic přidala 20 %
- Nejvíce peněz šlo na financování dopravních prostředků
- Členové asociace profinancovali 41 % nově registrovaných osobních aut, přesně 94 593
- Factoringové společnosti registrovaly přírůstek klientů v segmentu malých a středních firem
- Domácnosti si pomocí spotřebitelských úvěrů půjčily o 11 % více prostředků než v roce 2014
- Také v privátní sféře roste váha operativního leasingu: lidé si jeho prostřednictvím pořídili 9049 nových osobních vozů
- Leasing nemovitostí nadále trpí daňovým znevýhodněním

operativní leasing (včetně krátkodobých pronájmů) movitých věcí loni členské společnosti ČLFA uzavřely 39 281 smluv za 25,81 miliardy korun, na finanční leasing 15 139 smluv (z toho 17 na nemovitosti) za 22,95 miliardy. V přehledu financovaných komodit loni u podnikatelských úvěrů i u leasingu pro firemní klientelu tradičně převládaly dopravní prostředky. Největší objemy vykázaly investice do osobních a užitkových vozů, následovaly investice do strojů a zařízení (hlavně do obráběcích a zemědělských či lesnických strojů) a poté do nákladních automobilů.

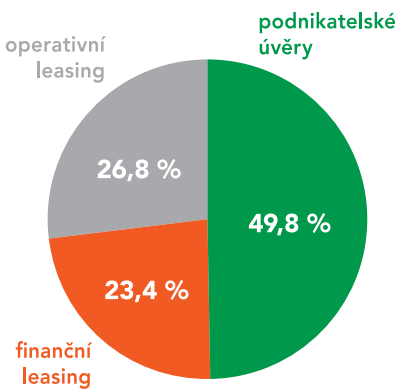
Hodnota pohledávek postoupených na členy ČLFA meziročně poklesla o 18,6 %

Financování provozu firem zajišťují členské společnosti ČLFA prostřednictvím factoringu,

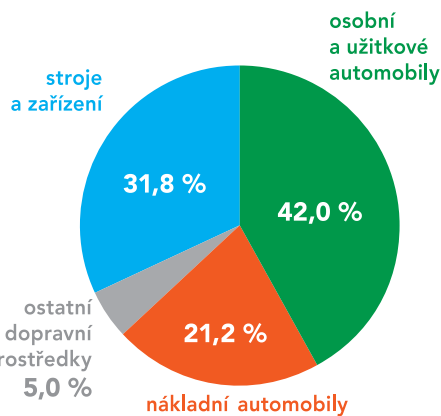
Regionální zaměření factoringu poskytnutého členy ČLFA v roce 2015



Podíl produktů určených na financování podnikatelských investic v roce 2015 (podle celkových objemů obchodů)



Financování podnikatelů podle komodit (leasing + úvěry) v roce 2015



Od nedostatku kvalifikovaných zaměstnanců...

dokončení ze strany 1

Stát tedy nevytvořil takovou hospodářskou politiku, která by zaručovala odpovídající život další generacím?

Už se bavíme téměř akademicky, ale vypadá to tak. Zhodnoťme, v jakém stavu je infrastruktura, zda se staví dálnice, co se děje se stavebním zákonem a EIA, jak jsme v této stránce věci provázání s Evropskou unií. Tripartita požádala premiéra, aby o těchto věcech osobně jednal v Bruselu.

Všichni víme, co je špatné, co by se mělo udělat, že by se měly vynakládat prostředky na podporu aplikovaného výzkumu, že by se mělo podporovat technické vzdělávání, že by rodiče měli myslet na vnuky, nejen na své děti, ale po-

řád mluvíme jen dokola a v problémech se to píme pořád stejně, možná i více.

Mají to dnes podnikatelé a zaměstnavatelé složitější než třeba před dvaceti lety?

Rozhodně. Administrativní náročnost se zvyšuje, o tom není pochyb. Podnikatelské prostředí je pokřivené a nedaří se ho kultivovat, jak bychom potřebovali. Úředníků přibývá, což svědčí o tom, že byrokracie je a dlouho asi bude kazit náladu a brát člověku energii. Posílily se například úřady práce, ale na výsledcích to vidět není. Měly by více spolupracovat s firmami a školami v místech, kde je velká nezaměstnanost, ale zatím to tak nevypadá. Úředníci by měli chodit rovnou do podniků a řešit společně s managemem, hledat cesty. Tyto aktivity konfederace společně se svazem

průmyslu podporuje. Z centra se řada potíží řešit nedá, v místě však ano.

Zabýváte se více také genderovými otázkami?

Zcela určitě, konfederace je například členem Vládního výboru pro rovnost v zaměstnávání mužů a žen. Jednáme s firmami, aby na genderový pohled nezapomínaly, nejen ve mzdových otázkách. Léta jsem působil ve výrobním družstevnictví, které je v konfederaci významně zastoupeno; tam jsme se této věci věnovali velmi pečlivě a soustavně. Výsledkem je dodnes vysoké zastoupení žen ve vedení družstev a jejich pěkná image. Řada z nich vítězí například v nejrůznějších soutěžích, a to je důkaz o tom, že osvěta spojená s genderovými principy nese své ovoce.

který je založen na postoupení krátkodobých pohledávek.

Výše prostředků poskytnutých klientům členy ČLFA v rámci factoringu v loňském roce meziročně klesla o 6,3 % na 15,05 miliardy korun. Hodnota postoupených pohledávek dosáhla 126,27 miliardy korun, což představuje meziroční snížení o 18,6 %. Celkový trh reprezentovaný Asociací factoringových společností ČR loni vykázal souhrnnou hodnotu pohledávek 136,86 miliardy korun, a to charakterizuje pokles o 16,5 %.

Hlavním důvodem byl odchod jednoho z největších korporátních klientů od dvou z členských firem. Na počet zákazníků využívajících služeb factoringových společností ani na výši prostředků poskytnutých těmito klientům to nemělo žádný faktický dopad. Naopak v segmentu malých a středních firem factoringové společnosti i v uplynulém roce registrovaly přírůsteky zákazníků.

Na českém factoringovém trhu dlouhodobě převládá tuzemský a regresní factoring (oproti bezregresnímu factoringu při něm factoringová společnost nenese riziko platební neschopnosti odběratele klienta).

Spotřebitelé si nejvíce půjčovali na auta, oproti roku 2014 přitom častěji volili operativní leasing

Zákazníci členských společností ČLFA z řad soukromých osob loni upřednostňovali spotřebitelské úvěry před spotřebitelským leasingem. Členové asociace jim prostřednictvím spotřebitelských úvěrů poskytli 28,43 miliardy korun, což při zohlednění absence výsledků společnosti CETELEM představuje meziroční nárůst o 10,8 %, a pomocí spotřebitelského leasingu 2,52 miliardy korun. Celkový objem spotřebitelského leasingu vzrostl o 25,2 %.

Souhrnný objem obchodů realizovaných členy ČLFA v rámci spotřebitelských úvěrů byl loni rozložen mezi revolvingové úvěry (9,04 miliardy korun), neúčelové půjčky (7,58 miliardy) a financování hmotného majetku (11,81 miliardy). Na revolvingové úvěry bylo uzavřeno 155 913 nových smluv, na neúčelové půjčky 309 922 a na financování hmotného majetku 251 592 nových obchodů.

Domácnosti si tradičně nejvíce půjčují na osobní automobily. Rok 2015 nebyl výjimkou. Silný růst automobilového trhu se projevil výrazným meziročním navýšením počtu kontraktů na financování nových osobních aut pro domácnosti. Naopak počet smluv na financování ojetin mírně poklesl.

Ze statistik zároveň vyplývá, že stále větší počet privátních klientů při pořizování nového osobního automobilu volí operativní leasing: zatímco v roce 2014 tak učinilo 7020 spotřebitelů, loni už jich bylo 9049. (tz)

Navštívil jste mi, KZPS ČR je rovněž jedním z vyhlášených prestižních soutěží Manažer roku...

Tato unikátní soutěž patří mezi naše aktivity již 23 let. Byli jsme při jejím začátku, podporujeme nejen výběr nominovaných napříč spektrem oborů, které členové konfederace pokrývají. Osobně soutěži fandím, protože si myslím, že i přes nářky, které z mé strany provází tento rozhovor, má tato země velké množství schopných a vynalézavých osobností, kterých by si ostatní měli vážit, měla by jim patřit přízeň široké veřejnosti. Jsou to svým způsobem hrdinové, kteří dělají pro ostatní více, než si nezasevěný myslí. A soutěž Manažer roku je mimo jiné nástrojem, který pomáhá tomu, aby si to uvědomili.

ptala se Eva Brixí

Informační povinnost za rok 2014 nesplnilo 71 % firem

Informační povinnost za rok 2014 doposud nesplnilo 71 % tuzemských společností. Základní termín pro vložení finančních výkazů do sbírky listin vypršel koncem července 2015 a nejzazší termín uplynul na konci loňského roku. Nejhorší situace je v Praze a mezi firmami se žádnými nebo nízkými tržbami. Nejméně disciplinované jsou firmy z finančního zprostředkování a maloobchodu. Analýzu zveřejnila v lednu poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.

Informační povinnost dlouhodobě neplní nadpoloviční většina společností. „Neplnění zákonem stanovených pravidel na straně jedné a nevytváření platné legislativy na straně druhé z pohledu transparentnosti podnikatelského prostředí vnímáme negativně,“ komentovala statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že s sebou přináší celou řadu negativních jevů, jako je například prostor pro korupci nebo konkurenční výhodu právě pro ty společnosti, které porušují zákon.

„Je vhodné prosadit pravidlo, díky kterému společnosti, které nesplní informační povin-

nost, nebudou moci získat veřejnou zakázku či dotaci,“ uvedl Janusz Konieczny, analytik Nadačního fondu proti korupci, který se této problematice dlouhodobě věnuje, a dodal: „Řešení lze rovněž hledat v podstatném zvýšení vymahatelnosti práva. Rejstříkové soudy by měly uplatňovat sankční mechanismy, či dokonce přistoupit k řízení o zrušení společností s likvidací. Zatímco Krajský soud v Brně přistupuje k tomuto problému relativně pečlivě a v období od 1. 1. 2014 do 31. 3. 2015 udělil 723 pořádkových pokut, Městský soud v Praze udělil ve stejném období pouze 280 pokut, ačkoliv právě v Praze je zapsaných mnohem více společností a nedodržování informační povinnosti je zde nejvyšší. Pro změnu Krajský soud v Ostravě nebyl schopen údaj o pokutách vůbec zjistit.“

„Pokud by stát začal systematicky vymáhat pokuty za neplnění informační povinnosti, mohl by podle našich výpočtů získat nejméně 13,7 miliardy korun, ale až 256,3 miliardy korun dodatečných příjmů do státního rozpočtu,“ doplnila Petra Štěpánová. Za rok 2014 doposud informační povinnost nesplnilo více než 71 % firem, za rok 2013 přes 61 %. Z hlediska právní formy dlouhodobě tuto zákonnou povinnost spolehlivěji plní spíše akciové společnosti než společnosti s ručením omezeným.

Čím vyšší tržby, tím spolehlivější plnění informační povinnosti

Naprosto nejhorší přístup k dodržování platných právních norem mají firmy, které podle ČSÚ nevykazují tržby. V této kategorii informační povinnost za rok 2014 doposud nesplnilo téměř 87 % společností. „Často jde o mrtnvé schránky, které nevykazují žádné podnikatelské aktivity,“ vysvětlila Petra Štěpánová. Nejlepší přístup ke zveřejňování finančních výkazů mají naopak společnosti s ročními tržbami přesahujícími jednu miliardu korun. „V této kategorii tržeb sice za rok 2014 informační povinnost nesplnilo 27 % podnikatelských subjektů, nicméně za rok 2013 jde o 7 % firem, a v letech 2010 až 2012 o méně než 5 %,“ dodala Petra Štěpánová s tím, že dlouhodobě platí, že s růstem tržeb roste i podíl firem, které informační povinnost plní.

Informační povinnost v Praze nesplnilo přes 76 % firem

Nejhorší informační povinnost dlouhodobě vykazují firmy, které mají registrované sídlo v Praze. Za rok 2014 v Praze nezveřejnily výsledky svého hospodaření více než tři čtvrtiny firem. „Business se v České republice koncentruje v největších městech. V Praze má regis-

trované sídlo přes 40 % českých firem. Větší města přitahují podnikatelské subjekty kvůli větším obchodním příležitostem na trhu, ale také vyšší prestiži a obchodním možnostem dané lokality. To s sebou přináší ale také negativní jevy – v hlavním městě evidujeme největší počet nespolehlivých plátců DPH, Praha je z hlediska četnosti daňových kontrol mezi podnikateli považována za daňový ráj, a je také místem, kde firmám, po přestěhování, rázem výrazně klesá ziskovost, což je pravděpodobně důsledek „kreativního“ účetnictví,“ doplnila Petra Štěpánová.

V šesti segmentech podnikání podíl firem, které nesplnily informační povinnost, přesáhl 90 %

Ostatní finanční zprostředkování je oblast podnikání, kde informační povinnost za rok 2014 doposud nesplnilo více než 96 % podnikatelských subjektů. V rámci maloobchodu s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky finanční výkazy nezveřejnilo přes 92 % společností. Nad 90% hranicí neplnění informační povinnosti jsou aktuálně také činnosti související se zaměstnáním, úklidové činnosti a velkoobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky. (tz)

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI V LETECH 2010–2014*

právní forma	%, které neplní 2014	%, které neplní 2013	%, které neplní 2012	%, které neplní 2011	%, které neplní 2010
Akciová společnost	59,71	42,71	36,60	35,21	35,41
Spol. s ručením omezeným	71,97	62,47	58,93	57,37	57,19
Celkem	71,21	61,20	57,43	55,83	55,64

Zdroj: Bisnode (*data k 10. 1. 2016)

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI V LETECH 2010–2014* PODLE SÍDLA FIRMY

kraj	%, které neplní 2014	%, které neplní 2013	%, které neplní 2012	%, které neplní 2011	%, které neplní 2010
Jihočeský kraj	58,51	49,01	43,40	44,37	45,78
Jihomoravský kraj	69,76	60,85	57,60	54,86	54,17
Karlovarský kraj	68,19	56,80	54,18	52,71	53,32
Královéhradecký kraj	48,98	32,40	24,62	24,16	25,30
Liberecký kraj	66,99	59,07	56,43	53,91	52,74
Moravskoslezský kraj	68,19	57,23	54,18	52,23	50,97
Olomoucký kraj	71,17	60,86	57,20	54,92	54,70
Pardubický kraj	59,11	51,08	46,17	43,59	43,21
Plzeňský kraj	71,13	58,58	54,80	54,19	54,27
Praha	76,74	67,14	63,40	62,03	62,02
Středočeský kraj	72,58	63,02	59,79	59,15	59,86
Ústecký kraj	66,64	57,72	54,48	52,67	51,85
Vysočina	57,60	44,55	42,01	40,99	42,96
Zlínský kraj	68,24	58,29	55,42	52,61	51,12

Zdroj: Bisnode (*data k 10. 1. 2016)

PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI V LETECH 2010–2014* PODLE TRŽEB

kategorie tržeb	%, které neplní 2014	%, které neplní 2013	%, které neplní 2012	%, které neplní 2011	%, které neplní 2010
neuvedeno	86,70	85,36	84,22	83,11	82,46
1–9 999 999 Kč	63,18	50,00	44,68	41,73	40,66
10 000 000–99 000 000 Kč	51,64	34,13	27,77	24,09	22,82
100 000 000–999 999 999 Kč	37,71	18,00	13,26	10,23	9,52
1 000 000 000 Kč a více	27,03	7,28	4,75	4,21	3,81

Zdroj: Bisnode (*data k 10. 1. 2016)

NEJHORŠÍ PLNĚNÍ INFORMAČNÍ POVINNOSTI ZA ROK 2014 PODLE PŘEDMĚTU ČINNOSTI

předmět činnosti	%, které neplní 2014
Ostatní finanční zprostředkování	95,69
Maloobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky ve specializovaných prodejnách	92,14
Činnosti související se zaměstnáním	91,60
Úklidové činnosti	90,53
Velkoobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky	90,50
Činnosti cestovních agentur a cestovních kanceláří	89,20
Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů, pořizování zvukových nahrávek	89,17
Ostatní maloobchod v nespecializovaných prodejnách	88,38
Výroba strojů a zařízení pro všeobecné účely	88,03
Velkoobchod s výrobky převážně pro domácnost	87,73

Zdroj: Bisnode (*data k 10. 1. 2016), jen obory činnosti ve kterých podniká nejméně 100 firem

Zahraniční kapitál v Česku ovládá více než pětinu firem

Zahraniční kapitál v Česku ovládá více než pětinu všech firem, jen 78 % má české vlastníky. Žebříčku zahraničních investorů podle loňské studie společnosti Bisnode vévodí ruský kapitál, který má v tuzemsku podíly ve více než 16 000 firmách. V přehledu nejčastějších vlastníků českých firem následuje slovenský, německý a ukrajinský kapitál. Podle oslovených společností český management s mateřskou společností konzultuje především celkovou strategii, přičemž komunikace probíhá například pomocí videokonferencí.

Kromě zmíněných zemí se mezi zahraničními vlastníky českých společností objevuje nejčastěji také Rakousko, Nizozemsko, Itálie nebo Velká Británie. Těsně za první desítkou je Čína, jejíž zájem o české společnosti v posledních letech roste. Ruští podnikatelé mají sice v Česku podíly v největším množství firem, jejich podíl na základním kapitálu těchto společností je ale téměř desetkrát menší, než je tomu u rakouských investorů. V tomto ohledu s převahou vévodí Německo a Nizozemsko.

V ČR má zastoupení též řada nadnárodních korporací, které působí v desítkách zemí světa. Příkladem je Edenred, vydavatel stravenek a stravenkových karet Ticket Restaurant, jenž má centrálu v Paříži. Přestože jde původně o francouzskou společnost, komunikuje její management v angličtině, a to i proto, že již většina vlastníků firmy pochází z anglosaské části světa. „Edenred působí ve 42 zemích světa. Protože tržní podmínky, legislativa a regulace se v jednotlivých zemích výrazně liší, dostávají jednotlivé země prostor

a samostatnost přicházet s inovacemi, produkty a řešeními vhodnými pro jejich trh,“ uvedl Pavel Kusý z české pobočky společnosti.

Firma má celosvětově společnou značku, vizi, misi a strategii. „Máme společné čtyři pilíře oblastí, v nichž nabízíme řešení klientům: zaměstnanecké benefity (jídlo, volný čas), efektivní řízení nákladů, motivační programy a veřejné sociální programy,“ uvedl Pavel Kusý. Česká pobočka s centrálou kromě pravidelných business review řeší též důležité investice a finanční otázky. Řízení běžného chodu firmy je v kompetenci lokálního managementu.

S centrálou musí pravidelně komunikovat i česká pobočka výrobce montovaných ocelových hal Borgia, jejíž mateřská společnost sídlí ve Švédsku. Komunikace managementu probíhá prostřednictvím pravidelných videokonferencí, které nahrazují osobní kontakt a zároveň umož-

ňují řešit aktuální věci v reálném čase. Borgia využívá švédské hodnoty a striktně drží korporátní identitu napříč všemi zeměmi, kde působí. Webové stránky společnosti jsou ve všech zemích identické – mají stejné barvy a strukturu. Texty na webu se překládají ze švédského originálu a přizpůsobují se lokálním trhům, stejně tak jako komunikace směrem k zákazníkům.

„V České republice stavíme nejčastěji haly zemědělské, na Slovensku průmyslové, ve Švédsku zase jezdecké a skladové. Byla by tedy hloupost, kdyby byly marketingové aktivity Borgy ve všech státech stejné. Zástupci managementu každého z lokálních trhů vymyslí strategii s ohledem na skladbu zákazníků a tu pak konzultují se švédskou centrálou. Teprve po jejich schválení ji uplatňujeme v praxi,“ vysvětlil ředitel společnosti Borgia pro Českou a Slovenskou republiku Petr Václavek. (tz)

Jak nejlépe zpracovávat smlouvy?

Nerozumíte otázce? Nevíte, co se zpracováním smluv myslí? Pak pro vás budou následující informace nejen zajímavé, ale především přínosné. Převzetí smlouvy od poštká, založení do šanonu a poznámka VYŘÍDIT DO... napsaná na kancelářském „lepíku“ má totiž do ideálního zpracování daleko.

Moderní řešení nabízejí systémy pro zpracování smluv, jejichž základem je digitalizace dokumentu a převod obsažených informací do virtuální podoby. Díky tomu umožňují významně zvýšit bezpečnost jejich zpracování i uložení, kontrolu během celého životního cyklu smlouvy nebo přehled o aktuálním stavu a umístění.

„Konkrétně je možné například nastavit kontrolu plnění jednotlivých závazků ze smlouvy vyplývajících, jako jsou povinné činnosti, platby, termíny plnění a podobně. Tím lze předejít riziku nedodržení některého ze smluvních bodů a vzniku nežádoucích finančních nákladů, ztrátě zákazníka nebo jiných problémů ohrožujícím samotnou existenci firmy,“ vysvětlil Lukáš Dziadek, ECM produktový manažer Konica Minolta Business Solutions Czech, která se vývojem dokumentových systémů dlouhodobě zabývá.

Údaje z dokumentů převedené do virtuální podoby (tzv. vytěžené) je možné dále propojit do navazujících podnikových systémů. V přípa-

dě smluv jde například o jména smluvních stran, částky či termíny. Díky této funkci dokážou moderní systémy automaticky rozpoznat dokument a následně zahájit příslušný proces zpracování. Tím může být odeslání k autorizaci odpovědné osobě, předání dat do účetního systému a podobně.

V praxi lze pozorovat výhody systémů pro zpracování smluv například při vytváření těchto dokumentů. „Smlouvu si již není třeba neustále přeposílat e-mailem, riskovat vznik více verzí a vytvoření konečné podoby s chybou. Pod kontrolou moderních systémů si vždy budete předávat jen odkaz na dokument v úložišti, čímž zvýšíte bezpečnost a kontrolu celého procesu vytvoření, a navíc ještě snížíte obsah schránky a omezíte zatížení firemní sítě,“ upozornil Lukáš Dziadek.

Kvalitní dodavatel by vám měl pomoci těchto systémů zlepšit rychlost vyhledávání dokumentů a zefektivnit všechny procesy spojené se zpracováním smluv. Dokumenty by měl umístit do úložiště s kontrolovaným přístupem a samozřejmě zařídit individuální, pro různé osoby přesně definovaná přístupová práva – kdo může pracovat s konkrétními dokumenty a jaké smí provádět změny. Veškeré přístupy by měly být zároveň evidovány pro případný audit.

Dnešní systémy dokážou pohodlně pracovat i s přílohami. Například dodatky smluv, které se mnohdy mění nezávisle, budou s digi-



talizovanou smlouvou propojeny, a vy tak neztratíte přehled ani kontrolu o aktuálním znění. „Nemělo by se však zapomínat ani na řešení pro práci s papírovými dokumenty. Například systém evidence osob, které si fyzické listiny vypůjčují, je neocenitelný při auditech nebo při dohledávání originálů,“ vysvětlil Lukáš Dziadek.

Samotná digitalizace a práce s elektronickými dokumenty má však několik úrovní. Od pou-

hého nasazenování dokumentů, které může být pojistkou před ztrátou fyzického originálu, přes vytěžování informací a automatizované řízený proces zpracování až po kompletní vedení agendy v elektronické podobě bez zbytečného převodu do papírové verze. „Při výběru dodavatele systému pro zpracování smluv by firmy neměly zapomínat na budoucí potencial řešení a zeptat se na další možné rozšíření celého řízeného procesu,“ uzavřel Lukáš Dziadek.

Olomoucký kraj a MasterCard spouštějí revoluci v příměstské dopravě

MasterCard a Koordinační integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje (KID-SOK) představily technologické novinky v odbavení cestujících na Jesenicku. Na 14 autobusových linkách spojujících město Jeseník s přilehlými obcemi je nyní možné nejen ve vozidle platit jednotlivé jízdné bezkontaktní platební kartou, nýbrž si i přiřadit k této kartě časový kupon. Jesenícko je prvním regionem v České republice, kde je podobný způsob odbavení zaváděn. Na projektu dále spolupracují Arriva Morava, Česká spořitelna, Global Payments Europe, Ingenico Group a Telmax, generální dodavatel projektu.

„Jsme velmi rádi, že můžeme po dvou letech tvrdé práce veřejnosti představit nové řešení v dopravě“ řekl Jiří Rozbořil, hejtman Olomouckého kraje. „Moderní technologie jsou stále více součástí našeho každodenního života, a bylo proto nezbytné je integrovat i do dopravy, kam bezpochyby patří. Jde prozatím o pilotní část většího projektu, v budoucnu bychom chtěli tímto způsobem zajistit odbavení v celém kraji, a to včetně MHD v jednotlivých městech,“ dodal Jiří Rozbořil.

Elektronické odbavení přináší cestujícím řadu výhod. Navíc mohou vše realizovat se svojí stávající bezkontaktní platební kartou. Cestující si zaregistruje kartu v kanceláři či na webu dopravce, následně si k registraci kartě přiřadí časový kupon. Nákupy časových kuponů lze rovněž

něž provést v e-shopu nebo v předprodeji v kanceláři. Pro další nákupy kuponů již využívá pouze e-shop dopravce. Návštěva prodejního místa je poté vyžadována pouze při prokazování nároku na slevu, například u žákovských jízdenek. „Rodič tak může ze své karty zaplatit jízdné celé rodině, stačí jen, aby děti měly registrované vlastní platební karty, třeba předplacené, k těmto kartám pak rodič přiřadí časový kupon,“ doplnil Jaroslav Tomík, ředitel KIDSOK.

Na Jesenicku měsíčně cestuje autobusy více než 200 000 lidí, kraj má okolo 635 000 obyvatel. „Potenciál pro rozšíření těchto služeb je proto veliký,“ vysvětlil Miroslav Lukeš, generální ředitel MasterCard pro ČR, SR a Rakousko. „Pro naši společnost jsou projekty v dopravě

jednou z priorit. Již jsme realizovali bezkontaktní nákupy jízdenek i v jiných krajích, ale toto je úplně poprvé, kdy je možné přiřadit k běžné platební kartě i časový kupon.“

„Bezkontaktní placení se bleskově rozšiřuje ve všech obchodních segmentech, rychlý rozvoj nastává také v akceptaci platebních karet v dopravě. My u toho samozřejmě nemůžeme chybět. Po úspěšných projektech např. v Plzeňském a Karlovarském kraji se teď nově podílíme na zavádění této technologie i na Jesenicku,“ řekl Michal Cádra, projektový manažer České spořitelny zodpovědný za platební strategii.

Češi jsou ve využívání bezkontaktních karet na špičce celosvětově. „Věříme proto, že využití bezkontaktní platební karty jako nosiče časového kuponu je správným krokem, jak dále využít platební kartu. Díky tokenizaci čísla karty jsme společně se společností Telmax vytvořili systém, jenž přináší cestujícím snadné odbavení a zároveň splňuje veškeré požadavky kladené na bezpečnost řešení.“ dodal Miroslav Crha, generální ředitel Global Payments Europe.

Důraz je kladen na jednoduchost, a to jak pro cestující, kteří využijí webový e-shop pro nákup

časových kuponů, tak i pro řidiče obsluhujícího odbavující zařízení. „Elektronické odbavení cestujícího probíhá řádově v několika sekundách. Při prokazování slevy jízdného se při přiložení karty objeví řidiči na obrazovce fotografie cestujícího, podle které jej autorizuje,“ doplnil Miroslav Slavík, obchodní ředitel společnosti TELMAX.

Arriva má na Jesenicku 50 autobusů vybavených terminálem pro platbu kartou. „Je to vůbec první region v zemi, který přešel na tuto novou technologii tak masivně,“ sdělil generální ředitel Arriva Daniel Adamka. „Před rokem jsme začali nabízet platby kartou na dálkové lince Jeseník – Praha, za tu dobu už je využilo několik tisíc cestujících. Chci, aby se tato technologie dál rozšiřovala, jak jen to půjde – pípnout kartou u řidiče je mnohem snazší než lovit drobné. Platit kartou v autobuse bude brzy běžné stejně jako v supermarketu.“

Mezi 14 linek, kde můžete nově bezkontaktní kartou platit, patří i páteřní linky Jeseník – Mikulovice – Zlaté hory a Jeseník – Javorník – Bílá Voda. Dále to platí například u spojů do Šumperku, Lipové-lázně, Bělé pod Pradědem či Vídnavy. **(tz)**

NBÚ a Cisco na poli kybernetické bezpečnosti



Národní bezpečnostní úřad (NBÚ) a společnost Cisco uzavřely dohodu, která dává základ dlouhodobé spolupráci v oblasti kybernetické bezpečnosti. Ve svém úsilí o zajištění vyšší bezpečnosti virtuálního prostoru spolupracuje NBÚ, mimo jiné, s předními technologickými společnostmi. Nedávno podepsané Memorandum o porozumění mezi NBÚ a společností Cisco je součástí této snahy a předpokládá výměnu informací o aktuálních bezpečnostních trendech, kybernetických hrozbách a postupech „best practice“ mezi oběma organizacemi.

„Kybernetická bezpečnost, jejíž význam neustále roste, je vedle ochrany utajovaných informací a bezpečnostní způsobilosti dalším z hlavních úkolů Národního bezpečnostního úřadu. Od počátku budování našeho bezpečnostního pracoviště stojíme o spolupráci s partnery, kteří se kybernetickou bezpečností úspěšně zabývají. Cisco patří mezi významné hráče na tomto poli, a proto jsme se rozhodli spojit síly,“ řekl Dušan Navrátil, ředitel Národního bezpečnostního úřadu.

„Společnost Cisco je v oblasti kybernetické bezpečnosti světovým lídrem a při každé příleži-

tosti zdůrazňujeme, že tento obor prochází změnou směrem k vyšší rychlosti, efektivitě a sledování nákladů. Část této efektivity spočívá ve spolupráci mezi mnoha organizacemi, mimo jiné veřejným sektorem, regulátory, technologickými společnostmi a akademickou sférou. Česká republika si velmi dobře uvědomuje důležitost změn digitálního prostředí a kybernetické bezpečnosti. Kyberbezpečnost pro nás není jen produktem, ale zároveň myslíme na odolnost, ochranu soukromí a vysoký stupeň důvěry mezi uživateli bezpečnostních řešení a jejich dodava-

telem. Ve zkratce, poskytujeme špičková řešení a jsme silným a spolehlivým partnerem v boji proti kybernetickému zločinu po celém světě," dodal John N. Stewart ze společnosti Cisco.

Studie Cisco 2016 Annual Security Report, která zkoumá hrozby a trendy v oblasti kybernetické bezpečnosti, zjistila, že celosvětově pouze 45 procent organizací věří svému zabezpečení před kybernetickými útoky, které jsou v dnešní době stále propracovanější, ambicióznější a vytrvalejší. Zpráva dále vyzdvihuje výzvy, kterým organizace čelí v souvislosti s rychlým rozvojem taktiky útočníků. Ti mimo jiné stále častěji využívají k finančně motivovaným útokům legitimní online zdroje. Studie dále apeluje na světové organizace, aby více spolupracovaly a investovaly do procesů, technologií a lidí, a ochránily se tak proti kybernetickým útokům, které se staly svého druhu průmyslovým odvětvím. **(tz)**

Oprávná slavi rok fungování, přijala 3700 zakázek, nejvíce jich tvoří domácí elektro

Již více než rok funguje komunitní web Oprávná, kde si lidé mohou nechat opravit rozbitou elektroniku. Během ročního fungování bylo přijato přes 3700 zakázek, převážně elektra, PC a mobilů. Přestože úspěšnost oprav činí zhruba 43 %, mají Češi také možnost drobná elektronická zařízení odevzdat k ekologické recyklaci.

Přes 600 mobilních telefonů, 400 počítačů a notebooků, 100 praček a myček, 30 vysavačů, 40 kávovarů, 70 rádií, 25 mixérů a kuchyňských robotů a dalších výrobků se během prvního roku fungování Oprávná podařilo opravit. „Máme radost z toho, že výrobky, které by jinak skončily na skládce, díky šikovným opravářům slouží i dále,“ komentoval první rok projektu jeho zakladatel Jan Charvát. „V rámci Oprávná v současnosti pracuje 1800 opravářů po celé republice, z nichž zhruba 500 je trvale aktivních. Pro některé z nich se práce stala dokonce hlavní živností. Nejškůvnější opraví i tři výrobky denně,“ dodal Jan Charvát.

Po roce fungování Oprávná bylo celkem přijato více než 3700 zakázek. „Celkem 96 % všech zakázek tvoří domácí elektro, mobily a počítače. Největší poptávku registrujeme v Praze, Brně, v Ostravě a Plzni,“ popsal Jan Charvát s tím, že hlavním smyslem projektu je vytvořit stabilní základnu opravářů zejména za účelem opravy elektra. „V databázi je řada studentů elektromechanických oborů, bývalých opravářů v důchodu, kutilů, ale i mnoho profesionálních servisů. Zákazník si z nich může vybírat na základě jejich hodnocení a cenové nabídky,“ doplnil Jan Charvát.

Z analýzy přijatých zakázek u ověřených opravářů vyplývá, že úspěšnost oprav se pohybuje kolem 43 %. Zbylých 57 % znamená, že se oprava nevyplatí nebo na výrobek není náhradní díl. A právě v případech, kdy výrobky opravit nelze, mají lidé možnost je odevzdat k ekologické recyklaci. „Vzhledem k tomu, že většina lidí elektronické výrobky stále vyhazuje do běžného odpadu nebo je zbytečně skladuje doma, je potřeba podpořit ekologické zpracování,“ uvedl David Vandrovec, ředitel skupiny REMA, která se zabývá ekologickou recyklací. „Zákazníkům Oprávná tak nabízí místa v jejich okolí, kde mohou spotřebiče zdarma odevzdat. V případě většího množství spotřebičů zajistíme zdarma jejich recyklaci. Svoz je možné objednat již od 25 kilogramů,“ upřesnil David Vandrovec. (tz)

INZERCE



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

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ



**DAŇOVÉ PŘÍZNÁNÍ
FYZICKÝCH OSOB KROK
ZA KROKEM, SOCIÁLNÍ
A ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ
PRAKTICKÁ UKÁZKA**

18. 3. 2016
KÓD: 1600100 CENA: 2 190 Kč

**SRÁŽKY ZE MZDY, EXEKUCE,
OSOBNÍ BANKROT**

18. 3. 2016
KÓD: 1600130 CENA: 2 290 Kč

**ZAMĚSTNÁVÁNÍ CIZINCŮ V ČR A VYSÍLÁNÍ
PRACOVNÍKŮ DO ZAHRANICÍ
– V PRAXI 1. POLOLETÍ 2016**

21. 3. 2016
KÓD: 1601080 CENA: 2 790 Kč

SLYŠÍME SE – NEBO JEN MLUVÍME?

24. 3. 2016
KÓD: 1620370 CENA: 3 390 Kč

MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE – PROPAGACE

31. 3. 2016
KÓD: 1621340 CENA: 3 290 Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH.




**VÍCE INFORMACÍ O CELÉM
VZDĚLÁVACÍM PROGRAMU NAJDETE NA**

WWW.VOX.CZ

Dvě osobnosti, které reprezentují špičku podnikání v Praze a Středočeském kraji

Zdeněk Pelc, předseda představenstva a majitel společnosti GZ Media, a.s., po třech letech obhájil titul EY Podnikatel roku Středočeského kraje. Vítězství v regionu si odnesl již za rok 2012. Vlastního vítěze se v tomto roce dočkala i Praha, kde si trofej pro EY Podnikatele roku 2015 hlavního města Prahy odnesla Jiřina Nepalová, generální ředitelka společnosti RENOMIA, a.s. Soutěž organizuje společnost EY pod záštitou Adriany Krnáčové, primátorky hlavního města Prahy. Slavnostní vyhlášení obou titulů proběhlo v prostorách rezidence primátorky v Praze na Mariánském náměstí. V hlavním městě Praze a Středočeském kraji byl regionální vítěz vyhlášen již po jedenácté. Loňským vítězem ve Středočeském kraji se stal Martin Vohánka ze společnosti W.A.G. payment solutions, a.s. Titul vítěze v hlavním městě Praha za rok 2014 obdržel Jaroslav Horák ze společnosti Albatros Media a.s.

„Získal jsem titul EY Podnikatel roku Středočeského kraje je příjemným pohlažením na cestě v dalším rozvoji našeho podnikání. Náš obor se rychle mění a plánovat na příliš dlouho dopředu dost dobře nejde. Člověk musí svižně reagovat a nesmí se bát rozhodovat. Příkladem je stavba naší nové fabriky v kanadském Torontu. Ta se zhruba o měsíc zpozdila, což nebereme jako překážku. Na jihu Spojených států jsme se totiž v rámci naší expanze na americký trh rozhodli koupit další fabriku na výrobu vinylů ještě před otevřením závodu v Torontu,“ sdělil své bezprostřední dojmy vítěz Středočeského kraje Zdeněk Pelc.

„Vítězství v EY Podnikateli roku hlavního města Prahy mě překvapilo a velmi si ho vážím, je krásné být mezi podnikatelskou elitou. Zároveň obdivuji všechny podnikatele, protože pustit se do vlastního businessu dnes není vůbec jednoduché. Na úspěchu RENOMIA se

nepodílím jen já, ale i oba má synové, kteří mají velkou zásluhu na budování firmy, a celý tým, který usiluje o to, abychom poskytovali nejlepší služby našim klientům. Klíčové pro nás je, že nás práce na rozvoji firmy baví a vážíme si toho, že nám klienti zůstávají věrni,“ komentovala svůj pražský triumf Jiřina Nepalová.

„Soutěž EY Podnikatel roku není jen o číslech, ale především o zajímavých příbězích. Již po jedenácté jsme v Praze a ve Středočeském kraji hledali výjimečné podnikatelské osobnosti. Těší nás, že i letos můžeme veřejnosti představit podnikatele, kteří jdou příkladem a jsou inspirací pro ostatní. Osobnosti, kterým se podařilo najít klíč k úspěchu a navzdory překážkám vybudovat stabilní a fungující firmy, které dávají práci stovek lidí a obtoží i v zahraniční konkurenci,“ řekla Magdalena Souček, vedoucí partnerka EY v České republice.

„Jsem ráda, že je Praha v rámci celé Evropské unie úspěšným regionem, ale rozhodně to nelze brát jako samozřejmost. Je to především zásluha lidí, kteří se nebáli jít do podnikání, obětovat mu mnoho práce a času i s rizikem možného neúspěchu. Takoví lidé si rozhodně zaslouží naše poděkování a obdiv, protože spolu se svým businessem rozvíjejí i naše město. Bez úspěšných podnikatelů by nebylo úspěšné Prahy,“ uvedla Adriana Krnáčová, primátorka hlavního města Prahy.

Jméno držitele titulu EY Podnikatel roku 2015 České republiky bude spolu s vítězi v dalších kategoriích vyhlášeno 1. března 2016 v Praze. Nejvíce „železek v ohni“ na celostátní titul má letos Jiho-moravský kraj, následují Praha a Moravskoslezský kraj.

Vítěz z České republiky se zúčastní celosvětového finále, které se uskuteční 7.–12. června 2016 v Monte Carlu.

Partnery soutěže jsou společnosti Accredio a Raiffeisenbank. Hlavním spoluorganizátorem je deník MF Dnes a iDnes.cz.

Hlavním mediálním partnerem je Česká televize. Mediálními partnery soutěže jsou magazín Forbes a týdeník Euro. Soutěž podporují agentura Czech-Invest a organizace Ashoka. Image partnerem projektu je společnost Marco Mirelli.

Soutěž se koná pod záštitou Hospodářské komory České republiky a primátorky hlavního města Prahy. (tz)

PROFILY VÍTĚZŮ

Jiřina Nepalová RENOMIA a.s.

„Klíčové je dělat business s lidskou tváří a mít k tomu odvahy,“ myslí si Jiřina Nepalová, držitelka titulu EY Podnikatel roku hlavního města Prahy.

Na pojišťovnictví je podle Jiřiny Nepalové úžasné to, že vám umožňuje poznat lidi, které byste jinak nepotkali. Zakladatelka a ředitelka firmy RENOMIA se v oboru pohybuje přes 35 let. Začínala v České státní pojišťovně jako likvidátorka. Svou vlastní makléřskou firmu tato dáma, pro niž jsou klíčovými hodnotami především nezávislost a slušnost, rozjela nejprve pod názvem APS Hranice s.r.o. Později, když hledala vhodnější označení pro akciovou společnost, vznikl název RENOMIA – odvozený od dobrého jména, renomé. To je také pro Jiřinu Nepalovou cíl, kterému své podnikání podřizuje. Nechce totiž „pouze“ prodávat, ale zároveň pomáhat, najít a nastavit pro klienta takové pojištění, které pro něj bude nejvýhodnější. Je pro ni otázkou osobní cti, aby klient byl vždy spokojen.

Vlastní firmu rozběhla Jiřina Nepalová v roce 1993. Na začátku prodala rodinného favorita, zastavila dům a z vkladní knížky vybrala 100 000 korun na rozjezd. Hned zkraje se jí, ještě z Hranic na Moravě, podařilo získat významné klienty, patřil mezi ně například Eurotel. Významnou oporou jí při tom byli její dva synové, Pavel a Jiří. Od počátku oba působí v nejvyšším vedení.

RENOMIA aktuálně zaměstnává přes 330 lidí a je nejvýznamnější pojišťovnou makléřskou společností v Česku. Působí nejenom u nás, ale v celém středoevropském regionu. Sjednává širokou škálu speciálních pojištění, od pojištění pro jaderná rizika přes pojištění zpronevěry či únosu až po pojištění končetin sportovců. Podíl zahraničních tržeb nyní představuje 17 procent, podle Jiřiny Nepalové by se ale měl během pěti let zvýšit. Pokud vše vyjde, tak jak očekává, pak na 30 procent. Ráda by, aby firma rostla nejenom organicky, ale také prostřednictvím akvizic. RENOMIA se rozhlíží ve všech zemích a zatím kromě České republiky působí především v Bulharsku, Maďarsku, na Slovensku, v Rumunsku. ■

Zdeněk Pelc

GZ Media, a. s.

„Klíčové je tvrdě pracovat a vědět,“ věří Zdeněk Pelc, držitel titulu EY Podnikatel roku 2015 Středočeského kraje.

Osudové rozhodnutí nevyhodit z Gramofonových závodů staré stroje na lisování vinylu se Zdeňkovi Pelcovi rozhodně vyplatilo. Vinyl vstal z popela a z jeho firmy GZ Media je dnes světová jednička ve výrobě vinylových desek. Vinylové desky si u něj nechávají dělat nejslavnější světové kapely jako U2 nebo Rolling Stones, díky nim byla firma i na titulní stránce New York Times a v dalších světových médiích. GZ Media se ale nezaměřuje jen na rozmnožování záznamu zvuku, obrazu či software, ale zejména na rozsáhlou polygrafickou výrobu, se specializací na kompletní a dražší produkty, se špičkovým servisem a distribucí. Mezi zákazníky firmy Zdeňka Pelce patří mezinárodní giganti Universal Music, Symantec a Ikea, ale i řada menších firem. Kromě hudebních nosičů firma vyrábí třeba i obaly na prvotřídní skotskou whisky nebo na vyhlášené francouzské parfémy. Nejdůležitějšími trhy jsou pro ně dnes USA, Francie a Anglie. V květnu 2016 plánují otevřít nový podnik v Kanadě a chystají se brzy i do Číny.

Ne vždy se ale dařilo. Po divokém období privatizací přinesli firmě jistotu investoři v čele s Kennethem D. Brodym, bývalým prezidentem Export-Import Bank of the U.S. a partnerem v Goldman, Sachs & Co., který je pro Zdeňka Pelce dodnes businessovým vzorem. Investice se vyplatila – po 9 letech byl investorům vrácen 14,5násobek. Dnes GZ Media zaměstnává 1400 lidí a má obrát přes 2,1 miliardy korun. Úspěch tkví podle Zdeňka Pelce v tvrdé práci, umění přizpůsobit se podmínkám na trhu, komplexnosti a flexibilitě nabídky, v motivaci zaměstnanců a v inovacích. Sází na solidnost, ale také na kreativitu.

Zdeněk Pelc se před třemi lety rozhodl stáhnout z každodenního řízení a věnuje se nyní z pozice předsedy představenstva spíše rozvoji strategie firmy. Vedení nepředal žádnému ze svých čtyř dětí, ale vychoval si nástupce v Michalovi Štěrbovi, který ve firmě pracuje dnes již třináct let. Volného času ale Zdeněk Pelc stále moc nemá. Předal sice pomyslné žezlo, ale svou firmu při její další expanzi na světové trhy hned tak opustit nehodlá. ■

AXA pojistí bez papírování

Chcete pojistku uzavřít hned, z pohodlí domova? Pojišťovna AXA vás s takovým požadavkem uctivě nespoklonkuje. Stačí, když máte přístup na webové stránky a základní dovednosti s komunikací na síti. Takový je dnešní svět – někdo to rád online, jiný chce vyřídit smlouvu tvář v tvář s pojistitelem. O nových trendech i tradičních přístupech v peněžnictví jsme hovořili s Ondřejem Konvalinou, leaderem Útvaru strategického partnerství a digitalizace pojišťovny AXA.

Máte velmi aktivní e-shop s produkty. Co v něm nabízíte?

Nejme první pojišťovnou na trhu, která nabízí online prodej svých produktů. Byli jsme ale první pojišťovnou, která klientům na českém i slovenském trhu předložila nový způsob podepisování smluv biometricky. Tuto možnost nabízíme už od roku 2013. Spuštění online prodeje je spolu s efektivním propojením všech distribučních kanálů dalším krokem, jak AXA reaguje na měnící se požadavky současné digitální generace klientů. My jsme začali jednoduchým produktem úrazového pojištění 5 Plus, tím dalším bude pojištění odpovědnosti a postupně budeme přidávat další.

Proč ještě sortiment není kompletní a kdy se v e-shopu objeví další produkty z vašeho portfolia?

Na rozšiřování portfolia produktů dostupných ve všech kanálech usilovně pracujeme. Není to ale snadný proces. Je třeba produkt zrevidovat,

zjednoduší a nabídnout všechny informace v komfortní podobě. Člověk, který se rozhodne pro sjednání samostatně, musí proces dokončit se stejnou jistotou a informacemi, které mu jinak dává poradce. Naší dlouhodobou ambicí je samozřejmě dosáhnout stavu, ve kterém všechny naše produkty budou dostupné online, ale před sebou máme ještě kus cesty. Online prodej má svá specifika a parametry produktu musí být nastaveny s tímto ohledem. Úrazové pojištění 5 Plus jsme proto vytvořili úplně nově. Nejde ale jen o to vytvořit samotný produkt. Souběžně s tím musíme také zdokonalovat proces sjednání tak, aby byl jednoduchý, přehledný, jasný a klienta zbytečně neobtěžoval.

Pro koho je online nakupování určeno a co takový klient musí splňovat, aby uspěl, jak se říká, „bez ztráty květinčky“?

Proces online sjednání musí fungovat pro každého, nejen pro nastupující digitální generaci. S oblibou testujeme použitelnost a srozumitelnost procesu na generaci našich rodičů, která si

je v mnoha digitálních věcech mnohem méně jistá. Naším cílem je tuto obavu rozptýlit. Posuneme-li se dále, můžeme vidět i na návštěvnosti našeho webu, která se za poslední rok zvýšila o 30 %. U online obchodu nejde jen o nakupování. My se v rámci multikanálového přístupu snažíme o to, aby se klient, v kterémkoliv okamžiku mohl rozhodnout, zda chce nákup dokončit jinak, a mohl tak pohodlně přejít třeba ke call centru nebo na pobočku, aniž by musel svůj požadavek opakovat a již jednou zadaná data zadávat znovu jinde.

Jak jsou Češi „online a mobilně gramotní“ a ochotní svěřovat svá data a peníze kyberprostoru? A kam podle vás bude směřovat další vývoj v pojišťovacím businessu?

Ano jsou. V mnoha ohledech jsme u nás odvažnější, než by se zdálo. V mnoha jiných odvětvích jako telco, IT, retail a podobně to už dlouho funguje. Není tedy důvod se domnívat, že by zákazníci nebyli schopni využívat výhody online také při pořizování pojistných produktů. Pro sektor pojišťoven je to samozřejmě velká výzva.

Budete připraveni, až každý člověk bude připojen na síti a nikdo se nebude chtít obtěžovat návštěvou pobočky nebo se obracet na zprostředkovatele?

Nečekáme, že něco takového v blízké budoucnosti nastane. Tradiční kanály budou nadále



prát nezastupitelnou a silnou roli. Lidé jsou na-
stětí různí a jejich preference rovněž. Chápeme
online jako jednu část multikanálového přístu-
pu ke klientům, která je a ještě nějakou dobu
bude na vzestupu. Ten růst ale nepůjde do ne-
konečna. Dobře fungující síť poboček nebo call
centrum, kde s vámi mluví živý člověk, může
být silnou konkurenční výhodou.

Váš tip, kolik budete mít smluv online uzavřených do roka a do dne?

Netipuji. Povězme si to za rok a den

připravil Pavel Kačer ■■■

Pojišťovny odhalily pojistné podvody za více než miliardu korun

Pojišťovny sdružené v České asociaci pojišťoven (ČAP) prověřily v roce 2015 přes 15 000 podezřelých pojistných událostí a prokázaly pojistné podvody v hodnotě 1,2 miliardy Kč.

Loni, poprvé v historii, odhalily pojišťovny nejvíce případů pojistného podvodu v oblasti pojištění osob, do které vedle životního pojištění spadá také úrazové pojištění a pojištění nemoci. V tomto segmentu bylo prošetřeno 7602 podezřelých případů, což je o 90 % více než v předchozím roce. Pojišťovny tak zde uchránily před podvodníky čtvrt miliardy korun. Pojištění osob dominuje letošní statistice nejen díky počtu prověřovaných pojistných událostí, ale i díky 26% meziročnímu nárůstu pro-

kázané hodnoty. Pojišťovnám se daří odhalovat nejen řadové podvodníky, kteří například zneužívají denní dávky za dobu pracovní neschopnosti, ale úspěšně rozkrývají pojistné podvody, za kterými stojí velké organizované skupiny. Figuruji v nich kromě klientů i nepoctiví zprostředkovatelé či zaměstnanci pojišťoven a lékařů. „V souvislosti s rostoucími nároky na odškodnění podle nového občanského zákoníku lze očekávat i více pokusů o pojistné podvody v této oblasti. Proto na půdě ČAP pracujeme na rozšíření stávajícího Systému pro výměnu informací o podezřelých okolnostech, který pomáhá pojišťovnám identifikovat podezřelé okolnosti v povinném ručení (SVIPO) i do oblastí úrazového pojištění a pojištění nemoci (SVIPO II),“ řekl výkonný ředitel ČAP Jan Matoušek.

Největší objem podvodně nárokových škod přesahující částku 604 milionů Kč byl odhalen v pojištění majetku a odpovědnosti. Kumulovaný výsledek těchto odvětví vypovídá o 48% meziročním nárůstu počtu prověřovaných případů a 13% meziročním nárůstu objemu odhalených pojistných podvodů. Mezi nejčastější typy podvodů patří nadhodnocení vzniklých škod a doložení padělaných pořizovacích dokladů u poškozených předmětů, zejména u požárů, živelních či vodovodních škod.

V oblasti pojištění vozidel odhalily pojišťovny v loňském roce pojistné podvody v celkovém finančním objemu přes 353 milionů Kč. To je o 3,6 % méně než v loňském roce. Vzhledem k ústupu podvodného jednání na drahých vozidlech se pojišťovny ve vyšší míře zabývaly š-

řnění pojistných událostí s nižší průměrnou výší škody. Celkem prošetřily 6008 podezřelých pojistných událostí, což je o 37 % více než v předchozím roce.

Pojištný podvod je závažný trestný čin. V případě odhalení se klient vystavuje nebezpečí trestního stíhání a hrozí mu trest odnětí svobody až do výše 10 let. Výrazný nárůst detekovaných podvodných událostí je důkazem toho, že pojišťovny podvody rozhodně netolerují. Například neustále zdokonalují nástroje a metody pro jejich odhalování. „Díky využívaní nových technologií se pojišťovnam daří uchránit stále větší objem finančních prostředků, což má pozitivní dopad jak na ekonomiku samotných pojišťoven, tak i na peněženky poctivých klientů,“ zakončil Jan Matoušek. (tz)

INZERCE

MR
MANAŽER ROKU

Hledáme nejlepší manažerské osobnosti

MANAŽER ROKU 2015

21. DUBEN 2016, PALÁC ŽOFÍN PRAHA

Informace s přihláškou
najdete na **WWW.MANAZEROKU.CZ**

Již teď probíhá nominační období
23. ročníku prestižní soutěže.

INSPIRACE, ÚSPĚCH, PRESTIŽ

Objevte příběhy, vzory, talenty!

Soutěž oceňuje nejlepší manažery
bez ohledu na velikost firmy či organizace

Menší a levnější automobily mohou přinést rekordní rok

Vztah Čechů ke svým autům boří zaběhnuté pořádky. Automobil už totiž nepotřebujeme nutně vlastnit, chceme především jezdit. To nahrává spotřebitelskému leasingu, který s velkou pravděpodobností čeká za loňský i letošní rok období překonávání rekordů. Sedm z deseti spotřebitelských leasingových smluv tvoří operativní leasing. Hitem jsou malá levnější auta, díky kterým již leasing není doménou jen dobře vydělávajících čtyřicátníků, potvrdil Jiří Matula, generální ředitel UniCredit Leasing.

Trh financování osobních vozů míří k rekordním číslům

Čeští spotřebitelé si za první tři čtvrtletí roku 2015 sjednali leasingové smlouvy za téměř 1,7 miliardy Kč a i přesto, že zatím nejsou k dispozici celkové statistiky, nic neukazuje na to, že by trh do konce loňského roku zpomalil. Naopak, skvělé první tři kvartály napovídají, že loňský rok bude pro leasingový trh velmi úspěšným. I přes silný rok 2014 nadále roste objem financování pro klienty z řad fyzických osob téměř o pětinu, stejně tak počet nově uzavřených smluv s koncovými spotřebiteli. „Za rok 2015 tak leasingový trh určitě překročí dvě

miliardy z roku 2014. Nízké ceny aut, posilující ekonomika a rostoucí poptávka jsou silnými faktory pro tvrzení, že rok 2016 bude zřejmě pro leasing nejsilnějším v historii. Celý leasingový retailový trh by mohl dosáhnout objemu až 2,4 miliardy korun,“ sdělil Jiří Matula, generální ředitel UniCredit Leasing.

Financování automobilů pro fyzické osoby to ale není jen leasing, ale i spotřebitelské úvěry. Ty se již několik let drží stabilním ročním objemu kolem 7,7 miliardy korun, loňské výsledky z konce třetího čtvrtletí však ukazují na pravděpodobný růst až o 10 %. Financování koupě osobního automobilu spotřebitelským úvěrem by tak mohlo dosáhnout až 8,8 miliardy korun. Společně s leasingem by tak trh financování osobních aut pro fyzické osoby za rok 2015 mohl vyšplhat na 11 miliard, tedy nejvíce v historii. „Fakt, že Češi se postupně ucí auto používat, i dlouhodobě stagnující objem spotřebitelských půjček využívaných na nákup osobního auta nahrává dalšímu růstu leasingu, zejména tomu operativnímu,“ dodal Jiří Matula.

Operativní leasing si získal srdce Čechů

Jen otočit klíčkem, nastartovat a vyjet. Nemuset řešit pojištění, veškerou byrokracii kolem nového auta nebo se vůbec nestarat o servis a zimní

gumy? Operativní leasing se stává oblíbenecem řidičů a dominantní silou na retailovém leasingovém trhu. Za stálou měsíční splátku dostane klient vysněné auto s jasným balíčkem doprovodných služeb. Po uplynutí smluvní doby jej navíc může odkoupit za zůstatkovou cenu nebo pokračovat za stejných podmínek se zbrusu novým vozem. Není divu, že takové řešení letos zvolilo sedm z deseti Čechů, co si pořídili nové auto na leasing. Příští rok díky rostoucí nabídce modelů dostupných pro financování operativním leasingem může být podíl opět o něco vyšší, i když dnešní 70 % je zhruba na současné kapacitě trhu. Ještě před třemi lety byl přítom operativní leasing takřka neznámým pojmem, mezi nefiremními zákazníky tvořil sotva pětinu smluv.

Češi si díky němu pořizují nejčastěji auta nižší střední třídy. Při výběru ale není klíčovým parametrem kategorie vozu. Prim hraje srovnání cena/výkon, konkrétně poměr výše měsíční splátky a užitné hodnoty auta. Úspěch mají často právě auta, kde je tato hodnota nadstandardní a vyhoví představám retailové klientely. Proto například mezi zákazníky UniCredit Fleet Managementu bodují vozy jako BMW Active Tourer, Opel Astra, Hyundai i30, Jeep Renegade, Fiat 500, KIA Cee'd, Volvo V60 nebo Renault Clio. Jde o auta z různých segmentů s velmi rozdílnou výší měsíční splátky.

A jaké budou pro operativní leasing trendy v novém roce? „Budeme směřovat k flexibilní a komplexnější obsluze požadavků klientů přímo u jednotlivých dealerů. Navíc se bude dál zjednodušovat celý proces od poptávky až po předání auta klientovi,“ nastínil Jaroslav Laur, jednatel UniCredit Fleet Management.

Leasing jen na velká a drahá auta? To dávno neplatí

Platit 30 000 měsíčně za novou limuzínu na dlouhé cesty úspěšného čtyřicátníka, majitele prosperující firmy? Tento pohled na leasing je již dávno minulostí. Leasingové služby využívá

stále širší část veřejnosti. Dnes letí menší a levnější vozy ve slabších motorizacích, často pořízené na operativní leasing.

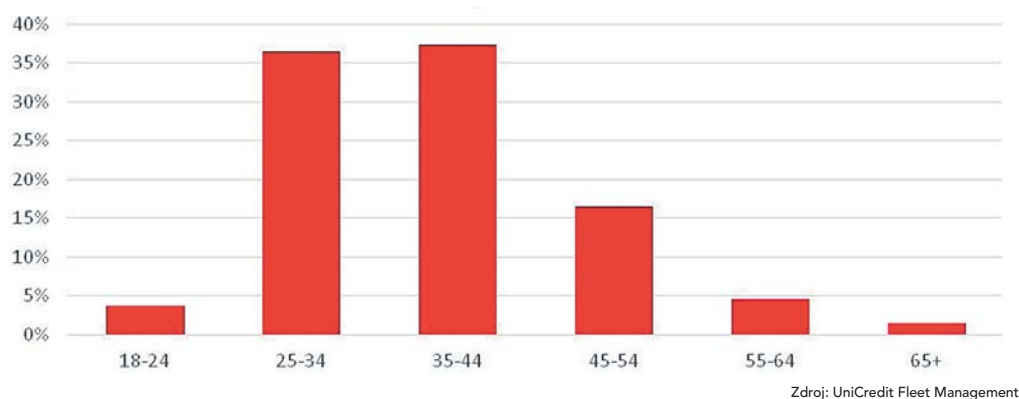
Právě ty řidiče bez problémů dovezou, kamkoliv potřebuje, za tu nejnižší splátku bez dalších starostí. Statistiky tak místo drahých limuzín vedou spíše auta jako Hyundai i30 nebo Kia Cee'd. Samozřejmě v kombi provedení. A se splátkou do 10 000 korun měsíčně. Nahrávají jim snižující se ceny aut, nižší úrokové sazby, ale také oživení české ekonomiky i celkové zvyšování životní úrovně a příjmů Čechů. Navíc se v naší zemi postupně odbourává přístup, že auto musí nutně být moje, což dává stále větší prostor třeba právě operativnímu leasingu.

Je téměř pro všechny

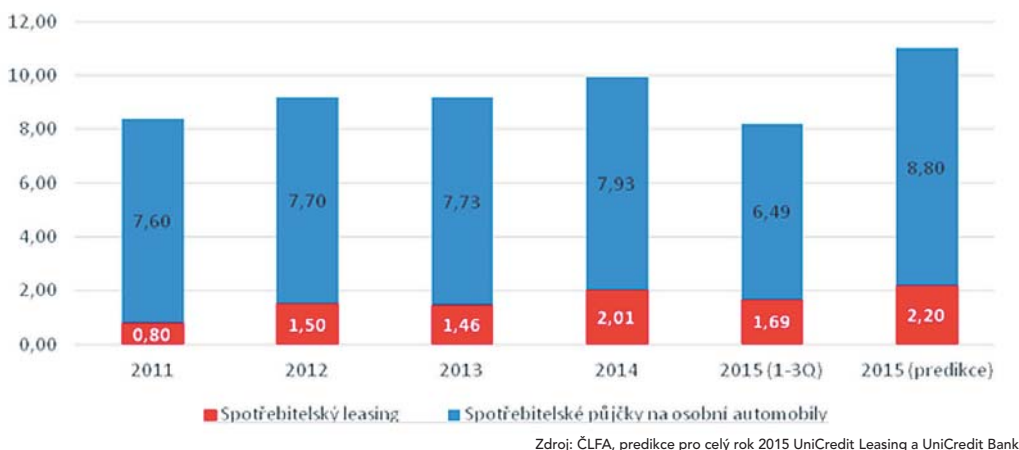
Typickému klientovi leasingu je i dnes stále kolem čtyřiceti let, je převážně z velkého města, nutně nepí na vlastnictví auta a rád si jej během pár let vymění za nové. Rozhodně to ale již není pravidlem, struktura klientů pořizujících si auto na leasing se proměňuje. Možnosti jezdit novým autem bez nutnosti naspořit předem potřebné peníze stále častěji využívají mladé rodiny, tedy lidé ve věku mezi 25 a 35 lety ke koupi pohodlného rodinného vozidla. Nejčastěji si pořídí kombi nižší střední třídy, které splňuje požadavky rodinného vozu za atraktivní měsíční splátku.

Mezi nejmladšími je o leasing také zájem, často ale naráží na výši svých příjmů. Naopak u padesátníků a starších je stále poměrně velkou bariérou potřeba auto vlastnit, převažuje u nich konzervativní přístup a preferují dlouhodobé vlastnictví. Proto počet starších klientů leasingových společností roste jen velmi mírně nebo vůbec. „Klesající ceny automobilů a nové produkty leasingových společností tak stále víc otevírají cestu k leasingu i klientům z menších měst a s průměrnými příjmy. Věřím, že cenová dostupnost a stále lepší nabídka vozů pomůže v budoucnu i u starších lidí odbourat bariéru vlastnictví,“ dodal Jiří Matula. (tz)

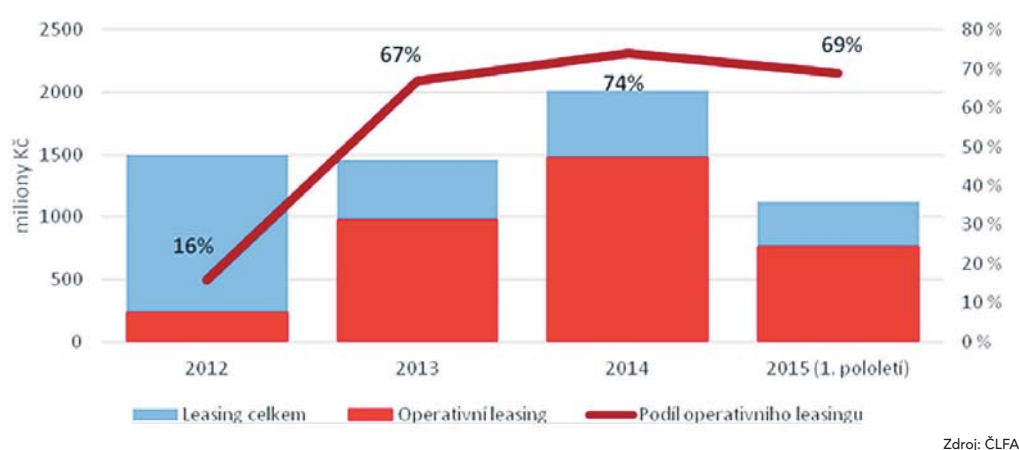
ROZLOŽENÍ KLIENTŮ PODLE VĚKU V ROCE 2015



VÝVOJ TRHU FINANCOVÁNÍ OSOBNÍCH AUTOMOBILŮ 2011–2015 (mld. Kč)



VÝVOJ OPERATIVNÍHO LEASINGU V ČR (2012–1H 2015)



UniCredit Fleet Management: Rok 2015 pro nás byl po všech stránkách rekordní

Společnost UniCredit Fleet Management, která poskytuje operativní leasing osobních a užitkových automobilů, a je součástí UniCredit Leasing, zaznamenala v roce 2015 v České i Slovenské republice rekordní výsledky.

„Klientům jsme předali celkem 3008 vozidel v České republice a 1504 vozidel na Slovensku. To představuje meziroční růst 245 % na tuzemském trhu a 152 % na Slovensku. Důležité je, že jsme při dynamickém růstu objemu překročili plán i u všech ostatních klíčových ukazatelů. Pro náš úspěch jsou důležité zkušenosti profesí-

onálové, které máme na klíčových postech a kteří mají bohaté zkušenosti s přechodem působením v oblasti operativního leasingu,“ řekl Jaroslav Laur, jednatel a CEO UniCredit Fleet Management ČR a SR.

V roce 2016 plánuje společnost UniCredit Fleet Management udržet dynamiku růstu nad úrovní růstu trhu operativního leasingu. „Hlavním zdrojem našeho úspěchu je nový segment privátní klientely a revitalizace našich značkových operativních leasingů,“ doplnil Martin Horský, obchodní ředitel UniCredit Fleet Management.

UniCredit Fleet Management se primárně zaměřuje na malé a střední klienty. Byl jednou

z prvních společností, která vstoupila do oblasti operativního leasingu pro soukromé osoby. Právě operativní leasing privátního segmentu zaznamenal v roce 2015 nebyvalý boom.

„Na konci minulého roku jsme implementovali novou core aplikaci Navision, která je flexibilnější než její předchůdce a po zapracování změnových požadavků nám umožní zvýšit kvalitu služeb a úroveň komunikace s našimi klienty. Budeme také dál personálně posilovat tým a v rámci integrace sdílet některé činnosti přes hranice se slovenskými kolegy. Kromě toho připravujeme online kalkulačku pro značkový operativní leasing, kde si zájemci o tento produkt budou moci snadno a rychle spočítat výši

měsíční splátky na jimi vybraný vůz. Další prioritou je větší využití synergií v rámci skupiny, ať už s naší mateřskou společností UniCredit Leasing, nebo s UniCredit Bank,“ popsal Jaroslav Laur.

Hlavním produktem UniCredit Fleet Management jsou služby full-service leasingu. V kompletním balíčku nabízí servisní služby, výměnu, opravu a uskladnění pneumatik, celoevropskou silniční asistenci, náhradní vozidlo, silniční daň, poplatek za rádio, dálniční známku, komplexní pojištění, přihlášení, odhlášení a prodej vozidla nebo službu pick-up. Tento balíček se upravuje na míru podle potřeb a možností klienta. (tz)

Firmy získaly díky agentuře CzechTrade zakázky v hodnotě přesahující 1,3 miliardy

Agentura CzechTrade v roce 2015 pomohla českým firmám získat zakázky v hodnotě 1,3 miliardy korun. Zaznamenala 28% nárůst zájmu o své služby a realizovala celkem 1996 obchodních případů pro 1079 českých firem. Nejúspěšnější zahraniční kancelář podle hodnoty zprostředkovaných zakázek sídlí v Budapešti, nejvíce úspěšných případů pak vykázala zahraniční kancelář v Düsseldorfu. V letošním roce agentura plánuje zesílení svých aktivit v krajích a otevření čtyř nových zahraničních kanceláří.

„Loni jsme zaznamenali celkem 122 úspěšných případů v celkové hodnotě přesahující 1,3 miliardy korun. České firmy na agentuře CzechTrade oceňují především úsporu času a nákladů, které plynou z naší přítomnosti v téměř 50 zemích po celém světě, a status vládní agentury. Letos bychom se chtěli více zaměřit na regiony ČR a inspirovat české společnosti ke vstupu na zahraniční trhy prostřednictvím příběhů a zkušeností podniků, které již v zahraniční uspěly,“ řekl generální ředitel agentury Radomil Doležal.

Loni pokračoval pozitivní trend nastolený v roce 2014 a agentura CzechTrade evidovala zvýšený zájem exportérů o služby. Realizovala 1996 zakázek pro 1079 českých firem, z toho se v 1643 případech jednalo o zakázky zahraničních kanceláří. Agentura zaznamenala celkem 122 úspěšných případů v hodnotě přes 1,3 miliardy korun.

Nejvíce úspěšných případů vykázaly zahraniční kanceláře v Düsseldorfu (25), Almaty (14) a v Londýně (11). Z hlediska objemu úspěšných případů byla nejlepší zastoupení v Budapešti (455,5 milionu Kč), Johannesburgu (162,6 milionu Kč) a ve Stockholmu (137,5 milionu Kč).

„Českému exportu se loni mimořádně dařilo. Agentura CzechTrade je pro tuzemské firmy spolehlivým partnerem a zvyšující se zájem o její služby to pouze potvrzuje. Pro místní podniky jsou stále nevýznamnější trhy EU, ale projevuje se stále větší zájem rovněž o vzdálená teritoria. Dobré výsledky zahraničních kanceláří v Johannesburgu nebo v Almaty ukazují, že se lze prosadit i na trzích, které pro české vývozce nejsou tradiční,“ dodal ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek.

Vyhodnocení dalších služeb CzechTrade

EXPORTNÍ VZDĚLÁVÁNÍ

- počet akcí: 55 (47 seminářů a 8 konferencí)
- klienti hodnotí agenturu na stupni známkování jako ve škole známkou 1

EXPORTNÍ PŘÍLEŽITOSTI

- téměř 3 000 jedinečných exportních příležitostí, stejně jako v roce 2014
- zveřejněno na portále BusinessInfo.cz
- důraz na asistenci při rozpracování příležitostí a na akce B2B (8 incomingových misí)



Klienti agentury v roce 2015 vyplnili 501 dotazníků ke službám zahraničních kanceláří, což představuje 49% návratnost. Služby agentury CzechTrade ohodnotili známkou 1,23. Celkem 84% respondentů tvrdí, že jim služby agentury pomohly ušetřit čas, a 72% dotazovaných uvedlo úsporu nákladů. Téměř všichni respondenti (99%) by služby agentury doporučili dále.

CzechTrade v roce 2015 realizoval společnou účast českých firem na 113 vybraných zahraničních veletrzích, kterých se zúčastnilo celkem 710 podniků. Nejvíce se jich prezentovalo na společném stánku agentury CzechTrade na

šanghajském všeobecném veletrhu CSITF SHANGHAI 2015 (46), na strojírenském SUBCONU v anglickém Birminghamu (22) a na stavebním veletrhu BIG5 v Dubaji (16).

Pro letošní rok agentura CzechTrade chystá vstup do regionů a otevření pěti „regionálních exportních míst“. Bude také pokračovat v přímé komunikaci s lokálními firmami prostřednictvím 13 exportních konferencí, které uspořádá ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR. Dále plánuje otevření čtyř zahraničních kanceláří, a to v Bangalore, Kantonu, Lagosu a v Chicagu. (tz)

Výsledky CzechTrade 2015

SLUŽBY AGENTURY CZECHTRADE

	2014	2015	2014/2015
Počet zakázek celkem	1 559	1 996	+ 28 %
→ z toho počet zakázek zahraničních kanceláří	1 290	1 643	+ 27 %
Počet klientů	909	1079	+ 19 %

ÚSPĚCHY KLIENTŮ

- 122 úspěšných případů (+ 18 % oproti roku 2014)
- podpořený vývoz 1,3 mld. Kč

PREZENTACE V ZAHRANIČÍ

- 30 akcí v rámci SVV2, účast více než 1 500 malých a středních firem
- 113 zahraničních veletrhů pod hlavičkou agentury CzechTrade, účast téměř 710 firem
- 8 zahraničních obchodních misí



Úspěchy kanceláří CzechTrade

V roce 2015: 122 úspěšných případů, celková hodnota 1,3 mld. Kč

1.

Objem úspěšných případů

- TOP 3 zahraniční kanceláře podle objemu úspěšných případů: Budapešť (455,5 mil. Kč), Johannesburg (162,6 mil. Kč), Stockholm (137,5 mil. Kč)

2.

Počet úspěšných případů

- TOP 3 zahraniční kanceláře podle počtu úspěšných případů: Düsseldorf (25), Almaty (14), Londýn (11)

Úspěšné případy podle služeb	počet	hodnota
Individuální zakázka	71	693 124 795 Kč
Zahraniční akce	57	260 471 407 Kč
Poptávka	7	7 417 879 Kč



Efektivní řízení silniční a železniční dopravy – inteligentní dopravní systémy vyzkoušela vedle Nizozemska také Česká republika

Jak je všeobecně známo, inteligentní dopravní systémy mohou při jejich správném nasazení významně přispět k bezpečnosti, plynulosti a komfortu dopravy či ke snížení nákladů na údržbu a zvýšení příjmů z provozované infrastruktury.

Evropským průkopníkem v oblasti inteligentních dopravních systémů je Nizozemí. Zde se řízením dopravy a vyhodnocováním dostupných dat zabývá sdružení nizozemských veřejných institucí NDW (National Data Warehouse), které vzájemně spolupracují v oblasti shromažďování, uchovávání a poskytování dopravních informací. Členy sdružení NDW jsou například Ministerstvo infrastruktury a životního prostředí, orgány regionální správy, města Amsterdam, Rotterdam, Haag, Utrecht a další subjekty. V současnosti má sdružení 19 členů. Cílem NDW je zlepšení dopravního provozu, bezpečnosti na silnicích a informovanosti veřejných institucí a účastníků silničního provozu. Jednotlivé zapojené veřejné instituce a další soukromé subjekty předávají NDW okamžitá dopravní data (např. o intenzitě, průměrné rychlosti, dojezdové době) a dopravní informace (práce na silnici, zácpy, nehody, uzavírky

mostů). NDW tato data zpracovává a následně poskytuje všem svým odběratelům. Informace jsou také přístupné třetím stranám pro využití v jejich aplikacích.

V rámci zkvalitňování a rozšiřování služeb NDW uživatelům realizovala společnost CGI nahrazení původního centrálního systému, jenž byl v provozu od roku 2009. Po této implementaci je NDW schopno operovat s více typy a většími objemy dopravních dat a informací. Jde vlastně o řešení používané pro návrh a implementaci datové komunikace mezi vzájemně interagujícími softwarovými aplikacemi. Toto řešení nabízí rychlejší zpracování a přenos dat, vývoj a implementaci nových služeb pro veřejné instituce a je schopné poskytovat více informací soukromým subjektům.

„NDW průběžně pracuje na zlepšení poskytování informací našim odběratelům. Musíme odpovídat na změny v oblasti předávání dopravních dat, stejně tak na měnící se potřeby dopravních řídicích center a poskytovatelů dopravních informací. Naš původní systém nebyl schopen dostatečně reagovat na tyto změny. Zahájením spolupráce se CGI jsme učinili nezbytný krok, abychom byli schopni spolehlivě a inovativně vykonávat naše povinnosti,“ řekl Frits Brouwer, ředitel NDW.

Vedle Nizozemí, Slovenska a Polska je Česká republika čtvrtou evropskou zemí, která využívá efektivního řešení pro řízení dopravy – konkrétně například v oblasti nezávislé kontroly účinnosti mýtného systému a kvality služeb poskytovaných orgánům státní správy i uživatelům mýtného systému, tedy řidičům a dopravcům. Specializovaný systém monitoruje přes 22 000 km zpoplatněných komunikací v EU s cílem maximalizovat vybrané mýtné a kvalitu souvisejících služeb. Umožňuje zároveň automatizované shromažďování dat o dopravě prostřednictvím jednotlivých aplikací jako např. měření rychlosti či hustoty dopravy, vysokorychlostní vážení apod. Může být flexibilně nasazen jak na existující infrastrukturu komunikací, tak též s využitím mobilních monitorovacích zařízení na kterémkoliv místě sledované dopravní sítě.

CGI spolupracuje na implementaci a rozvoji komplexního systému inteligentních dopravních služeb pod názvem Traffic360 s vládami, veřejnými institucemi a dopravci, se kterými tak vytváří efektivní dopravní řešení, umožňující kromě pokrytí oblastí mýtných systémů též kontrolu, diagnostiku a preventivní údržbu nejen silniční, ale i železniční infrastruktury. Ve svém brněnském dopravním centru ročně zpracovává pro účely kontroly předpisu mýta přes 70 mili-

onů snímků průjezdů vozidel spolu s 80 000 hodinami videa z monitorovacích systémů. Zpracování a vyhodnocování velkého objemu různorodých dat z dopravy umožňuje vytvářet reporty, které jsou pravidelně poskytovány klientům a pomáhají jim v rozhodování při úspoře provozních nákladů a zvýšení příjmů. V České republice těchto služeb využívá např. Ředitelství silnic a dálnic. I díky nezávislému auditu účinnosti mýtného systému společností CGI dosáhla efektivita výběru mýtného v ČR od jeho zavedení v roce 2007 hodnoty 99,6 %.

Této i dalších služeb využívá s obdobnými výsledky též slovenská NDS (Národná diaľničná spoločnosť, a. s.) a polská GDDKiA (Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad). CGI jim pomáhá v rámci portfolia dohromady více než 40 průběžně poskytovaných dílčích služeb kromě správnosti předpisu mýtného kontrolovat též například dostupnost a kvalitu informací poskytovaných call centrem či prostřednictvím webových stránek nebo funkčnost platebních kanálů, dostatečné počty palubních jednotek a znalosti obsluhy na distribučních místech, plnění plánů údržby a obnovy systémů, kvalitu dat předávaných orgánům státní správy, včasnost vymáhání pohledávek, délky front vozidel na mýtných stanicích s manuálním výběrem mýta apod. (tz)

SAFINA v loňském roce bodovala, zákazníci odebrali téměř čtyři tuny investičního zlata

Společnost SAFINA, a.s., přední evropský zpracovatel materiálů s obsahem drahých kovů, dosáhla v roce 2015 historicky nejvyšších objemů, co se prodeje investičního zlata týče. Nejvyšší prodeje byly zaznamenány ve třetím čtvrtletí, kdy společnost prodala více než 250 kg zlata a několik desítek kilogramů investiční platiny. Celkové roční prodeje fyzického investičního zlata v ČR dosáhly v roce 2015 téměř 4 tun tohoto kovu.

Drahé kovy sehrávají díky svým jedinečným fyzicko-chemickým vlastnostem klíčovou roli v průmyslu. Nejvýznamnější je klenotnický průmysl, který spotřebovává primárně zlato a stříbro. Významný je rovněž sklářský průmysl, kde jde převážně o stříbro a platinu. Dále se drahé kovy využívají v automobilovém, elektrotechnickém a chemickém průmyslu nebo v lékařství. Z hlediska objemu v kilogramech bylo po zlatě druhým nejprodávanějším kovem stříbro, u něhož mluvíme o prodeích ve stovkách kilogramů.*

„Tento rok byl pro nás velmi úspěšný, navýšili jsme objem získaných zakázek a zavedli další inovace,“ uvedl Daniel Červený, výrobně technický ředitel společnosti SAFINA. „Úspěšně pokračujeme v aktivitách směrem k velkým hráčům, a to především ve sklářském průmyslu. Jedná se zejména o výrobu plochého skla, obalové, spotřební a dekorativní sklo,“ doplnil Daniel Červený.

Zastoupení drahých kovů v jednotlivých průmyslových sektorech se v letošním roce nijak zásadně nezměnilo. Největší rafinační zakázkou v množství přijatého materiálu bylo v roce 2015 zpracování nízkoryzostního stěru s obsahem platinových kovů pro zahraničního zákazníka. V roce 2016 bude nadále pokračovat orientace společnosti na podobné typy zakázek. V oblasti vysokoryzostních materiálů se pak v letošním roce čeká spuštění inovované linky rafinace platinových kovů. Z pohledu recyklace jsou nejdůležitější chemický, sklářský a elektrotechnický průmysl.

To jsou sektory, kde SAFINA meziročně zaznamenala růst v objemu recyklovaných drahých kovů. Naopak tradiční sektor klenotnického či dekorativního průmyslu dlouhodobě mírně klesá. V oblasti prodeje chemických sloučenin s obsahem drahých kovů společnost úspěšně rozvíjela své obchodní aktivity i mimo EU, konkrétně v oblasti Blízkého východu, kde spatřuje v tomto segmentu potenciál budoucnosti.

„Zlato tradičně zůstává nejoblíbenějším investičním kovem. Nejprodávanějšími slitky, měřeno počtem prodaných kusů, byly slitky o hmotnosti 1 unce (31,10 g), poté 250 g a 10 g. Prodali jsme také více než 200 kilogramů investičního zlata v jednokilogramových slitcích.



Zvýšenou poptávku jsme zaznamenali rovněž u ostatních investičních drahých kovů. Druhým nejoblíbenějším investičním kovem zůstává stříbro,“ komentoval Libor Křapka, manažer investičních kovů, SAFINA.

Během loňského roku investoři očekávali, že Fed zvýší úrokové sazby na americkém dolaru. K tomu došlo v polovině prosince, kdy Fed zvednul po sedmi letech úrokové sazby, avšak nikterak výrazně.

Trh navíc tento krok předpovídal, a proto nedošlo k žádným výrazným výkyvům v cenách drahých kovů. Ačkoliv cena zlata v ame-

rických dolarech klesala během celého roku a nyní je meziročně zhruba nižší o 10 %, v českých korunách jsou ceny přibližně o 5 % vyšší, což je dáno posilováním dolaru. „Kromě zlata prodáváme samozřejmě i další drahé kovy, v listopadu jsme třeba uzavřeli několik smluv na prodej investiční platiny. Její cena je totiž nyní nízká, je to způsobeno aférou kolem koncernu VW. Stále velmi silně vnímáme vliv této kauzy na náš sektor. Platina se prodávala v kilogramových slitcích,“ dodal Libor Křapka. (tz)

*** Zásadní množství drahých kovů je používáno v následujících oborech:**

■ 10 % = chemický průmysl – Ag, Pt, Pd – především pro výrobu katalyzátorů používaných ve výrobě širokého sortimentu chemikálií

■ 10 % = sklářský průmysl – Ag, Pt, Rh – především v oblasti výroby plochého skla, výroba křišťálu, speciální prvky výtokových systémů, měření tepla

■ 35 % = automobilový průmysl – Ag, Pt, Pd, Rh – pájení a výroba některých prvků elektroinstalace

■ 20 % = elektrotechnický průmysl – Ag, Au, Pt, Pd – především výroba integrovaných obvodů

■ 5 % = lékařství – především Ag pro své anti-alergenní vlastnosti, tato oblast se dynamicky rozvíjí, Pt – cytostatika

■ 20 % = klenotnictví

Česká mincovna loni prodala zlato a stříbro za 606 milionů korun



Česká mincovna v roce 2015 prodala zlato a stříbra za 606 milionů korun, což představuje meziroční nárůst takřka o 30 %. „Nadpoloviční část tvořila naše vlastní produkce v podobě pamětních mincí a medailí, celkem 346 milionů korun. To je oproti loňsku o čtvrtinu více,“ uvedl Radek Šulta, ředitel České mincovny. Češi si dále u Mincovny objednali víc než čtvrt tuny ryziho zlata v podobě investičních slitků a mincí, o třetinu víc než v roce 2014.

V Mincovně se vystřídal několik známých tváří. Pocty se dočkal Dominik Hašek, první český hokejista uvedený do hokejové Siné slávy IIHF, nebo Radek Jaroš, první český držitel Koruny Himálaje. „Medaile s jejich portréty nám doslova mizely pod rukama. Mezi prodějně úspěšné patřily dále netradiční zlaté medaile navržené Bořkem Šípkem pro sérii Umění pro Václava Havla. Na podzim sklídily velký ohlas sady

mincí věnované československým pilotům sloužícím v Britském královském letectvu za druhé světové války,“ sdělil Radek Šulta.

Mezi investičními slitky je dlouhodobě nejpopulárnější zlatý uncový slitek (31,1 g), Češi jich u Mincovny v roce 2015 nakoupili přes 2000. Uncové slitky se na tržbách podílely celou čtvrtinou. Celkově je však prodej zlatých pamětních mincí oproti prodeji zlatých investičních slitků

přesně o třetinu vyšší. Mincovna to přisuzuje výběru zajímavých témat a zvýšené poptávce po sběratelsky a umělecky cenných předmětech.

Jaký vývoj očekává Mincovna v roce 2016? Zlato se drží na několikaletých minimech. Toho využívají investoři, kteří cítí šanci výhodně nakoupit. Nepříznivý vývoj na čínském akciovém trhu zkraje roku totiž ukázal, že jakýkoliv otřes může nastartovat zlato k opětovnému růstu. „Naše statistiky potvrzují, že podobné události nám prakticky okamžitě hýbou prodejními čísly. V minulém roce jsme sledovali zvýšený zájem o fyzické zlato například v souvislosti s krizí v eurozóně a se zhoršující se bezpečnostní situací na Blízkém Východě, respektive také v Evropě,“ doplnil Radek Šulta. (tz)

Investiční projekty ohrožuje nedostatek pracovníků

Investiční aktivity v České republice mohou brzy narazit na kritický nedostatek vhodných pracovníků. Podle ČSÚ sice připadá na 436 547 lidí bez práce 102 545 neobsazených pracovních míst, překážkou je však tradičně nízká ochota Čechů dojíždět za prací dále než 50 km. Chybí nejen odborníci, ale i manuální pracovníci – kvalifikovaní i nekvalifikovaní – pro velké investiční projekty např. v oblasti automobilového průmyslu, strojírenství či logistiky. Řešením mohou být agenturní pracovníci.

Za rekordně nízkou mírou nezaměstnanosti (6,24 %, zdroj ČSÚ) je především silný růst ekonomiky vytvářející nová pracovní místa. Dobré kondici přitom vděčí tuzemská ekonomika hlavně dvěma tahounům růstu: automobilovému a strojírenskému průmyslu. Vedle toho však zůstává i rekordní počet pracovních míst neobsazených – více než 102 000 nových pracovních míst

čeká na vhodné kandidáty. Velké investiční aktivity, jaké v ČR chystá např. Nexen a Amazon, nebo v slovenské Nitře Jaguar Land Rover, proto mohou být zásadně ohroženy.

„Češi nechtějí za práci dojíždět. Kolem velkých ekonomických center – Prahy, Plzně, Liberce, Ústí nad Labem, Vysokého Mýta, Jihlavy, Brna a Ostravy proto nejsou prakticky žádné potenciální zaměstnanci v okruhu 50 km. Češi jsou co do mobility velmi rigidní, např. nejsou ochotni dojíždět za prací z nezaměstnaností postiženého Šumperska do Ostravy, kde jsou stovky neobsazených pracovních pozic. Situaci komplikuje i nedostatek vhodných ubytovacích kapacit; dříve běžné závodní ubytovny zmizely. Průmysl ale zároveň nemůže přijít tam, kde je volná pracovní síla, jako např. na Bruntálsku nebo Jeseníku, protože zde není odpovídající infrastruktura pro ekonomický rozvoj – chybí třeba silnice vhodné pro kamionovou dopravu,“ řekl k situaci Adrian Suchánek, personální ředitel Wincott People, agentury poskytující perso-

nální leasing hlavně do automobilového a strojírenského průmyslu.

Problém řeší personální agentury – díky rozsáhlým náborovým oddělením, které čítají několik desítek zaměstnanců, nepřetržitě oslovují své stávající pracovníky a hledají nové vhodné volné pracovníky, školí je a nabízejí je na potřebná místa. „Z několika tisíc oslovených kandidátů se dohodneme se dvěma až třemi sty pracovníky. Je to tedy časově, personálně i finančně velmi náročný proces, který však zajišťuje firmám, jejichž rozvoj by byl jinak ohrožen, flexibilní řešení,“ dodal Adrian Suchánek.

A poptávka po agenturních zaměstnancích je obrovská. „Náš obrat roste meziročně o desítky procent. Co do struktury, automobilový průmysl se podílí na našem businessu 58 %, těžké strojírenství 37 %. V loňském roce jsme zajistili práci třem tisícovkám lidí, letos očekáváme, že to bude asi o 15 % více. Růstový potenciál ale ještě zdaleka není vyčerpán – podle údajů Odbořovacího svazu KOVO tvoří v Evropě agenturní

pracovníci 1,6 % lidí z pracující populace, v ČR je to nyní asi 0,7 %,“ vysvětlil Adrian Suchánek.

Zdaleka přitom nejde jen o krátkodobé zá vazky. „Většina našich zakázek je dlouhodobých; v některých podnicích máme naše zaměstnance „přidělené“ již několik let. Samozřejmě zde hraje roli fluktuace – máme stanovené počty pracovníků, které máme zajistit a zároveň pokrýt fluktuaci. Nejvyšší fluktuace je u nejméně odborných pozic, jako je operátor výroby. Naopak nejnižší fluktuace je u těch nejobodnějších profesí, k nimž patří například svářeči,“ uzavřel Adrian Suchánek.

Často se stává, že firma dočasně najaté pracovníky zaměstná a agenturní pracovníci se stanou kmenovými zaměstnanci firmy, kam byli původně najati na vyřešení operativní potřeby. Ti kvalifikovaní ale mnohdy raději zůstávají dál agenturními zaměstnanci, protože často dosáhnou na lepší platové podmínky a další firemní benefity, jako je stravné, ošatné a příspěvek na bydlení. (tz)

ČMSS v roce 2015: výrazné posílení

tržního podílu ve spoření a nárůst úvěrování na 24 mld. Kč

Českomoravská stavební spořitelna loni zvýšila objem poskytnutých úvěrů o 7 %. Silný rok zaznamenala i v oblasti nových smluv, kde dále navýšila svůj tržní podíl a zaznamenala růst průměrné cílové částky. V letošním roce počítá ČMSS s mírným růstem v oblasti vkladů i úvěrů.

Českomoravská stavební spořitelna (ČMSS) v roce 2015 dále potvrdila svou pozici největší domácí stavební spořitelny a výrazně navýšila svůj tržní podíl. „U nových smluv o stavebním spoření jsme přesáhli hranici 40 % tržního podílu, což je nejlepší výsledek za poslední čtyři roky. Podle výše cílové částky náš tržní podíl vzrostl dokonce na 50 %,“ komentoval výsledky místopředseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny Manfred Koller.

V roce 2015 uzavřela ČMSS 185 000 nových smluv, což oproti loňskému roku představuje pokles o 19 %. Vývoj počtu nových smluv v loňském roce negativně ovlivnilo několik mimořádných vlivů, např. rozhodování opatrovnických soudů o ukončení dětských smluv nebo silnější kampaň na podporu spoření v roce 2014.

„Bez započítání těchto mimořádných vlivů by prodeje v roce 2015 byly lepší než o rok dříve,“ dodal Manfred Koller. „Loni jsme se ještě

více zaměřili na úvěrování. Náš podíl rozpůjčovaných peněz vůči vkladům v tuto chvíli dosahuje 85 %, což je suverénně nejvíce ze všech stavebních spořitel,“ vysvětlil důvody poklesu Manfred Koller.

Průměrná částka cílové smlouvy loni vzrostla o 9 % na 425 000 Kč. Lidé si tak na stavební spoření odkládají více peněz, než bylo zvykem v minulosti. „Pro konzervativního klienta, který hledá stálý výnos, je stavební spoření stále nejvýhodnějším produktem, při optimální měsíční úložce dosáhne výnos klienta 3,5 % ročně,“ dodal Manfred Koller.

V úvěrové oblasti došlo k meziročnímu růstu, ČMSS poskytla loni úvěry za 24,3 miliardy korun. To představuje nárůst o 7 %. „Za nárůstem úvěrování jsou především nízké úrokové sazby. Úvěry ze stavebního spoření jsou nyní historicky nejlevnější, předpokládáme, že na podobně nízkých úrovních zůstanou sazby i v letošním roce,“ prohlásil.

V roce 2016 počítá ČMSS s opětovným růstem nově uzavřených smluv, růst by se měl pohybovat v řádu do 10 %. U úvěrů je ambicí minimálně zopakovat loňský velmi úspěšný rok. „Prostředí nízkých úrokových sazeb bude přetrvávat i v roce 2016. Úrokové sazby u úvěrů tak budou nadále velmi výhodné, mezi zabezpečenými spořicími produkty nebude mít stavební

spoření ani v roce 2016 konkurenci,“ uzavřel Manfred Koller.

ČMSS je největší domácí stavební spořitelnou a jedinou úvěrovou institucí v ČR, která už

poskytla přes milion úvěrů. Ke konci loňského roku měla ČMSS uzavřeno více než 1,3 milionu smluv o stavebním spoření a přes 315 000 aktuálně platných úvěrových smluv. (tz)

Atraktivita stavebního spoření u veřejnosti roste

Stavební spoření zůstává pro většinu obyvatel České republiky stále bezpečným a vítaným produktem a jeho oblíbenost a důvěryhodnost opět roste. Zároveň jej většina populace považuje za atraktivní jak pro spoření, tak i pro získání úvěru. Více než tři čtvrtiny obyvatel České republiky považují stavební spoření za bezpečný a důvěryhodný produkt, vyplývá z aktuálního průzkumu společnosti IBRS. „Pro 78 % klientů je stavební spoření stále důvěryhodným finančním produktem, ještě před dvěma lety se přitom podobně vyjádřilo jen 66 % dotázaných. Tato data potvrzují zkušenosti našich obchodníků, důvěra ve stavební spoření je opět na vzestupu,“ uvedl předseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny Vladimír Staňura.

Klienti vnímají stavební spoření jako atraktivní produkt především pro získání úvěru, ať už na koupi vlastního bydlení, nebo jeho rekon-

strukci. Pro 69 % respondentů je stavební spoření atraktivní produkt pro získání úvěru. „Zároveň si lidé uvědomují, že v době nízkých úrokových sazeb v celé ekonomice má stavební spoření co nabídnout i u vkladů,“ dodal Vladimír Staňura. Pro 55 % dotázaných je tak stavební spoření zajímavý způsob k uložení peněz.

Průzkum se zabýval nejen atraktivností stavebního spoření, ale i jeho vhodným použitím. Stavební spoření je podle respondentů vhodné především pro spoření na bydlení (82 %), pro získání úvěru na rekonstrukci (76 %) nebo koupi bydlení (75 %). Klienti dále jako vhodné důvody pro zřízení stavebního spoření označili spoření pro děti nebo vnoučata, tvorbu finanční rezervy nebo spoření na penzi či na studium.

Průzkum realizovala agentura IBRS pro ČMSS v listopadu 2015 na vzorku 1000 respondentů z celé České republiky. (tz)

V Česku kartou nejraději platí Němci a Američané, na paty jim začínají šlapat Číňané

Německo, USA, Slovensko, Rusko a Velká Británie – návštěvníci z těchto zemí utratili nejvíce za platby kartou. Jen samotní Němci nechali u domácích obchodníků přes 800 milionů korun, druzí Američané bezmála 550 milionů a třetí Slováci zhruba 470 milionů korun.

Z aktuálního žebříčku lze vypozařovat jeden trend, který bude sílit – to je nárůst čínských turistů v České republice. „Tím, jak se zvětšuje kupní síla obyvatel Číny, je velmi pravděpodobné, že do budoucna jejich současné osmé místo

s útratami kolem 170 milionů korun není rozhodně konečné. Díky prohlubujícím se hospodářským vztahům České republiky a Číny se bude počet turistů z této asijské země zvyšovat,“ informoval regionální manažer Visa Europe pro

Českou republiku a Slovensko Marcel Gajdoš. Celkově cizinci v domácích internetových obchodech utratili během července přes 900 milionů korun. Nejaktivnější jsou Slováci (necelých 170 milionů korun), občané Velké Británie (126 milionů korun) a Spojených států amerických (více než 60 milionů korun). Stále platí, že na internetu stále nejraději nakupují elektroniku nebo oblečení. I v nákupním chování ale dochází k postupným změnám. Podle údajů Visa

Europe totiž více roste počet placení kartou na internetu než částka, kterou Češi na internetu utratí.

„Trend přechodu k levnějšímu zboží sledujeme již delší dobu. S tím souvisí i stále rostoucí obliba nakupování takzvaného digitálního obsahu, jako jsou mobilní aplikace nebo hudba. Stále významnou roli při nakupování hraje u Čechů široká nabídka slevových portálů,“ dodal Marcel Gajdoš. (tz)

Boj proti daňovým rájům se nedaří

Počet českých společností, které mají vlastníka se sídlem v daňovém ráji, ke konci roku 2015 dosáhl 13 419 a meziročně se zvýšil o 1,3 % (172 firem). Majitelé z destinací považované za daňový ráj kontrolují 3,1 % českých firem, a do jejich základního kapitálu investovali téměř 417 miliard korun. Detailní statistiky za loňský rok zveřejnila poradenská společnost Bisnode.

Majitelé z destinací považovaných za daňový ráj ke konci loňského roku kontrolovali 3,1 % (13 419 firem) českých firem, zatímco ke konci roku 2014 se jednalo o 3,2 % (13 247 firem), resp. 3,3 % (13 109) v roce 2013. „Meziročně se zájem o vytváření majetkových struktur s využitím destinací považovaných za daňové ráje zvýšil, nicméně podíl firem, často formálně, kontrolovaných z daňového ráje na tuzemské podnikatelské základně v posledních třech letech klesá. To však spíše souvisí s enormním počtem nově vznikajících firem v České republice než s efektivním bojem s problematikou daňových rájů,“ komentovala statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová.

Největší absolutní přírůstek v roce 2015 zaznamenaly Seychely (59 nových), Kypr (54) a Malta (46), z relativního pohledu byl největší zájem o Marshallovy ostrovy (+64 % nových), Maltu (+26 %) a Belize (21 %).

POČET ČESKÝCH SPOLEČNOSTÍ S VLASTNÍKEM Z DAŇOVÉHO RÁJE								
země	2015	2014	Změna 2014–2015	Změna (%) 2014–2015	2013	2012	2011	2010
Bahamy	41	42	-1	-2,38	39	39	35	35
Belize	194	161	33	20,50	145	118	94	83
Bermudské ostrovy	5	5	0	0,00	7	7	5	5
Britské Pan. ostrovy	433	452	-19	-4,20	453	455	438	422
Gibraltar	72	75	-3	-4,00	74	74	66	66
Guernsey (Velká Británie)	31	28	3	10,71	29	30	29	28
Hongkong	97	102	-5	-4,90	91	80	69	59
Jersey (Velká Británie)	43	43	0	0,00	56	57	59	59
Kajmanské ostrovy	20	30	-10	-33,33	33	37	38	32
Kypr	2151	2097	54	2,58	2018	1904	1705	1550
Lichtenštejsko	225	226	-1	-0,44	237	261	255	245
Lucembursko	1068	1120	-52	-4,64	1144	1173	1192	1254
Malta	223	177	46	25,99	149	122	102	92
Monako	61	72	-11	-15,28	60	51	54	64
Marshallovy ostrovy	90	55	35	63,64	31	14	5	5
Nizozemské Antily	17	15	2	13,33	15	16	15	14
Nizozemsko	4194	4208	-14	-0,33	4368	4443	4501	4519
Panama	247	243	4	1,65	216	199	190	170
Ostrov Man	39	40	-1	-2,50	33	35	34	35
Seychelská republika	886	827	59	7,13	717	512	414	330
Spojené arabské emiráty	292	270	22	8,15	255	225	214	184
Spojené státy americké	2990	2959	31	1,05	2939	2903	2750	2635
celkem	13 419	13 247	172	1,30	13 109	12 676	12 196	11 818

Zdroj: Bisnode

Pítí japonského čaje Matcha je trendy, ale jak poznat ten kvalitní?

Poznat kvalitu stále oblíbenějšího japonského čaje Matcha není tak jednoduché, jak by se mohlo zdát. Krásné zelené barvě mohly pomoci pesticidy, trvanlivosti konzervační látky a chuť „vylepšit“ například těžké kovy. Při nákupu tohoto čaje je proto důležité vybrat si ověřené dodavatele, kteří nabízejí kvalitu za odpovídající cenu. Prvním důležitým bodem je samotné pěstování čajovníkových keřů, které se na poslední čtyři týdny zakryjí před slunečními paprsky. Díky tomu se zintenzivní produkce chlorofylu – čajové listy jsou tak sytě zelené, bohatší na aminokyseliny a nápoj z nich má příjemně nasládlou chuť. Po ručním sběru přichází tradiční a dlouhá cesta



přeměny lístků na jemný prášek. „Listy se napaří, usuší a roztřídí podle kvality. Následně se zbaví stopek a větviček a rozkrájí na stejně velké kusy. Matcha je výrobek čistě z dužniny lístků, díky tomu má svou jemnost i chuť,“ vysvětlil Petr Patočka ze společnosti Čajová květina, s.r.o., která je největším českým dodavatelem čaje MatchaTea v biokvalitě. Nasekané listy se melou v žulových mlýnech velmi pomalu. Díky tomu si čaj zachovává svou barvu, chuť i aroma. „My nabízíme vysokou kvalitu pro každodenní popíjení i špičkový čaj pro významnější příležitosti,“ dodal Petr Patočka. Jeho společnost dováží čaj pouze z Japonska každé dva měsíce a vybrané šarže pečlivě kontroluje. „V loňském roce jsme testovali čaje na pesticidy, těžké kovy, radioaktivitu a mikroorganismy. Velmi dobře dopadla i kontrola SPZI a certifikační společnosti ABCERT. Čaje od našeho dodavatele jsou tedy prokazatelně velmi kvalitní,“ potvrdil. (tz)

O KVALITĚ, SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI A MNOHÉM DALŠÍM

(6. díl seriálu)

Společenská odpovědnost je významná konkurenční výhoda

V minulých číslech Prosperity jsme se seznámili s tématem společenské odpovědnosti, s tím, co firmě přináší a co všechno zahrnuje. Představili jsme si i čtyři základní body zavádění CSR ve firmě: plánování, provedení, hodnocení a zlepšování. Pojďme si nyní vysvětlit, co je pod jednotlivými body zahrnuto.

1. Plánování

Přes oblíbenou českou nechuť k plánovacím pěti-letkám je už dnes asi každému jasné, že bez plánu není možné zavést vůbec nic. Hned po plánu, nebo možná ještě před jeho vznikem, je ale nezbytná ještě jedna věc: podpora vedení. Pokud není o správnosti CSR přesvědčen management, bude veškerá snaha o zavedení konceptu společenské odpovědnosti marná.

Druhým důležitým krokem plánování je Určení klíčových stakeholderů, tedy těch, které budeme do aktivit společenské odpovědnosti zapojovat a se kterými budeme spolupracovat. Pro každého stakeholdera stanovíme Hodnoty, které jsou pro něj z hlediska firmy klíčové. Pro zaměstnance to mohou být třeba možnosti profesního růstu a vzdělávání, pro organizace v okolí zase podpora jejich kulturních, sportovních či společenských aktivit. Na základě firemních hodnot pak stanovíme Základní principy CSR, které jsme rozhodnutí dodržovat (např. zaváděním úspor- ných technologií chráníme životní prostředí). Následuje Analýza současného stavu, ve které sebe- hodnocením posoudíme, jak v současnosti napl- ňujeme jednotlivé principy CSR, a z analýzy vy- jdeme při Stanovení cílů, kam chceme firmu v konceptu CSR posunout.

Pokud jsme výše uvedené body splnili, pak už víme, odkud a kam jdeme. Zbývá jen rozhodnout, jak se do cíle dostaneme. „Návod jak“ se jmenuje Akční plán a měl by obsahovat seznam konkrétních aktivit, které je třeba zrealizovat, abychom splnili cíle v oblasti CSR, které jsme si vytkli.

2. Provedení

Provedení, nebo implementace plánu zavedení konceptu CSR by se dala stručně odbýt jako uskutečnění všeho, co jsme si dosud naplánovali. Není to ale až tak jednoduché. Firma se musí naučit společenskou odpovědností žít, musí ji implementovat do všech svých činností. O její správnosti musí být přesvědčeno vedení i zaměstnanci a musí se stát automatickou součástí každodenního života firmy. Jen pak to bude fungovat a přinášet očekávaná pozitiva a zisky.

3. Hodnocení

Bez hodnocení by bylo těžké určit, zda se nám zavádění konceptu CSR daří a zda vše provádíme správně. Je proto třeba pro každou oblast a každého stakeholdera stanovit kvalitativní i kvantitativní ukazatele (např. jaké možnosti vzdělávání jsou zaměstnancům nabízeny, kolik zaměstnanců se zapojuje), které slouží k hodnocení naplňování cílů a jsou i podkladem pro další rozhodování managementu. Součástí hodnocení je i prezentace pozitivních výsledků CSR směrem k veřejnosti, v různých formách firemní komunikace: od webových stránek až po firemní tiskoviny.

4. Zlepšování

Ani sebedokonalější plán nemůže počítat se všemi eventualitami vývoje, nemůže plně postihnout dynamicky se měnící prostředí firmy a jejího oko-



lí. Proto je třeba na základě výsledků hodnocení upravovat plány a navrhnout nová opatření, která povedou k lepšímu a rychlejšímu dosažení stanovených cílů.

Je poměrně těžké představit ve stručnosti tak složitou problematiku, jakou je společenská odpovědnost. Pro všechny zájemce o zavedení konceptu CSR ale naštěstí existují cesty, které pomohou využít všech pozitiv, která společenská odpovědnost nabízí: jednoduše, efektivně a s minimálními náklady. Jsou to programy Rady kvality ČR. Pro firmy a organizace působící regionálně připravila rada program Ceny hejtmana kraje za společenskou odpovědnost, pro malé, střední a rodinné firmy a pro sociální podniky Cenu za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně, a pro ty větší, nebo pokročilejší program Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj. Přes komplikované názvy nabízí tyto programy jednoduché a snadno uchopitelné postupy, které dovedou k cíli každého, kdo to se společenskou odpovědností myslí vážně. Jak se do nich můžete zapojit a co vám takové rozhodnutí přinese, se dozvíte v posledním díle našeho seriálu. (red)

INZERCE



www.csq.cz

SYMA SYSTEMY MANAGEMENTU Konference

23. – 24. 3. 2016

Orea Hotel Pyramida
Bělohorská 24, 169 01 Praha 6

Pořadatel: ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

SETKÁNÍ ABSOLVENTŮ KURZŮ A DRŽITELŮ CERTIFIKÁTŮ

Zveme Vás na již 18. setkání absolventů kurzů a držitelů certifikátů. Na tomto setkání chceme vytvořit příležitost k navázání ještě užších vztahů mezi Vámi, našimi zákazníky, a Českou společností pro jakost. Zveme na ně nejen manažery a auditory kvality, ale i techniky, jejichž úloha je v systému managementu kvality nezastupitelná. Dále také manažery a auditory EMS a BOZP, metrology a další zájemce.

Absolventům našich kurzů, držitelům certifikátů ČSJ i všem ostatním zájemcům chceme umožnit vzájemnou výměnu zkušeností a předat nejnovější poznatky z jejich oboru. Současně bude toto setkání již tradičně „Dnem otevřených dveří“ střediska certifikace osob České společnosti pro jakost. Budete mít příležitost předložit své návrhy, získat odpovědi na své otázky a také vyřídit veškeré náležitosti související s platností, případně rozšířením Vašeho certifikátu.

Ve smyslu názvu tohoto setkání chceme nabídnout příležitost k Vašemu osobnímu rozvoji. **Naše Společnost je tu s Vámi a pro Vás.**

Pro bližší informace sledujte naše webové stránky www.csq.cz.Česká společnost pro jakost, z.s., Novotného lávka 200/5, 110 00 Praha 1
kontakt: 221 082 261, smolikova@csq.cz

Z vidlí na vidličku...

Česká společnost pro jakost sdružuje jednotlivce i organizace, které se zabývají kvalitou a souvisejícími oblastmi. Jednou z takových oblastí je kvalita a bezpečnost potravin.

O kvalitě produktů a služeb se hovoří napříč všemi odvětvími, a to seriózně, nebo formálně „na oko“. Jsou to však především výrobci potenciálně rizikových produktů, kteří velmi dbají na kvalitu a bezpečnost svojí produkce. Ať jsou to dodavatelé v automobilovém průmyslu, či organizace působící v celém potravinovém řetězci (zemědělci, potravináři, obchodníci či provozovatelé veřejného stravování). Samotná ČSJ se v zemědělsko-potravinářském sektoru pohybuje více než 15 let. Stála u vzniku akreditované certifikace HACCP, vytvořila schémata personální certifikace manažerů a auditorů bezpečnosti potravin, vyvinula sérii kurzů pro pracovníky v tomto oboru a realizovala osvětové ESF projekty. Významným počinem bylo rovněž vytvoření Národní technické skupiny pro GLOBAL.G.A. P, která zajistila překlad a možnost aplikace standardů pro správnou zemědělskou praxi v ČR. ČSJ, v souladu se svým posláním, přináší novinky z oboru a napomáhá sdílení zkušeností. Proto se rozhodla v roce 2016 zopakovat úspěšnou akci a uspořádat na Ministerstvu zemědělství ČR konferenci From Farm To Fork, jejímž mottem je Spolupráce zainteresovaných stran v potravinovém řetězci ve prospěch spotřebitelů. Nad konferencí převzal záštitu ministr zemědělství ČR Marian Jurečka, Rada kvality ČR, Agrární i Potravinářská komora ČR.

Konference obsahuje tři tematické bloky:

1. vystoupení představitelů Ministerstva ČR, komor a dozorových orgánů,
2. vystoupení zástupců zemědělců a potravinářů se zkušenostmi s certifikací,
3. příspěvky maloobchodních řetězců o jejich přístupech v řízení kvality.

Nejen odborníky, ale i běžného spotřebitele mohou zajímat témata, která budou na konferenci



Ing. Petr Koten, výkonný ředitel
České společnosti pro jakost

prezentována a diskutována, například: Dostáváme horší potraviny než v západní Evropě? Jak je možné, že najednou tolik restaurací neprojde kontrolou? Využívají obchodníci svoje dodavatele? Jsou požadavky na kvalitu a bezpečnost v potravinářské produkci dostatečné? Má certifikace zemědělců a potravinářů přidanou hodnotu? Proč dodavatelské audit? Jak je to s „českými“ potravinami? Mohu dostat za málo peněz hodně kvality?

Finální program konference bude k dispozici od března. Těšíme se na setkání s vámi!

Poznamenejte si do kalendáře: 1. 6. 2016 Konference From Farm To Fork. Místo konání: Ministerstvo zemědělství ČR.

Ing. Petr Koten,
výkonný ředitel
České společnosti pro jakost

Růst tržeb letos čeká 82 % českých firem, říkají jejich generální ředitelé

Šéfové českých firem jsou neoptimističtější za posledních sedm let. Celkem 82 % z nich očekává, že jim letos porostou tržby. Loni to bylo 81 %. Jak ukázal již sedmý ročník Českého průzkumu názorů generálních ředitelů, který mezi 110 šéfy významných firem působících na českém trhu provedla poradenská společnost PwC ČR, za největší hrozbu považují nedostatek lidí s potřebnými dovednostmi a znalostmi. Zvyšovat stavby svých zaměstnanců totiž letos podle průzkumu hodlá 50 % firem, naopak snižovat jen 20 %.

Největší růstové příležitosti vidí čeští generální ředitelé na domácím, tedy českém trhu (31 %). Na druhém místě uvádějí inovace (21 %) a na třetím posílení svých pozic na stávajících zahraničních trzích (15 %). I když jsou krizová léta už za námi, firmy si stále velmi pečlivě hlídají náklady. Významnější úsporné opatření plánuje letos zavést 65 % dotázaných, loni to ještě bylo 72 %. „Rostoucí česká ekonomika, nízká nezaměstnanost a zvy-

šující se mzdy podporují domácí poptávku. Na vzestupu jsou i firemní investice. Podniky chtějí maximálně využít tento spotřebitelský a investiční apetit, a soustředí se proto na domácí trh. Tvrdá konkurence je nutí být maximálně efektivní, a vyvolává tak tlak na náklady. Máme-li zůstat konkurenceschopní, je potřeba více inovovat a soustředit se na prorůstové investice. Řada českých firem má však stále tendenci se k úspěchu a zisku prospořit,“ shrnul výsledky průzkumu Jiří Moser, řídící partner PwC Česká republika.

Úsporná opatření firem mají za následek to, že finančně zdravé podniky mají nyní spoustu volné hotovosti. Rekordně vysoký podíl firem (90 %) tak hodlá letos financovat svůj růst vlastní hotovostí. Jen 30 % dotázaných (stejně jako loni) si plánuje půjčit v bance. Ostatní formy financování mají pak ještě menší podíl.

„Nízký zájem o externí zdroje ukazuje, že investiční plány firem jsou zatím poměrně skromné, na velké akce by jim vlastní prostředky nestačily. Expanzivní plány českých firem jsou však poměrně ambiciózní. Celkem 29 % jich chce le-

tos vstoupit na nový trh a 13 % plánuje fúzi či akvizici. Těmito transakcemi firmy řeší jak generační výměnu vlastníků, tak nedostatek lidských zdrojů či výrobních kapacit,“ vysvětlil Jiří Moser.

Nedostatek lidí představuje pro české generální ředitele největší hrozbu, která by mohla ohrozit jejich růstové plány. Nedostatek lidí s odpovídajícími schopnostmi a dovednostmi se velmi obává více než polovina dotázaných (52 %). Vysoké procento (43 %, resp. 39 %) generálních ředitelů straší nekvalitní legislativa či přílišná regulace.

„Generální ředitelé si také začínají uvědomovat blížící se konec období slabé koruny a nutnost opět řídit svá měnová rizika. Výkyvy měnových kurzů tak představují velkou hrozbu pro čtvrtinu dotázaných a další více než polovina se jich alespoň mírně obává,“ upozornil Jiří Moser.

Téměř tři čtvrtiny (71 %) generálních ředitelů si myslí, že za posledních tři až pět let je regulace podnikatelského prostředí v Česku celkově intenzivnější. Tedy, že jsou např. více kontrolováni ze strany nejrůznějších úřadů nebo že

je stát důraznější při vymáhání daní či informací, které o sobě musí firmy sdělovat.

„Nové povinnosti, které na firmy v uplynulém roce dolehly a přicházejí i letos, například velmi medializovaná kontrolní hlášení či elektronická evidence tržeb, vyvolávají v generálních ředitelích pocit, že toho po nich chce stát opravdu hodně a že snaha chytit nepoctivé dopadá i na ty, co pravidla dodržují. Přitom téměř 30 % dotázaných uvedlo, že je jako občané těší, že si stát při výběru daní ohlíká peníze, které mu náleží, naopak více než 40 % prohlásilo, že jako vedoucí představitelé firmy jsou znepokojeni administrativní zátěží ze strany státu,“ dodal Jiří Moser.

Podle generálních ředitelů by si měl stát stanovit tři oblasti priorit, aby se lépe dařilo podnikání v Česku:

- Jednoduchý, stabilní a efektivní daňový systém (91 %).
- Kvalifikovaná, vzdělaná a adaptabilní pracovní síla (90 %).
- Dostatečná fyzická i digitální infrastruktura (66 %).

(tz)

Banky nabírají zaměstnance podle mnohdy zastaralých postupů

Najít a udržet si klíčové lidi ve finančním sektoru je stále obtížnější. Sedm z deseti šéfů bank se obává nedostatku schopných zaměstnanců pro plánovaný růst své instituce. Potřeba nejsou pouze zkušení profesionálové, ale rozmanitá škála mladých talentovaných lidí, kteří budou umět reagovat na změny trhu, ať už v podobě nových regulací, technologií, konkurentů, či na nová očekávání zákazníků. Mnoho firem však zatím tento fakt v náborovém procesu nezohlednilo a stále nabírá dle zastaralých postupů.

Mladé talentované lidi by přitom do firem pomohla nalákat strategie v oblasti diverzity. Důraz na rozmanitost ve všech podobách – v rámci pohlaví, generací, sexuální orientace, náboženství, začlenění osob s postižením, ale také v po-

době zaměstnanců s různými schopnostmi, zkušenostmi a z různých oborů, je zcela zásadní pro nalákání a udržení talentů ve finančním sektoru. Aktuální průzkum poradenské společnosti PwC mezi generálními řediteli bank a dal-

ších finančních institucí přitom ukázal, že téměř tři čtvrtiny z nich mají strategii na podporu diverzity a začleňování (59 %) či plánují takovou strategii zavést (14 %).

„Problémem však zůstává převedení těchto záměrů do reality. Zaměstnanci bank totiž žádnou změnu nepocítují. Více než 70 procent mladých žen z finančního sektoru věří, že firmy o rozmanitosti pouze mluví, ale příležitosti nejsou rovné. Například polovina z dotazovaných žen narozených mezi lety 1980 a 1995 uvedla, že povyšování v rámci společnosti jsou častěji muži. Pokud však ambice mladých ta-

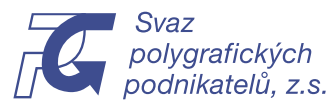
lentovaných lidí nebudou naplněny, jednoduše si zvolí jiné společnosti či odvětví,“ sdělila Andrea Linhartová Palánová, odborník na řízení lidských zdrojů ze společnosti PwC Česká republika.

Diverzita podporovaná nejvyšším vedením společnosti přitom pomáhá rozvoji businessu. Podle průzkumu mezi generálními řediteli v sektoru finančních služeb díky strategii pro rozvoj rozmanitosti došlo ve firmách ke zvýšení inovativnosti (79 % firem), zákaznické spokojenosti (79 %), posílení značky a reputace (80 %) i celkové výkonnosti podniku (85 %).

(tz)

PŘEDSTAVUJEME VÁM

Snahou bude vytvářet pozitivní obraz svazu před odbornou veřejností



Vztah lidí k tištěným produktům se mění. Internet na první pohled „válčuje“ papír, mnozí podlehlí tlaku technologií natolik, že odsuzují běžného přítele člověka, krásnou knihu nebo deník na novinovém papíru, k neslavným koncům. Moudřejší vědí, že v budoucnu půjde o optimalizaci všech způsobů, které mohou život obohatit, doplnit a nabídnout co největší užitek při šíření a vnímání informací. Není výjimkou, že se i studenti vrací k tištěným skriptům, manažeři k papírovým diářům a ve vlaku nebo v čekárně u lékaře se listuje časopisy a brožurami. Také knižní trh má stále co nabídnout jak nejširší veřejnosti, tak specializovaným skupinám zákazníků. Na druhé straně firmy i jednotlivci požadují stále širší paletu tiskovin v menších nákladech, personalizují se, pracuje se na míru té či oné potřebě. Cesty, jak takové požadavky zvládnout levněji než v minulosti, existují. Polygrafický trh o svého zákazníka nehodlá přijít. A není také důvod. I o tom jsme hovořili se Zdeňkem Sobotkou, prezidentem Svazu polygrafických podnikatelů:

Koho váš svaz sdružuje? Polygrafie je široký pojem a ne každý přesně ví, co všechno se pod ním skrývá. Navíc v době, kdy se technologie vyvíjejí mílovými kroky...

Hlavní skupinu naší členské základny tvoří společnosti, podnikající v segmentu polygrafie – ať jde o tradiční ofsetovou produkci, nebo nově o digitální technologii. Tedy tiskárny v širokém spektru velikostí a objemu produkce či se specializací na různé typy polygrafických zakázek (komerční tiskoviny, merkantil, produkce knih a časopisů, packaging, ceniny a další). Samozřejmě jsou členy také významní dodavatelé strojů a zařízení pro polygrafickou výrobu (KBA, Heidelberg atd.) a nelze zapomenout ani na odborné vzdělávací instituce – školy střední a vysoké.

Co je cílem vašich aktivit?

Osou programové činnosti Svazu polygrafických podnikatelů tvoří zastupování společných potřeb a zájmů jednotlivých členů zejména vůči or-

gánům státní správy, vzájemná informovanost o trendech trhu a novinkách technologického vývoje. Tím svaz souběžně pečuje o růst odborné úrovně a profesionalitu oboru, stejně jako inspiruje k obměně a modernizaci strojího parku pro udržení konkurenceschopnosti na náročném evropském trhu. Vytváří pozitivní obraz polygrafie vůči odborné i laické veřejnosti a stejně tak vůči cílovým klientským skupinám.

Jaké jsou vaše hlavní priority pro rok 2016?

Vzhledem k trvalé snaze a péči o otevřenou a intenzivní komunikaci se členy i zájemci o dění v polygrafickém průmyslu je naší letošní prioritou zajistit rebranding webového portálu svazu. Nové, uživatelsky přívětivé prostředí webového portálu pomůže pak vytvářet pozitivní obraz Svazu, zejména u odborné veřejnosti.

V rámci Svazu je dalším významným cílem ustavit novou odbornou skupinu digitálního tisku v reakci na celosvětový boom malonáklado-

vé produkce rychobrátkových tiskovin, které disponují možností personalizace a kustomizace. Uvedená odborná skupina bude monitorovat a zprostředkovávat tuzemské a zahraniční know-how v této dynamicky se rozvíjející oblasti.



Určitě řešíte i složitosti a společně přemýšlíte, jak proti nim...

Jistě je pro nás hlavní výzvou postavit se čelem celkovým změnám na tiskovém trhu, který celosvětově čelí velkému tlaku spojenému s nástupem nových digitálních a elektronických technologií. Proti jejich hlavní přednosti, jíž je rychlost poskytování informací a interaktivnost komunikace, umí polygrafie postavit zážitek komfortního vnímání obsahu formou čtení a listování, relaxace nad krásnou tradiční tiskovinou, knihou nebo časopisem. A neklesající zájem kupříkladu o kvalitní knižní produkci potvrzuje i další ročník celorepublikové soutěže o Nejkrásnější českou knihu roku, kde se Svaz podílí účastí v hodnotící komisi.



Zdeněk Sobotka,
prezident Svazu polygrafických podnikatelů

Ne vše je pouze o problémech, ale také o radostech. Na co jste za dobu svého působení nejvíce hrdí?

Za dobu své existence vykonal Svaz polygrafických podnikatelů mnoho užitečné práce formou služeb a poradenství pro své členy. Může se jednoznačně pochlubit zejména dobrými výsledky své informační, dokumentační, studijní a expertní činnosti. V pokračování cechovních tradic evropského tiskařství, spojeného s výrobou knih, časopisů, novin i komerčních tiskovin má polygrafie v českém prostředí mimořádné místo. V současné době je pro náš svaz velkou výzvou podílet se na zásadní změně oboru, kterou přináší dnešní digitální doba.

(red)

Podpora podnikání v ČR: na kolik si přijdou české firmy z evropských dotací?

Co se čerpání dotací týká – osvěty není nikdy dost. Projekt Česko v datech se detailněji podíval na to, jak jsme na tom s úspěšností získávání peněz z dotačních programů, tentokrát zaměřených na podporu podnikatelských subjektů. Zaměřil se na nejúspěšnější kraje, jak vypadá typický žadatel o dotaci nebo který kraj vede v počtu přidělených dotací na jednoho obyvatele.

OPPI (Operační Program Podnikání a Inovace) je hlavním dokumentem Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, na jehož základě je České republice poskytována finanční podpora podnikatelům, a to především z prostředků Evropské unie se spolufinancováním ze státního rozpočtu. Díky analytickému softwaru společnosti SAS je nyní možnost detailněji prostudovat, jak vypadá tento projekt v praxi. Celkový přidělený objem financí (od 5. 11. 2008 do 17. 12. 2015) dosáhl částky 84 miliard Kč – to je přesně 84 miliard igelitových tašek, 84 miliard šroubků nebo 2 800 000 m² pozemků v Tokiu. V jakém kraji se tedy realizovaly projekty za nejvíce peněz?

Nejúspěšnějším je Jihomoravský kraj, ve kterém vstoupily do života projekty téměř za 14 miliard Kč. Na druhé a třetí příčce se umístil Moravskoslezský a Středočeský kraj (oba téměř 12 mld. Kč). Posledním je naopak kraj Karlovarský (2 mld. Kč). Pokud rozpočítáme proplacené dotace na obyvatele, dostaneme další zajímavá čísla. Například v Plzni připadá na obyva-

tele dotace 5771 Kč, zatímco ve Zlíně je to takřka trojnásobek.

„Sídlo společnosti žadatele o dotaci a skutečné místo realizace projektu se samozřejmě nemusí shodovat. Do OPPI nepatří například projekty realizované v Praze (ty mají své vlastní dotační programy), přesto přibližně 10 % příjemců jsou právě pražské firmy – své projekty realizují v jiných částech republiky. Největší patrioti jsou obyvatelé Moravskoslezského kraje, shoda sídla firmy a místa realizace panuje v plných 92 % případů,“ řekl Zdeněk Honek, Country Manager společnosti SAS Institute ČR. Pozitivní je pak určitě zpráva, že žádná z čerpajících firem nemá sídlo v Kajmanskoostrovském nebo Seychelském kraji.

Celkový počet žadatelů, kterým byla dotace přidělena, je 12 328. Z toho je 8467 společností s ručením omezeným, 2765 akciových společností, 424 fyzických osob podnikajících na základě živnostenského oprávnění nezapsaných v obchodním rejstříku, 42 spolků a třeba i jedna komora nebo dvě zemědělská družstva. Pro každý operační program jsou stanoveny podporované ekonomické činnosti, ve kterých lze projekt realizovat (tzv. CZ-NACE). V případě OPPI bylo nejvíce peněz využito na činnosti v oblasti informačních technologií (cca 5 mld. Kč), pak pronájem a správa nemovitostí (4 mld. Kč) a obrábění (3,4 mld. Kč).

Jednou z částí z aktivit programu OPPI je výzva ICT a strategické služby, která je zaměřena na podporu vývojových činností v oblasti IT a pod-

pořené úspěšné projekty jsou řešeny společnostmi, jejichž hlavní podnikatelskou náplní jsou zejména informační technologie (4,5 mld. Kč), programování (451 mil. Kč), ostatní vědecké, profesní a technické činnosti (217 mil. Kč).

Podpora vývojových činností ve výzvě ICT a sdílené služby je i ve stávajícím programu OPPIK, který nahradil předchozí operační program OPPI, formou jak dotace na investice (např. vybavení vývojového pracoviště), tak i formou dotace na mzdy vývojových pracovníků. Ministerstvo průmyslu a obchodu podporuje i doprovodné a podpůrné projekty, kterými jsou například i zrychlené řízení při udělení pobytových a pracovních povolení vnitropodnikově převáděným či lokalizovaným specialistům z třetích zemí v rámci projektu Fast Track, případně projektu Welcome Package, určeného pro zahraniční investory z Číny, Indie, Ruska a třetích zemí osvobozených k pobytu na dobu do 90 dnů od vízové povinnosti. Ačkoliv škála profesí potenciálních žadatelů není nijak omezena, počet žádostí zapojených do obou projektů naopak limitován je – v prvním případě na 500, v druhém maximálně na 100 žádostí ročně. „Navzdory relativně velkoryse nastavenému stropu prozatím nebyla horní hranice kvót atakována,“ dokreslila situaci využití projektů manažerka imigračního oddělení společnosti Deloitte Anastasia Verkhorubova.

A jak tedy vypadá typický subjekt čerpající dotace z OPPI? Je to společnost s ručením omezeným z Jihomoravského kraje, kde také reali-

zuje své projekty. Má mezi 25 a 49 zaměstnanci a zabývá se obráběním.

A co byste měli vědět, když žádáte o dotace? Je zde 14% šance, že vaše žádost bude zamítnuta, nejčastěji je to z důvodu nekvalitního podnikatelského záměru, špatného výběru dotačního titulu nebo nedostatečného prostudování relevantních dokumentů. „Proces hodnocení podaných projektů je složitý a poskytovatelé dotací musí v krátké době vyhodnotit i tisícovky žádostí. Proto stanovují žadatelům formu a obsah podkladů k žádosti. Tyto dokumenty je možno předložit pouze jednou ročně při vyhlášení dané výzvy, a to pouze po dobu 1 až 2 měsíců. Pokud žadatelé podcení přípravu projektu, popř. jen „zkouší štěstí“, není možné v takto krátké době např. zpracovat stavební dokumentaci a získat stavební povolení,“ říká Luděk Hanáček, partner v daňovém oddělení společnosti Deloitte.

O projektu Česko v datech

Ambicí projektu Česko v datech je vyhledávat témata, která jsou přitažlivá, zajímavá nebo důležitá pro celou společnost, ale jejichž zpracování vyžaduje pokročilé datové nástroje. Chce objevovat souvislosti, které se v datech skrývají, a potvrdit či vyvrátit tvrzení, která se v české společnosti tradují, ale bez práce s rozsáhlými daty jim chybí důkaz. Partnery projektu jsou společnosti SAS Česká republika, Deloitte, Unicorn a Data-Spring, které poskytly svá řešení pro zpracování a vizualizaci dat. Spolu s nimi se na projektu podílí i agentura DARK SIDE. (tz)

HELIOS REVA finalistou soutěže IT produkt roku

Řešení pro sběr dat z výroby – HELIOS REVA z produkce ASV Náchod – se v lednu stalo finalistou prestižní soutěže IT produkt roku. Soutěž vyhlašuje každoročně odborné vydavatelství IDG a přihlášené produkty hodnotí odborná porota. ASV Náchod je partnerem společnosti Asseco Solutions, producenta známých ERP systémů HELIOS, a jeho specializovaná řešení jsou se systémy HELIOS integrována.

HELIOS REVA se úspěšně umístil v kategorii Informační systémy a subkategorii Ekonomické a výrobní analýzy. Produkt funguje jako nezávislý monitoring výrobních zařízení. Umožňuje provádět sběr, monitorování a vyhodnocení výrobních a technologických dat. Díky integrovaným výrobním terminálům probíhá vizualizace a reportování dat. Systém poskytuje přesné hodnocení efektivity a využití strojních zařízení a online informace o stavu stroje. HELIOS REVA zprostředkuje též online pohled na stav rozpracovanosti zakázky či zpětný audit z archivovaných dat.

Důležitou vlastností řešení je, že umožňuje na obsluhu stroje nezávislé měření a vyhodnocení skutečné doby práce zařízení. To je doplněno snímkem pracovního dne operátora a též monitoringem skutečných a požadovaných technologických dat zařízení (teploty, tlaky atd.), včetně aktivního systému varování. Dokáže včas upozornit na

nestandardní stavy zařízení či obsluhy. Měření je zobrazeno v datovém i grafickém reportingu, k dispozici online, včetně možnosti vzdáleného přístupu. HELIOS REVA může pracovat zcela nezávisle na ERP, ale ideální je právě využití možnosti jeho plné integrace se systémem HELIOS.

„Současný trend nazývaný Smart Factory již nikoho nenechává na pochybách, že maximální podpora výroby ze strany informačních technologií je dnes nutností,“ řekl Jiří Flidr, jednatel ASV Náchod. „V rámci řešení HELIOS REVA nám však navíc jde o to, abychom zajistili opravdu širokou funkčnost a maximální uživatelský komfort a intuitivnost ovládání.“

Další zajímavé vlastnosti HELIOS REVA:

- Komplexní funkčnost jak na CNC strojích řízených PLC, tak na zařízeních konvenčních
- Uchování dat při výpadku datové sítě (až 48 hodin)
- Systém varování a upozorňování na nestandardní stavy (stroj, operátor atd.)
- Řízení monitorování činnosti obslužných profesí (údržba, nástrojárna atd.)
- Zvýšení využití strojního parku a růst efektivity obsluhy
- 100% dokladování kvality produkce, vč. traceability

(tz)

Vinařství Mutěnice bude vínem zásobovat celou střední Evropu

Zhruba dva miliony lahví vína bude každý rok dodávat jeden z největších tuzemských vinařských závodů Vinařství Mutěnice do všech 2800 super a hypermarketů TESCO ve střední Evropě. Stane se tak na základě úspěšného absolvování výběrového řízení a náročného TESCO Auditu.

Úspěch je tím větší, že jde o jednoho z mála tuzemských výrobců, který do středoevropské obchodní sítě řetězce TESCO pronikl. A vůbec prvního v historii ze segmentu vinařství. Kontrakt se týká širokého portfolia vína Vinařství Mutěnice. Zákazníci z České a Slovenské republiky, Maďarska a Polska si budou moci vybírat z privátních řad vína. Společnost začne do sítě TESCO dodávat během několika týdnů.

Několikaměsíční TESCO Audit je komplexním a velmi detailním procesem hodnocení kvality produktů i důvěryhodnosti dodavatele. Vinařství Mutěnice tím získalo nejen osvědčení o kvalitě produkovaného vína, ale oceněno bylo také jeho profesionální řízení. Náročný audit se podařilo získat také díky poradenství společnosti BNG Group s.r.o.

„Jde o ohromný úspěch. Těžit z něj nebude jen samotné Vinařství Mutěnice, ale celý řetězec

našich dodavatelů a spolupracujících firem. Zúročili jsme tím změnu řízení celé společnosti i značné investice do modernizace celého podniku a kvality produkovaného vína,“ komentoval výsledky auditu ing. Václav Rusnok, provozní ředitel Vinařství Mutěnice a zároveň člen představenstva Sdružení obchodníků s vínem a vinoték.

Vinařství Mutěnice zásobuje svými víny, která získala řadu prestižních cen, celou Českou republiku. Zpracovává hrozny z desítek hektarů vinic, z nichž část se nachází ve vinařské oblasti Slovácké a Velkopavlovické. Vinařství dále vykupuje hrozny od významných evropských pěstitelů. Ročně stočí přes 12 mil. litrů vína. Tím se řadí mezi největší vinařské podniky u nás.

Vlastníkem Vinařství Mutěnice je silná investiční skupina FPD Group. Během tří let, kdy se podílí na rozvoji tohoto vinařského podniku, vzrostl několikanásobně obrát i kvalita produkovaného vína. Investor i díky průniku do sítě TESCO Store vidí další prostor pro růst. A to i v rámci zdejšího trhu. Češi patří s průměrnou roční spotřebou 20 litrů vína na osobu k nejčilejším konzumentům na světě. „V tom vidíme největší potenciál. Chceme pro tuzemské spotřebitele produkovat výborné víno za přijatelné ceny,“ nastínil další strategii Tomáš Šupa, managing partner FPD Group. (tz)



Rádi vás přivítáme na našich stránkách,

s chutí nám vlastní o vás napíšeme a poskytneme inzertní plochu pro zviditelnění vašich aktivit. Oslovte své zákazníky, dejte o sobě vědět.

Mapujeme podnikání v České republice.

Prezentujte se naším prostřednictvím v časopisech

Prosperita, Prosperita Madam Business a Prosperita Fresh Time

a na webech

www.iprosperita.cz

www.madambusiness.cz

www.freshtime.cz

Cizí jazyk je nutností

Schopnost ovládat minimálně jeden cizí jazyk je dnes naprostou nutností pro pracovníky zejména v technických profesích. Větší nároky na jazykovou vybavenost potvrzují nejen personalisté a technicky zaměřené firmy, ale i statistiky Asociace jazykových škol. Podle nich se zájem o jazykové kurzy v tuzemsku v porovnání s rokem 2014 zvýšil zhruba o 5 %. Nejvíce poptávaná je stále angličtina, která tvoří až 70 % z celého jazykového businessu. Na druhém místě jsou pak němčina a ruština.

Potřeba mluvit cizími jazyky souvisí podle odborníků s globalizací světa a otevřeností trhů, ale také s nárůstem investorů v Česku a zájmem otevřít pobočky zahraničních firem v levnější lokalitě. Podle předsedy Asociace jazykových škol Vítězslava Bicana je vzestupný trend viditelný hlavně v posledních třech letech, kdy se trh vzpamatoval z nedávné finanční krize.

„Nárůst je sice v řádech jednotek procent, přesto lze ale vzrůstající zájem o jazykové kurzy pozorovat. Rok 2015 byl úspěšnější než 2014 zhruba o 5 %, než rok 2013 pak o zhruba 7 %,“ konstatoval Bican s tím, že největší zájem je stále o angličtinu, která tvoří až 70 % celého jazykového businessu, o druhé místo se dělí němčina s ruštinou. Každý z těchto jazyků má přibližně deseti procentní podíl. Zbýlé jazyky tvoří

francouzština, španělština, severské nebo orientální jazyky.

Personalisté se shodují, že znalost alespoň jednoho cizího jazyka výrazně zvyšuje uplatnění na trhu práce. Schopnost mluvit cizí řečí je podle nich důležitá zejména pro zaměstnance na technických pozicích s přímou vazbou na firemní partnery. „Jsou to například specialisté a manažeři v oblasti kvality, logistiky, nákupu, obchodu, projektového managementu nebo financí. Jednoduše řečeno, jde o profese v přímém kontaktu na zahraniční dodavatele, manažery či jen kolegy,“ popsala nejčastější stav Gabriela Kodénková z personální agentury Talentica zaměřující se na nábor technických

pracovníků. Dodává, že cizími jazyky dnes mluví pouze menší část zaměstnanců ve výrobních společnostech.

To potvrzuje i personální ředitelka brněnského koncernu ZKL, který se zabývá výrobou standardních a speciálních ložisek značky ZKL. „Cizí jazyky v rámci koncernu na denní bázi využívá zhruba 10 % zaměstnanců. Dvě třetiny zaměstnanců totiž tvoří zaměstnanci dělnických profesí a ti jazykové znalosti ve větší míře nevyužijí,“ vysvětlila Lada Heydová s tím, že nejpoužívanějším cizím jazykem je anglický jazyk. „Vzhledem k tomu, že prodáváme ložiska téměř do celého světa, máme zaměstnance, kteří komunikují německy, francouzsky, italsky, španělsky, a dokonce i čínsky. V rámci dodávek do automobilového průmyslu je pak frekventovanější německý jazyk,“ uzavřela Heydová.

Přestože české firmy od svých zaměstnanců stále častěji vyžadují pokročilé jazykové znalosti, jejich rozvoj samy významně podporují. „Jazykové kurzy tak patří vedle stravenek či dovolené navíc k nejčastěji nabízeným zaměstnaneckým benefitům,“ upřesnila personalistka Gabriela Kodénková. Jazykovou výuku pro své zaměstnance podle ní v současnosti nabízí většina technicky zaměřených společností. „Umožňujeme našim pracovníkům účastnit se různých jazykových kurzů, které hraří zaměstnavatel, a částečně probíhají v pracovní době,“ potvrdila personální ředitelka ZKL Lada Heydová. (tz)



foto Freeimages

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Malá kniha o velkých plánech

Richard Newton

Bizbooks S jednoduchými nástroji dokážete velice rychle uvolnit svou inspiraci a kreativitu, resetovat stávající ambice a nasměrovat svou pozornost na to, co je skutečně důležité. Krátká a poutavá knížka se spoustou citátů a rychlých tipů na osvobození vlastního potenciálu.

Minizvyky

Stephan Guise

Bizbooks Lidé si často myslí, že nemohou věci ve svém životě změnit, protože jsou nemožní a nemají na to. Problém je ale v tom, že bojují proti svému mozku. Klíčové je naučit hrát podle jeho pravidel. Síla Minizvyků je v tom, že jsou příliš malé na to, abyste selhali. Představují nenáročnou, účinnou a výhodnou techniku vytváření zdravých návyků, díky nimž můžete fungovat mnohem lépe než dosud.

Vyznejte se v rodinném právu

Ludvík Ševčík Bizbooks

Bizbooks Rodinné právo nás provází v průběhu celého života, přesto není na první pohled nijak přehledné, ani komplikované. Od 1. ledna 2014 však rodinné právo doznalo řady změn. Tato publikace a množství příkladů zde použitých vás jednoduše a přehledně seznámí se všemi novinkami. Výběr popisovaných témat je veden situacemi, jež se v našich životech objevují nejčastěji.

Spokojený zaměstnanec – váš spojenec

Reid Hoffman, Ben Casnocha,

Chris Yen

MANAGEMENT PRESS mp Zaměstnavatelé, manažeři i zaměstnanci potřebují pro své vztahy nový rámec. Vzájemná důvěra v podnikatelském světě se dnes blíží historickému minimu. Avšak byznys bez loajality je byznys bez uvažování v dlouhodobých horizontech. Byznys bez uvažování v dlouhodobých horizontech není schopen investovat do budoucnosti, hyne.

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

Jak prodávat, aby od vás kupovali

Peter Ulčín

Jak se odlišit od stovek ostatních obchodníků? Jak se při oslovení potenciálního klienta vyhnout odmítnutí? Jak zaujmout klienta a udržet si jeho pozornost? Jak pochopit klientovy potřeby? V knize získáte jednoduchý a osvědčený návod, jak komunikovat a pracovat s klientem od prvního kontaktu až do úspěšného uzavření obchodu. Autor vychází ze svých dlouholetých zkušeností práce obchodního zástupce a doplňuje je cennými zkušenostmi a poznatky mnoha dalších lidí z praxe. Nabízí praktické návody a krátké příběhy, co dělat a co nedělat, co pomáhá a jak skutečně uspět. Knička je určena všem, kteří chtějí v obchodě působit či v něm již pracují, obchodním zástupcům, pracovníkům v zákaznickém servisu a callcentrech, majitelům a manažerům firem, kteří jednají s klienty, ale také lektorům a trenérům obchodních dovedností. Každý, kdo chce obchodovat, bude mít díky této knize stejnou šanci na úspěch bez ohledu na věk, pohlaví, vzhled, zkušenosti nebo vzdělání.

Revoluce v podnikání

Daniel Priestley

Právě TEĎ začíná éra podnikatelů – nenechte si ujet vlak! Těžkopádné dinosaury průmyslové éry pomalu ale jistě překonávají hbité startupy, ambiciózní malé společnosti a autoři technických inovací. Je na čase přestat se dít. Získejte svobodu, vydejte se za svými sny a zbohatněte na tom, co vás baví.

Jak uspět při obchodním telefonování

Miroslav Princ

Ať už jste podnikatel, nebo zaměstnanec, pracujete ve financích, realitách, telekomunikacích, reklamě, nebo v neziskovém sektoru – pokud si po telefonu domlouváte schůzky nebo získáváte objednávky, v této knize naleznete praktické a vyzkoušené tipy a návody, s jejichž pomocí snadno a rychle navážete kontakt s novými zákazníky a klienty a prolomíte bariéru jejich odmítnutí.

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

Veřejná politika

Martin Potůček a kol.

Obor veřejná politika prodělal v posledních letech poměrně velký vývoj. Kniha přináší komplexní pohled na oblast veřejné politiky a reflektuje přitom nejnovější poznatky v tomto oboru. Kniha je vhodná jako učebnice pro studenty oborů – veřejná správa, ekonomie, politologie, sociologie, sociální politika, demografie, regionální rozvoj, popř. dalších sociálních věd. Řadu podnětů zde nalezou také politici, pracovníci veřejné správy, popř. další zájemci o danou problematiku.

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

V čele COOP P. Březina

V prosinci 2015 proběhly volby předsedy Svazu českých a moravských spotřebních družstev (Skupina COOP). Do čela byl nově zvolen Ing. Pavel Březina, který střídá dlouholetého předsedu Ing. Zdeňka Juračku, jenž rovněž působí coby představitel Asociace českého tradičního obchodu a i nadále zůstává podporovatelem tuzemských maloobchodníků.

M. Fialková PR manažerkou CENTRAL GROUP

Za aktivity public relations odpovídá od počátku tohoto roku ve společnosti CENTRAL GROUP, největším rezidenčním developerovi a investorevi bytové výstavby v ČR, Marcela Fialková. V této pozici vystřídal Milana Jankovského.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

T-SOFT ETERNITY je nej

Nadace T-SOFT ETERNITY skončila mezi padesátkou nejlepších, když v loňském roce rozdělila téměř 416 000 korun. „Jsem rád, že se naše Nadace T-SOFT ETERNITY umístila mezi 50 top firemními nadacemi a fondy,“ uvedl Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA, předseda představenstva.

Nadace, kterou založila přední česká softwareová společnost T-SOFT a.s. v roce 2010, přispívá na dobročinné akce, podporuje projekty zaměřené na vytváření kvalitativně nových vzdělávacích, komunikačních a kulturních výstupů založených na mezioborovém přístupu, synergii a netradiční spolupráci. (red)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

S receptem do lékárny bez otálení

Recept na léky má jen omezenou platnost. V některých případech platí pouze jeden den, nejdéle však dva týdny. Ani tzv. opakovací recept není vystaven na dobu neurčitou a po šesti měsících až jednom roce je neplatný. S návštěvou lékárny by proto pacienti neměli otálet. Nejkratší dobu platí recept vystavený lékařskou pohotovostní službou nebo pohotovostní službou v oboru zubního lékařství. Ten platí jen jeden den – nejdéle do konce prvního kalendářního dne následujícího po dni jeho vystavení. Stejně tak jen jeden den platí recept označený slovy Neodkladná péče nebo Akutní péče.

Recept na antibiotika a antimikrobiální chemoterapeutika platí pět kalendářních dnů počínaje dnem vystavení receptu, pokud nejde o léčivé přípravky na místní použití. Recept na ostatní léčivé přípravky platí 14 kalendářních dnů počínaje dnem vystavení receptu, neurčí-li lékař jinak. Může na receptu uvést i jinou dobu platnosti (například jeden měsíc atd.), nejdéle ale jeden rok. Doba platnosti receptů se na dnešních 1, 5 a 14 dnů prodloužila z dřívějších 1, 3 a 7 dnů už v roce 2008, vyhláškou č. 54/2008 Sb., o způsobu předepisování léčivých přípravků, údajích uváděných na lékařském předpisu a o pravidlech používání lékařských předpisů.

Tzv. opakovací recept, tedy recept s předepsanými léčivými přípravky, jejichž výdej se má několikrát opakovat, platí počínaje dnem jeho vystavení šest měsíců, nestanoví-li předepisující lékař jinak, nejdéle však jeden rok. Lékař uvádí na takovém receptu datum vystavení, pokyn k opakování výdeje (většinou latinským výrazem repetatur) a číselní i slovy údaj o celkovém počtu výdeje. Bez těchto údajů není opakování výdeje možné.

Není-li v lékárně k dispozici předepsaný počet balení, nebo jestliže jsou na receptu předepsány dva druhy léčivých přípravků, z nichž některý není k dispozici a ani nemůže být urychleně obstarán, vystaví lékárník na chybějící léčivé přípravky výpis z receptu. Na výpis se vztahuje stejné ustanovení o době platnosti jako na původní recept. Doba platnosti výpisu se ale počítá ode dne jeho vystavení, čímž se vlastně prodlouží platnost původního předpisu. Výpis musí být samozřejmě pořízen v době platnosti původního receptu.

Léčivé přípravky obsahující omamné látky nebo psychotropní látky se předepisují na žádanku a ta platí nejdéle 14 kalendářních dnů počínaje dnem jejího vystavení. (tz)

Cisco Technology Radar: rok 2016 – digitální revoluce a nová fáze války v kyberprostoru

Propojení světa technologií, businessu a ekonomiky bude v roce 2016 nadále posilovat. Společnost Cisco předpokládá, že dopady nastupující digitální revoluce se projeví v plné síle. Šanci uspět na trhu budou mít jen firmy, které se zvládnou změnit a připravit se na nové výzvy. Znamená to větší efektivitu a zrychlení procesů. Závislost na IT tak bude dále růst, protože právě využití potenciálu moderních technologií může firmě pomoci kupředu. Ruku v ruce s tím však poroste aktivita kyberzločinců a kybernetická válka se dostane do další fáze. Pokročilé typy útoků a stále profesionálnější postupy kyberpirátů budou vyžadovat změnu přístupu ke kybernetické bezpečnosti, která se z úkolu pro IT oddělení promění v součást firemní strategie.

Jako důležitý hráč na trhu informačních a komunikačních technologiích, společnost Cisco pravidelně sleduje a analyzuje hlavní trendy v oblasti IT. V roce 2016 lze největší změny očekávat v posunu směrem k digitální ekonomice, která může výrazně proměnit situaci na trhu a během následujících let přinese výraznou proměnu podílu na trhu ve prospěch firem, které se dokážou vyrovnat s výzvami digitální revoluce. Delší výpadek IT systémů může přímo ohrozit existenci firmy na trhu. Proto poroste i důležitost obrany proti kybernetickým útokům. Válka v kyberprostoru se profesionalizuje a z kybernetického zločinu se stává samostatné odvětví šedé ekonomiky generující obrovské zisky. Proto se bude v roce 2016 dále proměňovat přístup firem ke kybernetické bezpečnosti, která se stane součástí firemní strategie.

Digitální ekonomika přeje připraveným

Nástup digitální revoluce se v roce 2016 projeví v plné síle. Dále tak zesílí trendy, které jsou patrné v posledních měsících – ve světě digitální ekonomiky není čas budovat firmu a její tržní pozici desítky let jako v minulosti. Konkurence na globálním digitálním trhu může vyrůst rychle, v jakémkoli oboru a přinést výraznou změnu tržních poměrů. Podobně jako ve svých oborech uspěly společnosti Airbnb, Aliexpress či Uber, budou se objevovat nové společnosti, které zatřesou zavedenými pravidly v segmentu. Podle výzkumu Centra DBT se jen čtvrtina firem aktivně připravuje na nástup nové digitální

éry. Naopak téměř polovina manažerů je přesvědčena, že žádné nebezpečí pro jejich firmu z tohoto směru nehrozí. Podle výzkumu ale ztratí svou tržní pozici v následujících letech až 40 procent dosud dominantních firem.

Pro dinosaury na trhu nebude místo. Firmy budou muset chtít nechtě přizpůsobit svůj obchodní model nové situaci. Zákazníci se už nadále odmítají přizpůsobovat nabídce a vyžadují, aby jim výrobce či prodejce nabídl přesně to, co sami chtějí. Uspěť na trhu tak bude znamenat zefektivnit procesy a zrychlit rozhodování. Velký potenciál se skrývá zejména v analýze velkých dat. Rozvoj technologií umožňuje zpracovat dosud nezpracovatelná data, a to přímo v reálném čase. Právě možnost rozhodovat se na základě skutečných čísel, a nikoli odhadů, může dát firmám důležitý náskok před konkurencí.

„K datům můžeme dnes přistupovat kdykoli, kdekoli a odkudkoli. Díky tomu rychle roste objem dat, ale také údajů, které lze o uživatelských ziskat. To umožnilo vzniknout fenoménu Context-aware computing (CAC), který je předznamenáním další fáze vývoje internetu – Internet of Everything,“ říká Pavel Křížanovský, technický ředitel Cisco ČR a pokračuje: „Na základě analýzy dat v reálném čase mohou systémy předvídat naše přání či potřeby a případně nám rovnou poskytnout obsah, který hledáme. To může zcela proměnit zákaznickou zkušenost. Ve světě IoE budou zákazníci díky Context-aware computingu dostávat správná data, na správném místě, ve správný čas a na správné zařízení. Jednoduše automaticky.“

Z prevence k reakci

Pravidelné bezpečnostní studie Cisco ukazují, že tradiční způsoby obrany proti kybernetickým útokům selhávají. Stopy po škodlivém kódu byly zjištěny téměř ve všech analyzovaných firemních sítích a firmám dnes trvá až 200 dní, než jsou schopny škodlivý kód v síti zjistit. Svět kyberpirátů se zprofesionalizoval, útoky jsou mnohem sofistikovanější, cílenější a také efektivnější. V podstatě se kyberzločin stal samostatným průmyslovým odvětvím, které generuje obrovské zisky. Staré metody obrany proti kyberútočnickům budou v roce 2016 stále méně účinné. Pryč jsou doby, kdy stačilo nainstalovat antivirový program a na vstupní body sítě „posadit“ firewall. Dnes už nejde o zabránění proniknutí škodlivého kódu do sítě, to prostě již není možné. Útočnickům usnadňují práci nejen

samotní uživatelé, ale často dokonce i IT odborníci, kteří podceňují pravidelné aktualizace a instalace záplat. Ještě na konci roku 2014 používalo 56 procent firem OpenSSL knihovny starší než 50 měsíců. To znamená, že v jejich systémech zůstává chyba nazvaná Heartbleed.

Hlavním úkolem v roce 2016 bude odhalovat kybernetické útoky rychleji a dokázat přizpůsobit firemní strategii novým podmínkám. To znamená, že boj s kyberzločinem přestane být pouze úkolem IT oddělení, ale bude vyžadovat změnu přizpůsobení firemních procesů. Stanovení bezpečnostní strategie bude záležitostí managementu firem. Nové typy útoků vyžadují nové způsoby ochrany proti nim. Firemní bezpečnostní strategie musí vycházet z toho, že škodlivý kód je v síti přítomen, proto je nutné, aby se obrana neomezovala jen na útok proti známým hrozbám jako doposud. V kybernetické válce je potřeba disponovat systémy schopnými chránit firemní síť nikoliv poté, co se škodlivý kód v síti objeví, ale ještě před zahájením útoku. Pokud již propukne, musí být systém schopen ochránit zbytek sítě před napadením, a zároveň po útoku automaticky detekovat škody a odstranit jeho následky. Jedním z hlavních trendů roku tak budou nové způsoby obrany, které analyzují provoz v síti a dokážou ji ochránit i proti tzv. hrozbám nultého dne – tedy těm, které ještě nebyly nikým popsány, a k jejichž odhalení nebyl přizpůsoben tradiční antivirus.

Spojení kybernetického a fyzického světa a jeho ochrana

Rozvoj technologií a zvyšování rychlosti připojení k internetu uspiší další rozvoj internetu věcí. Svět se bude dále propojovat. K internetu se v následujících letech připojí další 4 miliardy lidí a spolu s tím poroste i počet zařízení, které ho budou používat. Dočkáme se nejen dalšího rozvoje sektoru nositelné elektroniky, ale i prvních IoT implantátů. Miliardy senzorů kolem nás změní naše životy. V letošním roce přesáhne počet připojených zařízení 11,5 miliardy, tj. o čtyři miliardy více než v roce 2014. To otevírá prostor pro nové aplikace, ale i nové obchodní modely založené na internetu věcí.

V roce 2016 lze očekávat výrazný pokrok v oblasti standardizace IoT řešení, které umožní spotřebitelům snadněji kombinovat různá zařízení. Zároveň to umožní nabídnout vyšší úroveň zabezpečení celého systému, a tím i posílit důvěru spotřebitelů k jejich používání. Právě

bezpečnost bude v propojeném světě hrát významnou roli. Čím rychleji dokážeme překonat obtíže s bezpečností, vzájemnou kompatibilitou a ochranou soukromí, tím rychleji budeme moci využívat nových služeb a aplikací založených na internetu věcí.

Rozvoj umělé inteligence a analýza dat v reálném čase

Rozvoj umělé inteligence a strojového učení bude jedním z nejdůležitějších trendů roku 2016. Venture investoři začínají chápat potenciál, který se v této oblasti skrývá. Už dnes se nám snaží firmy jako Amazon či Netflix doporučit k nákupu zboží či služby na základě toho, co jsme si koupili předtím. Podobné strategie připravují i další obchodníci. Tady se ale vývoj nezastaví. Chytrá auta se mohou naučit naše řídicí preference, oblíbené trasy nebo hudbu. Takže až příště vyrazíme, automaticky vyhodnotí naši náladu, a buď nám pro uklidnění pustí Mozarta, nebo naopak Rammstein pro probuzení. Stejně tak ale může automaticky přizpůsobit trasu profilu, kterému dáváme přednost. Strojové učení hraje stále významnější roli také v obraně proti pokročilým kybernetickým hrozbám, kdy musí obranné systémy rozpoznat nestandardní chování sítě a zasáhnout. Analýza dat v reálném čase bude důležitou součástí propojeného světa. Zdokonalující se analytické nástroje dovolí automatizovat celou řadu činností, počínaje řízením výroby a průmyslovými stroji, přes chytrá auta, nakupování až k automatickým systémům chytrých měst, které nám mohou zpříjemnit život.

Fog Computing: rozhodování blíže zdroji

Už v loňském roce identifikovalo Cisco Fog Computing jako jeden z klíčových technologických trendů. S dalším rozvojem internetu věcí role této vrstvy mezi cloudem a lokálními zdroji poroste. Fog Computing umožní přesunutí rozhodování v některých automatizovaných procesech blíže ke zdroji – senzorům a zařízením, a ušetří tak stále vytiženější přenosové pásmo do cloudu. Systém řídící křižovatku tak bude například schopen optimalizovat tok dopravy přímo na základě informací ze senzorů a kamer (a případně i samotných automobilů), aniž by musel přenášet data sítě. K odstranění bariér mezi výrobci a zlepšení vzájemné interoperability na úrovni Fog vrstvy má sloužit také Open Fog Consortium. (tz)

Česko a Severní Porýní-Vestfálsko chtějí podpořit digitalizaci a inovace

Hospodářsky nejsilnější německá spolková země Severní Porýní-Vestfálsko chce zintenzivnit spolupráci s Českou republikou. Hospodářské vztahy mezi oběma zeměmi jsou velmi dobré, a měly by být ještě prohloubeny, jak sdělili ve středu náměstek ministra hospodářství, energetiky a průmyslu Severního Porýní-Vestfálska Günther Horzetzky a jeho český protějšek Eduard Muřický. Na setkání, které organizovala Česko-německá obchodní a průmyslová komora (ČNOPK) se společností NRW.INVEST, se jednalo především o digitalizaci a inovacích a také o možnostech exportu českých inovativních firem.

Severní Porýní-Vestfálsko je nejlidnatější a hospodářsky nejsilnější německou spolkovou zemí. Pro ČR je ze všech spolkových zemí třetím nejdůležitějším obchodním partnerem. „Již 14 procent českých firem v Německu má sídlo v Severním Porýní-Vestfálsku,“ prohlásil Günther Horzetzky. Severní Porýní-Vestfálsko a Česko se velmi podobají, obě země jsou tradičně průmyslově zaměřené.

V Severním Porýní-Vestfálsku je velmi dobrá infrastruktura pro inovace. Vedle Fraunhoferových institutů a důležitých univerzit zde nově působí také Kompetenční centrum pro malé a střední podniky 4.0 (Kompetenzzentrum Mittelstand 4.0), které firmám přibližuje digitální



kresba: Miloš Krnáček

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

řešení. „Firmám je třeba ukázat, co je možné, a věda se má dozvědět, co chce hospodářství,“ vysvětlil Wulf-Christian Ehrich, zástupce ředitele Obchodní a průmyslové komory v Dortmundu (IHK zu Dortmund). Podle něj je nutné zpřístupnit malým a středním podnikům know-how výzkumu.

Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK tuto iniciativu ocenil: „Velké, mezinárodní firmy investují do digitálního propojování svých struktur a obchodních vztahů již dlouho a malé a střední firmy nesmí zůstat pozadu.“ Vhodná infrastruktura je podmínkou pro implementaci průmyslu 4.0. „K tomu patří vzdělávání, nové zákonodárství nebo jenom stávajících zákonů a fiskální pomoc malým a středním podnikům,“ uvedl náměstek Eduard Muřický v souvislosti s vývojem v Česku.

Společnost NRW.INVEST podporuje zahraniční firmy, které se chtějí usídlit v nejlidnatější spolkové zemi. Elena Matekina, projektová manažerka, do jejíž kompetence spadá Česko, vyžadovala firmy, aby investovaly v Severním Porýní-Vestfálsku. Podle Adama Jareše z CzechTrade Düsseldorf se technická i organizační úroveň českých firem vyrovná těm německým.

Na dvou konkrétních příkladech pak byla prezentována spolupráce Severního Porýní-Vestfálska a Česka. Firmy Murtfeld Plasty a Blumberger Prag mohou profitovat z know-how svých mateřských koncernů v Severním Porýní-Vestfálsku, a realizovat tak v Česku inovativní nápady. (tz)

Vědci z ČVUT v Praze vyvíjejí bezdrátovou komunikaci přenášenou světlem (Li-Fi)

Využití LED diod k bezdrátovému přenosu dat zkoumají na katedře elektromagnetického pole Fakulty elektrotechnické ČVUT v Praze. Technologie by mohla být konkurentem současnému Wi-Fi připojení. Tým prof. Stanislava Zvánovce zkoumá možnosti technologie Li-Fi, tedy možnosti využití světla k rychlému přenosu dat. Tu poprvé představili japonští vědci v letech 2001–2002. Od Li-Fi si odborníci slibují výrazné navýšení přenosové kapacity, nižší energetickou náročnost a využití stávající infrastruktury.

Stanislav Zvánovec k výzkumu uvedl: „Naše pracoviště se podílí na vzniku nového standardu IEEE 802.15.7r pro komunikace ve viditelné oblasti Li-Fi. Ten vzniká v rámci konsorcia společností, jako jsou Intel, Philips a zahraničních univerzit. Připravili jsme mezinárodní projekt, kde by ČVUT mělo vést konsorcium společností OSRAM, Ford, Philips, SQS a řady evropských univerzit. Odhaduji, že k většímu rozšíření Li-Fi může dojít v horizontu dvou až tří let.“

Vedle samotného připojení k internetu nabízí Li-Fi také možnost určování polohy, a to s přesností až na tři centimetry. Další informace k výzkumu Li-Fi na Fakultě elektrotechnické ČVUT v Praze naleznete na internetové stránce optics.elmag.org. (tz)