

Nechtější-li zaspát, musí investovat



Rovných 25 let působí na trhu Česká leasingová a finanční asociace. Za tu dobu se z oboru, který zastupuje, kultivuje a rozvíjí, podařilo vytvořit spektrum finančních služeb,

kteřé v České republice vyrostlo doslova na zelené louce. Asociace je rovněž významným podmínkovým místem pro řadu zákonů a legislativních změn, stejně tak jako platformou, kde se shromažďují vypovídající data a připravují četné statistiky. Slovo má Libor Bosák, předseda představenstva ČLFA:

Leasing a finanční služby vůbec se mění, nicméně zákazník zůstává a klientela roste. Pro koho je dnes leasing vlastně nejvýhodnější? Pro jaké subjekty a jaké komodity či obory?

Asi bychom neměli mluvit pouze o leasingu, protože produktová nabídka členské základny České leasingové a finanční asociace je mnohem širší: členové asociace vedle finančního a operativního leasingu nabízejí podnikatelské i spotřebitelské úvěry a také factoring, který je určen na financování firemního provozu. Z toho vyplývá, že klientela našich členských společností se rekrutuje v podstatě ze všech kategorií napříč obory: z velkých firem, malých a středních podniků, drobných živnostníků i privátních spotřebitelů. Přesto existuje zákaznická skupina, která u našich členů stabilně převažuje: jsou to malé a střední podniky. V obchodech členských firem dominuje financování majetku, největší objemy generujeme v oblasti financování podnikatelských investic. Pro mnohé malé a střední podniky jsou právě produkty našich členů nejsmysluplnější cestou k externímu financování. Důvodem obliby produktů



Libor Bosák, předseda představenstva České leasingové a finanční asociace

členů ČLFA mezi malými a středními podniky je zejména dostupnost, rozsah doprovodných služeb, včetně pojištění, a také vysoká flexibilita při sjednávání smlouvy o financování – to se často děje přímo v místě prodeje dané věci bez nutnosti nadbytečných administrativních úkonů. V přehledu komodit financovaných našimi členy tradičně převládají automobily, na které připadají zhruba dvě třetiny celkových objemů, následuje kategorie strojů a zařízení se 30 % (viz graf na str. 5).

Zejména drobnější firmy a živnostníci si v minulosti raději našetřili a pak kupovali – auta, vybavení kanceláří, stroje. Změnily se jejich zvyklosti?

Menší firmy a živnostníci jsou přirozeně při sjednávání úvěrů či leasingu obezřetnější. Aktuální

situaci, charakteristickou dobrým výkonem ekonomiky a historicky minimální výší úrokových sazeb, ale samozřejmě vnímají i oni. Nechtější-li zaspát, musí investovat. Výsledkem je jejich zvýšená poptávka po externím financování. To se pak promítá i do obchodů naší členské základny. V loňském roce stoupl objem financování firem meziročně o dvacet procent. V kategorii strojů a zařízení, která je možná nejlepším indikátorem kondice tuzemských společností, jsme zaznamenali dokonce téměř třicetiprocentní nárůst.

Podle čeho se rozhodnout, když majitel s.r.o. a zároveň OSVČ v jedné osobě uvažuje o pořízení automobilu? Je třeba brát v úvahu, jde-li o auto nové nebo ojeté? Vezměme jako modelový příklad takový, kde jednoznačně z daňového přiznání plyne, že firma i živnostník jsou v minusu. Co byste doporučili? A jaké další faktory by měly pomoci správně se rozhodnout?

Pokud je firma či živnostník v minusu dlouhodobě, potom se žádost o externí financování neuspěje. Každá úvěrová či leasingová společnost pečlivě váží rizika vyplývající z uvažovaného obchodu a dlouhodobá ztrátovost jistě není ideálním předpokladem pro sepsání smlouvy. Jiná je situace, pokud žadatel vykazuje jednorázovou ztrátu zapříčiněnou například většími investicemi. Pro výběr konkrétního produktu žádná univerzální rada neexistuje. Záleží na potřebách i finanční situaci každého subjektu. Podstatné jsou preference klienta. Ten by si měl nejdříve stanovit své priority z hlediska účelného, především to, chce-li auto vlastnit (a postupně odepisovat), anebo jestli upřednostní model, kdy bude užívat vůz vlastněný pronajímatelem.

pokračování na straně 5

VŠFS nově v Karlových Varech

V souladu se záměry karlovarského regionu v oblasti terciálního vzdělávání i vzhledem k tomu, že Vysoká škola Karlovy Vary ukončuje k 31. 8. 2016 svou vzdělávací činnost, otevírá Vysoká škola finanční a správní 1. září 2016 nové studijní středisko v Karlových Varech. Zájemcům o studium nabízí celou řadu oborů jak bakalářského, tak navazujícího magisterského studia. Přihlášky je možné podávat již nyní.

Poté, co VŠKV oslovila VŠFS a po vzájemné dohodě obou institucí a v souladu s § 86, odst. 1 zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách v platném znění, umožní VŠFS studentům VŠKV pokračovat ve studiu za obdobných podmínek. Rozhodnutí VŠFS zahájí výuku v Karlových Varech významně podpořil vstřícný přístup Karlovarského kraje v čele s hejtmánem Martinem Havlem, stejně jako podpora města Karlovy Vary a primátora Petra Kulhánka.

„Bez jejich souhlasu s působením naší univerzity bychom podobný krok neučinili. Je tedy na místě nejenom oběma institucím a jejich představitelům poděkovat, ale přislíbit, že se Vysoká škola finanční a správní bude podílet na rozvoji celého regionu. Jsem přesvědčena, že nabídka navazujících magisterských oborů v kraji chyběla a jsem ráda, že tuto mezeru na edukačním trhu zaplní právě Vysoká škola finanční a správní,“ uvedla Bohuslava Šenkýřová, rektorka univerzity.

„Příchod VŠFS do Karlových Varů vítám. Dlouhodobě deklarujeme snahu udržet ve městě mladé lidi a možnost studia na vysoké škole je jedním z účinných nástrojů. VŠFS může počítat s naší podporou i s prostory, které jí za výhodných podmínek poskytneme,“ dodal karlovarský primátor Petr Kulhánek.

„Jsem rád, že se v Karlových Varech otevírá studijní středisko Vysoké školy finanční a správní. Náš region se dlouhodobě potýká s odlivem mladých vzdělaných lidí, a tak věřím, že je nabídka vyučovaných oborů zaujme a škola přivítá mnoho nových studentů. V této souvislosti bych rád připomněl, že Karlovarský kraj již druhým rokem vyplácí vysokoškolákům stipendia. Pokud studenti splní požadované podmínky, mohou získat až 24 000 korun ročně,“ zdůraznil hejtmán Martin Havel.

Vysoká škola finanční a správní získala akreditace oborů VŠKV pro dostudování všech stávajících studentů VŠKV (týká se to i studentů pražského studijního střediska). Stávající obory, tak jak je nabízí VŠKV, budou tedy určeny pouze na dostudování jejich stávajících studentů, kteří budou mít zájem přestoupit na VŠFS. Přestup je dobrovolný, VŠFS však učinila všechny kroky, které by studentům tuto změnu měly usnadnit. Zachována proto zůstává i výše školného ve standardní době studia. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU	
Umíme dodat odpovídající řešení	3
Advantage Fund chce podpořit rozvoj českého průmyslu	5
Česká firma obhájila práva k designu – falzifikáty musí být staženy z trhu	7
Po deseti letech je společnost stabilní, férová, neustále vytváří nová pracovní místa	10
Jak na novou normu ČSN EN ISO 9001:20016?	12

Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj bude udělována podle evropských pravidel



Rada kvality ČR a Sdružení pro oceňování kvality koncem února představily nový model hodnocení Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj. Organizace, které se ceny zúčastní, budou hodnoceny podle modelu Committed to Sustainability (C2S) vytvořeného Evropskou nadací pro management kvality (EFQM) ve spolupráci s platformou Organizace spojených národů UN Global Compact.

Cena je udělována v kategorii veřejný a podnikatelský sektor. Hodnocení Národní ceny tak bude plně kompatibilní s nejnovějšími světovými standardy a bude vycházet vstříc potřebám firem, které si uvědomují význam zavádění konceptu společenské odpovědnosti (CSR) nejen jako významného marketingového nástroje, ale především základu pro podnikání v souladu se zásadami udržitelného rozvoje. Hodnocení podle modelu Committed to Sustainability se zaměřuje na čtyři hlavní oblasti – People, Planet, Profit a Products. Poskytuje účastníkům programu Národní ceny nezávislou zpětnou vazbu o úrovni, na které se organizace v oblasti zásad společenské odpovědnosti a udržitelnosti nachází, a ukazuje, kterým směrem se dále ubírat a na které části problematiky se zaměřit.

„Rada kvality se snaží svými programy pomáhat českým podnikatelům v řadě oblastí,

mezi které již dlouhou řadu let patří i společenská odpovědnost. A protože toto téma stále více nabývá na významu, rozhodli jsme se do českých podmínek přinést i světově nejuznávanější systém hodnocení v této oblasti – model Committed to Sustainability,“ řekl Robert Szurman, státní tajemník na Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a předseda Rady kvality ČR. „Věřím, že tento nový model hodnocení přivede do programu Národní ceny více firem a organizací veřejného sektoru a pomůže jim zvládnout zavádění konceptu CSR co neefektivněji a s nízkými náklady,“ dodal Robert Szurman.

Účast v programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj skutečně přináší tuzemským podnikatelům a organizacím možnost zavést koncept CSR s využitím špičkových poradců, ale s minimálními náklady. Program organizuje neziskové Sdružení

pro oceňování kvality a je podporován Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, protože je součástí Národního akčního plánu společenské odpovědnosti organizací v ČR.

„Kromě efektivního zavedení konceptu CSR přináší účast v programu i možnost získat prestižní ocenění Národní cenu za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj, která je předávána v rámci slavnostního večera ve Španělském sále Pražského hradu, a také mezinárodně uznávaný certifikát C2S od Evropské nadace pro management kvality. Menším firmám, které si zatím na Národní cenu neodváží, mohu doporučit program Ceny hejtmána kraje za společenskou odpovědnost případně Cenu za CSR Podnikáme odpovědně, které jsou jednodušší a vyžadují méně úsilí,“ vysvětlil Jan Taraba, ředitel Národního střediska podpory kvality.

Rada kvality ČR se tématem Společenské odpovědnosti organizací zabývá již od svého vzniku. V roce 2003 iniciovala vznik sdružení Korektní podnikání, které jako první nastavilo principy společenské odpovědnosti podnikání v České republice. V roce 2009 zavedla rada program Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost, do jehož názvu bylo od letošního roku přidáno i slovní spojení „udržitelný rozvoj“.

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: 21. března 2016

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

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

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální konzultantka

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožnicková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmášek

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

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

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
U Sýpků 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.



TOHLE JÍ OHROMNĚ SVĚDČÍ. DOMA
NEUMĚLA HOSPODARIŤ, A TAK SE DALA
NA PODNIKÁNÍ.

kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

Konec levné práce

Nikdo nechce prodat svou kůži lacino. A také nechce kupovat drahé, než musí. O tom je trh. Není pravda, že se tak ujímá vlády nad námi neviditelná ruka trhu, ale rozhodování má v rukou každý z nás. My, spotřebitelé, si dobře rozmyslíme, jestli se pro nabízené zboží rozhodneme, nebo ne, zda je to pro nás za daných podmínek výhodné.

Na pracovním trhu platí stejné zákonitosti jako všude jinde. Když se ekonomika zmítala v krizi, úřady práce se plnily propuštěnými lidmi, mzdy klesaly nebo stagnovaly. V současném období hospodářského rozmachu chybí kvalifikovaní lidé. Kdo je chce získat, musí je velmi dobře zaplatit. Konec levné práce! Nemá to, lépe řečeno, nemělo by mít, nic společného s politikou, ale s nabídkou a poptávkou, produktivitou a prosperitou.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Na nádraží Praha-Těšnov

Nestává se často, aby tisková konference byla svolána na železnici. Tím spíš, když nádraží Praha-Těšnov, kde se setkání uskutečnilo, už tři desetiletí neexistuje. Ale organizátor akce, Muzeum hl. m. Prahy, před časem na nejkrásnějším českém nádraží obnovil provoz tím, že vytvořil jeho expozici. Jak známo, železniční uzel padl za obětí výstavbě Severo-jihní magistrály, ve fotografiích a zdařilém modelu však žije dál. První březnový den se však novináři sešli proto, aby informovali o zahájení veřejné sbírky Nadace Okřídlené kolo na renovaci rychlíkového vozu ze třicátých let. Přibližně do dvou let bude vagon jezdit v soupravě se Stříbrným šípem, dalším unikátem z československé železniční historie. Už chybí vybrat jen dva miliony korun.

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

Firmám stále více chybí lidi

Růst míry zaměstnanosti v České republice dosáhl po očistění v lednu 2016 na rekordních 71 %. Podle údajů ČSÚ jde o historicky nejvyšší zaměstnanost obyvatel od roku 1993. „Průmyslová výroba pokračuje ve vynikajících trendech z loňského roku a mezi firmami je patrná sílící poptávka po lidech, zejména pak z technických oborů. Na míru zaměstnanosti v lednu mělo dílčí vliv i teplejší počasí, kdy mohly probíhat sezonní práce,“ uvedl prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Jaroslav Hanák.

Při rekordní zaměstnanosti firmy nabízejí téměř 108 000 volných pracovních míst, které nemají kým obsadit. Poptávka po pracovnících, zejména

za poslední rok, výrazně sílí, zvyšuje se nedostatek již nejen technicky vzdělaných pracovníků, na který dlouhodobě SP ČR upozorňuje, ale v řadě fi-

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

rem začínají řešit i chybějící pracovníky z ekonomických oborů. V průběhu jarních měsíců by míra nezaměstnanosti měla dále postupně klesat. Dá se proto očekávat zvýšení snahy firem o získání příslušných odborníků. „Je vidět neutuchající boj o každého pracovníka. Jejich dramaticky se zvyšující nedostatek je v případech mnoha firem stále více se zvedající bariéra pro nové zakázky,“ uvedl Jaroslav Hanák. Již nyní je mezi průmyslovými firmami výrazná poptávka po technických profesích, jako jsou svářeč, obráběč kovů, zámečník, seřizovač, elektrikář, kovodělník, obsluha CNC strojů. Poptávka je i po slévačích, soustružnících, zámečnících, nástrojařích, opravářích strojů a dalších oborech. (tz)

Z administrativních překážek manažery drtí zejména kontrolní hlášení

Několik ředitelů velkých firem se nezávisle na sobě shodně na nepříjemném zjištění – administrativní zátěže v ČR navzdory opakovaným ujišťováním z úst vládních činitelů stále neubývá. Stejný názor zastává dalších 80 % respondentů ankety mezi finalisty loňského 22. ročníku prestižní soutěže MANAŽER ROKU.

Počet byrokratických překážek podnikání v České republice podle nich naopak stále roste. Co je pro firmy, školy a další organizace nejpalčivějším problémem počátkem letošního roku? Odpověď je jednoznačná: „Novela zákona o DPH s účinností od 1. 1. 2016 a nová povinnost podávat měsíční hlášení správci daně,“ uvedl předseda oděvního družstva Moděva Koonice Leo Doseděl.

„Novou zátěží jsou například kontrolní hlášení k DPH a nesmyslně krátké lhůty k vyřízení v případě zjištění,“ potvrdil ředitel Severochemy Liberec Roman Hrnčíř.

Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) na četná úskalí kontrolního hlášení k dani z přidané hodnoty opakovaně poukazoval. Výsledky ankety potvrdily, že se obavy jeho expertů naplnily – z respondentů ankety právě kontrolní hlášení k DPH jako největší administrativní překážku pro podnikání jmenovala více než polovina respondentů – finalistů loňské soutěže MANAŽER ROKU. Vyhlášovatelem soutěže,

jehož vítězi budou oceněni 21. dubna v pražském Paláci Zofin, je právě Svaz průmyslu a dopravy ČR spolu s Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a Českou manažerskou asociací, která je současně jejím realizátorem. Součástí soutěže je i oslovení finalistů a ankety mezi nimi na aktuální témata, a to i ohledně administrativní zátěže.

Jako další zbytečné systémové obtíže, které musí při své práci překonávat, špičkoví manažeři jmenovali nedostatky stavebního zákona, pomalou elektronizaci státní správy, příliš vysoké náklady firem na zavádění legislativních novinek do praxe či nutnost administrativně zvládnout v účtárnách agendu exekucí týkající se jejich zaměstnanců.

Z účastníků ankety jich drtivá většina konstatovala zhoršení byrokratické zátěže, alespoň částečné zlepšení situace jich zaznamenala zhruba pětina. I optimisté mezi respondenty však uvádějí, že stát má v otázce administrativní zátěže stále co zlepšovat. „Bylo by třeba, aby zákony byly každému srozumitelné se všemi důsledky a lidé je mohli běžně plnit s minimálním úsilím a bez pomoci vzdělaných odborníků,“ dodala ředitelka krajského úřadu Královéhradeckého kraje Ivana Křečková.

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)

Umíme dodat odpovídající řešení

Factoring má ve vnímání a využívání svými klienty dvě polohy – jedni ho berou skoro jako samozřejmost, protože jim pomáhá zajistit určitou komunikaci s dlužníky s tím, že peníze opravdu přijdou na účet, a druhí ho odmítají, protože zatím nedocenili jeho možnosti a obávají se ho jako zdnalivě drahé a komplikované služby. Jak to doopravdy je? Nejen na to odpovídal Ing. Tomáš Morávek, ředitel společnosti ČSOB Factoring, a.s.:

Česká ekonomika jde nahoru, alespoň na čas. Jak se nyní daří factoringu?

Myslím, že vcelku dobře. Trvalý růst v období před krizí kulminoval v roce 2008 obratem 134 mld. Kč. V následujícím roce se výrazně projevila krize, ostatně jako v celém finančním sektoru, a je třeba připustit, že propad factoringového trhu byl opravdu výrazný, na Kč 99,7 mld. Hned v dalším roce ovšem factoring nastartoval opět k růstu, již v roce 2013 se dostal obratem Kč 145,4 mld. nad úroveň před krizí a následující rok přinesl nové maximum, Kč 163,9 mld. Nakolik se může zdát pokles na Kč 136,9 mld. v roce 2015 dramatický, jeho příčinou bylo ukončení spolupráce jedné z členských firem s velkým klientem, pro kterého zajišťovala pouze správu rozsáhlého portfolia pohledávek. Nižší obrat se tak neodrazil v dalším podstatném ukazateli, objemu prostředků, které mají factoringové firmy do financování svých klientů zapojené, a ten přesáhl jak na konci roku 2014, tak loni částku Kč 17 miliard.

Je váš obor již neodmyslitelnou součástí služeb pro velké firmy? Jakousi, dejme tomu, finanční kulturou, samozřejmostí, s níž deformovaná platební morálka musí počítat? Na niž lze spoléhat v době, kdy je trendem či nutností odalovat platby?

Náš obor je součástí služeb pro řadu velkých firem, ale asi bych si netroufl tvrdit, že neodmyslitelnou. Klienti korporátního typu

mají většinou na výběr, jakým způsobem řešit své provozní financování, na druhou stranu factoring je komplexnější produkt než třeba bankovní úvěr, a nás vždy těší, když velcí zájemci zjistí, že jim můžeme pomoci i jinak než penězi. Řada velkých podniků využívá factoring v jeho bezregresní podobě jako součást svého řízení rizika k eliminaci vzniku špatných pohledávek a s ním souvisejících ztrát, jiným vyhovuje možnost snížit pomocí tohoto produktu bilanci a stav otevřených pohledávek.

Smluvně dojednaný odklad platby je pro mne součástí výsledku obchodního ujednání mezi kupujícím a prodávajícím, podobně jako cena. Deformace platební morálky začíná momentem, kdy kupující dojedná splatnost, aniž by si byl jistý, že ji bude schopen dodržet, nebo ještě hůře, s vědomím, že ji nedodrží. Pravdou ovšem je, že na factoring může dodavatel spoléhat i v takových případech, neboť factoringové firmy obvykle tolerují bez zásahu do podmínek financování i prodloužení 90 dnů nad smluvně dojednanou splatnost.

Může factoring posloužit také státním podnikům a institucím? Případně obcím, v jejichž vlastnictví jsou firmy?

Pro factoring je rozhodující, aby jeho klient byl podnikatelský subjekt a aby generoval pohledávky odpovídajícího typu, to znamená z dodávek na otevřený úvěr a obvykle se smluvně dojednanou

splatností mezi 30 až 90 dny. Z toho vyplývá, že pro nás není podstatné, zda je zájemcem o factoringové financování podnik v soukromém, státním, či obecním vlastnictví.

Stávají se klienty i drobnější firmy nebo dokonce živnostníci, jimž ti větší a mocnější odběratelé dluží delší čas?

Právě malé a střední firmy tvoří převážně klientelu factoringových společností. Nemusí pro ně totiž platit to, co jsem uváděl u velkých firem, a často nemají tak široký výběr možností, jak svůj provoz financovat. Určitě je do jisté míry pravda i to, že jejich konkurenční postavení a negociační síla ve vztahu k velkým odběratelům často vede k tomu, že musí na straně odběratelů vyhovět požadavkům na poskytnutí odložené splatnosti, ale dodavatelé jim podobnou výhodu neposkytnou. Právě nesoulad mezi splatností požadovanou dodavateli na jedné straně a odběrateli na straně druhé je typickým důvodem pro využití factoringu.

V čem má váš klient jistotu?

Určitě v tom, že budeme mít vždy zájem zjistit, co potřebuje, a bude-li to v našich možnostech, dodat mu odpovídající řešení, byť by bylo atypické. A to i v dnešní době, kdy vysoká míra prefabrikace postihuje už i finanční produkty. A že se k němu budeme chovat korektně. Je to součástí naší firemní kultury, kterou pěstujeme už téměř čtvrt století.

Stále přetrvává mýtus, že je factoring drahý. Jak to tedy vlastně je? Můžete uvést jednoduchý příklad?

Ano, je to skutečně mýtus. Factoring může být drahý v podání jednoho poskytovatele této služby v porovnání s obdobným řešením nabízeným jeho konkurentem, ale tvrdit o factoringu obecně, že je drahý, nemá logiku. Aby bylo porovnání s bankovním úvěrem, o kterém naopak přetrvává mýtus, že je levnější, spravedlivé, musel by příklad vypadat takto: klient potřebuje provozní úvěr ve



Ing. Tomáš Morávek, ředitel společnosti ČSOB Factoring, a.s.

foto Ondřej Petrlik

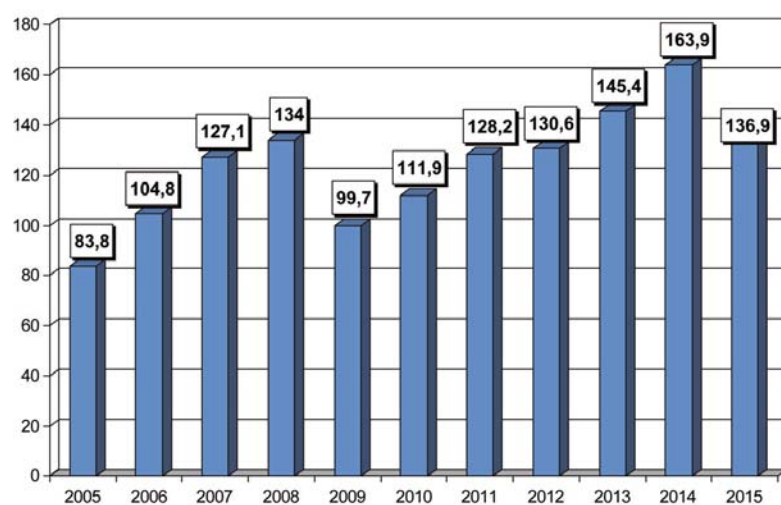
výši osm milionů korun. Aby jej získal, musí dát bance do zástavy nemovitost, zřídit si u ní účet a související náklady, které mu vzniknou ještě před čerpáním úvěru, včetně poplatků, např. za smluvní dokumentaci, se přiblíží třeba až sto tisícům korun. Za ně dostane osm milionů korun, ze kterých bude platit úroky. Bude-li chtít stejný objem prostředků získat s využitím factoringu, při průměrné návratnosti 60 dnů bude muset v průběhu roku postoupit pohledávky v celkové hodnotě cca 60 milionů. Z čerpaných prostředků zaplatí stejný úrok jako bance a za administraci postoupení a správu pohledávek, včetně převzetí rizika neplacení zaplatí v podobě factoringového poplatku něco přes 200 000, rozložených do celého roku. Kromě osmi milionů korun úvěru ovšem dostane profesionální správu pohledávek, včetně upomínání a ochranu proti ztrátě v případě insolvence svých zákazníků.

Ale ve vašem portfoliu není jen factoring. Co ještě můžete případným zájemcům nabídnout?

My se vždy snažíme nabízet klientům řešení, tím, že jsme factoringovou společností, je naše řešení zpravidla postavené na postupování pohledávek. Pokud to dává oběma stranám smysl, jsme připraveni financovat i další potřeby klienta, jako doplněk k financování pohledávek. Pochopitelně nabízíme všechny služby související s pohledávkami, správu, převzetí rizika i intenzivní inkaso problematických pohledávek. Poslední službu zajišťuje naše dceřiná společnost a díky jejím dlouholetým zahraničním kontaktům v podstatě nezáleží na tom, v které části světa klientovi peníze zůstanaly.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

VÝVOJ FACTORINGOVÝCH OBCHODŮ ČLENŮ AFS ČR (v mld. Kč)



UniCredit Leasing roste o tři desítky procent, při příležitosti 25. výročí dosahuje jednoho z nejlepších výsledků ve své historii

UniCredit Leasing potvrdil při příležitosti svého 25. výročí roli jedné ze dvou nejsilnějších leasingových společností na českém trhu. Za rok 2015 dosáhl rekordního meziročního růstu 33 %. Za celou dobu své existence poskytl UniCredit Leasing financování v objemu téměř 200 miliard korun. Společnost financovala nejen osobní či nákladní vozidla, ale i civilní letadla, lokomotivy, česáčky chmele či nákupní centra.

„Čtvrtstoletí na trhu je příležitostí pro oslavu a krátké bilancování; 25 let pro UniCredit Leasing znamená financování v celkovém objemu téměř 200 miliard korun, jen za poslední tři roky jsme zvýšili financovanou hodnotu o 70 %. My se však nechceme jen ohlížet do minulosti a již nyní zkvalitňujeme nabídku pro soukromé i firemní zákazníky a novými partnerstvími rozšiřujeme prostor značkového financování. Příležitosti vidíme v zemědělské a stavební technice, a především na železnici,“ řekl generální ředitel a předseda představenstva UniCredit Leasing Jiří Matula.

Na specifické segmenty se UniCredit Leasing zaměřil prostřednictvím zvláštní divize pro firemní klienty. V retailu chce dále rozšiřovat spolupráci s dodavateli a výrobci automobilů a nabídne více zvýhodněných produktů zejména v operativním leasingu. Silný růst však UniCredit Leasing plánuje

i ve všech hlavních segmentech. Financovaná hodnota automobilů do 3,5 tuny loni stoupla meziročně o 29 %, stejně tak u vozidel nad 3,5 tuny. Nejdynamičtější segmentem však zůstávají stroje a zařízení – ty dokázaly růst o bezmála polovinu (49,6 %). To vše jsou indicie, které předurčují k úspěchu. Svým klientům však UniCredit Leasing podle svého motta pomáhá zakoupit prakticky cokoliv. Nejdražším financovaným automobilem v historii společnosti bylo Ferrari Enzo s cenou přesahující 22 milionů, nejrozsáhlejší nemovitostí šterboholské nákupní centrum Europark s užitnou plochou téměř 45 000 m². Mezi financovanými předměty nechybí civilní letadlo Cessna, železniční lokomotivy, česačka chmele, mantinely na hokejový stadion či námořní jachta, ale ani stativové plátno za několik tisíc korun. Zajímavostí je rovněž nákup dechového hudebního nástroje fagotu Puechner za 441 000 korun.

V ČR i na Slovensku se tak UniCredit Leasing řadí mezi dvojici největších leasingových společností, je jasnou dvojkou s ambicí dále růst. „Ve spolupráci s mateřskou UniCredit Bank můžeme klientům nabídnout vždy nejvhodnější řešení, ať již v podobě leasingu, či úvěru. Spojení českého a slovenského trhu nám dává příležitost pro strategická partnerství a projekty ve financování firemního segmentu. V době ekonomického oživení to jsou klíčové výhody, které nám na obou trzích dávají výjimečné postavení,“ doplnil Jiří Matula. (tz)

25 LET UNICREDIT LEASING NA ČESKÉM TRHU

1991 – Společnost začala v České republice leasingové služby nabízet 27. února 1991 jako Československo-rakouská společnost pro leasing a obchodní služby. Hned první obchod dosáhl objemu téměř miliardy korun a směřoval na financování nákupu vagonů pro České dráhy, tehdy ještě Československé státní dráhy.

1994 – Od března 1994 působí pod jménem CAC Leasing, který je zkratkou anglické verze původního názvu. V následujících letech zakládá sesterskou společnost na Slovensku a vlastního pojišťovacího makléře ALLrisk-CAC (dnes UniCredit pojišťovací makléřská). O rok později již disponuje kompletní pobočkovou sítí po celé České republice.

2000 – Zisk poprvé překračuje hodnotu 100 milionů korun

2003 – V roce 2003 vzniká CAC Full Service Leasing (dnešní UniCredit Fleet Management) a vlastníkem celé společnosti se stává Bank Austria.

2005 – Po akvizici skupinou UniCredit v roce 2005 firma získává nové jméno a zařazuje se do největší evropské rodiny leasingových společností působící v 17 zemích. To UniCredit Leasingu otevírá dveře ke smlouvě s Evropskou investiční bankou a prudkému růstu ve firemním segmentu.

2007 – Mění se oficiální název společnosti na UniCredit Leasing a k oslavám uzavírá smlouvu s číslem 300 000.

2010 – Financuje již 43 značek vozů a má 13 vlastních značkových řad.

2014 – V roce 2014 se česká a slovenská divize společnosti spojuje v jeden konsolidovaný celek pod jednotnou značkou UniCredit Leasing. Zisk po zdanění za rok 2014 dosahuje již 461 milionů korun.

2016 – V únoru 2016 oslavuje společnost 25 let na českém trhu. Celkový objem poskytnutého financování do konce roku 2015 dosahuje téměř 200 miliard korun. Kromě automobilů a motocyklů na tom mají velký podíl i užitkové a nákladní vozy a stroje a zařízení. Specializované produkty UniCredit Leasing nabízí zemědělcům, lékařům nebo silničním či železničním dopravcům.

V obchodech lidé nechtějí pracovat kvůli nízkým platům i práci večer a o víkendech

Další oblast, kde se se stále obtížněji daří obsazovat volná pracovní místa, je maloobchod a retail. Důvody jsou nasnadě: nízké platové ohodnocení, častá práce o víkendech a svátcích, a u některých profesí hmotná odpovědnost. Neustálý hlad po nových pracovníích také způsobuje vysoká fluktuace v tomto oboru.



Zuzana Lincová, ředitelka Profesia.cz

Podle údajů pracovního portálu Profesia.cz množství nabídek práce v obchodech neustále stoupá – v loňském roce o téměř 21 %. Oproti tomu počty uchazečů o práci klesají – v posledních dvou letech například vždy o 20 % v porovnání s rokem předchozím. Nedostatek prodávačů, zaměstnanců ve skladech i pokladních se firmám zatím zčásti daří řešit zaměstnáváním brigádníků, zejména v nejnáročnějším předvánočním období, dlouhodobě se ale nedostatek zaměstnanců v obchodě prohlubuje. „Oblast retailu prošla v posledních letech změnami, například

díky stále silnější pozici internetových obchodů. Bez ohledu na tyto změny ale poptávka po zaměstnancích v obchodech roste,“ říká Zuzana

Lincová, ředitelka Profesia.cz. „I když počet reakcí na nabízená volná místa je stále vysoký, velká fluktuace v tomto oboru vyvolává stálou potřebu nábory nových pracovních sil, zejména u velkých prodejců.“

Podle údajů pracovního portálu Profesia.cz firmy nejčastěji hledají prodáváče (více než 30 % z celkového počtu nabídek v roce 2015), pokladní a odborné prodejce (oba 15 %), nejméně nabídek je na administrativní pozice. Nejvíce zájemců reagovalo na inzerované pozice prodáváče (30 %), odborný prodejce (22 %), pokladní (11 %) a vedoucí prodejny nebo provozu (10 %). Pokud se týká regionálního porovnání, nejvíce nabídek (přes 40 %) i reakcí na ně (rovněž 40 %) je z Prahy, dále s velkým odstupem následují kraje Jihomoravský (12,5 % nabídek a 13 % reakcí) a Středočeský (12 % nabídek a 15 % reakcí). Na opačném konci žebříčku je Liberecký kraj (2 % nabídek, 1,5 % reakcí) a Vysočina (2 % nabídek a 1 % reakcí). Důvodem, proč v prodejnách a jejich zázemí nechce

pracovat tolik lidí, kolik by bylo potřeba, jsou především platové podmínky. Ty se samozřejmě liší podle typu a zaměření obchodu, nicméně z informací o průměrných platech vyplývá, že práce pokladní nebo prodáváče je přibližně na polovině průměrné mzdy v ČR. K nízké úrovni platů ještě přidejme poměrně vysokou náročnost práce v obchodě – ať už jde o nutnost pracovat často o víkendech a ve večerních nebo nočních hodinách, fyzickou náročnost při manipulaci se zbožím, nebo hmotnou odpovědnost pokladních. Obchodníkům se daří zaplňovat volná místa nárazově brigádníky, na pozicích doplňovačů zboží, skladových manipulátů, ale i pokladních také stále častěji potkáváme pracovníky z východoevropských zemí. Problém je ale zejména u odborných prodejců zboží, od nichž se očekává znalost dané oblasti. Stejně jako v mnoha dalších oborech, i zde vede cesta ke změně přes renezanční učňovského školství, případně výchovu „dorostu“ samotnými firmami. (tz)

Rok 2015: doba hojnosti v českém cestovním ruchu i maloobchodu

Rok 2015 představoval období hojnosti pro cestovní ruch v České republice. Počet přenocování se podle vydaných výsledků ČSÚ zvýšil meziročně o 9,6 %, počet ubytovaných hostů o 10,2 % (v samotném posledním čtvrtletí roku pak o 7,4 %, resp. 6,6 %).

„Je velmi příznivé, že za tímto souhrnným výsledkem se skrývá nárůst jak tuzemské (přírůstek o více než 13 %), tak i zahraniční návštěvnosti, která dosáhla více než sedmiprocentního meziročního růstu. Rostoucí poptávka po cestovním ruchu představovala jediný faktor, který byl schopen v loňském roce jistým způsobem rozčertit jinak zcela nehybnou cenovou hladinu a zvýšit cenovou úroveň ubytování a stravování v podmínkách naprosto bezinflační ekonomiky.

Oživení domácího turizmu představuje velmi pádný důkaz zotavení ekonomické situace tuzemských domácností, jejich vyššího reálného příjmu, méně intenzivně vnímaného rizika a obav a celkově velmi příznivého spotřebitelského sentimentu, tak odlišného od situace před ještě dvěma lety. A slušný nárůst zahraniční návštěvnosti je potvrzením toho, že Česká republika je stále velmi žádanou a atraktivní turistickou destinací a že patří i intenzivní marketingová kampaň na národní i regionální úrovni a významné investice do infrastruktury cestovního ruchu podpořené fondy EU v minulém programovacím období přináší své ovoce.

Za velmi příznivý jev lze označit i fakt, že na onom přírůstku návštěvnosti se zdaleka nepodílela pouze Praha (která v absolutních číslech

návštěvníků představuje stále 61,5 % celkové návštěvnosti České republiky), ale více či méně všechny ostatní regiony (všechny ostatní regiony vykázaly přírůstek návštěvnosti v roce 2015; všechny regiony vykázaly přírůstek návštěvnosti tuzemské a pouze u čtyř byl registrován pokles návštěvnosti zahraniční),“ komentoval Petr Zahradník, poradce prezidenta Hospodářské komory České republiky a člen Evropského hospodářského a sociálního výboru (EHSV).

„Toto vše jsou pozitivní čísla, nicméně cestovní ruch má před sebou několik výzev, které jej mohou v následujících letech ovlivnit. Jednak je to budoucí vývoj kurzu koruny, dále nutná stabilizace podnikatelského prostředí, kde dochází k neustálým změnám například v oblasti legislativy, ale hlavně bezpečnostní situace, na které je cestovní ruch velmi závislý. Stále více čelíme nerovným podmínkám, ať již neférovým praktikám ze strany online distributorů služeb, šedé ekonomice, například prostřednictvím sdílené ekonomiky, a mnoha dalším. To ovlivňuje nejen nerovné konkurenční prostředí, ale také brzdi rozvoj kvality služeb v cestovním ruchu,“ uvedl viceprezident pro cestovní ruch Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR – Václav Stárek.

Jak bylo uvedeno, v loňském roce došlo i k nárůstu zahraničních turistů, je však třeba upozornit na změny v jejich struktuře, například podíl hostů z Ruska i nadále klesal, a to o 37,4 %, byl však kompenzován vyšší návštěvností turistů z okolních, ale i vzdálenějších zemí. I nadále pokračuje nárůst zájmu turistů z asijských zemí. Čínských turistů se ubytovalo o 35,3 % více a obdobná situace byla i s hosty

z Jižní Koreje, jejichž meziroční zvýšení počtu cest představovalo 31,8 %.

„Právě aktivity spojené s cestovním ruchem (nákup pohonných hmot, ubytování, stravování, výdaje na volný čas a kulturu) se velmi zásadně promítly do celkových výsledků maloobchodu v České republice za rok 2015. Maloobchodní tržby vykázaly za celý rok meziroční nárůst o 5,9 %, a tím zaznamenaly nejlepší výsledek tohoto segmentu od roku 2007. Představovaly současně potvrzení, že domácí spotřeba doznala po krizi svého plnokrevného oživení a přispěla výrazně k celkovému vynikajícímu výsledku české ekonomiky za rok 2015. Dynamika vývoje maloobchodu byla patrná ve všech jeho tržních segmentech a příznivě jí nahraňovala oživující se koupěschopnost, daná nulovou inflací i viditelným růstem nominálních příjmů. Vysokou, pro Českou republiku dlouhodobě až netypickou dynamiku maloobchodu jsme zaznamenali i v posledním měsíci (+6,7 %) a kvartále (+6,4 %) loňského roku,“ dodal poradce prezidenta HK ČR Petr Zahradník.

„V rámci maloobchodních tržeb, jako už tradičně, nejvíce rostly tržby za zboží prodávané přes internet nebo prostřednictvím zásilkové služby, a to o téměř 20 %. Zvýšení tržeb však vykázaly všechny sortimentní skupiny specializovaných nepotravinářských prodejců, ale i tržby za prodej potravin,“ doplnila prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR – Marta Nováková. A dodala: „Za ochotou spotřebitelů utrácet stojí vedle příznivějších cen i další faktory jako všeobecný optimismus z dobrého výkonu ekonomiky, nízká míra nezaměstnanosti a vyhlídky na růst mezd v roce 2016.“ (tz)

Přibyli tři noví členové

Valná hromada Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR se uskutečnila 18. února v rámci mezinárodního potravinářského veletrhu Salima v Brně.

Prvé společenské části jednání se zúčastnili zástupci některých ministerstev a zástupkyně odborů. Na úvod celého jednání vystoupil ministr zemědělství Marian Jurečka. Ve druhé části jednání byli kooptováni tři noví členové představenstva, kteří doplnili stávající představenstvo do plného počtu, tedy do patnácti členů.

Představenstvo SOCR ČR se tedy rozrostlo o zástupce následujících členských firem:

- Asociace horských středisek, o. s., zastoupená ředitelem PaedDr. Liborem Knotem
- ROSSMANN, spol. s r.o., zastoupená jednatelem Ing. Vladimírem Mikelem
- Svaz českých a moravských spotřebních družstev (SČMSD), zastoupený předsedou představenstva Pavlem Březinou.

I v roce 2016 bude SOCR ČR pokračovat v plnění Strategie na období 2015–2019, která byla přijata na Valné hromadě v roce 2015.

Irena Vlčková
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

Průzkum společnosti MasterCard: Spotřebitelé se stále více zajímají o nové platební technologie

Společnost MasterCard představila výsledky průzkumu, podle kterého spotřebitelé v roce 2015 více než zdvojnásobili poptávku po digitálních platbách. Tento vývoj odráží celosvětový trend, kdy během jednoho roku více než zdvojnásobili poptávku u bank a u obchodníků po možnostech placení mobilními technologiemi.

Výsledky průzkumu Mobile Payments Study představila společnost MasterCard, společně s agenturou PRIME Research, na letošním World Mobile Congressu v Barceloně. Studie vychází každoročně od roku 2012 a během celého roku 2015 sledovala více než dva miliony příspěvků o mobilních platbách na globálních sociálních sí-

tích, od Facebooku, přes Twitter, Instagram nebo YouTube.

Zájem o mobilní platební technologie za poslední dva roky úměrně vzrostl. V roce 2015 mělo na tento způsob platby pozitivní nebo neutrální názor 95 % spotřebitelů. „Čím větší možnosti výběru, tím větší zájem mají spotřebitelé o nové generaci plateb,“ sdělila Marcy Cohen, viceprezidentka pro digitální komunikaci MasterCard.

Zmínky o Apple Pay, Samsung Pay a Android Pay zahrnovaly 97 % z celkového počtu příspěvků o mobilních platbách v roce 2015.



Většina příspěvků se zároveň soustředila na téma zlepšení služeb a uvádění nových produktů na trh.

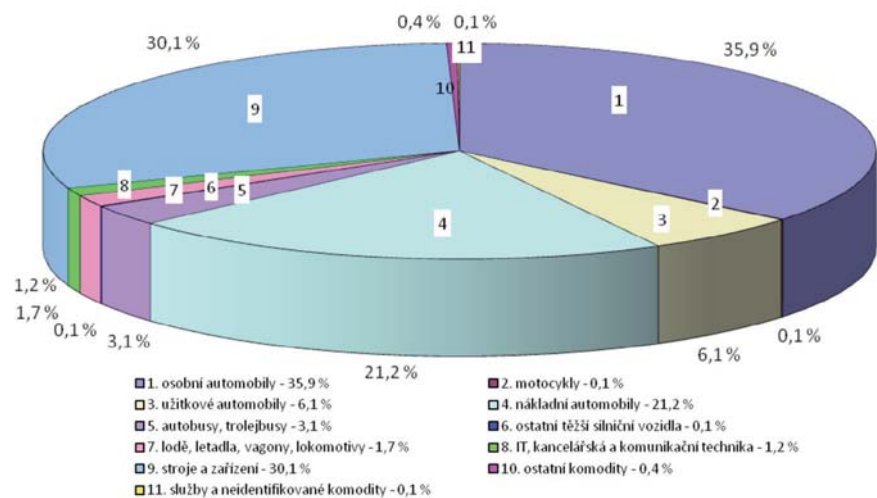
Dalšími nejčastějšími tématy diskuzí byly digitální peněženky a bezkontaktní karty (47 %), následovaly příspěvky o biometrii (33 %), osobních platbách (14 %) a nosičích platebních technologií, např. o hodinkách (6 %). Bezkontaktní karty byly zmínovány ve spojení s veřejnou hromadnou dopravou (např. Londýn, Chicago nebo Petrohrad). Svoje projekty už má ale i Česká republika, například v Liberci, Brně, Plzni či Jeseníku, stejně jako při velkých sportovních akcích po celém světě.

Zmínky o nosičích platebních technologií zaznamenaly v posledním čtvrtletí roku 2015 třicetkrát vyšší nárůst než v prvním čtvrtletí tohoto roku. Téma digitálních peněženek získalo na sociálních sítích vysokou trakci po celém světě: Asie a Tichomoří (+159 %), Evropa (+144 %), Latinská Amerika a Karibik (+20 %), Blízký východ a Afrika (+111 %) a Severní Amerika (+519 %).

Bezpečnost a zabezpečení mobilních plateb byly důležitým tématem, o němž se v 94 % případů hovořilo v roce 2015 spíše pozitivně. Jde o vzestupný trend, který trvá od začátku výzkumu v roce 2012. V roce 2015 bylo téma zrušení hesla a zavedení biometrie horkým tématem ve spojitosti s placením pomocí otisků prstů nebo rozpoznáním obličeje (selfie Pay). (tz)

Nechtějí-li zaspát, musí investovat

FIREMNÍ INVESTICE PODLE PŘEDMĚTU FINANCOVÁNÍ V ROCE 2015



zdroj: ČLFA

dokončení ze strany 1

Důležité také je, zda od spolupráce s leasingovou či úvěrovou firmou očekává pouze profinancování vozu se základními službami, typicky v oblasti pojištění, anebo jestli požaduje bohatší doplňkový servis. V prvním případě se bude rozhodovat mezi finančním leasingem nebo podnikatelským úvěrem, ve druhém se bude zajímat o operativní leasing. V něm na rozdíl od finančního leasingu uhradí v pravidelných splátkách pouze rozdíl mezi pořizovací cenou automobilu a jeho zůstatkovou cenou na konci leasingu. V rámci splátky si navíc předplácí související služby, například pravidelnou údržbu. Díky tomu eliminuje jednorázové výdaje. Na konci leasingu vůz vrátí, a nemusí se tak starat o jeho prodej. Naopak – obratem si může pronajmout vůz nový. Ptáte-li se, zda si vzít vozidlo spíše na společnost s ručením omezeným, anebo jako OSVČ, nelze říci kategorický názor. Záleží na ekonomické situaci obou subjektů, ale i na tom, jestli jsou plátcí DPH. V případě, že například „eseróčko“ je plátcem DPH a OSVČ nikoli, je volba nasnadě.

Výsledky asociace za rok 2015 napověděly, že výrazně posiluje operativní leasing automobilů, a to již konečně i v případě jednotlivců, kteří potřebují péči o auto a některé starosti přesunout na odborníky. Poroste tento trend? O čem svědčí?

Podíl operativního leasingu bude podle všeho nadále stoupat. Ani přes boom tohoto produktu z posledních let přece jen jeho penetrace v české ekonomice nedosahuje takové úrovně jako v některých západních zemích. Pro operativní leasing hovoří ryze pragmatické důvody. Firmy s jeho pomocí dokážou efektivněji řídit své náklady a cash-flow, zbaví se administrativně a časově náročných povinností. Možná trochu paradoxně operativnímu leasingu pomohla finanční krize, která podnikatelské subjekty přiměla k hledání co nejefektivnějších řešení. A když se seznámily s operativním leasingem, dávalo jim to smysl. Menší firmy či živnostníci (a v poslední době, jak sama správně připomínáte, i soukromé osoby) obvykle volí jednodušší varianty operativního leasingu – tedy pronájem vozu se základními službami. Větší klienti ke správě svých flotil přistupují sofistikovaněji. Častěji využívají vrcholnou podobu operativního leasingu, tedy full-service leasing, jehož prostřednictvím přenesou v podstatě veškerou starost o vozidla na leasingovou společnost. V rámci doplňkových služeb pak při správě flotil nasazují nejmodernější technologie, například elektronické knihy jízd.

A o čem to všechno svědčí? Především o tom, že status vlastnictví vozu přestal být v české společnosti určující. Pro stále větší počet firem, ale i domácností jsou mnohem důležitější komfort a ekonomická náročnost provozu automobilu. Zároveň je však třeba zdůraznit, že ani při rostoucích objemech operativního leasingu se nesnižuje využitelnost finančního leasingu pro řadu podnikatelských subjektů i pro mnohé domácnosti. Jak jsem už uvedl, konkrétní produkt je třeba volit v závislosti na povaze financované věci, jejího uživatelského režimu, dlouhodobosti či krátkodobosti její potřeby i daňového statutu zájemce o finanční službu. Nemálo klientů upřednostní finanční leasing, se kterým může být také spojena řada doprovodných služeb zjed-

nodušujících péči zákazníka o financovaný vůz a jeho užívání.

Nesledujete, kolik aut se v ČR vrací z tzv. zabeného leasingu?

Takovou statistiku nevidujeme.

Co nejpodstatnějšího čeká letos žadatele o úvěry či jakékoli další finanční služby?

Nejzásadnější novinkou je nový zákon o úvěru pro spotřebitele, který zpřísňuje podmínky pro poskytování a zprostředkování spotřebitelských úvěrů. Naše asociace zákon vítá, byť s výhradami k některým dílčím ustanovením. Nový zákon zavádí pro úvěrové společnosti řadu povinností, například v oblasti informování klientů anebo prověřování jejich budoucí schopnosti splácet. Pro zákazníky to jistě znamená více práv a větší ochranu, na druhou stranu je třeba počítat s tím, že uchazeči, kteří dodnes u solidních úvěrových společnostech procházeli tak říkajíc s odřenýma ušima, budou mít propříště smůlu. Obáváme se, že jejich cesta pak bohužel povede k těm, jimž by se měli obloukem vyhnout, tedy k lichvářům. Právě na ty nový zákon míří – pokud bude důsledně aplikován, prostřednictvím licencí všech poskytovatelů a zprostředkovatelů spotřebitelských úvěrů by je měl z trhu eliminovat.

Také factoring spadá do hledáčku vaší asociace. Stále však panuje názor, že jde o metodu vhodnou jen pro velké a bohaté společnosti. Jakými argumenty podpořit snahu factoringových společností oslovit širší spektrum klientely?

Názor, že factoring je jen pro velké a bohaté společnosti, nemá oporu ve statistikách. Většina klientely factoringových společností pochází z řad malých a středních firem. Určitou brzdou ve vnímání tohoto produktu může být obava z jeho složitosti. Je však zbytečná. Factoring je založen na postoupení krátkodobých pohledávek. Nastavení procesů spojených s výměnou informací o postupovaných pohledávkách a jejich úhradách je poměrně jednoduchá jednorázová záležitost. Formálně je vzájemná komunikace definována tak, že k uzavírání smluv dochází v podstatě automaticky. Vše navíc zjednodušil nový občanský zákoník. Ten totiž umožňuje postoupení souborů budoucích pohledávek formou tzv. globální cese. O nově vznikajících pohledávkách tak klient pouze předává své factoringové firmě informace, zpravidla s využitím online přístupu do příslušné aplikace. Jejím prostřednictvím má zároveň k dispozici veškeré potřebné údaje o nároku na financování, úhradách a platebním chování svých odběratelů.

Ani s náklady, které jsou s factoringem spojené, to není dramatické. Factoring sice může stát o něco více než bankovní úvěr, ale to neznamená, že je dražší. Zatímco role úvěru je čistě finanční, factoring svému uživateli zajišťuje řadu služeb v oblasti správy pohledávek: komunikaci s odběrateli, upomínání a v případě potřeby i intenzivnější inkasní kroky. Ve své nejkomplexnější podobě, kterou je tzv. bezregresní factoring, pak poskytuje i ochranu proti platební neschopnosti odběratele. Je logické, že tyto služby nejsou zadarmo, což je zohledněno účtováním tzv. factoringového poplatku. Ten však vzhledem k přínosu těchto služeb není nijak vysoký.

otázky připravila Eva Brixí

Advantage Fund chce podpořit rozvoj českého průmyslu

Advantage Fund, nově vzniklý investiční fond s proměnným základním kapitálem, v únoru oficiálně představil podfond rozvoje českého průmyslu. Jde o fond kvalifikovaných investorů, který chce strategicky investovat do českých průmyslových podniků.

Advantage Fund se specializuje na strategické investice do nákupu a rozvoje aktiv souvisejících s reálnou ekonomikou. „Hodnota finančních prostředků fondu je po připsání investičních akcií realizována tak, že získané zdroje jsou obratem investovány, převážně nákupem majoritních podílů nebo akcií českých průmyslových podniků,“ řekl Zdeněk Dvořák, předseda správní rady Advantage Fund a pokračoval: „U každé ze společností bude sestavený dlouhodobý business plán, který bude reagovat na sektorové analýzy a aktuální trendy, včetně analýzy bezpečnostních rizik.“ Kritéria výběru společností jsou ziskovost s minimálně 10% EBITDA marží, dlouhodobá existence, silný trh a zakázková zajištěnost s významnou konkurenční výhodou. Aktuálně je pro akvizice připraveno pět společností. Podfond rozvoje českého průmyslu spo-

lečnosti Advantage Fund přibírá do svého portfolia majetkové účasti v malých a středních podnicích, jejichž obrat se pohybuje v rozmezí 100 mil. až 1 mld. Kč. Ambicí Podfondu není vstupovat do ztrátových společností, které vyžadují podstatnou provozní nebo finanční restrukturalizaci, ale do zdravých a ziskových společností s potenciálem růstu.

„Chováme se jako strategický investor, který chce vlastnit, rozvíjet a udržovat trvalou hodnotu. Naším cílem je nadstandardní kapitálové zhodnocování peněz investorů a uchovávání jejich hodnoty v bezpečném likvidním prostředí,“ uvedl Mieczyslaw Molenda, člen správní rady Advantage Fund a Podnikatel roku 2012 v Moravskoslezském kraji. „Pokud máme mít aktiva v reálné ekonomice, je třeba být vybaveni nápadem na udržování konkurenční výhody,“ dodal.

Podfond rozvoje českého průmyslu je svým charakterem růstový fond kvalifikovaných investorů s investičním horizontem pět a více let. Nepředpokládá výplatu dividend, držitel investičních akcií realizuje svůj výnos zpětným odprodejem investičních akcií. Fond se investo- rům zavazuje k 5–8% růstu hodnoty investičních akcií ročně. (tz)

Nově ve smartbankingu ČSOB a Ery trvalé a vzorové příkazy

Pro 150 000 aktivních uživatelů ČSOB a Era smartbankingu banka od poloviny února připravila zajímavé novinky v této aplikaci. Klienti budou moci obsluhovat trvalé příkazy (tzn. zadávat nebo rušit) či vytvářet vzory tuzemských plateb.

Došlo také ke zvýšení bezpečnostních opatření proti možným internetovým útokům. Pokud již má klient smartbanking nainstalovaný, pak po zveřejnění nové verze dojde k automatické výzvě k aktualizaci. Aplikaci je možné stahovat přes oficiální online obchody (Apple AppStore, Google Play, Windows Store).

„Ještě v roce 2012 využívali naši klienti mobilní aplikace převážně ke kontrole zůstatku na účtu a v menší míře pak k aktivním transakcím. Chování klientů se však v průběhu posledních měsíců výrazně změnilo a mobil používají ke stejným transakcím, jež dříve ovládali přes internet,“ ujasňuje chování klientů Milan Dolanský, manažer útvaru Digitální produkty a služby ČSOB a Ery. „I z tohoto důvodu se snažíme aplikaci neustále vylepšovat a zavádět funkce,

o které mají klienti zájem, k těm posledním patří možnost vytváření vzorů tuzemských platebních příkazů pro opakované platby či tvorba i rušení trvalých příkazů,“ doplnil Milan Dolanský.

Počet aktivních uživatelů i počet zadaných plateb, včetně objemu peněz prostřednictvím smartbankingu, neustále roste, ročně jsou to desítky procent. Klienti smartbankingu tvoří asi pětinu všech uživatelů internetového bankovníctví. V loňském roce došlo k meziročnímu nárůstu aktivních uživatelů smartbankingu přibližně o čtvrtinu. Počet zadaných transakcí vzrostl v roce 2015 v porovnání s rokem 2014 dokonce o 40 %. Aplikaci ČSOB a Era smartbanking si od doby spuštění, což bylo v lednu 2012, stáhlo přibližně půl milionu klientů.

„Na základě neustálého zkvalitňování této aplikace a přidávání nových funkcí a také díky narůstající oblíbenosti používání mobilních zařízení předpokládáme, že počet nových uživatelů bude stále narůstat. Primárně půjde o uživatele, kteří v současné době stále využívají internetové bankovníctví jako primární kanál pro obsluhu osobních financí,“ uzavřel Milan Dolanský. (tz)

INZERCE



ČSOB Factoring

Člen skupiny KBC

www.csobfactoring.cz

Jaro je ideální pro založení e-shopu

Lidé v e-shopech nakupují po celý rok, ale stejně jako v kamenných obchodech nejvíce utratí během předvánočních nákupů a novoročních výprodejů. Dalo by se tedy říci, že pak pro provozovatele internetových obchodů nastává klidové období. „Opak je pravdou. Na jaře mají e-shopaři plné ruce práce. Musí zhodnotit a analyzovat předchozí rok a naplánovat ten nastávající. Tento čas je důležitý i z hlediska údržby a rozvoje obchodu. E-shop musí jít s dobou, mít nejen moderní design, ale i technické vychytávky,“ řekl Miroslav Udán, CEO společnosti Shoptet. Je nepsaným pravidlem, že začít s e-shopem je nejlepší právě v první polovině roku. Jen tak se může obchod dostatečně etablovat před hlavní sezónou a získat stálé klienty. Založit nový e-shop znamená spoustu práce. „Je důležité plně využít všechny možnosti, jak dát o sobě vědět a připravit strategii na vánoční prodej,“ popsal Miroslav Udán a dodal: „V tomto období pravidelně přibývá do naší shopteti rodiny nejvíce obchodů. Během jarních měsíců zaznamenáváme 40 % celkového počtu nových e-shopů.“ Samotné založení e-shopu je otázkou doslova několika vteřin, pokud e-shopař zvolí možnost pronájmu. Člověk však musí mít jasný business plán a vědět, koho a jak chce oslovit. (tz)

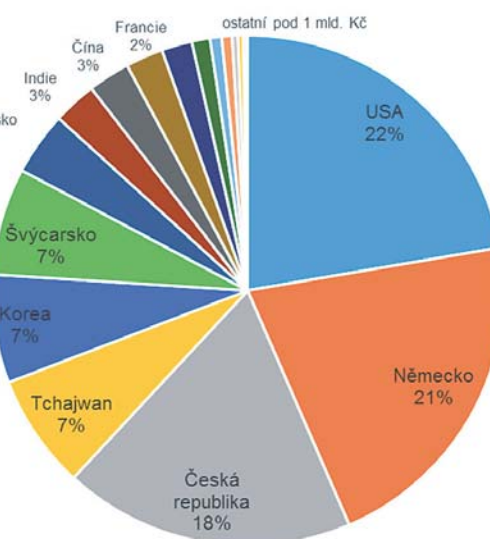
Fond ESPA Stock Biotec je nejlepším akciovým fondem za rok 2015

Finančním produktem roku 2015 v kategorii akciových fondů se stal ESPA Stock Biotec. Fond z dílny Erste Sparinvest zvítězil v soutěži Finparada.cz – Finanční produkt roku 2015. V minulém roce zhodnotil investorům jejich peníze o 21,59 %, při pravidelné investici dosáhl roční zhodnocení dokonce 36,44 %. „Velmi si vážíme tohoto ocenění, na kterém se velkou měrou podílela i expertiza pražského akciového týmu. V konkurenci globálních akciových fondů jde o velký úspěch a potvrzení kvality naší práce, stejně tak to však vnímáme jako závazek vůči klientům i směrem do budoucna,“ řekl Martin Řezáč, ředitel Erste Asset Management GmbH, pobočka Česká republika. Investice fondu ESPA Stock Biotec směřují do nejvýznamnějších biotechnologických společností především v USA. V minulém roce do fondu, který je primárně určený pro zkušenější investory, klienti investovali 754 milionů korun. Fond je vhodný pro dlouhodobé investice, jelikož jde o akciový fond s většími výkyvy hodnoty podle aktuální situace na kapitálových trzích. Soutěž Finparada.cz – Finanční produkt roku 2015 pořádá analytická společnost Scott & Rose, spol. s r.o., provozovatel finančního portálu Finparada.cz. (tz)

Vloni dojednal CzechInvest investice za 45 miliard korun

Přesně 106 tuzemských a zahraničních investic dojedнала v roce 2015 agentura CzechInvest. Do české ekonomiky díky tomu přitéče bezmála 45 miliard korun a vznikne 14 040 nových pracovních míst. Z toho 2500 v regionech, které se dlouhodobě potýkají s vysokou mírou nezaměstnanosti – Moravskoslezským a Ústeckém kraji. Lákání investorů do země přitom znesnadňuje významně snížená míra podpory investic zavedená v roce 2014 z nařízení Evropské komise.

„V takovém světě je obdivuhodné, že se CzechInvestu podařilo dojednat investice, které zde vytvoří více než 14 000 nových pracovních míst, tedy počet srovnatelný s předcházejícím rekordním rokem 2014,“ konstatoval ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek. „Podíváme-li se dva roky zpět, na dobu působení současné vlády, která podporu investic řadí mezi své nejvyšší priority, podařilo se nám do země přivést přes 130 miliard korun a více než 30 000 nových pracovních míst,“ zdůraznil. „Zvyšuje se podíl tak zvaných hi-tech projektů s vyšší přidanou hodnotou nebo unikátními produkty a dobrou zprávou také je, že se daří vyšší aktivitou nahradit výpadek zájmu způsobeného radikálním poklesem finanční podpory v roce 2014,“ navázal generální ředitel CzechInvestu Karel Kučera. „Ve srovnání s minulostí tak máme méně investorů, kteří se spoléhají na investiční pobídky. Nežádalo o ně přes 30 procent investorů, v roce 2014 jich byla ani ne polovina. Na druhou stranu se zvyšují nároky investorů na rychlost vyřízení projektů a kvalitu informací a servisu. Daleko víc



našich pracovníků je proto nyní takzvané v terénu,“ dodal.

Pomineme-li tuzemské, největší objem dojednaných investic pochází ze Spojených států, Německa a Tchaj-wanu. Významný nárůst přitom zaznamenaly investice z Číny. V minulosti CzechInvest zprostředkoval z této země maximálně do 500 milionů korun ročně, loni to bylo více než 1,1 miliardy korun.

Největší podíl investic míří tradičně do sektoru výroby motorových vozidel, dále do kovodělného a kovozpracujícího a elektronického průmyslu. Pozorovatelný je nicméně nárůst investic v oblasti ICT, technologických center a center sdílených služeb.

Investoři, kteří své záměry oznámili v roce 2015, nejčastěji zamíří do Ústeckého kraje, hl. m. Prahy a Středočeského kraje.

Nejvíce pracovních míst pak nové investice přinesou do Pardubického kraje, a to zejména díky investicím společností INA Lanškroun a Foxconn, které jsou zároveň největšími loni dojednanými projekty. Spolu s nimi jsou v první desítce například také rozšíření výroby společnosti MD Elektronik spol. s r.o. v Plzeňském kraji nebo expanze společnosti Devro v Libereckém kraji.

Ve snaze umisťovat v České republice tzv. hi-tech investice chce CzechInvest pokračovat i nadále.

Příkladem z letošního roku je například oznámení záměru společnosti GE Aviation vybudovat zde centrum excelence turboturboletových motorů.

„Aktuálně je rozjednaných kolem sta nových projektů,“ prozradil Karel Kučera. „Několik z nich je opravdu velkého významu a ze sektorů, na které se chceme do budoucna ještě více zaměřit, tedy leteckého a elektrotechnického průmyslu,“ doplnil. (tz)

INZERCE

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

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

DAŇOVÁ

OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ V PERSONALISTICE A VE FINANČNÍCH SLUŽBÁCH NEJČASTĚJŠÍ PORUŠENÍ POVINNOSTÍ PŘI ZPRACOVÁNÍ OSOBNÍCH ÚDAJŮ A JAK SE JIM VYHNOUT

8. 4. 2016
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Jiří Žůrek
KÓD: 1600800 CENA: 1 890 Kč

PRAKTIKUM PRO ZAČÍNÁJÍCÍ PERSONALISTY A MZDOVÉ ÚČETNÍ

12. – 13. 4. 2016
PŘEDNÁŠÍ: Zdeněk Křížek
KÓD: 1602920 CENA: 3 490 Kč

POVINNÁ ELEKTRONICKÁ KOMUNIKACE DATOVOU SCHRÁNKOU ANEB „JAK EFEKTIVNĚ KOMUNIKOVAT (NEJEN) S ÚŘADY“

12. 4. 2016
PŘEDNÁŠÍ: RNDr. Ing. Eva Urbanová
KÓD: 1606180 CENA: 1 990 Kč

ŠKOLA ZDRAVÝCH ZAD PRO KANCELÁŘSKÉ PROFESE NÁVODY NA ŘEŠENÍ STÁVAJÍCÍCH POTÍŽÍ

14. 4. 2016
PŘEDNÁŠÍ: Bc. Martin Trávník
KÓD: 1621160 CENA: 3 290 Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH.

Inspirace, úspěch, prestiž – to vše je soutěž MANAŽER ROKU

ČR nemá prestižnější soutěž, která by se zabývala vyhledáváním nejschopnějších a nejosobitějších reprezentantů managementu ve firmách a v organizacích, než je MANAŽER ROKU. Letos se již odehrává její 23. ročník, v němž bude 21. dubna v Praze vyhodnocena další plejáda představitelů moderních metod řízení, jejich vývoje a trendů. Ocenění budou ti nejlepší v souvislosti s tím, jak přispěli k prosperitě své firmy, ekonomiky, společnosti. Zájem o soutěž je značný, manažeři jsou optimističtější, než tomu bylo v předchozích letech.

V rámci soutěže MANAŽER ROKU budou do poloviny března probíhat nominace manažerů a manažerek. Soutěž je veřejná, návrhy podávají právnické i fyzické osoby prostřednictvím Nominačního listu, pravidla najdete na www.manazerroku.cz. Návrhy na ocenění podávají zejména finalisté z předchozích let, členové Klubu Manažera roku při České manažerské asociaci, svazy, sdružení i asociace a další profesní uskupení, vysoké školy, univerzity, poradenské firmy a také státní, veřejné i soukromé instituce nebo představenstva vyhlásovatelů, jimiž jsou Svaz průmyslu a dopravy ČR, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a Česká manažerská asociace, stejně tak jako členové Řídícího výboru a Hodnotitelské komise soutěže MANAŽER ROKU.

Prezident České manažerské asociace Pavel Kafka k tomu řekl: „Manažerské řemeslo prochází v současné době dramatickým vývojem. Na přelomu 20. a 21. století ovládly management metody tzv. postup-

ného zlepšování a symbolem byl každodenní management nákladů a inovací, ale ani na tom se dnes již nedá stavět. Pouhé zlepšování se nemůže stát strategií. Začíná éra internetu věcí a strojů, kterou nazýváme Průmysl 4.0. To znamená, že nastupuje čas hlubokých proměn výroby, společnosti i manažerské orientace při řízení podniků a organizací. Roste tedy význam strategického managementu, a to je téma, kterým se dnes ČMA intenzivně zabývá.“

Zpětnou vazbou je i soutěž MANAŽER ROKU. Diskuze nejzkušenějších, ředitelů, majitelů a inovátorů, která je součástí řady setkání souvisejících se soutěží a následných aktivit, se bezprostředně dotýká výsledků práce a potřeb manažerů. Na jejich originalitě, odvaze i vynalézavosti a zejména efektivitě činnosti bude záviset i úspěšnost českého hospodářství, potažmo životní úroveň.

Podle nejčerstvějšího výzkumu agentury IPSOS se ukázalo, že přibývá Čechů s optimistickým názorem na další vývoj ekonomické situace jak v ČR, tak jejich domácnosti. I to je vypovídající signál o vzrůstající prosperitě českých firem, o tom, jak jsou řízeny. Od roku 2012 narůstá počet lidí, kteří se dívají do budoucnosti vstřícně. Čtvrtina populace ve věku 18–65 let věří ve zlepšování vlastní ekonomické situace, a nejvíce optimistů je mezi mladými do 24 let. Výrazně optimističtější jsou lidé s vysokoškolským vzděláním. To vytváří i prostor pro další zvyšování jak spotřebitelské poptávky, tak i výše maloobchodních tržeb.

Jak to souvisí s businesssem? Podle dalšího výzkumu IPSOS (Průmysl očima manažerů a veřejnosti) je předností českého průmyslu schopnost adaptace a fle-

xibility – v to věří 57 % dotázaných manažerů. Na konkurenceschopnost spoléhá 41 % těchto odborníků a na kvalitní výrobky odkazuje 32 % manažerů. Zhruba 23 % respondentů vnímá vývoj technologií a inovací jako přednost našeho průmyslu, ale jen 17 % si jich myslí, že má průmysl v ČR kvalitní manažerské řízení.

I to je rukavice hozená soutěži MANAŽER ROKU. Je to ona, která prostřednictvím příkladů a vzorů lidí, kteří na základech odpovědného a progresivního řízení posouvají podniky a organizace do čela ekonomiky a spolupodílí se na trendech, prezentuje význam managementu a jeho nezbytnost nejen pro velké korporace, ale i pro drobné firmy.

Jaká je tedy budoucnost našeho průmyslu, na němž je česká ekonomika postavena? Prioritní jsou podle šetření IPSOS inovace, nové technologie a kvalitní vzdělávací systém – to vidí jako zásadní téměř 60 % manažerů. Schopný management preferuje 39 % manažerů, pouze 13 % dotázaných by však vsadilo na strategii udržitelného rozvoje. I proto bude při hodnocení přínosu jednotlivých osobností k rozvoji českého managementu posuzován vztah ke společenské odpovědnosti, již ČMA věnuje mimořádnou pozornost v řadě významných aktivit.

Podle výzkumu IPSOS se loni dvě třetiny manažerů pro zvýšení konkurenceschopnosti jejich firem zaměřilo zejména na zavádění nových technologií a inovací. A právě řada z nich se již nyní ocitá mezi nominovanými v soutěži MANAŽER ROKU.

Ludmila Koutská
ředitelka projektové kanceláře
MANAŽERA ROKU

Z okresního přeboru mezi extraligu businessu

Držitelem prestižního ocenění EY Podnikatel roku 2015 České republiky se stal Zdeněk Pelc, předseda představenstva a majitel společnosti GZ Media, a.s. Trofej pro vítěze si převzal v úterý 1. března večer v pražském paláci Žofín z rukou prvního místopředsedy vlády pro ekonomiku a ministra financí České republiky Andreje Babiše, Vlastislava Břízy, předsedy poroty EY Podnikatele roku 2014 České republiky a majitele holdingu KOH-I-NOOR, a. s., a Magdaleny Souček, vedoucí partnerky společnosti EY, která soutěž v České republice letos pořádala již po šestnácté.

Titul EY Technologický podnikatel roku obdržel Viktor Růžička, předseda představenstva a majitel společnosti BioVendor – Laboratorní medicína a.s. Martin Wallner a Tomáš Huber ze společnosti Mixit s.r.o. získali titul EY Začínající podnikatel a zároveň se stali držiteli Ceny České televize pro podnikatelský talent roku 2015. Trofej EY Společensky prospěšného podnikatele roku 2015 si odnesla Markéta Královcová z Nadačního fondu Klíček. Soutěž o nejlepší podnikatelský příběh 2015, který vybrali čtenáři MF Dnes a idnes.cz, vyhrál Pavel Baloun z BANES, spol. s r.o.

„Být ve společnosti předchozích vítězů je pro mě pocta. Beru to jako ocenění za ta dlouhá léta, kdy jsem podnik dostával z okresního přeboru mezi extraligu. Je to také ocenění pro mé kolegy, kteří mi významně pomohli k současným výsledkům. Kousek zásluh na tom mám ale i já, protože jsem si je vybral,“ sdělil své bezprostřední dojmy vítěz Zdeněk Pelc.

„Věřím, že vítěz Zdeněk Pelc bude skvěle reprezentovat Českou republiku na celosvětovém finále v Monte Carlu a že jeho příběh osloví mezinárodní porotu stejně jako nás,“ řekla Magdalena Souček, vedoucí partnerka EY v České republice, a dodala: „Těší mě, že i letos můžeme veřejnosti představit výjimečné podnikatelské osobnosti a vzdát jim hold. Jsou mezi nimi zkušení matadoři, kteří jdou příkladem, ale i nadšení start-upisté s neotřelými nápady. Všechny úspěšné podnikatele ale spojuje odvaha, čestnost, pokora a pracovitost. Nebojí se překonávat překážky a většina z nich nehodlá svůj úspěch limitovat hranicemi. Věříme, že právě jejich pozitivní příklad je tou nejlepší inspirací a motivací pro ostatní, aby začali podnikat.“

PROFIL VÍTĚZE:

Zdeněk Pelc – předseda představenstva a majitel společnosti GZ Media, a.s.
EY Podnikatel roku 2015 České republiky
EY Podnikatel roku Středočeského kraje 2015

„Klíčové je tvrdě pracovat a vědět.“

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, kupují fabriku na jihu USA 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 devíti 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 však Zdeněk Pelc stále moc nemá. Předal sice pomyslné žezlo, ale svou firmu při její další expanzi na světové trhy hned tak opustit nehodlá.



Ing. Zdeněk Pelc, předseda představenstva a majitel společnosti GZ Media, a.s.

Finalisty soutěže EY Podnikatel roku se kromě vítěze stali:

- Luboš Novák, MEGA a.s.
- Jiřina Nepalová, RENOMIA, a. s.
- Michele Taiariol, TAJMAC-ZPS, a.s.
- Viktor Růžička, BioVendor – Laboratorní medicína a.s.

Držitelem titulu EY Technologický podnikatel roku 2015 je Viktor Růžička, BioVendor – Laboratorní medicína a.s. Jeho firma BioVendor je významným distributorem širokého spektra produktů in vitro diagnostiky a specializovaného sortimentu klinických produktů a zároveň mezinárodně působící biotechnologickou společností s vlastním výzkumem, vývojem, výrobou a obchodní sítí. Jedním z hlavních milníků pro firmu bylo, že se v roce 1998 stala jedničkou na českém trhu v imunanalýze, a překonala tak i mezinárodní gigantické konkurenty. I díky tomu, že se Viktor Růžička nebojí akvizic, se roční obrát jeho společnosti posunul během několika posledních let z 584 mil. Kč na téměř miliardu Kč.

Martin Wallner a Tomáš Huber ze společnosti Mixit s.r.o. získali titul EY Začínající podnikatel a zároveň se stali držiteli Ceny České televize pro podnikatelský talent roku 2015. Na webu Mixit.cz si můžete namíchat čerstvé müsli s oříšky, sušeným ovocem či čokoládovými hoblinami nebo zvolit horké kaše, zdravé mlsání bez vloček, čokoládu, sušenky, Mixitky i pytlíky do kapsy. Oba ma-

jitelé jsou pyšní na kvalitní suroviny i typický design svých výrobků. První zákazníci našli hlavně prostřednictvím sociálních sítí a na farmářských trzích. Teď každý den prodají tisíce tubusů müsli a jejich zdravé dobroty už dnes neznají jen Češi, ale i Slováci, Poláci a nově i Kanadáné. V roce 2015 tam prodali franšizu a zároveň dosáhli hranice sta milionů korun ročních tržeb.

Společnost EY ve spolupráci s mezinárodní organizací zaměřenou na podporu sociálních inovátorů Ashoka také vyhlásily jubilejního desátého držitele titulu EY Společensky prospěšný podnikatel roku 2015, který získala Markéta Královcová z Nadačního fondu Klíček. Cílem Nadačního fondu Klíček je zlepšovat životní podmínky vážně nemocných dětí a jejich rodin a napomáhat návratu přirozených a obyčejných věcí do jejich života. Soustředí se na budování dětských hospiců a osvětu této problematiky, otevírání veřejné diskuze o otázkách nemoci, umírání a smrti a odstraňování bariéry mezi světem „zdravých“ a světem „nemocných“. Hlavním impulzem pro založení nadace byl několikaletý kontakt Markéty Královcové s nevyčísitelně nemocnými dětmi a jejich rodiči ve Fakultní nemocnici v Motole na Klinice dětské onkologie. Nyní již řadu let provozuje dětský hospic v Malejovicích na Kutnohorsku a jejich ubytovnou v Motole projde každý rok kolem 900 lidí. V roce 2007 se nadační fond stal členem Evropské asociace na podporu dětí v nemocnicích (EACH) a je také autorem české Charty práv dětí v nemocnici. (tz)

Česká firma obhájila práva k designu: falzifikáty musejí být staženy z trhu

Po tříletém úsilí byl v minulém roce úspěšně završen spor společnosti M&T, českého výrobce designového kování, ohledně nepovolené výroby a distribuce napodobenin jejich původního originálního kování Entry, Trinity a Entero. Civilní žaloba z titulu zásahu do práv k průmyslovému vzoru a nekalé soutěže proti společnosti MP Kování s.r.o. byla Městským soudem v Praze pravomocným rozhodnutím ukončena – úspěšně pro českého výrobce. Žalovaná strana nesmí distribuovat a jinak užívat dovážené nelegální napodobeniny třech designových klik českého výrobce M&T. V rámci českého prostředí ochrany designu jde o jedno z průlomových soudních řízení v rámci průmyslových vzorů a jejich ochrany.

Kování Entry, Trinity a Entero bylo českou firmou M&T navrženo a vyrobeno v roce 2006, po jeho uvedení na trh se první napodobeniny na českém trhu objevily zhruba v roce 2009. „Po zjištění přítomnosti těchto falzifikátů na českém trhu jsme se samozřejmě jako první krok snažili spojit s distributorem a dohodnout na stažení daných výrobků z trhu. Následovalo více než roční oddalování a průtahy v jednání. Proto nám nezbylo nic jiného než celou záležitost postoupit civilní žalobě, což pro nás samozřejmě znamenalo mnoho formálních procedurálních kroků a důkazních dokladů o pravosti našich

původních autorských návrhů,“ popsal Ivo Ulich, majitel rodinné společnosti M&T, českého výrobce designového kování.

Mezi jinými musely být doloženy konkurenční vzorky, katalogy, fotky a výpovědi svědků o nekalosoutěžním jednání ze strany konkurence. „V podstatě pod tíhou předložených důkazů prokazujících naši původní originální tvorbu a nekalé jednání protistrany, došlo v loňském roce v rámci soudního jednání k soudnímu smíru a protistrana distribuující napodobeniny našeho produktu, ustoupila a pravomocným rozhodnutím musí tyto falzi-

fikáty od portugalské společnosti Tupai stáhnout z českého trhu. Nicméně nic jí během těch tří let jednání nebránilo, tyto nepůvodní okopírované výrobky prodávat a vytvořit díky tomu finanční zisk ve svůj prospěch. Což samozřejmě není v pořádku,“ glosoval závěrem Ivo Ulich a dodal: „Naše kování je bohužel napodobováno velice často a podobných případů evidujeme daleko více. Každý s rozdílným postupem a řešením. Nicméně toto je první výrazný úspěch v rámci soudních sporů a já doufám, že v podobně úspěšném duchu se nám podaří završit i ty další.“

Originální, kvalitní a úspěšný design výrobků M&T je jakožto autorské dílo a průmyslový vzor chráněn příslušnými právy duševního vlastnictví. Jelikož duševní vlastnictví chrání inovativní a tvůrčí charakter výrobků M&T má klíčový význam pro další rozvoj firmy, společnost Material & Technology s. r. o. svoje duševní vlastnictví aktivně uplatňuje proti nedovoleným napodobeninám. A stejně jako kterákoliv jiná moderní firma na celém světě bude i nadále své duševní vlastnictví dů-

sledně chránit a uplatňovat proti nekalé konkurenci.

Společnost Material & Technology s. r. o. byla založena v roce 1997 s cílem vyvíjet, vyrábět a uvádět na trh neustále nové designové, konstruktivní a technologicky ojedinělé produkty. Rok 1998 byl rokem, kdy bylo navrženo logo M&T pro dveřní a okenní kování, které je od roku 2001 samozřejmou součástí všech produktů a od roku 2007 je nové logo registrováno jako ochranná značka pro státy EU. Značku charakterizuje výroba designových řad klik z masivní mosazi, technologicky vyspělé zázemí, ovšem současně s velkým podílem ruční práce, neustálé inovace a precizní řešení všech detailů výrobků. V roce 1999 byla vyrobena a uvedena na trh první klika a první hranatá klika v Evropě byla navržena v roce 2004. Made EXPO 2012 v Miláně – mezinárodní veletrh, na kterém byla představena kolekce kování Minimal/Maximal a o rok později získala mezinárodní prestižní ocenění za design Red Dot. Od roku 2015 je soustředěna výroba a obchodní centrála do nové výrobní haly v Dobrušce poblíž Rychnova nad Kněžnou. (tz)

Auto Palace překonal hranici 100 000 prodaných vozů po 25 letech působení v ČR a na Slovensku

Pro dealerskou skupinu Auto Palace byl loňský rok nejlepší v historii působení firmy v ČR. Společnost upevnila svojí pozici v Top 3 největších tuzemských prodejců automobilů. Firma vloni hospodařila s celkovým obrátem 4,94 mld. Kč a prodala 11 910 nových a ojetých automobilů. Dařilo se jí také ve fleetových obchodech, ve kterých zaznamenala meziroční nárůst 43 %. Společnost zmodernizovala většinu svých showroomů, do jejichž přestavby vloni investovala 16 mil. Kč. Letos plánuje investovat v ČR a SR do nákupů stávajících dealerství a rozšiřovat svou podnikatelskou činnost o prodej prémiových ojetých aut.

Loňský rok byl pro skupinu Auto Palace rekordní hned v několika faktorech. Firma nejenže překonala svůj loňský obrát o více než 1,3 mld. korun, ale zároveň prodala nejvíce automobilů v historii působení na českém trhu. Celkový obrát firmy za rok 2015 činil 4,9 mld. Kč, což před-

stavuje nárůst o fantastických 35 %. Za uplynulých 12 měsíců dealerská síť prodala celkem 9661 nových a 2249 ojetých automobilů, tedy o 29 % více než v roce 2014. Firma tak nejen rostla až raketovým tempem, ale překonala i růst celkového trhu, jež uvádí 20% zvýšení prodeje oproti roku 2014. Od roku 1991 do 2015 Auto Palace prodal na českém a slovenském trhu celkově 111 461 nových a ojetých vozů.

Prvenství v prodejkách

Auto Palace vloni udržel prvenství v prodejkách značek Ford, Infiniti, Mazda a Mitsubishi. Rovněž si upevnil pozici lídra v prodejkách vozů Hyundai z jediné pobočky v pražských Butovicích. V současnosti je dealerská síť prodejcem číslo tři vozů Opel a patří k nejvýznamnějším prodejcům vozů značky Peugeot na jižní Moravě. Po dvou letech od otevření showroomu značky Škoda na pražském Spořilově slaví i zde Auto Palace úspěch. Je nejrychleji rostoucím dealerm v ČR, v současnosti na 9. místě v celkových

prodejkách ze všech 184 dealerů Škoda v ČR. Největšího podílu vloni dosahovaly ve skupině Auto Palace prodeje značky Ford, kterých se v dealerské síti prodalo 5000. Druhou příčku obhájil Hyundai s celkovým počtem 1395 vozů. Třetí v prodejkách pak byla Škoda s 1080 prodanými automobily.

Silná pozice ve fleetových prodejkách

Firmě se mimořádně dařilo i ve fleetových prodejkách, v jejichž rámci zaznamenala 43% nárůst a dosáhla celkového obrátu ve výši 3,56 mld. Kč. Nejvýznamnější smlouvy byly uzavřeny s top společnostmi působícími na českém trhu v oblasti pojišťovnictví, energetiky a maloobchodu.

„Jsem velice potěšen, že úsilí, které jsme věnovali do přípravy a realizaci strategie, přineslo své ovoce. Investovali jsme do modernizace našich showroomů, do HR, školicích programů pro zaměstnance, technického zázemí; a to vše přispělo k tomu, že si naše firma nejen udržela svoji významnou pozici na trhu, ale dosáhla i rekordních prodejů v celé historii firmy. Díky

své agresivní cenové politice jsme opět jedničkami v prodejkách hned pět značek automobilů a významnými prodejci dalších třech značek,“ řekl Ralph Howie, generální ředitel společnosti Auto Palace pro ČR a SR.

„V tomto roce se chceme ještě více zaměřit na potřeby našich zákazníků a vytvořit pro ně takové podmínky, díky nimž pro ně bude Auto Palace volbou číslo 1 při výběru automobilů zajišťující kompletní služby a servis pod jednou střechou a maximálně uspokojující jejich požadavky a přání. Chceme se dále zaměřovat na fleetové zákazníky a zajišťovat pro ně co možná nejzajímavější nabídky. Tomu by měly přispět další investice do naší společnosti, které plánujeme v oběmu cca 63 mil. Kč, plus dalších 520 mil. Kč máme připravené pro realizaci možných akvizic v roce 2016,“ doplnil Ralph Howie.

Vlatník Auto Palace, skupina AutoBinck, je jedním z největších nizozemských investorů v České republice. Současná hodnota investic přesahuje 1,6 miliardy korun a skupina v ČR zaměstnává 450 lidí. (tz)

AMSP ČR: Novela zákoníku práce je březnový apríl

Povinnost zaměstnavatele zajistit zaměstnancům práci bez jakéhokoliv stresu. K sankci bude postačovat potvrzení od lékaře o psychické újmě pracovníka. Zabránění izolace pracovníka z domova od ostatních. Zabezpečení setkávání zaměstnanců na homeworking s kolegy pracujícími ve firmě. Převod zaměstnance na jinou pozici jen s jeho souhlasem. To jsou některá opatření novely zákoníku práce, která měla ambice zpružnit trh práce. Pokud by se měla nová pravidla skutečně dodržovat, pak jsme vykořili přesně opačným směrem.

Abychom ale nebyli jen kritičtí, několik opatření z chystané novely smysl dává. Změny úpravy v dovolené, kdy dochází k opuštění dovolené za odpracované dny, přičemž vznik práva zaměstnance na dovolenou je založen na týdenní pracovní době zaměstnance, od níž se též odvozuje i délka dovolené. V budoucnu bychom se tedy měli řídit odpracovanými hodinami, nikoliv směnami. Stejně tak lze bez větších problémů přijmout změnu, kdy si top manažeři mohou sami určovat režim pracovní doby výměnou za to, že nebudou nárokovat na příplatky za práci přesčas.

S čím se ale nelze ztotožnit, je souhlas zaměstnance s převedením na jinou práci. Doposud tak mohl zaměstnavatel učinit bez jeho souhlasu. Zejména v době ekonomické krize může toto opatření bezprostředně ohrozit podniky, které musí velmi pružně reagovat na vzniku situací. Diskutabilní je dále požadavek, že pracovníkům na dohodu o pracovní činnosti bude muset nově zaměstnavatel poskytnout dovolenou. Doposud pracovník na dohodu žádný nárok neměl, zaměstnavatel se s ním nicméně mohl na tomto režimu domluvit. To však ministerstvu práce a sociálních věcí (MPSV) nestačí

a navrhuje, aby měl pracovník na dohodu nárok na dovolenou přímo ze zákona.

Tím však výčet nových opatření nekončí. Novela zákona má zakázat stres v práci. Jak se toho má docílit ale neví nikdo. Prozatím totiž není jasné, jak budou kontroly, jestli firma stresovou prevenci nezanedbala, probíhat. Bude poněkud obtížné prokázat, že k psychické újmě došlo, popřípadě nedošlo na základě výkonu práce. Rozhodující má být podle MPSV lékařský posudek. Zcela nepochopitelně potom zní nová pravidla pro tzv. homeworking. Práce z domova se ale v případě aplikace všech navrhovaných změn naopak ztíží. Firmy totiž musí nově zabránit přílišné izolaci pracovníků pracujících z domova od těch, kteří jsou například v kanceláři. Firma bude nově zajišťovat, aby se lidé pracující z domova potkávali pravidelně s běžnými zaměstnanci. Ještě méně logicky zní požadavek, že pracovní podmínky zaměstnance vykonávajícího práci mimo pracoviště zaměstnavatele nesmí znevýhodňovat

nebo zvyhodňovat tohoto zaměstnance v porovnání se srovnatelnými zaměstnanci, kteří pracují na pracovišti zaměstnavatele.

Předseda AMSP ČR Karel Havlíček k tomu dodal: „Eliminovat stres na pracovišti pod sankcí zní jako předčasný apríl. Pomímám fakt, že jsou pracovníci, kteří jsou ve stresu už jen z toho, že musí do práce. Ale paradoxní situace může nastat u majitelů firem, kteří jsou současně zaměstnanci. Pokud by se totiž prokázalo, že jejich zodpovědnost hraničí se stresovou situací, zaplatí navíc ještě pokutu. Je naprosto správné postihovat šikanu nebo jiné obtěžování, ale eliminovat stres obecně je nesmysl. Podobně nelogicky působí nová pravidla pro homeworking. Na jedné straně tvrdíme, jak jej potřebujeme podpořit, ve stejnou dobu zavádíme nesmysly typu zabránění izolovanosti pracovníků z domova. Pokud by měly podniky důsledně vše vyhodnocovat a dokládat, nebudou raději práci z domova vůbec zavádět.“ (tz)

Český Google zahajuje nový celoroční vzdělávací program, jehož hlavním pilířem bude posílení digitálních dovedností podnikatelů, firem a studentů

Český Google startuje celoroční program Pomáháme Česku růst, v rámci něhož se zaměří zejména na posilování digitálních dovedností potřebných pro podnikání nebo rozvoj kariéry. Prvním krokem v této snaze je spuštění bezplatné online vzdělávací platformy pod názvem Digitální garáž, kterou koncem února zpřístupnila pro české uživatele. Iniciativa navazuje na celoevropský vzdělávací program Googlu, jehož nový cíl v Bruselu představil prezident Googlu pro region EMEA, Matt Brittin.

Dle Evropské komise téměř polovina (47 %) evropské populace nemá dostatečné digitální dovednosti. Přitom právě na úroveň těchto znalostí bude v blízké budoucnosti kladen důraz až na 90 % pracovních pozic. Evropská komise také uvedla, že kvůli těmto mezerám v digitální gramotnosti uchazečů bude do roku 2020 až 900 000 neobsazených pracovních míst.

Internet nabízí každému příležitost podnikat s globálním dosahem, propojit se s novými zákazníky nebo sdílet vlastní tvorbu. Z tohoto důvodu si v roce 2015 Google stanovil ne-

skromný cíl digitálně vzdělat jeden milion Evropanů. Poté, co cíl splnil, se nyní zavazuje do konce roku počet vyškolených podnikatelů, firem nebo studentů navýšit na dva miliony.

„Pokud hovoříme o digitálních dovednostech, nemáme na mysli pouze specifické obory jako programování, kódování a softwarový vývoj. Základní digitální gramotnost dnes rozhoduje o rozvoji byznysu nadnárodních společností i drobných podnikatelů,“ řekl Matt Brittin. „Již se nám podařilo dosáhnout loni stanoveného cíle vzdělat jeden milion Evropanů. Nyní se zavazujeme toto číslo zdvojnásobit a nově zapojujeme také země střední a východní Evropy.“

Této iniciativy se letos zúčastní i Česko, navíc s vlastním lokálním vzdělávacím programem pod názvem Pomáháme Česku růst, jak již bylo zmíněno. V rámci programu se zaměří na české studenty, podnikatele, malé a střední firmy, exportéry, ale také ty, kteří chtějí dál rozvíjet vlastní kariéru. Další iniciativy programu bude český Google postupně oznamovat, a to včetně uceleného vzdělávacího projektu s partnery, který spustí na jaře. „Přestože je Česká republika malá země, patří mezi nejinnovativnější

internetové trhy a poptávka po digitální gramotnosti zde dramaticky roste. Digitální dovednosti jsou totiž stále zásadnější pro udržení konkurenceschopnosti, ať jste podnikatel, zaměstnanec, nebo student. Věřím, že investice do digitální gramotnosti podpoří prosperitu českých firem doma i v zahraničí,“ řekla Taťána le Moigne, ředitelka českého Googlu.

Prvním krokem programu je zpřístupnění bezplatné online vzdělávací platformy pod názvem Digitální garáž i pro české zájemce. Platforma obsahuje snadno pochopitelná edukační videa a kvízy. Obsah kurzu si navíc zájemci mohou přizpůsobit podle vlastních potřeb. V průběhu následujících měsíců se platforma bude vyvíjet a obohacovat o nový lokální obsah.

„Název platformy souvisí s tím, že spousta úspěšných firem kdysi začínala tzv. v garáži. Budeme rádi, když ta naše Digitální garáž pomůže českým firmám a podnikatelům začít novou etapu v jejich businessu a dosáhnout většího úspěchu, než zatím možná předpokládali,“ sdělil Michal Zachar, marketingový manažer Googlu pro Česko a Slovensko.

Digitální garáž byla vytvořena ve spolupráci s digitálními experty, odborníky na vzdělávání,

psaní i uživatelské prostředí a je navržena tak, aby nevyžadovala žádnou technickou zdatnost uživatele. Vyhýbá se nesrozumitelnému technickému žargonu a jednotlivé problémy vysvětluje na situacích ze života. Jednotlivé kurzy totiž vycházejí ze zkušeností majitelů malých firem. Obsah pokrývá i služby a nástroje mimo platformy Googlu, jakými jsou např. Seznam, Facebook nebo Twitter.

Celý program je k dispozici zcela zdarma. Ihned po přihlášení lze využít jednoduchý diagnostický nástroj, který pro uživatele na základě jeho zkušeností a cílů sestaví výukový plán na míru. V rámci něj se účastníci mohou dozvědět více o správné tvorbě webových stránek, o zviditelňování na sociálních sítích nebo o optimalizaci webových stránek pro vyhledávače. „Student“ přitom není pod žádným tlakem – kdykoliv si může sám vybrat, co se chce naučit.

U videí v původním znění v angličtině je možné zapnout i vypnout titulky (funkce YouTube) v češtině nebo v některém z dalších dostupných jazyků.

Více informací o platformě Digitální garáž najdete na digitalnigaraz.withgoogle.com. (tz)

Export českých firem patrně poroste i letos

Exportní apetit českých firem patrně poroste i v letošním roce. V Evropě se zvyšuje poptávka a podle ekonomů by tento trend i přes nižší tempo růstu měl pokračovat. Banky mají dostatek kapacity na profinancování pečlivě připravených projektů a nulové sazby ČNB pomáhají udržet cenu samotného financování v přijatelných mezích. Horším vyhlídkám ale podle odborníků čelí firmy vyvážející do Číny a zemí exportujících ropu.

„Makroekonomické podmínky pro export by mohly být lepší, ale i mnohem horší. Poptávka v Evropě roste, a přestože tempo růstu ekonomik zůstává nízké, byl loňský rok nejlepším od roku 2011 a letošní by podle predikcí měl dopadnout podobně,“ uvedl analytik Unicredit Bank Pavel Sobíšek. Výsledky zahraničního obchodu za loňský rok opět potvrdily, že hlavním

odbytíštěm pro české trhy jsou země Evropské unie, kam české firmy vyváží 80 % svého zboží.

České firmy exportem směrem na západ často ale plní spíše roli dodavatelkou, a mají tak možnost získávat zkušenosti od nejnáročnějších konkurentů. Tím se podle náměstka Sekce Evropské unie a zahraničního obchodu Ministerstva průmyslu a obchodu Vladimíra Bärtla české firmy rovněž učí, zlepšují a rostou. Exportem směrem na východ plní české společnosti naopak roli generálních dodavatelů, dodavatelů investičních celků a mentorů. „Zde jsme technologicky dominantní a dokážeme realizovat zajímavější marže, uplatňovat širší portfolio výrobků,“ komentoval Vladimír Bärtl.

Tato pozice České republiky je podle něj velice výhodná a umožňuje každému podnikateli širokou variabilitu možných obchodních strategií. MPO společně s partnery nabízí českým exportérům širokou škálu trade-promotion služeb ve zhruba devadesáti světových destinacích.

„Díky vnitřnímu trhu EU je dnes přístup na tyto trhy nepoměrně snazší. To neznamená, že by naše evropská zastoupení zahálela. Svá tradiční evropská partnerství se stále snažíme vylepšovat. Svět se ale dynamicky mění, například Írán, který letos díky zrušení zahraničních sankcí otevřel své brány obchodu; je skvělou ukázkou znovuzrozeného, nadějněho trhu, kde máme na co navazovat,“ upřesnil Vladimír Bärtl.

K dominantním tuzemským exportérům patří například strojírenský koncern ZKL, který vyrábí ložiska. Na zahraniční trhy umístí ročně 80 % svých výrobků. Podle výkonného ředitele společnosti ZKL Bearings CZ Michala Zafirelise jsou regiony s největším potenciálem rozvoje země západní Evropy, například Německo, Francie a Španělsko, dále pak Indie a v regionu Latinské Ameriky především Argentina. Ke klíčovému tržím ale patří Čína a Indie. „Velikost trhu ložisek a historie značky ZKL v Indii přispívá k rozvoji našich obchodních aktivit v tom-

to teritoriu,“ sdělil Michal Zafirelis. Nevětším rizikem jsou však podle něj kurzové výkyvy vůči lokálním měnám, které mohou ovlivnit konkurenceschopnost společnosti a výši poptávky po ložiscích české výroby.

Růst tržeb v zahraničí plánuje také geoinformační společnost TopGis. „V letošním roce připravujeme projekty v Dánsku, Španělsku, Polsku, Rakousku a dalších zemích, kdy předpokládáme export ve službách více než 25 milionů korun s tím, že nárůst v dalších letech očekáváme na úrovni minimálně 30 %,“ uvedla Drahomíra Zedníčková, výkonná ředitelka společnosti. Zahraniční projekty jsou podle ní zajímavé i tím, že v uživatelské praxi vydrží mnohem déle a firma také může některé nové zkušenosti aplikovat v tuzemsku. „Mezi tyto služby patří například vytváření termálních map celých měst pořizovaných z leteckého snímkování, podrobné 3D modelování a podobně,“ dodala Drahomíra Zedníčková. (tz)

Význam leteckého carga v Praze jasný

Před nedávnem zahájil na pražském letišti pravidelnou leteckou linku čtvrtý nákladní dopravce, UPS. V březnu k němu přibude katarský národní dopravce Qatar Airways Cargo. Rostoucí zájem o spojení z Prahy svědčí nejen o významu České republiky jakožto důležitého evropského uzlu, ale také o růstu tuzemské přepravy využívající letecké cargo.

Na letišti Václava Havla se znovu objevily více jak tři pravidelné cargo linky. Po společnostech China Airlines Cargo (létající do Tchaj-peje a Dubaje dvakrát týdně), Ukraine International Cargo (létající do Kyjeva a Lutychu pětikrát týdně, kterou pro své zásilky využívá i TNT) a FedEx (létající do Paříže čtyřikrát týdně), došlo k obnovení přepravy největší zásilkové služby na světě – UPS. Jde o vůbec první cargo společnost ze Spojených států amerických, která na Ruzyni působí. Pravidelná linka UPS každý všední den propojuje evropský uzel firmy v Kolíně nad Rýnem s Prahou a Budapeští. Spoj obsluhuje Boeing 757 v barvách UPS Airlines a má kapacitu až 40 tun nákladu. Předtím si společnost pronajímala turboprotulová letadla s mno-

hem menší kapacitou. Do budoucna by mohla společnost létat i dvakrát denně. Už 3. března k těmto dopravcům přibyl katarský národní dopravce Qatar Airways Cargo. Do Prahy přes Budapešť bude létat z Dauhá dvakrát týdně (ve čtvrtek a v neděli) letounem Airbus A330-200F s kapacitou až 120 tun nákladu.

Zatímco před ekonomickou recesí v roce 2008 z ruzyňského letiště pravidelně létali všichni nadnárodní dopravci (DHL, UPS, TNT a FedEx), během ní došlo ke značnému útlumu. Obrat nastal až v posledních měsících. „Oblast carga stejně tak jako osobní leteckou dopravu zasáhla ekonomická krize velkou měrou. Těší nás tak, že znovu nastává postupné oživení v odbavování leteckého carga,“ řekl Alexandr Michaljaníč, jednatel společnosti Smartex.

Služby v oblasti dopravy a logistiky se v České republice dynamicky rozvíjejí. Dochází k reakci na výstavbu logistických center nadnárodních společností. V zemi jsou přítomny průmyslové obory využívající leteckou dopravu, jako například automobilový průmysl. Odhaduje se, že celkový objem leteckého carga na Ruzyni se za loňský rok pohyboval na hranici 50 000 tun, což je skoro stejně jako předchozí rok. Objem přepravovaného zboží tak zatím



nedosahuje hodnot jako v předkrizových letech, což se však brzy změní. Už koncem loňského roku díky UPS objemy rostly dvouciferným tempem a v letošním roce se díky zavedené pravidelné lince očekává osmiprocentní nárůst. „V tuto chvíli jako jediná kurýrní společnost z výše uvedených nemá pravidelnou linku v Praze společnost DHL, která posílá expresní zásilky pozemním spojem do svého evropského hubu v Lipsku, odkud jsou dále

odpravovány do celého světa,“ dodal Alexandr Michaljaníč.

Boom v nákladní letecké přepravě nastal v 60. letech, kdy se objevila první velkoprostorová letadla typu Boeing 747, Douglas DC10, Airbus A300 uzpůsobena uvnitř pro přepravu zboží na paletách. I v ČR hrálo a hraje cargo velkou roli. Díky své geografické poloze a průmyslovým odvětvím je pro dopravní společnost Česká republika velmi zajímavým trhem. (tz)

INZERCE

58. mezinárodní strojírenský veletrh

MSV 2016 **AUTOMATIZACE**

10. mezinárodní veletrh obráběcích a tvářecích strojů

IMT 2016

UFI Approved Event

FOND-EX

WELDING

PLASTEX

PROFINTECH

3.–7. 10. 2016

Brno – Výstaviště

Stále se můžete přihlásit!

www.bvv.cz/msv

Central European Exhibition Centre

BVV

Veletrhy Brno

Po deseti letech je společnost stabilní, férová, neustále vytváří nová pracovní místa



Ve firemním vzdělávání je královéhradecké Centrum Andragogiky, s. r. o., dnes, po desetiletí na trhu, pojem. Patří k těm podnikatelským subjektům, za nimiž zůstává zřetelná stopa úspěchu všude tam, kde se s jeho službami klienti setkají. Organizátorská činnost majitelky PhDr. Marie Jířů je obdivuhodná a nápady celého týmu stále něčím překvapují. Při příležitosti narozenin jmenované společnosti jsem se Marie Jířů zeptala:

Letos slavíte 10. výročí založení Centra andragogiky. Čím bylo na začátku a čím je dnes?

Před deseti lety, kdy jsem Centrum andragogiky, s. r. o., zakládala, měla firma mnoho vizí, velké ambice prorazit a být mezi nejlepšími vzdělávacími společnostmi. Dnes však vidím určitý posun právě v již zmíněných vizích a významu slova „úspěch“. Nyní, po takové dlouhé cestě plné dobrých i špatných zkušeností, mohu říci, že úspěch není pouze o tom někam se dostat, ale také o tom, na tom místě setrvat a nepolevit. Začátky společnosti směřovaly ke vzdělávání měkkých dovedností, tzv. soft skills, avšak v souvislosti s novými požadavky od klientů jsme postupně rozšiřovali služby o tvrdé dovednosti, tzv. hard skills, odborné vzdělávání pro různá odvětví, ale také o poradenství, koučování a další. Centrum andragogiky neusíná na vavřínech, a proto mohu s hrdostí říci, že po deseti letech existence je společnost stabilní, férová, neustále vytváří nová pracovní místa, odkrývá další příležitosti a rozvíjí se všemi směry.

Vzdělávání dospělých je populární téma, avšak počet různých subjektů, které se jím zabývají, roste. Jak se udržet v litém konkurenčním boji?

Když jsem začínala podnikat, bylo na trhu již mnoho subjektů se specializací na vzdělávání. Na svou konkurenci jsem ale vždy hleděla s úctou, a nenechala jsem se odradit, přemýšlela jsem, jak se dostat mezi nejlepší v oboru. Vznik

společnosti vyplynul z mých mnohaletých zkušeností v oblasti managementu a obchodu a dlouholetou komunikací s personalisty a s řediteli firem. Z těchto zkušeností vznikla myšlenka sdružit všechny oblasti a obory řízení lidských zdrojů v jeden celek, a tak nabídnout firmám komplexní služby ve vzdělávání dospělých, v personalistice a v poradenství s řízením a image firmy. A tato myšlenka dala podnět pro vznik společnosti Centrum andragogiky, s. r. o. Právě tyto komplexní služby mi poskytly velký náskok před konkurencí.

Nejdůležitější však pro mne vždy byla myšlenka poskytování vysoce kvalitních služeb. Toho se držím dodnes. Nasvědčuje tomu i náš ino-



PhDr. Marie Jířů, majitelka společnosti Centrum andragogiky, s. r. o.

vativní přístup k vytváření systémů vzdělávání tvorbou rozvojových programů na míru a také svým vlastním kvalitním know-how – tzv. Global skills®. To představuje vyvážený systém působení tvrdých a měkkých faktorů v oblasti vzdělávání na prosperitu podniku. Aby bylo vzdělávání ještě více efektivní, je třeba neustále hledat nové způsoby a metody, které povedou k opravdu reálným a hmatatelným výsledkům. Jedním ze směrů, který se ukázal jako velmi funkční, je připravit klientům adekvátní prostor pro sdílení a předávání zkušeností. A právě proto vznikl Klub zlepšování. Toto komplexní a systematické vzdělávání poskytujeme všem napříč obory od zdravotnictví, hotelnictví, zemědělství, potravinářství až po těžký průmysl a výrobu.

Pozornost jste v posledních letech upoutali rekonstrukcí bývalé staré cihelny na okraji Hradce Králové, kde nyní sídlíte. Je to vaše image, přesná identifikace, každý ví, koho si má představit ve spojení s touto unikátní stavbou. Tento úžasný objekt však neslouží jen vašemu podnikání, ale celému městu a okolí přináší rozmanité možnosti k činnosti a podporuje řadu dalších aktivit. Co všechno si pod tím můžeme představit?

Naše prostory slouží nejen našim klientům, ale i široké veřejnosti. Pravidelně pořádáme celovečerní setkání se známými osobnostmi, pořádáme příměstské tábory, vzdělávací aktivity pro celé rodiny (letní škola programování, malování na hedvábí, škola aktivního stáří atd.). Možnosti využití jsou prakticky nevyčerpatelné.

Musím ale přiznat, že samotnou by mě nenapadlo, že taková rekonstrukce s ponecháním původní stavby bude tak zásadní a unikátní. Když jsem poprvé uviděla bývalou cihelnu v chátrajícím stavu, nečekala jsem, že ten velký kus historie ještě půjde nějakým způsobem zachovat. Vizualizace a nápad architekta ukázaly pravý opak a to, že půjde o velmi unikátní místo s širokými možnostmi využití, navíc v přírodě.

Stavba, ze které na vás dýchne velký kus historie, i to je naše budova, která zachovává úctu k tradicím, hodnotám a spojuje moderní svět. Přestože má atypický vzhled, stále si zachovává ten stejný pohled, na který jsou obyvatelé blízkého okolí po desetiletí zvyklí. Stavba se natolik zalíbila svým technickým řešením, že získala titul Stavba roku Královéhradeckého kraje 2015.

Nač se mohou vaši klienti i zájemci o vaše projekty brzy těšit?

Kromě naší hlavní činnosti, a tou je komplexní nabídka vzdělávání pro firmy, jsme se v návaznosti na desetileté výročí rozhodli slavit celý rok 2016. Naši klienti i široká veřejnost se mohou těšit na unikátní výstavy uměleckých děl, na další setkání s významnými hosty, řadu soutěží o hodnotné ceny, slevy na vybrané otevřené semináře, nestandardní zážitkové kurzy, letní grilování, akce pro děti, a také na nový newsletter plný aktuálních informací. A nejen to, v současné době je zpracován nový územní plán, který byl oficiálně představen na naší oslavě. Jde o rozšíření areálu Centra andragogiky, s. r. o., a budování dalšího zázemí pro rozšíření našich aktivit. Lidé se mohou těšit na „tak trochu jinou“ personální agenturu, společnost Centrum práce, s. r. o., která si klade za cíl zaplnit mezeru v oblasti zaměstnávání všech, kteří dlouhodobě hledají zaměstnání, ale také skupin se ztíženým pohybem na trhu práce (např. absolventi, lidé 50+, matky po mateřské dovolené, osoby se zdravotním postižením atd.) pomocí rekvalifikací a odborného vzdělávání. Zajímavostí je také vybudování vlastních prostor pro tzv. „Dětskou skupinu“. Specilitou bude stavba moderního centra pro odborné vzdělávání. Počítáme i s vybudováním zázemí pro širokou veřejnost pod značkou již fungujícího projektu Centrum Cihelna, které by se mělo osamostatnit a nabídnout ještě širší využití. Máme před sebou mnoho práce, ale zároveň se těšíme na společná setkání a zážitky.

otázky připravila Eva Brixí

Tesco spouští nový program pro neziskové organizace napříč střední Evropou

Společnost Tesco spustila v únoru unikátní program Vy rozhodujete, my pomáháme, který je zaměřený na podporu lokálních neziskových a příspěvkových organizací. Cílem programu je podpořit tyto instituce, kterým finanční odměna pomůže zrealizovat nominovaný projekt. V Česku podpoří Tesco pomocí tohoto programu 90 vítězných organizací. Každá z nich pak dostane 30 000 korun na realizaci svého projektu. Partnerem a odborným garantem programu v České republice je Fórum dárců.

Unikátní program dává jako vůbec první ve střední Evropě zákazníkům možnost zvolit si jeden ze tří projektů lokálních neziskových organizací, které podporují společenský život v jejich okolí. Do programu se se svými projekty mohou přihlásit všechny neziskové a příspěvkové organizace napříč celou republikou. Bližší informace o programu Vy rozhodujete, my pomáháme jsou k dispozici na webu pomahame.itesco.cz. Své projekty pak mohou všechny organizace přihlá-

sit jednoduše elektronicky na zmíněné adrese po dobu čtyř týdnů až do 3. dubna. Následně pak porota složená ze zástupců odborného garanta Fóra dárců a vybraných zaměstnanců společnosti Tesco společně prověří nominované projekty z hlediska jejich transparentnosti, důvěryhodnosti a udržitelnosti. Poté vybere pro každý z 90 regionů tři projekty, které postoupí do finálního hlasování, kde o vítězích budou rozhodovat zákazníci prodejen Tesco.

Na obchodech budou umístěna hlasovací zařízení s popisem nominovaných projektů. V průběhu měsíce května dostanou zákazníci za každý nákup hlasovací žeton, kterým pak mohou podpořit vybraný projekt neziskové organizace v jejich okolí. „Na tomto projektu je skvělé to, že naši zákazníci rozhodují o tom, které projekty v jejich okolí máme podpořit. Společně s nimi pak můžeme změnit něčí příběh,“ řekl Martin Beháň, představitel Tesco pro Českou republiku a dodal: „Naš zákazník je vždy v centru všeho, co děláme, a podpora společenského života v místech, kde podnikáme, je jednou z našich priorit.“

Tento unikátní program byl v loňském roce úspěšně pilotován v České republice, kdy se do něj zapojilo více než 400 neziskových a příspěvkových organizací. Po tomto úspěchu se společnost Tesco rozhodla, že projekt rozšíří i do dal-

ších zemí střední Evropy, kde působí, tedy na Slovensko, do Polska a Maďarska.

Neziskové a příspěvkové organizace v České republice tak mají možnost se do tohoto unikátního programu zapojit a získat finanční podporu pro své projekty. Tesco podpoří projekty týkající se místních komunit a zákazníků. Projekty se mohou zaměřit na podporu revitalizace prostředí, vzdělávání, zdravého životního stylu, sociálně slabých a znevýhodněných skupin, dětí nebo nezaměstnaných. Tesco by rádo pomohlo změnit příběhy lidí ve svém okolí po celé České republice. Pokud jste členy některé z neziskových a příspěvkových organizací nebo víte o některé z nich ve vašem okolí, doporučte jim účast v našem programu. Veškeré informace naleznete přehledně na webu pomahame.itesco.cz, kde se lze snadno i přihlásit. (tz)

Mezi zaměstnanci jsou nejžádanější školení odborných dovedností

Do vzdělávání svých zaměstnanců české firmy investují miliardy korun ročně. Školení nebo příspěvky na různé typy doplňkového vzdělávání jsou také zajímavým bonusem, který nabízí svým zaměstnancům stále více firem. Anketa na stránkách Profesia.cz zjišťovala, jakým typům školení dávají jejich návštěvníci přednost. Překvapivě většina lidí preferuje odborná školení spojená s daným oborem, i když preference jazykových kurzů byla také výrazná.

„Stále platí, že do rozvoje zaměstnanců investují spíše velké firmy, střední a malé firmy častěji hledají „hotové“ zaměstnance se zkušenostmi. I když pozorujeme určitý posun – některé dynamické mladé malé firmy naopak na

vysoké kvalifikaci a nadstandardním vzděláváním zaměstnanců založily svůj úspěch, zejména v rychle se rozvíjejících technických oborech,“ řekla Zuzana Lincová, ředitelka Profesia.cz. Stále platí i to, že firmy raději investují do ško-

lení „tvrdých“ dovedností, především specializovaných kurzů zaměřených na konkrétní odborné znalosti, bez nichž zaměstnanci nemohou práci vykonávat. Školení měkkých dovedností, která byla považována spíše za nadstavbová a zbytečná, začínají ale v současné době stoupat na významu.

Firmy si uvědomují, že tyto interpersonální dovednosti více než jindy rozhodují o jejich úspěchu na trhu a schopnost komunikovat se zákazníky nebo motivovat kolektiv jsou v konkurenčním prostředí často nejpodstatnější.

A jak vypadá zájem o jednotlivé typy školení z pohledu návštěvníků pracovního portálu Profesia.cz? Největší zájem je i ze strany potenciálních zaměstnanců o školení tvrdých dovedností, tedy odborná školení související s profesí, která preferovalo 42 % respondentů. Očekávané velký zájem vyjádřili návštěvníci o jazykové kurzy – ty by chtělo absolvovat 21 % respondentů. Manažerské kurzy jsou zajímavé pro 15 % respondentů, 12 % respondentů uvedlo jako z jejich pohledu nejpřínosnější školení měkkých dovedností a 10 % IT školení. (tz)

Popularita firem s nízkým kapitálem roste

Více než 3200 firem v ČR má základní kapitál ve výši jedné koruny. To umožnil zákon o obchodních korporacích platný od 1. ledna 2014, na základě kterého mohou podnikatelé zakládat společnosti s ručením omezeným s minimálním základním kapitálem. Popularita firem s nízkým kapitálem roste a podnikatelé této možnosti hojně využívají.

Téměř 69 % společností s ručením omezeným, které byly registrovány v roce 2014, mají základní kapitál nižší než 200 000 Kč, v roce 2015 šlo už o 78 % nově založených firem. Informace vyplývají z databází a výpočtů poradenské společ-

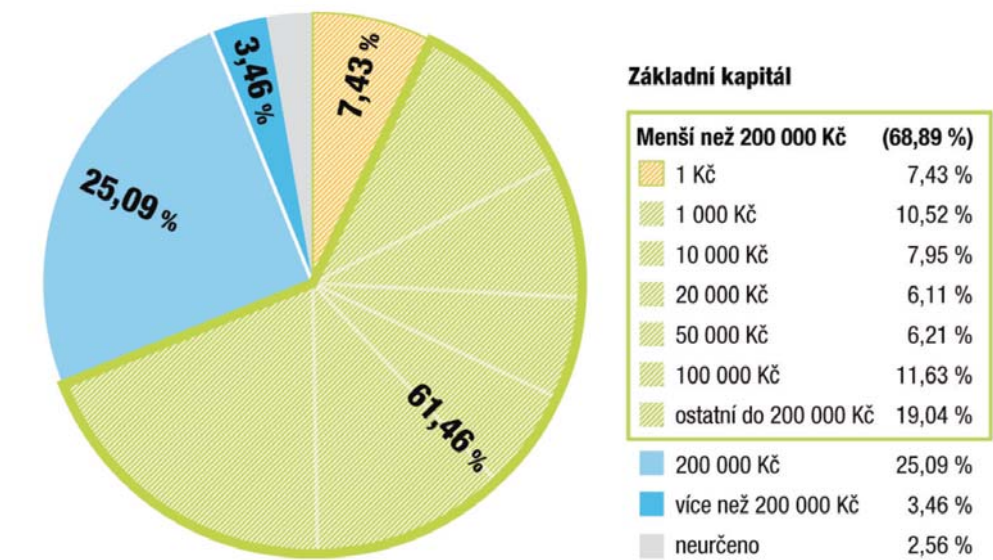
nosti Bisnode. Do konce roku 2013 byla minimální výše základního kapitálu u společností s ručením omezeným (s. r. o.) stanovena na 200 000 Kč. Od 1. 1. 2014 mohou s. r. o., podle zákona o obchodních korporacích, vznikat se

základním kapitálem nižším. „Této možnosti využívá čím dál více podnikatelů. Lze jednoznačně potvrdit, že popularita firem s nízkým kapitálem je na vzestupu. Meziročně se podíl počtu nově založených firem s kapitálem nižším než 200 000 Kč zvýšil o 9 procentních bodů,“ řekla analytička Bisnode Petra Štěpánová.

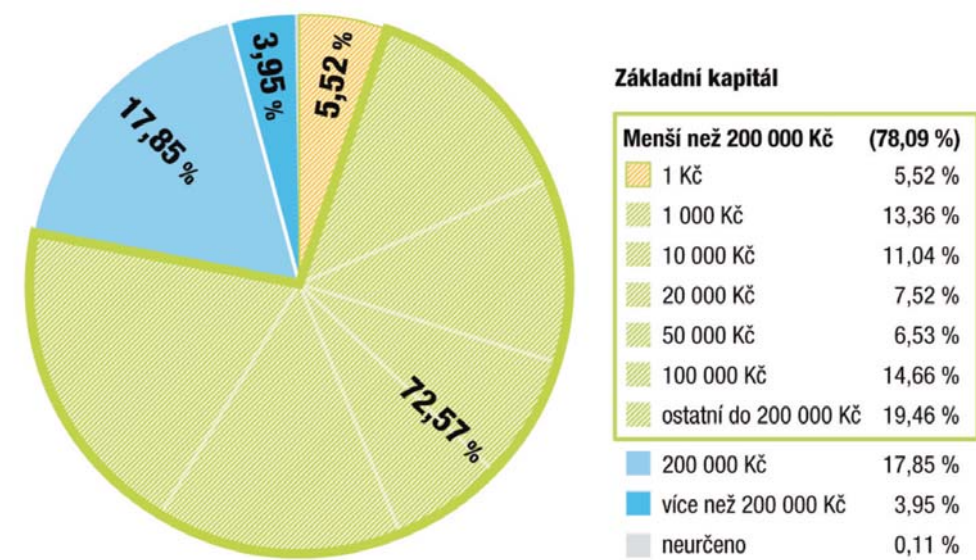
„Téměř 69 % společností s ručením omezeným, které byly registrovány v roce 2014, mají základní kapitál nižší než 200 000 Kč, v roce 2015 šlo už o 78 % nově založených firem,“ do-

plnila Petra Štěpánová. V rámci skupiny firem se základním kapitálem do 200 000 Kč podnikatelé nejčastěji volili firmu s jednou z šesti hodnot základního kapitálu: nejoblíbenější částky 100 000 Kč (14,7 %) a 1000 Kč (13,4 %), s odstupem následuje 10 000 Kč (11,0 %), 20 000 Kč (7,5 %), 50 000 Kč (6,3 %) a 1 Kč (5,5 %). Základní kapitál ve výši 200 000 Kč má necelých 18 % firem, které vznikly v loňském roce a jen 4 % společností s ručením omezeným má základní kapitál vyšší než 200 000 Kč. (tz)

ČESKÁ S. R. O. PODLE ZÁKLADNÍHO KAPITÁLU V ROCE 2014



ČESKÁ S. R. O. PODLE ZÁKLADNÍHO KAPITÁLU V ROCE 2015



Nový trend: firmy si již neudržují zákazníky za každou cenu

V posledních měsících se rychle mění chování drobných českých firem a živnostníků vůči dlužníkům. Podstatně víc než dříve se z nich snaží vymoci své pohledávky. Je to signál, že krizi již považují skutečně za skončenou.

Čím dál víc těchto firem usiluje vymození pohledávek. Jde o zajímavý trend posledních měsíců, který například portálu ePohledávky.cz obrátil skladbu zákazníků. „Od loňského podzimu jsme zaznamenávali nárůst počtu zákazníků z řad firem, v polovině února jsme jich poprvé za dva roky měli více než fyzických osob,“ konstatoval Tomáš Medřický, ředitel portálu ePohledávky.cz, který se věnuje online správě a řešení pohledávek. Vysvětlení nového trendu vidí v tom, že firmy se již nesnaží udržet záka-

zníka za každou cenu. „Dokud panovala krize, každý si dvakrát rozmyslel, než začal aktivně vymáhat pohledávky. Raději si držel každého zákazníka, který sice platil opožděně, ale přece jen od něj nějaké peníze dostal,“ vysvětlil Tomáš Medřický. Je to pochopitelné, protože v době krize se noví zákazníci hledají hůř, než když ekonomika roste. Současná aktivita firem tak slouží i jako důkaz, že podle podnikatelů krize již skutečně skončila.

Jaké firmy jsou z hlediska neplacení faktur nejrizikovější? „Existuje mnoho rad, jak poznat zákazníka, který může být nesolidní. Ale snad nikde jsem neviděl varování před virtuálními sídly. Tedy místy, kde sídlí firmy jen papírově a jediné, co tam skutečně mají, je poštovní schránka,“ varoval ředitel portálu ePohledávky.cz. „Například když vidíme adresu dlužníka v pražské Jaurisově

ulici 515/4, je prakticky jisté, že na udaném místě bude jen poštovní schránka. Firmě, jež má takovou adresu, by měl každý prodávat jen za hotové,“ doplnil Tomáš Medřický.

„Především malé firmy by mělo varovat, když se na ně obrátí neznámý nový zákazník ze vzdáleného města a rovnou s velkou objednávkou. Než s ním začnou obchodovat, je potřeba si o firmě něco zjistit. Pokud má sídlo ve virtuální kanceláři, je rozumné dát od takového zákazníka rovnou ruce pryč, nebo alespoň vyžadovat platbu předem,“ dodal advokát David Bascheri, který s portálem ePohledávky.cz spolupracuje. Z oborů je na problémy s úhradou faktur nejhorší stavebnictví a autodoprava.

Před přijetím objednávky od nového a neznámého zákazníka je také dobré se alespoň podívat na jeho webové stránky. Podle zkušeností

advokáta Bascheriho platí, že čím jsou stránky méně kvalitní, tím je větší pravděpodobnost, že firma může mít problémy s platební morálkou. Tím spíš, když na stránkách chybějí základní kontaktní údaje. V případě, že dokonce firma žádné stránky nemá, považuje to advokát za obdobný signál jako sídlo ve virtuální kanceláři.

Osvědčená rada je používat „zdravý selský rozum“ či přirozenou opatrnost. Doporučuje se také začínat s novým zákazníkem menšími zakázkami, stanovit přísnější platební podmínky, žádat důsledně zálohu. „Jestli máte z nového zákazníka špatný pocit, buďte opatrní a bez záloh nezačínajte pracovat. A jestli si to můžete dovolit, tak ho raději odmítněte rovnou, vyhnete se tak budoucím problémům. Vždy však dbajte na řádnou smluvní dokumentaci vztahu,“ řekl ředitel portálu ePohledávky.cz Tomáš Medřický. (tz)

Firmy těžko hledají zaměstnance, problém je v tom, že chtějí supermanky

Firmy podnikající v České republice se potýkají s nedostatkem kvalitních a kvalifikovaných zaměstnanců. S výběrem nových pracovníků se také stále častěji radí s odborníky na psychologii a personalistiku a připravují marketingové kampaně na podporu získání nových sil. Jedním z důvodů je rovněž demografická křivka. Počet aktivní populace se totiž na trhu práce zmenšuje.

„Problém není jen na trhu práce, ale i ve firmách samých. Mají představu, že najdou člověka supermana, který bude zvládat manažerské dovednosti, bude hovořit minimálně jedním cizím jazykem, bude odolný vůči zátěži, bude bravurně zvládat každou komunikační situaci, a navíc se bude perfektně orientovat v nových technologiích,“ popisuje Eva Fruhwirtová ze společnosti Brain2win, která se zabývá tréninkem mozku a lidského potenciálu. Pracovní trh se za posledních několik let změnil a firmy i uchazeči o práci na to musí také

reagovat. Místo hledání supermanů musí firmy s lidmi pracovat a nastavovat efektivní vzdělávací systém. „Přesto, že se říká, že 21. století je stoletím mozku, tak pokulháváme při využívání jeho potenciálu,“ poukázala Eva Fruhwirtová, která se v Brain2win věnuje zavádění kognitivních tréninků do firemní praxe i vzdělávání.

Firmy potřebují lidi, kteří jsou ochotni se učit novým věcem, pracovat na vlastním sebezrovoji a jsou schopny se přizpůsobovat novým změnám. „Ve škole se tohle nenaučí. Vše je v hlavě a záleží na dobré práci s mozkem. Základním kamenem je koncentrace, paměť a také schopnost relaxace. Mozek je jako sval, když ho trénujete, stáváte se odolnější a umíte lépe pracovat se svojí energií,“ vysvětlila Eva Fruhwirtová a doplnila, že trénink mozku je dlouhodobě podceňován.

Mezi nejčastěji poptávanými pozicemi jsou řemeslníci, obchodní zástupci, účetní, řidiči a manažeři. „Neznám profesi, kde by trénování mozku nepřispělo k lepší mentální kondici a také ke zvýšení efektivity práce,“ uzavřela Fruhwirtová. (tz)

Stavební firmy v Česku nasazují novou technologii v boji proti krádežím

Zbrusu novou, pokročilou technologii pro ochranu průmyslových areálů a stavenišť přináší na český trh mezinárodní bezpečnostní agentura Securitas. Jde o systém mobilního zabezpečení, který funguje na principu dočasné instalace inteligentních IP kamer, ty provádějí monitoring majetku v rizikových místech. Securitas je jediným poskytovatelem tohoto, původem skandinávského, modelu zabezpečení v České republice.

„Zahraniční technologické know-how jsme se rozhodli do Česka přinést z několika důvodů. Firmy sice chtějí efektivní zabezpečení, ale současně se snaží snižovat náklady na ochranu majetku. Mobilní kamerový systém je vyjde asi o 40 % levněji než fyzická ostraha, současně kompenzuje nedostatek kvalitních bezpečnostních pracovníků na trhu práce. V zahraničí se chytré technologie používají v segmentu bezpeč-

nostních služeb běžně, poptávka po klasické fyzické ostraze naopak ubývá. Dá se předpokládat, že obdobný trend se dříve nebo později objeví i v České republice,“ uvedl Jan Peroutka z bezpečnostní agentury Securitas.

Mobilní IP kamerový systém se zaměří na předem definované zóny, kde se nachází stavební materiál, drahá stavební technika a nářadí nebo zkrátka jakýkoli majetek, který je pro zloděje lákavý. V případě narušení prostoru systém automaticky zobrazí sledovanou oblast na monitoru u pracovníků dispečinku. Operátor situaci vyhodnotí a má možnost pomocí audio přenosu navázat komunikaci s naruшитelem.

„V případě potřeby na místo vysílá výjezdové vozidlo. Do příjezdu vozidla pracovník monitoruje pomocí kamer prostor tak, aby mohl předat instrukce příjíždějícímu vozidlu k adekvátnímu zásahu,“ upřesnil Jan Peroutka.

Zařízení je možné snadno a rychle demonstrovat a podle potřeb stavbařů snadno přesunout na jiné místo. (tz)

Do české praxe nejlepší metody a zkušenosti ze světa

V předchozích číslech Prosperity jsme se seznámili s tím, co všechno může firmě přinést správně nastavený koncept společenské odpovědnosti a jaké kroky je třeba učinit, aby tento koncept správně fungoval. V tomto, posledním díle seriálu, si představíme programy Rady kvality ČR, které pomáhají zavést koncept CSR rychle, efektivně a s minimálními náklady.

Jedním z hlavních úkolů Rady kvality je přinášet do české praxe nejlepší metody a zkušenosti využívané ve vyspělých zemích světa. Tímto způsobem se v naší zemi například etabloval – prostřednictvím programů Národních cen kvality – nejúspěšnější evropský systém řízení firm Model Excellence EFQM.

I téma Společenské odpovědnosti přináší programy Rady kvality už v dobách, kdy většina českých podniků vůbec netušila, že něco takového existuje. Za řadu let, kdy se rada tímto tématem zabývá, se podařilo programy pro společenskou odpovědnost vyladit tak, že si každá firma či organizace, bez ohledu na zaměření, velikost či stupeň pokročilosti v implementaci CSR, najde ten, který její úroveň posune výše.

Existují tři základní programy, které se Společenskou odpovědností zabývají. Každý je vhodný pro jinou organizaci, ale jedno mají společné: Prostřednictvím systému hodnocení nejen ověřují, na jaké úrovni je již koncept společenské odpovědnosti zaveden, ale současně jasně a přehledně ukazují, jaké mají být další kroky a jakým způsobem postupovat, aby firma či organizace mohla využívat všech benefitů CSR co nejdříve, nejlépe a s minimálními náklady.

Představme si nyní všechny tři programy:

1. Cena za společenskou odpovědnost – Podnikáme odpovědně

Pokud se společenskou odpovědností začínáte, nebo jste menší firma či organizace a nemůžete se tomuto tématu věnovat v plném rozsahu, pak je právě tento program určen pro vás. Cena Pod-



nikáme odpovědně je určena malým a středním podnikům, rodinným firmám a sociálním podnikům, pro které je odpovědné podnikání naprosto přirozené, nehledají v něm systém a neinformují o něm v rozsáhlých zprávách. Ani cena Podnikáme odpovědně si neklade za cíl zavést komplexní systém společenské odpovědnosti. Má jen tyto menší firmy podpořit, ukázat jim směr, kterým se v dalších aktivitách mohou dát, a hlavně ocenit jejich úsilí a představit jejich aktivity veřejnosti. Je založena na dotazníkovém šetření, přičemž každá otázka je současně námětem pro další postup v oblasti CSR. Vítězné firmy v každé kategorii získají ocenění v rámci listopadového Slavnostního večera ve Španělském sále na Pražském hradě.

2. Cena hejtmana kraje za společenskou odpovědnost

Působí vaše firma jen regionálně nebo jste organizace, která má síce v oblasti CSR velké plány, ale stojí teprve na začátku cesty? Věnujete se společenské odpovědnosti, ale vašemu snažení chybí jasný rámec a řád? Pak vám bude nejvíce vyhovovat zapojení do Ceny hejtmana kraje za společenskou odpovědnost. Cena hejtmana je určena

organizacím podnikatelského i veřejného sektoru, včetně škol a obcí. Cenu vyhlašuje Krajský úřad, a základem hodnocení je sebehodnotící dotazník. Vlastní hodnocení pak provádějí vyškolení hodnotitelé Sdružení pro oceňování kvality (SOK), kteří posoudí stávající aktivity a poskytnou účastníkům ceny zpětnou vazbu, která je vynikajícím vodítkem pro další rozvoj konceptu CSR. Úspěšní účastníci ceny získají ocenění z rukou hejtmana na slavnostních večerech pořádaných jednotlivými kraji.

3. Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj

Národní cena je bezpochyby nejprestižnějším programem hodnocení CSR v České republice. Je určena firmám a organizacím, které již mají zkušenosti s tématem společenské odpovědnosti, které chtějí v této oblasti dosáhnout dokonalosti, a navíc získat i prestižní, mezinárodně uznávané ocenění.

Od letošního roku je hodnocení ceny založeno na modelu Committed to Sustainability (C2S) vytvořeného Evropskou nadací pro management kvality (EFQM) ve spolupráci s platformou Organizace spojených národů UN Global Compact.

Zaměřuje se na čtyři hlavní oblasti – People, Planet, Profit a Products. Vychází z rozsáhlé sebehodnotící zprávy, kterou přímo ve firmě prověřují vyškolení hodnotitelé SOK. Jde o nejkomplexnější a nejpodrobnější hodnocení úrovně zavedení konceptu společenské odpovědnosti a závěrečná zpráva je pro management základem pro další rozvíjení CSR. Úspěšným účastníkům předávají prestižní Národní ceny na slavnostním večeru ve Španělském sále Pražského hradu nejvyšší představitelé České republiky. Součástí ocenění je i celosvětově uznávaný certifikát Committed to Sustainability udělovaný Evropskou nadací pro management kvality.

Programy Rady kvality jsou skutečně nejlepší cestou, jak se se vypořádat s výzvami, která téma společenské odpovědnosti přináší do činnosti firem i nekomerčních organizací. Náš seriál toto téma pouze nastínil, celá problematika je mnohem rozsáhlejší a zajímavější. Jak je správně uchopit a pochopit se dozvíte na stránkách www.sokcr.cz a www.npj.cz. Díky podpoře Ministerstva průmyslu a obchodu ČR zde najdete podporu, která je u komerčních poradců mnohonásobně dražší. (red)

Jak na novou normu ČSN EN ISO 9001:2016?



Nejvýznamnější událostí poslední doby v oblasti kvality je nepochybně vydání nové normy ISO 9001:2015. Česká společnost pro jakost připravila komentované vydání této normy, které usnadní čtenářům cestu ke správnému pochopení a naplnění příslušných požadavků nové normy.

V září loňského roku vyšla velká revize normy ISO 9001. Česká verze normy, tj. ČSN EN ISO 9001:2016, vstoupila v účinnost 1. března 2016. Mezi nejvýznamnější změny v normě patří především:

■ **Zcela nová struktura normy**, která má být společná všem „požadavkovým“ normám pro systémy managementu. Společná struktura umožňuje snadší integraci jednotlivých systémů managementu.

■ **Jsou kladeny vyšší požadavky** na vedení organizace, které musí především pochopit kontext organizace. Jde o to určit vnější a vnitřní vlivy, které mají dopad na kvalitu poskytovaných produktů a služeb. A na základě kontextu je třeba pracovat se souvisejícími riziky i příležitostmi. Tyto „úkony“ úspěšné organizace již nyní provádějí, více či méně, formálně.

■ **Pracuje se nejen se zákazníkem**, ale i s těmi zainteresovanými stranami, které mají vliv na systém managementu kvality.

■ **Je kladen velký důraz na práci s riziky** v rámci identifikovaných procesů. Formálně již není v normě uveden článek preventivní opatření, nicméně tato oblast se právě intenzivně řeší v rámci ošetření rizik.

■ **Norma vyžaduje méně dokumentů** (přesně řečeno dokumentovaných informací), příručka kvality již není povinný dokument. Předpokládá se především vedení dokumentace v elektronické podobě, je-li to vhodné.



Tým odborníků České společnosti pro jakost začal, pod vedením místopředsedkyně ČSJ Ing. Eleny Stibůrkové, v polovině roku 2015 pracovat na komentovaném vydání této velké revize normy ISO 9001.

Vydavatelství ČSJ tuto publikaci od konce února distribuuje zájemcům. Cílem komentovaného vydání je srozumitelně informovat o změnách a úpravách, které norma přináší. Publikace je vhodná jak pro nováčky, tak pro zkušené „kvalitáře“. Výhodou je, že komentované vydání obsahuje i celé znění normy ČSN EN ISO 9001:2016.

Norma byla rozdělena do jednotlivých kapitol, ke kterým jsou uvedeny komentáře v pevně dané struktuře:

■ **Vysvětlení požadavku** (stručné vysvětlení příslušného požadavku)

■ **Kde a jak to bylo dříve?** (komentář, kde byl požadavek uveden v předchozí normě)

■ **Jak na to?** (co udělat pro naplnění požadavku)

■ **Takto ne!** (čeho se má organizace vyvarovat, a co ve stávajících systémech managementu moc nefungovalo).

Komentáře se tedy vždy vážou k určité kapitole a je tedy na čtenáři, zdali knihu přečte „od A do Z“ nebo se bude věnovat pouze tématům, která ho aktuálně zajímají. Navíc je v publikaci uveden text o souvislostech mezi normou ISO 9001:2015 a Modelem excelence EFQM. Autoři, kromě poskytnutí mnoha užitečných námětů, přede-



vším radí: „Neměňte, co funguje, a změňte vše, co nefunguje.“

Začali jste pracovat na implementaci nových či změněných požadavků a nejste si jisti, zdali jste na něco důležitého nezapomněli? Máte možnost ověřit si, s pomocí jednoduchého checklistu, jak si vedete. A to nejen podle nové normy ISO 9001, ale i podle ISO 14001. Dotazník je možné stáhnout zdarma z internetových stránek www.csqj.cz, v sekci Infocentrum – Ke stažení.

Přestože nová norma ISO 9001 přináší mnoho novinek, není naplnění požadavků problematické a nezvládnutelné. Naopak, je dobré v nové normě vidět příležitosti pro zjednodušení a zlepšení stávajícího systému managementu kvality tak, aby byl skutečným přínosem pro zajištění kvality produktů a služeb a s tím související dlouhodobé konkurenceschopnosti. (čsj)

Jak státy prezentují občanům své účty

Účetnictví, které používají vlády mnoha zemí světa, a jehož účelem je dosažení větší transparentnosti hospodaření a efektivní řízení veřejných financí, stále neodpovídá standardům pro 21. století. Průzkum, který již podruhé provedla poradenská síť PwC ve více než 100 zemích světa, ukázal, že zhruba polovina (52 % oproti pouze 24 % v roce 2013) z nich již používá podvojně účetnictví.

Většina ostatních na tuto formu účetnictví hodlá přestoupit v následujících pěti letech. Zavedení aktuálního účetního přístupu, který je zcela běžný ve firmách, umožní efektivnější řízení státu a větší propojenost příjmů a výdajů pro lepší rozhodování. Proto v těchto dnech vychází první komplexní srovnání v současnosti používaných českých účetních předpisů pro veřejný sektor a mezinárodních standardů (IPSAS),

kteřé vydává PwC a které ukazuje, jak daleko se Česká republika posunula.

„Česká republika již od roku 2010 patří mezi země, které pro své účetní výkaznictví používají aktuální princip. Posledních pět let bylo věnováno standardizaci a harmonizaci účetních postupů pro veřejný sektor a také centralizaci účetních informací na úrovni jednotek státní správy. To jasně ukazuje, že česká vláda nebere řízení státu na lehkou váhu a uvědomuje si nepostradatelnost relevantních informací pro efektivní řízení státu. Chápe nezbytnost transparentnosti a porovnatelnosti účetního výkaznictví. Všichni tak s napětím očekáváme konsolidované výsledky České republiky, které budou poprvé sestaveny a zveřejněny za rok 2015,“ řekl Václav Prýmek, partner odpovědný za auditorské služby pro veřejný sektor, PwC ČR.

Je s podivem, že v 21. století stále polovina zemí spoléhá na prehistorickou formu vedení

účetnictví – hotovostní účetnictví nebo vůbec nesestavuje konsolidované výkazy za stát jako celek. Hotovostní účetnictví vychází pouze z hotovostních plateb a účty jsou evidovány tak, jak přichází nebo odchází jednotlivé platby. Nezachycuje informace o majetku a závazcích veřejného sektoru, a neposkytuje tedy dlouhodobější pohled na stav veřejných financí, a neumožňuje tak jejich dlouhodobé plánování.

„Pokud bychom použili analogii podniku na stát, lze si jen těžko představit, jak je možné správně řídit a rozvíjet stát bez souhrnných informací o jeho aktuální finanční situaci, celkových aktivech a dluzech,“ sdělil Petr Kříž, prezident Federace evropských účetních a partner v PwC ČR.

Paradoxem zůstává, že největší vlna přechodu k podvojnému účetnictví se očekává v rozvojových zemích (mimo OECD). Celkem 73 % států mimo OECD plánuje na tento účetní systém přejít v následujících pěti letech (oproti

63 % v roce 2013) a 77 % z nich plánuje použít mezinárodní účetní standardy pro veřejný sektor (IPSAS) nebo obdobné standardy. Tento trend vedou africké země (17), následovány asijskými (11), latinskoamerickými (9) a evropskými (7). Sama Evropská komise zveřejnila své očekávání, že všechny členské země EU do budoucna přejdou na aktuální princip výkaznictví v souladu s mezinárodními standardy pro veřejný sektor schválenými EU (EPSAS), které budou zřejmě odvozeny od IPSAS.

V podvojném účetnictví se transakce a jiné ekonomické změny evidují ve chvíli, kdy nastanou, a ne až v době, kdy došlo k přesunu hotovosti – např. zaplacení za službu. Podvojně účetnictví tak dává lepší celkový pohled na vládní aktiva a pasiva, stejně jako na finanční výkonnost. Vycházejí z přitom možné z Mezinárodních účetních standardů pro veřejný sektor IPSAS (International Public Sector Accounting Standards). (tz)

Export a nutnost efektivního zajištění pohledávek

Export českých firem dosáhl v roce 2015 i přes nejistou situaci na některých klíčových trzích rekordních čísel. Spolu s tím ale vzrostla i rizika spojená s možnou insolvencí odběratele a složitým vymáháním dlužných částek. Nesplacené pohledávky mnohdy znamenají problémy vedoucí až k druhotné platební neschopnosti exportérů. Jednou z klíčových možností stability podnikání se proto v současnosti stává účinné zajištění pohledávek.

Vývoz z Česka vzrostl v roce 2015 meziročně o více než 7,2 % a dosáhl celkové hodnoty téměř 4 biliony korun. Největší podíl má na tomto růstu export do Německa (9% nárůst), naopak vývoz do tradičně silného Ruska poklesl téměř o 31 %. I z tohoto důvodu bylo možné zaznamenat nárůst orientace českých exportérů na mimoevropské trhy – Čínu, Brazílii, Indii, Vietnam nebo Turecko. Tedy zajímavé, ale zároveň rizikové oblasti.

„V případě vstupu na zahraniční trh stojí exportér před úkolem správně vyhodnotit nejen důvěryhodnost potenciálního partnera, ale i to, jak funguje tamní podnikání a jaké je v cílové zemi právní prostředí. Například jaká je naděje, že se v případě problému podaří vymoci jeho po-

hledávky,“ komentoval rizika partner v advokátní kanceláři CHSH Kališ & Partners Pavel Široký.

I přes zmiňovaný pokles zůstává pro tuzemské exportéry největším cílem mimo EU Rusko. To se sice v současnosti potýká s celkovou nedůvěrou zahraničí v tamní ekonomickou situaci, na druhé straně ale přistupuje k úpravám legislativy, které by měly posílit tamní právní systém a jeho schopnost ochrany investic. Od roku 2013 dochází v Ruské federaci k významným legislativním změnám ve vztahu k zajišťování pohledávek, vedoucím mimo jiné ke zpřehlednění zástav (nemovitosti, movitého majetku či podílu obchodní společnosti) nebo směrem ke zvýšení efektivity prodeje majetku společnosti v insolvenčním řízení.

V Rusku došlo mezi lety 2013 a 2014 k nárůstu počtu insolvencí o více než 20 %. V loňském roce byl sice nárůst celkově nižší, přesto například v prvním čtvrtletí došlo oproti stejnému období roku 2014 k 22% navýšení počtu bankrotů tamních firem. Oproti tomu počet insolvencí společností v ČR od roku 2013 klesá, což ale neznamená, že u nás žádné riziko nehrozí. Snížení počtu insolvencí českých firem bylo mezi lety 2014 a 2015 mnohem méně výrazné (zhruba 16 %) ve srovnání s předchozím rokem (to počet insolvencí poklesl o více než 30 %).

„Při zajištění pohledávek v případech, kdy

se jeden ze subjektů nachází v ČR a druhý v zahraničí, by měla být smlouva v souladu s právními řády obou zemí. Ty ale mohou být výrazně odlišné. V případě problémů se obecně nedoporučuje podnikat jakékoli kroky bez právní pomoci. Pokud zůstaneme v Rusku, tak tamní soudy mnohem více zasahují do výkladu práva, které není v porovnání s tím českým zdaleka tak exaktní. Je proto složité odhadnout, jakými směry se případné soudní řízení může ubírat,“ doplnil Pavel Široký.

Firmy mají tendence podceňovat rizika, a to dokonce i ve chvíli, kdy spolupracují se subjekty v zemích, jejichž ekonomické a politické prostředí lze označit přinejlepším za nestabilní. Z průzkumů pojišťoven vyplývá, že tuzemské společnosti využívají služeb pojištění pohledávek ve srovnání se zeměmi západní Evropy velmi málo. Pro jeho sjednání se rozhoduje dokonce jen každá desátá firma, pro kterou by byl tento produkt vhodný.

„Základem pro pojištění pohledávek jsou špičková hodnocení teritoriálních rizik. V úvahu je přitom potřeba brát kromě ekonomických i politická rizika. To není v současné době pouze případ Ruska či Ukrajiny, ale v návaznosti na ekonomickou krizi třeba i Řecka, Kypru nebo Španělska a Itálie,“ sdělila Markéta Stržíňková, ředitelka pojišťovny Atradius pro

region střední a východní Evropy. Do problémů se mohou dostat jak malé a střední podniky, které spoléhají na několik málo klíčových odběratelů, tak velké společnosti a instituce. Například u České exportní banky se jen za poslední čtvrtletí roku 2015 zvýšila hodnota půjček, u kterých hrozí jejich nesplacení, o více než šest miliard korun. Velká část z těchto úvěrů se přitom týkala právě Ruska, dále pak Ukrajiny, Vietnamu nebo Slovenska.

„Dokážeme sehnat relevantní informace o platební schopnosti konkrétních společností, což může být pro exportéra v některých zemích velmi obtížné. Klíčoví odběratelé jsou tak vlastně neustále monitorováni, a pokud se dostanou do problémů s hrazením pohledávek jiným dodavatelům, náš klient je o tom informován,“ popísala výhody pojištění pohledávek Markéta Stržíňková.

Pojištění pohledávek dokáže firmu ochránit před ztrátami z neplacení ze strany odběratelů, zároveň jsou jeho poskytovatelé zpravidla schopni poskytnout i další servis péče o pohledávky. Vycházejí totiž z detailních znalostí specifiku daného trhu, a dokáží proto včas rozpoznat potenciální rizika. Na rozdíl od dalších forem zajištění pohledávek je navíc pojištění méně komplikované i díky tomu, že nevyžaduje součinnost odběratele. (tz)

PŘEDSTAVUJEME VÁM

Odborné školy a učiliště jako jistota pro naši ekonomiku



Také jste nespokojeni s tím, co vám při rekonstrukci firemních interiérů odvedli podlaháři a instalatéri? Nemůžete se kloudně domluvit s lakýrníkem? A do největšího provozu nejste schopni sehnat tři vysněné zámečníky? Patrně nejste sami. Se stejným problémem se potýká majitel společnosti, která za humny vyrábí hračky úplně stejně jako pekárna, která prosí bývalé zaměstnance v důchodu o dlouhodobější výpomoc. Šikovní, vzdělaní a obětaví řemeslníci chybí, kam se podíváte. O učňovském školství se bude muset mluvit hlasitěji, naléhavěji a s nelítostnými argumenty. Členové Sdružení učňovských zařízení si toho jsou dobře vědomi. Více předseďa sdružení Karel Dvořák:

Koho vaše profesní uskupení sdružuje? Jak lze charakterizovat segment, který je v centru zájmu konfederace, pro jaký typ firem fungujete?

Sdružení učňovských zařízení v současné době představuje přes 80 středních odborných škol a učilišť. Působíme od roku 1993. Jsme zájmové sdružení právnických osob. Myslíme, že máme velký prostor k působení vzhledem k tomu, jak se v nedávné minu-

losti trh výchovy mladé generace vyvinul. Nedostatek některých profesí sužuje firmy natolik, že význam učňovského školství opět nabírá na prioritách.



Co je cílem vašich aktivit?

Hlavní činností našeho sdružení je prosazování společných zájmů v oblasti školství, zvláště pak odborného a učňovského. O tom, že jde o množství práce, která není až tak vidět, není asi třeba nikoho pře-

svědčovat. S ohledem na potřeby firem a české ekonomiky však budeme mít dlouho co dělat.

Jaké jsou vaše hlavní priority pro rok 2016?

Je to poměrně stručné, zato jasné. Jako hlavní priority pro letošní rok jsme stanovili:

- přípravy na změny financování regionálního školství,
- změny maturitních zkoušek,
- ukončování studia – správní řízení.

Obtíže, které provázejí váš obor a trápí vaše členy, se dají asi lehce pojmenovat...

Největší obtíže v naší činnosti vidíme v častém střídání lidí na postu ministra. Nejsme určité sami, komu to vadí. Jednoznačně z toho plyne, že tato práce by měla být konceptně na dlouhou dobu, což častými obměnami osob na pozici ministrů není možné zajistit. Přináší to nejen plýtvání nápady a času, ale hlavně to zdržuje všechny, jichž se systémová práce týká. Také je alarmující nedostatek finančních prostředků



Karel Dvořák, předseda Sdružení učňovských zařízení

pro odborné a učňovské školství. Je potřeba se více dívat do budoucnosti a myslet na to, že se bez odborníků ekonomika prostě neobejde.

Na co jste naopak nejvíce hrdí?

Za největší úspěch považujeme skutečnost, že se nám podařilo v minulosti prosadit pro mistry odborné výchovy dobu dovolené stejnou jako u učitelů, tedy osm týdnů. (red)

Nekorektní údaje a vodní doprava

Vládou v únoru projednáváné nařízení o stanovení národního seznamu evropsky významných lokalit je klíčovým dokumentem pro budoucnost odvětví vodní dopravy v České republice. V důsledku dlouhodobě nerealizace projektů plavebních stupňů Děčín a Přelouč je možné provozovat vodní dopravu v České republice bez omezení v průměru jen asi polovinu ročního období, což se ještě výrazně zhoršilo v loňském extrémně suchém roce. Hospodaření podnikatelů ve vodní dopravě, našich členů, je následkem toho v akutním ohrožení a přibližuje se tím i možný zánik české plavby, a to přesto, že tato doprava je prokazatelně nejšetnější k životnímu prostředí, a je proto také podporována Evropskou unií.

Výstavba zmíněných plavebních stupňů je ohrožována návrhem nových evropsky významných lokalit Porta Bohemica a Louky u Přelouče. Vymezení jejich předmětů ochrany je přitom opřeno o závěry tzv. biogeografického semináře z března 2011, který vycházel z nekvalitních,

mylných a zčásti účelově zkreslených výsledků mapování biotopů z let 2000–2004. Přestože je známo, že zmíněné mapování biotopů bylo v řadě případů odborně chybné, včetně jeho interpretace, a existují nová mapování i analýzy dat, potřebné korektury nejsou v materiálu MŽP uplatňovány. Argumenty ekologických iniciativ, které MŽP nekriticky přejímá, že lze splavnost Labe v oblasti Plavebního stupně Děčín vyřešit bez jeho výstavby, byly specializovanou odbornou studií jednoznačně vyvráceny. Aktuální rozbor významu potenciálních předmětů ochrany v uvedených lokalitách vzhledem ke zbytku ČR má Hospodářská komora k dispozici.

Hospodářská komora je toho názoru, že na základě návrhu MŽP nelze kvalifikovaně rozhodnout o zařazení areálů označovaných jako Porta Bohemica a Louky u Přelouče do národního seznamu evropsky významných lokalit. Navrhuje proto vládě ČR příslušné přílohy navrhovaného seznamu neschválit, v porozumění s Evropskou komisí uložit provedení transparentní analýzy aktuálních biogeografických dat o výskytu předmětů ochrany v ČR a po ukonče-



ní analýzy uspořádat nový biogeografický seminář, na kterém bude za účasti zainteresovaných subjektů dohodnuto řešení v souladu s požadavky Směrnice Rady 92/43/EHS o ochraně přírodních stanovišť, volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin v platném znění. Řešení navrhované Hospodářskou komorou mini-

malizuje rizika infringementu (řízení pro porušení smlouvy) vůči ČR ze strany Evropské komise a případné žaloby na ČR ze strany nevládních organizací u Evropského soudního dvora.

Ing. Emanuel Šíp
předseda Dopravní sekce
Hospodářské komory ČR

Startuje 8. ročník soutěže ekologických oskarů, novinkou je kategorie Stavba

Již poosmé se v ČR uskuteční národní kolo světové soutěže Energy Globe Award, která paralelně probíhá ve 177 zemích světa. Její česká verze pod názvem E.ON Energy Globe Award ČR startuje registrací projektů. Až do 15. dubna se může přihlásit každý, jehož projekt přispívá k úsporám energií či ochraně životního prostředí. Autor vítězného projektu získá ekologický vůz Škoda a možnost zúčastnit se světového finále soutěže.

Novinkou letošního ročníku soutěže ekologických oskarů je rozšíření počtu základních kategorií o novou kategorii Stavba. „V minulých ročnících se nám do soutěže přihlásila řada unikátních a přínosných staveb. Jsme přesvědčeni, že je potřeba jim věnovat větší pozornost, proto jsme letos pro ekologické budovy připravili samostatnou kategorii,“ řekl Michael Fehn z energetické společ-

nosti E.ON, která soutěž v České republice pořádá. Celkový počet základních kategorií soutěže díky tomu narostl na šest. Zatímco kategorie Obec, Firma, Mládež, Kutil a Stavba jsou určeny již dokončeným projektům, do kategorie Nápad budou zařazeny všechny rozpracované projekty či myšlenky. V případě zajímavého nápadu pomůže společnost E.ON a další partneři s jeho realizací.

Možnost přihlašování projektů do soutěže E.ON Energy Globe Award ČR mají zájemci až do 15. dubna na webových stránkách www.ekologickyoskar.cz. „Přihlásit mohou autoři každý projekt bez ohledu na to, v jakém stádiu příprav je. Důležitá je pouze základní myšlenka chránit životní prostředí nebo spořit energie,“ vysvětlil Michael Fehn. Po uzavření přihlášek proběhne v polovině června tisková konference, na níž budou představeny vítězné projekty jednotlivých kategorií, které postoupí do finále a zúčastní se slavnostního vyhlášení vítězů.

Záštitu 8. ročníku soutěže převzala stejně jako v minulých letech Akademie věd ČR. „Naším cílem je pomoci při výběru nejlepších ekologických projektů. Na hodnocení se proto podílí řada odborných pracovníků Akademie věd, univerzit a dalších institucí,“ vysvětlil za Akademii věd ČR Bedřich Moldan z Univerzity Karlovy.

Hlavním partnerem E.ON Energy Globe Award ČR bude i v letošním roce, v rámci 8. ročníku soutěže, značka Škoda, která poskytne ceny pro nejlepší projekty základních kategorií i celkového vítěze. Obdobně jako loni, kdy se vítězem stalo sdružení Tereza s projektem ekologických vzdělávacích programů do škol, odjede i letos autor nejlepšího projektu s vozem Škoda Octavia Combi G-TEC s pohonem na stlačený zemní plyn (CNG). „Tentokrát půjde o vůz v provedení s automatickou převodovkou DSG, která je u modelu Octavia G-TEC novinkou v nabídce značky a na trhu se objeví ve druhé polovině letošního ro-

ku,“ doplnil Michal Pres, vedoucí marketingu Škoda Auto Česká republika. „Vítězům dílčích kategorií dále zapůjčíme k ročnímu bezplatnému užívání náš neekologičtější a nejhospodárnější model Citigo, rovněž s pohonem na stlačený zemní plyn,“ uzavřel Michal Pres.

Soutěž E.ON Energy Globe Award ČR je nejvýznamnější české ocenění v oblasti ekologie. Mezi odbornou i laickou veřejností je známá jako ekologický oskar. V rámci soutěže jsou oceňovány projekty a inovativní nápady v oblasti životního prostředí a úspor energií. Jde o mezinárodní soutěž, kterou v České republice již po několik let iniciuje a pořádá energetická společnost E.ON.

Za dobu své existence soutěž přilákala přes 1500 projektů. Řada z nich přitom ovlivnila životy stovek tisíc obyvatel České republiky: do iniciativy Uklidme Česko se již zapojily desítky tisíc lidí, ekologické programy Tereza zase každoročně pomáhají vzdělávat přes 90 000 dětí. (tz)

Hledá se nejlepší nápad, jeho autor získá 300 000 Kč a pomoc s realizací

Soutěž Ekologických oskarů vyhlásuje pátrání po nejlepším nápadu na ochranu přírody. Vůbec poprvé se do prestižní ekologické soutěže, která probíhá ve 177 zemích světa, může s náměty, jak lépe chránit životní prostředí v České republice, přihlásit také široká veřejnost. Nejlepší projekt získá finanční odměnu a E.ON mu pomůže s realizací. Již tradičně budou oceněny též již zrealizované projekty mládeže, kutilů, firem či obcí.

Nová kategorie Nápad je poprvé určena široké veřejnosti. Soutěžit o finanční odměnu a sošku ekologického oskara může skutečně každý – stačí mít nápad, jak lépe chránit přírodu nebo šetřit energii. „Ochrana přírody je velké téma i mezi obyčejnými lidmi, což dokazuje úspěch akcí jako Uklidme Česko. Rádi bychom v rámci naší soutěže motivovali každého, komu jde o ochranu životního

prostředí. Vítán je každý nápad,“ vysvětlila Vladimíra Gläserová z energetické společnosti E.ON, která soutěž Ekologických oskarů v ČR pořádá. Lidé mohou posílat například tipy, jak lépe pracovat s odpadem, jak efektivně šetřit vodu, elektřinu či další energii. Šanci mají též technologické nápady, případně webové či mobilní aplikace, které mají vzdělávací charakter nebo jinak motivují

k ochraně přírody. Na vítěze nové kategorie Nápad čeká finanční odměna 300 000 Kč, navíc mu E.ON společně s dalšími partnery soutěže pomohou jeho nápad zrealizovat. „Své nápady mohou lidé vkládat až do 15. srpna letošního roku na webové stránky www.ekologickyoskar.cz/prihlaska. Na stejné adrese je možné registrovat rovněž již zrealizované projekty, které pomohly spořit energii či chránit přírodu. Těmto projektům jsou vyhrazeny kategorie Kutil, Firma, Obec, Mládež a nově i Stavba,“ vysvětlila Vladimíra Gläserová. Termín pro přihlášení v těchto kategoriích končí již 15. dubna, nejlepší projekty získají roční zápůjčku vozu Škoda Citigo G-TEC na stlačený zemní plyn.

K výrazné změně dochází u způsobu hodnocení projektů v základních kategoriích. „Z přihlášených projektů vybere odborná komise pod záštitou Akademie věd vždy dva nejlepší pro každou kategorii. Ty představíme na tiskové konferenci v polovině června. O vítězi jednotlivých kategorií pak rozhodne veřejné hlasování, které poběží v létě,“ dodala Gläserová.

Na hlasující čekají také zajímavé odměny, např. roční zápůjčka vozu Škoda Octavia G-TEC s pohonem na stlačený zemní plyn. K tomu pak výherce obdrží též CNG kartu společnosti E.ON, díky níž bude celý rok tankovat zdarma. Více informací je možné najít na webu www.ekologickyoskar.cz. (tz)

Spotřeba pohonných hmot pod kontrolou

Spotřeba pohonných hmot rok od roku vzrůstá. Nákladová položka za cenu pohonných hmot tvoří nemalý podíl z celkových nákladů téměř každé firmy. Proto se řada společností snaží o důslednou kontrolu spotřeby ve svém vozovém parku.

Podle České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (ČAPPO) se v ČR v roce 2014 prodalo asi 4,4 mil. tun nafty (5,17 mld. l) a asi 1,6 mil. tun benzinu (2,09 mld l). Spotřeba v roce 2015 tyto

hodnoty ještě výrazně překročí, a to především v důsledku oživení domácí ekonomiky a nárůstu objemu práce v celé řadě odvětví, zejména pak v dopravě, stavebnictví či průmyslové výrobě.

Přesto, že ceny pohonných hmot v poslední době klesají, není jejich výše zanedbatelná. Stále více firem si proto uvědomuje nutnost důsledného sledování spotřeby pohonných hmot. „Zjištění spotřeby paliva spolu s kontrolou množství paliva v nádrži je cestou, jak ušetřit náklady na provoz vozového parku a odhalit krádeže pohonných hmot,“ uvedla Markéta Ko-

linková, obchodní ředitelka firmy HI Software. „Aplikací, které pomáhají sledovat stav paliva a udržet spotřebu pohonných hmot v přijatelných mezích, je na trhu bezpočet. Stačí si vybrat,“ dodala. O co jednodušší je sledování spotřeby paliva u silničních vozidel, o to složitější je evidence pohonných hmot u mobilních čerpacích stanic nebo barelů, ze kterých se doplňuje palivo do elektrocentrál či stavebních strojů např. v nedostupném zalesněném nebo horském terénu. Nemožnost doplnění PHM z běžné čerpací stanice není důvodem pro „plýtvání“.

Jak na to? Jednoduše. Do takovýchto strojů a zařízení (elektrocentrály, vrtací soupravy apod.) jsou namontovány palivové sondy měřící stav PHM v nádrži. Poté je třeba zajistit, aby to, co bylo

do nádrže stroje načerpáno z barelů, bylo v souladu s množstvím načerpáných pohonných hmot do barelů u běžné benzinové stanice. Princip kontroly pak spočívá v tom, že do barelů se natankuje známé množství paliva u pumpy – informaci o množství a ceně uživatel uloží do mobilní aplikace Webdispečink mobile. Poté se barel odveze na místo, kde stojí stroj. Pokud bude palivo čerpáno z barelu do stroje, zanechá se informace o přesném objemu čerpání do téže mobilní aplikace. Výsledkem pak je nejen statistika vyčerpaného PHM z barelu, ale také možnost porovnání se skutečným stavem paliva v nádrži stroje. Z minima zadáných informací dokáže firma získat vyčerpávající přehled o stavu a spotřebě paliva na svých externích pracovištích a lokalitách. (tz)

Snímky z letadla jsou nadmíru užitečné nacházejí široké uplatnění

Letecké snímkování zemského povrchu je univerzálním a velmi užitečným informačním nástrojem. Jeho nejznámější produkt – ortofotomapu – používá většina lidí naprosto běžně. V poslední době však získává stále větší hodnotu také pro architekty, developery či obecní úřady a magistráty. Neaktuálnější databázi leteckých snímků v Česku disponuje společnost TopGis. Přes osmdesát procent snímků pochází z roku 2015.

Společnost TopGis, která se zabývá geoinformatikou a leteckým snímkováním, v současné době vlastní nejnovější databázi leteckých snímků České republiky. Unikátní data mají v komprimované podobě velikost zhruba pět terabajtů a jeden pixel snímků v ní reprezentuje 12,5 cm zemského povrchu. Ortofotomapa vzniká z leteckých měřičských snímků, jejichž velikost je pro stejné území celkem 392 terabajtů. Na zakázku pak může TopGis připravit i mapy podrobnější. Vzhledem k tomu, že přes 80 % českého území bylo zmapováno v roce 2015, výsledná data mohou sloužit v celé řadě oborů, kde je třeba znát nejnovější stav povrchu měst, obcí i volné krajiny. „Letecké snímky obnovujeme vždy s dvouletou periodou, přičemž každý

rok fotografujeme polovinu území České republiky. V loňském roce se nám ale podařilo zaznamenat více než 80 procent povrchu Česka se všemi hustě obydlenými oblastmi. V současnosti tedy nabízíme nejaktuálnější ortofotomapy na dvou třetinách území ČR,“ posala Drahomíra Zedníčková, výkonná ředitelka společnosti TopGis.

„Díky dvouleté periodě snímkování najdou naše data využití také v oborech, kde je nutná jejich pravidelná aktualizace a také možnost využití časových řad pro různé analýzy v území. Typicky jde například o státní správu, projekční kanceláře či developerské firmy,“ popisuje široké možnosti využití leteckých snímků Drahomíra Zedníčková.



Letecké snímky se nepořizují pouze ve viditelném spektru, ale také pomocí infračerveného snímání. Na jeho základě je možné například posuzovat zdravotní stav vegetace. Na zakázku lze takto provést i snímkování budov za účelem zjištění tepelných ztrát. Letecké snímky rovněž umožňují získat odvozené informace o reliéfu terénu a dalších 3D informacích. Dalšími způsoby sběru dat jsou například šikmé letecké snímkování a mobilní mapování, s jejichž pomocí se dá zjišťovat stav dopravního značení nebo provádět pasportizace majetku. S velkou přesností může napomoci s měřením fasád či rozměrů budov.

„Naši ortofotomapu nabízíme formou dat, nebo pomocí technologie WMS. Klienti tak mohou využívat data na našem serveru a nad nimi stavět další služby. Záleží také na každém, zda využije naší hotové databáze, nebo si danou lokalitu nechá nasnímkovat s parametry podle svého přání,“ popisuje modely spolupráce Drahomíra Zedníčková. „Běžní uživatelé znají naše snímky ze služeb společnosti Seznam.cz. Spektrum oborů, v nichž jsou naše služby využívány, je ale velmi široké. Naše data používají také mobilní operátoři, správci komunikací, banky nebo tvůrci počítačových her,“ doplnila Zedníčková. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Lidé jsou podceňováni

Geoff Colvin

MANAGEMENT PRESS
mp Pokrok informačních technologií nepřináší jen pozitivní zprávy. Tisíce úkolů, za které jsou dnes placeni lidé, už počítače dovedou dělat lépe. Čeká lidstvo chmurná budoucnost, kdy práce bude jen pro pár vyvolených a ostatní přestanou být potřeba?

7 měkkých dovedností, které vás posunou kupředu

Emma-Sue Prince

Biz books Tradiční dovednosti potřebují v dnešní době něco navíc. Chcete-li opravdu vyniknout a udržet si náskok před konkurencí, budete se muset zaměřit na něco mnohem důležitějšího. V této průkopnické knize přicházejí na scénu nové dovednosti, které poženou vás a vaši kariéru raketově kupředu.

Konverzační inteligence

Judith E. Glaser

MANAGEMENT PRESS
mp Rozhovor není to, za co jej obvykle považujeme. Většina z nás chápe rozhovor jako pouhé sdílení informací. Ale rozhovor znamená mnohem víc. Ovlivňuje to, jak myslíme, jak jednáme, jak vnímáme realitu i jak se v realitě cítíme. A rozhovory jsou nakonec i tím, co nám umožňuje realitu měnit.

Druhá křivka

Charles F. Drucker

MANAGEMENT PRESS
mp Pokud se něco po staletí děje stejným způsobem, jediné, co může vyvolat změny, je hrozba katastrofy. Jak dosáhnout toho, abychom byli první na tahu a dokázali plánovitě prosazovat, jasně definované vize, místo toho, abychom v hodině dvanácté zachraňovali situaci před hrozícím debaklem.

Vydělávejte svými nápady

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gred Bernarda, Alan Smith

Biz books Autoři bestselleru Tvorba business modelů ve své nové knize vysvětlují, jak do svého podnikání zařadit tvorbu hodnotových nabídek a navrhnout přesvědčivé produkty a služby, kterým zákazníci neodolají. Kniha obsahuje praktická cvičení, nástroje a ilustrace a umožňuje přístup k online aplikaci Strategyzer.com, plně interaktivních cvičení a testů.

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

Daňové zákony 2016

Hana Marková

K 1. lednu 2016 je novelizována řada daňových zákonů. Nejrozsáhlejší změny obsahuje zákon o dani z nemovitých věcí, zákon o DPH nově zavádí povinnost kontrolního hlášení a v zákoně o spotřebních daních najdeme novou daň ze surového tabáku. Kompletní seznam novelizací opět nabídne tato publikace.

Jak na spolkový rejstřík

Jaroslav Benák, David Zahumenský

Jste jedním ze 60 000 existujících spolků, dříve občanských sdružení? Publikace vás provede procesem nutného zápisu do spolkového rejstříku, který musí do konce roku 2016 provést všechny organizace, které měly dříve právní formu občanského sdružení. Naleznete informace i k přeměně, kdy se spolek mění na ústav či sociální družstvo.

Marketingová komunikace

Miroslav Karlíček a kolektiv

Publikace srozumitelně a s důrazem na místní podmínky představuje nástroje marketingové komunikace a jejich aplikace. Kniha je jedinečná příklady z české praxe a komplexním pohledem na marketingovou komunikaci. V novém vydání najdete aktualizovanou problematiku online marketingu, mnoho novinek a nové příklady.

Projektový management

Jan Doležal a kolektiv

Publikace je ojedinělá tím, že shrnuje nástroje, metody a postupy moderního projektového managementu nejen v souladu s hlavními oborovými standardy (PMI, IPMA, Prince 2), ale také dle praktických zkušeností autorů s jejich aplikací v tuzemských i mezinárodních projektech. Jde tak o unikátní propojení rozsáhlých teoretických vstupů a dlouhodobé zkušenosti s řízením projektů nejrůznějších velikostí a oborů lidské činnosti (IT, strojírenství, logistika, energetika, veřejná správa, neziskové projekty atd.). Čtenář může použít knihu jako pomocníka při přípravě a realizaci projektu jakékoliv velikosti, při nastavování či optimalizaci systému řízení projektů v organizaci, při přípravě na certifikační zkoušku IPMA, PMI nebo Prince2 či pro studium projektového řízení na vysoké škole.

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

Ekonomie

Robert Holman

Tato dnes již velmi populární a úspěšná česká učebnice byla poprvé vydána v roce 1999. Kniha obsahuje základní kurz ekonomie, určený zejména pro bakalářský stupeň studia na vysokých školách. Šesté vydání přináší úpravu některých kapitol a dodatků a aktualizuje data a realie české ekonomiky. Učebnice představuje zásadní odklon od abstraktní metody výkladu, která redukuje ekonomii na soubor obecných pouček, definic, rovnic a křivek, a činí tak z ekonomie nudný a od reality odtržený předmět. Místo toho nabízí ilustrativní metodu výkladu, která představuje spojení a průběžné prolínání teorie s příklady, případovými studiemi a aplikacemi. Ukazuje tak čtenářům, že ekonomie není abstraktní věda, nýbrž že má bezprostřední vztah k podnikání a k politice, a umožňuje jim orientovat se ve složitém, ale zajímavém ekonomickém světě – ve světě lidí, nikoli ve světě vzorců a křivek.

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

M. Dubovský

partnerem DLA Piper

Mezinárodní advokátní kancelář DLA Piper jmenovala Miroslava Dubovského na pozici Country Managing Partnera pro Českou republiku. Přichází z Weinhold Legal, jedné z vedoucích českých advokátních kanceláří.

Viceprezidentem ČBA J. Kunert

Česká bankovní asociace má od února nového viceprezidenta. Stal se jím Jiří Kunert, předseda představenstva a generální ředitel UniCredit bank Czech Republic and Slovakia. Ve funkci nahradil Pavla Kysilku.

P. Koutský v čele SAFINY

SAFINA, a.s., přední evropský zpracovatel materiálů s obsahem drahých kovů, oznámila, že se jejím generálním ředitelem stal Petr Koutský. Strídá Viktora Fialu.

Ředitelkou Komory dražebníků T. Makarenko

Protože Komora dražebníků ČR si jako svůj prioritní úkol letos dala propagaci dražeb a aukcí, ustanovena do funkce výkonné ředitelky KDČR Mgr. Taťána Makarenko, miss či vicemiss mnoha domácích i mezinárodních soutěží.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Nadace ČS ocenila faráře

Kdo si jednou zamiloval divoký kraj Orlických hor, nemohl minout pohraniční vísku Neratov a její působivý kostel se skleněnou střechou. Zchátralému kostelu a vysídlené vesnici po roce 1989 vrátil život rokytnický farář Josef Suchár. Předsevzal si obnovit kostel, poutní tradici i celou ves. Svým nadšením strhával lidi, přesvědčil i několik mladých rodin, aby se do vsi natrvalo přistěhovaly. Ty si ke svým vlastním dětem do pěstounské péče postupně přibraly i opuštěné děti z dětských domovů. V roce 1992 vzniklo Sdružení Neratov, které se kromě obnovy kostela a života ve vsi zaměřuje i na pomoc pěstounským rodinám a lidem s postižením prostřednictvím chráněného bydlení a chráněných dílen. Josef Suchár ve středu 27. ledna za svou cestu a pomoc druhým převzal ocenění v druhém ročníku Ceny Floccus Nadace České spořitelny. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Co zaplatit gynekologovi

Některý gynekolog vybírá registrační poplatky a účtuje jednorázové platby za různé úkony a služby (mj. za použití jednorázových zrcadel při vyšetření), požaduje sponzorské dary. „Registrační poplatky lékař nemá právo vybírat, stejně jako by neměl vymáhat na pacientovi tzv. sponzorský dar. Když však pacient sponzorský dar uhradí, není v možnostech pojišťovny lékaře za to postihnout, protože situace se jeví jako souhlasný krok pacienta. Jestliže si pacientka chce připlatit za nadstandardní péči, pak je to věc dohody mezi ní a ošetřujícím lékařem; ten však nikdy nesmí odmítnout poskytnout péči hrazenou z veřejného zdravotního pojištění,“ uvedl Mgr. Oldřich Tichý, vedoucí tiskového oddělení a tiskový mluvčí Všeobecné zdravotní pojišťovny. V gynekologické péči je z veřejného zdravotního pojištění hrazena veškerá pravidelná péče, zejména preventivní prohlídky, péče o těhotné, i všechny operační výkony související s gynekologickými obtížemi. Pokud by lékař vybíral finanční částky za léčebnou péči, která je zdravotní pojišťovnou hrazená, porušoval by tím zákon i ustanovení smlouvy o poskytování zdravotní péče a její následné úhradě, kterou s pojišťovnou uzavřel. „V rámci gynekologických vyšetření je zakalkulováno v přímo spotřebovaném materiálu v jednotlivých vyšetřovacích výkonech (kódech) použití kovových sterilizovatelných zrcadel. Gynekolog by proto měl ženě nabídnout vyšetření s pomocí kovových zrcadel zdarma. Pokud však nabídne vyšetření jednorázovými plastovými zrcadly a žena souhlasí, pak si jejich použití hradí,“ uzavřel O. Tichý. (red)

Konkurenční tlak a nové firmy na českém trhu – loni jich vzniklo 26 953

V roce 2015 v České republice vzniklo 26 953 nových firem, nejvíce od předkrizového roku 2007, a současně zaniklo nejvíce společností za poslední čtyři roky. Zájem podnikatelů o zakládání nových firem souvisí s optimistickým vývojem tuzemské ekonomiky. Nové firmy na trhu zvyšují konkurenční tlak a nekonkurenceschopné subjekty z trhu postupně odcházejí. Celkový počet společností v ČR se blíží 431 000 a meziročně se zvýšil o 4,8 %. Téměř polovina firem zaregistrovaných v roce 2015 má sídlo v Praze. Informace vyplývají z databázi a výpočtů poradenské společnosti Bisnode.

V loňském roce bylo v České republice zaregistrováno 26 953 nových firem, což je nejvíce od předkrizového roku 2007. Současně také zanikl největší počet společností za poslední čtyři roky. „Vznik a zánik firem je odrazem stavu ekonomiky. Čím více se roztáčí její kola, tím více vzniká nových firem. Dalším průkazným jevem mezi rychle rostoucí ekonomikou a firmami je i zvýšená míra zániku firem. S rychle stoupajícím počtem firem se zvyšuje konkurenční tlak a nefunkční a zastaralé subjekty odcházejí z trhu. Není to jev okamžitý, ale postupný. Vzhledem k tomu, že se v posledních letech celkový počet firem v ČR kontinuálně zvyšuje, pak zánik starých firem je jen otázkou času,“ komentoval statistiky analytik Bisnode Michal Řičař.

K 31. prosinci 2015 Bisnode ve svých databázích evidoval 430 992 firem, z toho 25 582 (5,9 %) akciových společností a 405 410 (94,1 %) společ-

NOVĚ VZNIKLÉ FIRMY* V ROCE 2015 PODLE KRAJŮ				
	s. r. o.	a. s.	celkem	podíl na celku
Jihočeský kraj	808	17	825	3,06 %
Jihomoravský kraj	3080	90	3170	11,76 %
Karlovarský kraj	378	8	386	1,43 %
Královéhradecký kraj	681	5	686	2,55 %
Liberecký kraj	512	12	524	1,94 %
Moravskoslezský kraj	2233	40	2273	8,43 %
Olomoucký kraj	877	14	891	3,31 %
Pardubický kraj	627	10	637	2,36 %
Plzeňský kraj	793	9	802	2,98 %
Praha	11 546	559	12 105	44,91 %
Středočeský kraj	1728	26	1754	6,51 %
Ústecký kraj	845	5	850	3,15 %
Vysočina	493	8	501	1,86 %
Zlínský kraj	762	14	776	2,88 %
neurčeno	741	32	773	2,87 %
celkem	26 104	849	26 953	100,00 %

*statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod. zdroj: Bisnode

ností s ručením omezeným. „Podíl akciových společností na podnikatelské základně klesá od doby, kdy vstoupil v platnost zákaz anonymních akcií,“ dodal Michal Řičař z Bisnode. Celkový počet kapitálových společností registrovaných v ČR v období 2014 až 2015 vzrostl o 19 641, tedy o 4,8 %, zatímco meziroční nárůst mezi lety 2013 a 2014 dosáhl 19 799.

Téměř polovina firem, které byly zaregistrovány v loňském roce, vznikla v Praze (12 105, resp. 44,9 %). „Oficiální sídlo v Praze má dokonce 65 % akciových společností, které byly založe-

ny v roce 2015,“ dodal Michal Řičař. Z regionálního pohledu má silnou pozici také Jihomoravský (3170, resp. 11,8 %), Moravskoslezský (2273, resp. 8,4 %) a Středočeský kraj (1754, resp. 6,51 %). Nejméně firem v roce 2015 bylo založeno v Karlovarském kraji (386), na Vysočině (501) a Libereckém kraji (524). „Jde o trendy, které sledujeme dlouhodobě. Nejvíce firem vzniká v okolí největších metropolí, jako jsou Praha, Brno a Ostrava, kde existuje největší prostor pro nové podnikatelské příležitosti,“ uzavřel Michal Řičař z Bisnode. (tz)

POČET NOVĚ ZALOŽENÝCH FIREM* V OBDOBÍ 2007–2015									
	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
s. r. o.	26 104	24 266	22 227	21 592	21 174	22 460	21 756	22 638	21 063
a. s.	849	604	618	862	1159	1174	1095	1336	3967
celkem	26 953	24 870	22 845	22 454	22 333	23 634	22 851	23 974	25 030

CELKOVÝ POČET FIREM* V ČR V OBDOBÍ 2007–2015									
	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
s. r. o.	405 410	385 979	366 432	348 334	332 987	316 429	296 787	280 736	261 946
a. s.	25 582	25 372	25 120	24 937	24 714	24 042	23 221	22 888	21 932
celkem	430 992	411 351	391 552	373 271	357 701	340 471	320 008	303 624	283 878
meziroční změna	4,77 %	5,06 %	6,86 %	4,35 %	5,06 %	6,39 %	5,40 %	6,96 %	

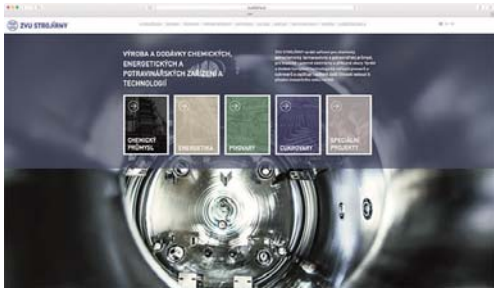
*statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod. zdroj: Bisnode

ZVU Strojírny dodají do Gruzie další pivovar

Společnost ZVU Strojírny, významný tradiční český dodavatel zařízení a technologií pro chemický, potravinářský a energetický průmysl a člen Safichem Group, přední průmyslové skupiny, oznámila, že uzavřela smlouvu na dodávku kompletní technologie pro nový pivovar v gruzínské oblasti Tsilkani nedaleko hlavního města Tbilisi. Jde již o třetí projekt podobného charakteru v této zemi na jihozápadě Asie. Hodnota nové zakázky přesahuje 10 milionů eur.

ZVU Strojírny dodají do Gruzie kompletní technologii pivovaru, a to včetně šrotovny, varny a cylindrokónických kvasných tanků (CKT), což jsou válcovité nádoby s kuželovým dnem, v nichž probíhá hlavní kvašení či dokvašování. Zákazník si zajišťuje pouze stavbu vlastního objektu a stáčecí linky. Kromě lokální značky piva se zde budou vařit i piva pod licencí Heineken, Amstel PP či Krušovice.

„Jde o naši třetí dodávku do Gruzie. Naše společnost zde má díky své tradici a kvalitním výrobkům dobrý zvuk,“ řekl Vladimír Čepelík, generální ředitel ZVU Strojírny. „Pro nás je tato spolupráce rovněž velkou výzvou a přínosem,



neboť pivovarnické technologie patří mezi naše strategické obory. ZVU Strojírny již dobře znají gruzínské podnikatelské prostředí, což nám velmi pomáhá uzpůsobit dodávku opravdu na míru ve všech směrech. Víme například, jakým způsobem v Gruzii funguje doprava či montážní práce, jak nejlépe zaškolit obsluhu a jak vyhovět přáním lokálních zákazníků,“ doplnil Vladimír Čepelík.

Pivovar bude mít minimální výstav 250 000 hl ročně, ale dle jeho technického nastavení se předpokládá budoucí navýšení výstavu až na 450 000 hl/rok. Jde o unikátní dodávku i z pohledu doby jednání, neboť mezi finální poptávkou a podpisem kontraktu neuběhl ani jeden rok. Běžné je tento proces mnohem delší. Samotné dodávky budou probíhat v letošním roce.

ZVU Strojírny v Gruzii v minulosti realizovaly projekty v Natakhtari a Zedazeni, s nimiž dodnes probíhá aktivní komunikace. (tz)

Společenská odpovědnost a reputace jdou ruku v ruce

Z výsledků studie CSR & Reputation Research mj. vyplynulo, že firmy, které jsou vnímány jako společensky odpovědné, mají v očích veřejnosti nejen lepší reputaci, ale zároveň jsou považovány i za atraktivnější zaměstnavatele. Tuto studii realizovala výzkumná agentura Ipsos na konci roku 2015.

Česká populace očekává v oblasti CSR zejména zodpovědné chování firem k vlastním zaměstnancům a aktivit, které napomáhají ochraně životního prostředí. Mezi další očekávání populace od velkých firem pak již tradičně patří pravidelná komunikace k zákazníkům, zde je ale vidět, že se firmy v posledních letech polepšily a česká veřejnost to zaznamenala. Samotný přístup Čechů k tématům a aktivitám týkající se společenské odpovědnosti se od loňského roku příliš nezměnil. Nejvíce se lidé angažují v ochraně životního prostředí, 79 % populace třídí odpad a 51 % v posledním roce aktivně recyklovalo. Důležitou skupinu jsou tzv. opinion leaders, kterých je cca 17 % populace. Ti se častěji dle společenské odpovědnosti firem rozhodují ve svém reálném nákupním chování a nabádají k tomu i ostatní. Zá-

roveň více přispívají na charitu. Témata CSR jsou důležitější pro ženy a také pro příslušníky generace Y. Studie také potvrdila, že hodnocení společenské odpovědnosti firmy výrazně souvisí s její reputací a atraktivitou jako zaměstnavatele.

„Pokud se firma chová zodpovědně ke svým zaměstnancům, klientům, životnímu prostředí i prostředí, ve kterém podniká, a není spojována s žádnými aférami, je přirozené, že je vnímána jako dobrý a důvěryhodný partner, tedy že má dobrou reputaci. A v takové firmě lidé chtějí pracovat, nejen proto, že tam dostanou každý měsíc svou výplatu, ale i proto, že jim to dává smysl,“ poznamenala Lenka Šilerová, ředitelka divize Ipsos Employee Relationship Management a doplnila: „Zároveň vidíme jasný trend, že pro generaci Y, tedy mladé lidi, je společenská odpovědnost důležitější než pro ostatní, a to jak při volbě zaměstnavatele, tak při nákupu výrobků a služeb.“ Podle expertů na CSR mezi aktuální trendy patří dobrovolnictví, přístup k zaměstnancům a důraz na projekty v oblasti vzdělávání.

„Skuteční leaderi se již tolik nezaměřují pouze na čistě charitativní účely, ale snaží se prostředky a kapacity vložit do konkrétních projektů s dlouhodobým dopadem na společ-

nost, například v oblasti vzdělávání,“ komentoval výsledky výzkumu Tomáš Macků, Research & Communication Director Ipsos.

Cílem projektu CSR & Reputation Research, který je realizován od roku 2010, bylo analyzovat jednotlivé oblasti CSR, vnímání CSR aktivit a jejich vliv na reputaci firem, a to jak podle názorů populace, tak expertní veřejnosti. Do projektu se v roce 2015 zapojily společnosti – Česká pojišťovna, Česká spořitelna, ČSOB, Generali a Vodafone.

Jednotliví účastníci projektu k výsledkům dodávají:

Ivana Buriánková
tisková mluvčí České pojišťovny:
„Gentleman silnic patří mezi stěžejní CSR projekty České pojišťovny a díky průzkumu se potvrdilo, že společnost o tomto projektu ví a vnímá jej pozitivně.“

Kristýna Havligerová
tisková mluvčí České spořitelny:
„Těší nás, že veřejnost i odborníci oceňují naše CSR aktivity. Velkou radost nám dělá hlavně

znalost našich projektů v oblasti bourání bariér pro klienty, rovných příležitostí a oceňování odvážných činů neziskových organizací i jednotlivců Ceny Floccus. Odpovědné podnikání a zodpovědnost ke společnosti jsou součástí našeho DNA, a že to pozitivně vnímá i veřejnost, je pro nás skvělou zprávou.“

Alena Králíková
manažerka společenské odpovědnosti ČSOB:
„Průzkum i v letošním roce ukázal, že filantropické aktivity ČSOB zaměřené na komunity v regionech a na vzdělávání mají z pohledu veřejnosti největší dopad. Filantropie jde ruku v ruce se CSR strategií, kterou se snažíme rozvíjet v souladu se skupinou KBC. Ta stojí na přesvědčení, že udržitelnost a odpovědnost jsou nedílnou součástí podnikání.“

Adriana Dergam
ředitelka korporátní komunikace a CSR:
„V CSR nesmí chybět odvaha a promyšlená strategie. Těší nás, že i po letech fungování je program Rok jinak Nadace Vodafone podle expertů tou nejzajímavější CSR iniciativou v České republice.“ (tz)