

Myslím si, že soutěže kvality jsou pro firmy přínosné

Společnost Ahold se dlouhodobě zabývá zdokonalováním svých služeb a činnosti napříč firmou, za což byla již třikrát odměněna Národní cenou kvality ČR a řadou dalších ocenění. Své zkušenosti a poznatky nyní hodlá zúročit při klání o další stupeň – Evropskou cenu kvality, již udílí Evropská nadace pro řízení jakosti (EFQM). Proč Ahold, který v Česku provozuje maloobchodní síť více než 300 supermarketů a hypermarketů Albert, o Evropskou cenu kvality usiluje a co společnosti její získání může přinést? Na to jsme se zeptali Pavla Mikošky, ředitele kvality obchodního řetězce Albert.

Přesto, že o kvalitě hojně informujeme, ne všichni čtenáři znají projekty či aktivity, do kterých se mohou jejich firmy zapojit. Můžete stručně popsat, co EFQM Excellence Award znamená? Kdo ji udílí a za co?

Cenu EFQM Excellence Award udílí nezisková organizace EFQM (European Foundation for Quality Management), která se zabývá především zvyšováním konkurenceschopnosti evropské ekonomiky, a to hlavně z hlediska udržitelného rozvoje a společenské odpovědnosti firem. Cena je každoročně předávána již od roku 1992 a oceňuje špičkové evropské společnosti na základě tří klíčových faktorů – učení se, kreativita a inovativnost.

Přiblížíte nám příklady úspěšných držitelů tohoto prestižního ocenění z minulosti?

Mezi její držitele dosud patří například společnosti BMW, Coca-Cola nebo Siemens. Ahold Czech Republic je první tuzemskou firmou, která se o Evropskou cenu kvality uchází. Je ale třeba doplnit, že přihlásit se mohou pouze firmy, které disponují pětihvězdičkovým oceněním organizace EFQM, a společnost Ahold je jednou ze dvou společností v ČR, která tento certifikát má.



Pavel Mikoška, ředitel kvality obchodního řetězce Albert

Proč jste se rozhodli přijmout takovou výzvu, jakou je EFQM Excellence Award?

Myslím si, že soutěže kvality jsou pro firmy přínosné, protože tak dají svému okolí vědět, jak na tom jsou a jaké jsou jejich priority. A zároveň od hodnotící komise dostanou cennou zpětnou vazbu, jak se zlepšovat. Proto jsme tuto výzvu přijali. V soutěži jsme nováčkem, proto už samotnou přihlášku do evropského klání považujeme za velkou výzvu a budeme považovat za obrovský úspěch, pokud bychom postoupili do užšího finále. Dosažení jakéhokoliv dalšího ocenění pro nás bude příjemným bonusem.

A ještě odvážněji – co by pro vás případné získání této ceny znamenalo?

Jak jsem už zmínil, jen účast v této soutěži pro nás představuje mnoho. Bedlivě ji totiž sledují jak ostatní firmy, tak Sdružení pro oceňování kvality a Česká společnost pro jakost, které

v Česku řídí soutěž o Národní cenu kvality. A dokonce nás už dopředu zvou na různé konference a přednášky, abychom se o naše zkušenosti podělili. Získání ceny by pro nás bylo především obrovským oceněním našeho dlouhodobého úsilí a práce, které ale samozřejmě zavazuje k neustálému zlepšování.

Můžete přiblížit, jak probíhá hodnocení v soutěži o Evropskou cenu kvality a kdy budete znát výsledky?

Hodnocení probíhá za účasti týmu nezávislých manažerů, kteří během více než 500 hodin prostudují dokumenty a další materiály. V květnu jsme v Česku přivítali hodnotící komisi, která provedla audit, navštívila několik desítek našich prodejen a během své návštěvy vyslechla zaměstnance na všech úrovních společnosti, od kolegů v obchodech až po manažery na centrále.

pokračování na straně 7

Podnikatelé se obávají EET

Více než třetina podnikatelů se šest měsíců před spuštěním elektronizace tržeb obává nejhoršího – že EET ohrozí plynulý průběh letošního adventního období. Stát totiž certifikáty nezbytné pro technická zařízení k evidenci tržeb zatím nevydal. Čerstvá anketa Hospodářské komory ČR ukázala, že mezi podnikateli vládne pocit nejistoty, bezmoci a převládají pochybnosti o připravenosti EET.

„Podnikatelé si totiž stěžují na úroveň stávající právní úpravy a na to, že stát dosud nevybral všechny dodatele potřebné k realizaci EET. Téměř polovina podnikatelů se přitom také domnívá, že by stát – když už uvaluje na podnikatele administrativní břemeno a požaduje, aby si pořídili nějaké technické zařízení – měl podnikatelům alespoň garantovat, které na trhu nabízené zařízení pro EET je vůbec vhodné a které nikoliv,“ sdělil prezident HK ČR Vladimír Dlouhý.

Anketa ukázala, že panují obavy podnikatelů jak z možné složitosti informačních systémů nebo nákladů na upgrade jejich dosavadního vybavení, tak z nákupu nového software či nákladů na rychlejší a spolehlivější konektivitu k internetu. Samostatnou kapitolu pak tvoří obavy z možného šikanózního postupu státních orgánů, které by si mohly s podnikateli vyřizovat účty.

Na druhou stranu respondenti v EET spatřují i to, že by mohla vést k odstranění mnoha případů neplnění daňových povinností, mohla nastavit spravedlivější prostředí pro podnikání a vůbec narovnat konkurenční prostředí.

Podnikatele trápí zejména celková připravenost projektu a nedostatek informací. Hospodářská komora ČR proto vyslala jasný signál, že jim pomůže. „Poté co jsme v legislativním procesu zmírnili negativní dopady na podnikatele, například že jsme přispěli k zavedení slevy na dani 5000 Kč na nákup technického zařízení, v brzké době spustíme nový web – EET ANO ALE, který by podnikatelům pomohl zorientovat se ve způsobu plnění nové administrativní povinnosti,“ uvedl prezident HK ČR. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU



Stát by měl ocenit, že dáváme přednost vytváření rovných podmínek pro podnikání

3



Trh ojetin cílí i na firmy a živnostníky

5

Nejen pozdní odchody do důchodu trápí profesionální řidiče...

8

Konference Americké společnosti pro kvalitu: obrovská účast, včetně ČSJ

12

Padělků průmyslového zboží přibývá, důvodem jsou nízké ceny a rozvoj online prodeje

13

Kanceláře a růst zaměstnanosti

Podle nejnovější výzkumné zprávy Colliers International s názvem EMEA kanceláře: Je flexibilita budoucností? by rok 2016 mohl být prvním, kdy v Evropě počet zaměstnanců pracujících v kancelářích předčí dosavadní maximum z roku 2008.

Ze zprávy vyplývá, že úroveň zaměstnanosti v kancelářích v zemích Evropské unie vzrostla o pět milionů pracovních míst, což za posledních deset let představuje nárůst o 4,3 %. Jde o překonání dosavadního rekordu zaměstnanost v EU

„Nárůst o pouhý 4,3 % se může zdát marginální. Avšak pokud vezmeme v úvahu trendy ovlivňující vývoj v EU, jako jsou outsourcing a offshoring, globální finanční krize trvající od roku 2008 do roku 2012 a s ní související úsporná opatření ve veřejném i soukromém sektoru, tak je výhled pro kancelářskou zaměstnanost v EU vskutku pozitivní,“ řekl vedoucí EMEA Corporate Solutions Colliers International Guy Douetil.

Expanze globálního outsourcingu a offshoringu do zemí střední a východní Evropy se za posledních deset let velmi zrychlila. Jenom v ro-

ce 2015 vzniklo díky tomuto vývoji v regionu přibližně 400 000 pracovních míst. Tento trend pramení ze schopnosti firem, jež outsourcing využívají, plnit své cíle a těžit z přidané hodnoty, která spočívá ve vysoce kvalitní pracovní síle disponující silnými jazykovými a technickými dovednostmi.

Výzkumná zpráva zároveň ukazuje, že outsourcing služeb může mít pozitivní vliv na určité oblasti EU. Regiony jihovýchodní, střední a východní Evropy a Pobaltí vykázaly růst 7–15 %.

„Rozvíjející se trend outsourcingu je patrný i v České republice, kde má přímý vliv na narůstající počet lidí, kteří pracují v kancelářích. S tímto vývojem se úměrně zvyšuje i počet nových kancelářských budov,“ sdělil ředitel Colliers International Omar Sattar, MRICS. „Hlavní otázkou nyní

je, zda poměrně nízká míra nezaměstnanosti v České republice, pohybující se kolem 4,2 %, ovlivní zájem firem, jež hledají možnosti, jak zde rozšířit své podnikatelské aktivity,“ doplnil.

„Růst je popoháněn především uměním liberálních ekonomik reagovat na změny, řídit se daným vývojem a také schopností přilákat investice ze soukromého sektoru. Pružný přístup k zaměstnancům firem, stejně jako k samostatně výdělečným osobám přispěl k nárůstu zaměstnanosti v době po ekonomické krizi,“ řekl ředitel výzkumného oddělení pro region EMEA Damian Harrington.

„Klíčové země střední a východní Evropy, stejně jako další evropské země, dosahují vysoké míry zaměstnanosti. Přetahování zaměstnanců bude čím dál častějším cílem společností. Správná firemní struktura a pracovní prostředí budou hrát stále důležitější roli v dosahování lepších výsledků. Bude mít vliv na nalákání nových či udržení stávajících zaměstnanců a také na zvýšení jejich produktivity. Zároveň budou i nadále zaváděny nové technologie,“ doplnil Damian Harrington. Zpráva Colliers International došla k závěru, že flexibilita, spolupráce a schopnost adaptovat se na nové pracovní návyky a kulturu na pracovišti jsou klíčem k potenciálnímu růstu zemí EU. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, **DIČ:** CZ25763164

e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 14. června 2016

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, **e-mail:** brixix@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.cbbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmáček

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

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

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, Praha 10

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

Časopis je v roce 2016 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

ANOPRESS IT

www.anopress.cz

■ se společností Anopress IT, a s.

■ s konsorciem Gascontrol Group
www.gascontrol.cz

**Pojďte na trh s námi
a inzerujte!**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

Madam
BUSINESS

PROSPERITA

www.madambusiness.cz

fresh
TIME

PROSPERITA

www.freshtime.cz

Pochlubte se tím, co umíte a co nabízíte!

Vaše přání plníme na počkání!

Kontakty na náš tým najdete v tiráži.

Spolupracujeme s vámi již 17. rokem.



kresba: Miloš Krmáček

S TUŽKOU ZA UCHEM

Jára Cimrman rád tvarůžky

Kdo navštíví v Lošticích Muzeum olomouckých tvarůžků, dozví se zajímavé věci o historii a současnosti této krajové kulinářské speciality. Součástí expozice je i desetiminutová projekce snímku, při níž se určitě nikdo nudit nebude. V hraném „dokumentu“ studentů Univerzity T. Bati totiž vystupuje nejen rodina zakladatele firmy Aloise Wesselse, ale i další protagonisté, kteří se měli o oblibu hanáckých syrečků zasloužit. Například oddíl vojáků, jenž byl vyslán Franzem Josephem I. do Loštic pro bedny „tvarglů“, aby nechyběly na císařské tabuli ve Vídni. Zfilmovaný příběh vypráví také o přínosu vynálezce Thomase Edisona na zdokonalení technologie a slavného psychiatra Sigmunda Freuda, díky jehož zásluhou se začaly mlounům dodávat nejen tradiční kulaté tvarůžky s dírkou uprostřed, ale i syrové tyčinky. Co se zatím tají, ale brzy vyjde najevo, je nepopíratelná skutečnost, že tvarůžky s nezaměnitelnou vůní provázely bouřlivým životem i českého génia Jára Cimrmana. Ale o tom snad, až se začne natáčet pokračování loštické legendy.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Jen šlápnout a jet

Na tiskové konferenci si obvykle procvičíte sedací svaly. Občas i paži, pokud se hlásíte o slovo, a rovněž lícní svaly, máte-li co říci. Avšak projet se při ní i na kole nebývá zvykem. Společnost HOMEPORT však pro novináře připravila několik bicyklů, přistavených u cyklostezky podél Vltavy. Setkání se zástupci médií v Praze dne 24. května totiž vyvrcholilo praktickou ukázkou jízdy na kole. A ne obyčejným. Český výrobce totiž nabízí báječný dopravní prostředek, na němž se nemusí moc šlapat. Zejména do kopce pomáhá člověku elektromotorek. Funguje to skvěle. Nejste třeba ve stresu, že to nezvládnete, pokud nejste zrovna v kondici. Své hraje i další faktor, a tím je jistota, tahle kola prostě fungují a šlapou „jako hodinky“. V našem hlavním měsíci vzniká systém, který umožní elektrokolo vypůjčit, svěřt se a ponechat na dalším stanovišti. Věříme, že novinka bude úspěšná, velký zájem médií by tomu nasvědčoval.

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 GERnétic
12. Ženy sobě
13. Projekt Ocenění českých podnikatelek
14. Seminář Myšlení první ligy

Žebříček IMD: Česko posílilo svou konkurenceschopnost

Česká republika opět poskočila v mezinárodním žebříčku konkurenceschopnosti švýcarského institutu IMD World Competitiveness Center a obsadila 27. místo z 61. Oproti loňsku si polepšila o dvě příčky.

Česko získalo opět nejlepší hodnocení ze zemí Visegrádské čtyřky, druhé Polsko skončilo v žebříčku na 33. místě. Česko je jedničkou také mezi novými členskými zeměmi EU, na druhou Litvu má náskok tří příček. „Rychlý hospodářský růst a politická stabilita jsou klíčovými faktory úspě-

chu České republiky. Úroveň české ekonomiky a podnikatelského prostředí se výrazně zlepšila. Ukázaly to i výsledky našeho konjunkturálního průzkumu, ve kterém se Česko po čtyřech letech stalo opět nejatraktivnější zemí pro zahraniční investory působící ve střední a východní Evro-

pě,“ prohlásil Bernard Bauer, výkonný člen představenstva Česko-německé obchodní a průmyslové komory (ČNOPK). Institut IMD World Competitiveness Center hodnotí ve svém žebříčku, jak úspěšně nakládají země se svými zdroji a kompetencemi, aby dlouhodobě umožnily tvorbu přidané hodnoty. Celkové hodnocení se zakládá na analýze více než 340 kritérií a exkluzivním průzkumu IMD, kterého se účastnilo přes 5400 manažerů z hodnocených zemí. (tz)

Termínované vklady Artesa se sazbou až 3,4 %

V době, kdy se úrokové sazby u většiny spořicíh produktů pohybují kolem hranice jednoho procenta, přichází spořitelní družstvo Artesa se zajímavou nabídkou. Tou jsou termínované vklady nabízející pevnou úrokovou sazbou až 3,4 % p.a.

„Už při minimálním vkladu, který představuje 20 000 korun, získáte možnost nadprůměrného úročení, než jaké u depozitních produktů nabízejí banky, a sazbou 3,4 % p.a., na kterou je možné dosáhnout při vkladovém období 60 měsíců,“ řekl Ing. Pavel Ráliš, obchodní ředitel spořitelního družstva Artesa.

Výhodou termínovaných vkladů Artesa je pevná úroková sazba. Výši výnosu tak klienti znají od samého začátku. Úroky z vkladu se pak připisují na běžný účet klienta buď po skončení vkladu (platí u TV Artesa Standard) nebo ročně (platí u TV Artesa Bonus), anebo okamžitě po založení vkladu (platí u TV Artesa Premium). V případě potřeby je možné z účtu vybírat prostředky v předem daných obdobích.

Protože jde o produkty spořitelního družstva, je možnost využití nadstandardních úrokových sazeb členství ve spořitelním družstvu podmíněna úhradou základního členského vkladu ve výši 1000 korun a dalšího členského vkladu ve výši 10 % z objemu prostředků ulože-

ných na vkladovém produktu mínus výše základního členského příspěvku. „Na první pohled se to může jevit jako nevýhoda, ale opak je pravdou,“ vysvětlil Ing. Pavel Ráliš. „Členský vklad totiž představuje unikátní investiční příležitost a lze jej přirovnat k investici do podílových fondů nebo akcií. Investice do členského vkladu totiž znamená větší podíl na zisku spořitelního družstva a vyšší majetkovou účast v družstvu. Členský vklad navíc umožňuje využívat zvýhodněné vkladové produkty s výrazně vyšší sazbou, úročené prostředky uložené ve spořitelních družstvech jsou pojištěny včetně úroků až do výše 2,7 milionu korun.“

Modelový příklad pro Termínovaný vklad Artesa Standard:

- Výše vkladu = 100 000 Kč
- Vkladové období = 36 měsíců
- Úroková sazba termín. vkladu = 3,25 % p.a.
- Výše členského vkladu = 10 000 Kč
- Předpokládané průměrné zhodnocení členského vkladu = 1,5 % p.a.
- Čistý úrokový výnos za dobu trvání termínovaného vkladu = 8 281,61 Kč
- Čistý výnos ze zhodnocení členského vkladu za dobu trvání termínovaného vkladu = 382,23 Kč
- Celkový čistý výnos pro klienta = 8 663,84 Kč

(tz)

www.artesa.cz

Stát by měl ocenit, že dáváme přednost vytváření rovných podmínek pro podnikání



Většina podnikatelů nezakládá firmy proto, aby chytračila, dělala lumpárny, pokoušela osud. Motivy bývají zpravidla morální, inspirující a vycházejí z potřeby seberealizovat se, touhy zkusit dělat věci po svém, věnovat se vášni či koníčku, umět se uživit. Platí to i pro obor maloobchodu, který se dnes potýká s řadou potíží, mimo jiné i kvůli snaze maloobchod regulovat ze strany státu. Jak některé souvislosti vidí Ing. Zdeněk Juračka, předseda představenstva Asociace tradičního českého obchodu, o tom jsou následující řádky.

Dvě desetiletí volají podnikatelé po tom, aby se dal business zvládat jednodušeji, aby ubýlo byrokratické zátěže, aby čas mohli věnovat věcem užitečným a nemuseli komplikovat život nejen sobě, ale mnoha dalším lidem. Jaký je výsledek? Tuší naše vláda, jak se vede zejména středním a drobnějším firmám?

V prvé řadě je potřeba uvést, že vláda v těchto negativních krocích vůči podnikatelské veřejnosti je málokdy sama. Většinou je u toho zpravidla Parlament ČR, a to buď s vlivem pozitivním (málokdy), nebo negativním (často). Jak se ukazuje v posledních letech, a zatím se to projevuje u vlády pravicových i levicových, je největším problémem fakt, že tvůrce nové legislativy hledí málo nebo téměř vůbec na její dopad do podnikatelského prostředí. Vláda má sice zákonem nařízené tzv. RIA, což je zvážení všech dopadů zákona do podnikání, ale většinou si z toho těžkou hlavu nedělá. U parlamentu je to ještě horší, neb ten RIA dělat nemusí, a proto úroveň jím předkládané legislativy bývá často katastrofická a připomíná lidovou tvořivost ne moc nadaných tvůrců.

Dalším problémem, který s RIA přímo souvisí, je pohled či adresnost, na jakou podnikatelskou skupinu obyvatel má mít zákon či nařízení hlavní dopad. Abych byl konkrétní, vezmu jako příklad skupiny podnikatelů maloobchodu. Zde je zcela jasné vidět, že pokud se zákonodárce či vláda zaměří na maloobchod, bere v potaz pouze dopad do sféry působení zahraničních obchodních řetězců. Výsledkem je ta skutečnost, že očekávaný a předem promyšlený dopad do činnosti maloobchodu pak řetězce, které mají více než 60% podíl na trhu s potravinami, novou legislativu téměř bez problémů zvládnou, kdežto u zbytku maloobchodu (AČTO reprezentuje přibližně 23 % podíl) dochází k četným problémům, zejména v oblasti administra-

tivní, ale i finanční náročnosti, kterou nové předpisy přinášejí.

Menším firmám a podnikatelům leží v žaludku spousta drobností, které odporují používání zdravého selského rozumu. Z vaší práce vím, že jste jeho velkým zastáncem...

Jako představitele tohoto drobného maloobchodu mne velmi mrzí, že vláda ani parlament nedocení náš přístup k novelám či novým předpisům, kdy přes velkou zátěž finanční i administrativní podporujeme vznik podobné legislativy jako je EET, případně další opatření směřující k lepšímu výběru daní. Stát by měl ocenit, že dáváme přednost vytváření rovných podmínek pro podnikání před faktem, že nás to stojí práci a peníze. My přitom doufáme, že náš předpoklad dosažení rovnovážného tržního prostředí bude naplněn včas a bez výjimek tak, aby ten, kdo se chce se zúčastnit velmi tvrdé soutěže při podnikání na českém trhu, měl stejné podmínky a startovní čáru jako kdokoli jiný.

Určitě byste mohl uvést další fakta, která vás nenechávají v klidu stejně jako celou vaši členskou základnu...

Poněkud jinak než v prvním případě je tomu u některých dalších legislativních opatření regulujících trh. Příkladem mohou být dvě kauzy, které hýbají a ještě dlouho hýbat budou politikou i ekonomickou scénou u nás.

První je již nastartovaná a bohužel zřejmě trvalá postupná úprava minimální mzdy směrem nahoru, k čemuž dáváme trvale negativní řádně zdůvodněné připomínky, byť je nám zřejmé, že jejich úspěšnost bude minimální. Opětovně jsme totiž tou „menšinou“ údajně brzdicí vývoj.

Jsme však připraveni hájit naše záporné stanovisko v dané věci na různých konferencích či workshopech, protože tím postiženým budou opět ti nejmenší a nejméně solventní, i když z velké většiny poctiví podnikatelé na českém trhu. Nelze v tomto případě zapomenout, že mimo podnikatele bude bohužel trpět hlavně venkovský zákazník, přestože instituce, které se trvale podílejí na podpoře zvyšování minimální mzdy, se již dlouho zároveň paradoxně zavazují, že budou řešit obchodní obslužnost venkova.

A druhý příklad?

To je již schválená novela Zákona o významné tržní síle. Jelikož jsem byl u zrodu původního zákona, mohl bych k tomu napsat pojednání, které by vydalo na dizertační práci. Stručně by se dal charakterizovat jako „polický zmetek“, protože byl vytvořen pod politickým, nikoliv pod legislativním tlakem. Přesto nelze popřít, že tuto válku si prohráli obchodníci sami, poně-



Ing. Zdeněk Juračka, předseda představenstva Asociace českého tradičního obchodu

važď nevyužili nabídky poslanců k podpisu etického kodexu, který by zaručoval řešení problémů trhu smířcí cestou.

Základním problémem kvality a účinnosti takové legislativy je, že filozofie jejího vzniku pochází z politické objednávky, a nemá tudíž většinou s realitou českého trhu nic společného. Kdo se totiž při tvorbě takového předpisu opře o tvrzení, že na našem trhu je pouze jedna skupina podnikatelů, kteří se chovají nemravně a využívají své síly k poškozování druhých, což se v tomto případě stalo, a ti špatní byli samozřejmě obchodníci, nemůže s takto pojatým právním produktem úspěšně, a hlavně spravedlivě regulovat trh. Nemusím v této chvíli připomínat, že tou druhou stranou mince jsou dodavatelé nebo výrobci, z nichž mnozí dle mé osobní zkušenosti svou nemravností obchodníka zcela zastíní. Když se pak k takovému právnímu předpisu přidá často realizovaná „lidová tvořivost“ poslanců při jeho připomínkování, tak jak se to stalo v případě novely těsně před ukončením druhého čtení ve sněmovně, nemůžeme se divit, že z chystaného „biče na řetězce“ se stane noční můra pro české nákupní aliance. Opětovně však platí, že z nedokonalé legislativy vyjdou jako uživatelé vítězní velcí hráči na trhu, kteří se na její dopad stačí připravit, jelikož disponují právním zázemím a financemi.

Ten zbytek je odkázán k doprošování se a volání po rychlé novele novely. Mrzutým zjištěním konstatovaným na závěr je pro mne i fakt, že zákon v takovéto podobě většinou hladce projde zejména proto, že vládnoucí většinu v parlamentě mají její lídři pod důkladnou kontrolou. Ostatně – který z poslanců by se vzepřel hlasovat v souladu s politickými vůdci, a vysta-

vil se tak nebezpečí, že se při příštích volbách shodou náhod neobjeví na kandidátce?

Vždy jste býval optimista. Nevidíte některé skutečnosti přece jen příliš černě?

Optimistou a člověkem s veselou myslím zůstávám. Jako ten, který vede Asociaci tradičního českého obchodu, tedy snažím se hájit firmy podnikající v maloobchodě, proto jsem nastínil, co nás trápí, mrzí, šťve, co přináší rozčarování.

Třeba skupina zákonů a předpisů, která je stále problematická, je legislativa, která má či měla by mít protikorupční charakter, nebo ukázat snahu o zvýšení transparentnosti politického prostředí, ekonomiky a trhu. Patří mezi ně registr smluv, zákony proti praní špinavých peněz, ale i jiné dílčí normy, ve kterých se může objevit mnoho skutečností a ustanovení, jež určité podnikatele nepotěší minimálně proto, že budou muset vše opětovně promítnout do vlastních podnikových předpisů a nemohou si být jisti, že vše nové bude pro ně zcela pozitivní. Mezi podnikateli vládne v těchto případech určitá skepse daná špatnou zkušeností z minulých či dosavadních předpisů. Je to tím, že politicky dobře zdůvodněný návrh zákona změni často připomínkové řízení a politický mlýn v parlamentu v něco zcela jiného. A z dobře myšleného zákona zbudou pouze název, možná důvodová zpráva. Tento stav se těžko změní, dokud bude pozice a složení parlamentu stejné či obdobné, dokud se budou konstruovat nepřekonatelné kompromisy v kolicích smlouvách a do té doby, než my voliči si uvědomíme, že na tomto stavu, který nepřináší mnoho radosti, máme všichni svůj podíl.

Dají se naši zákonodárci tedy za něco vůbec pochválit? Věřím, že ano...

Je velmi těžké vládu bez řádného rozboru její činnosti hodnotit. Na výkon její funkce působí mnoho vlivů. Jedním z těch základních je stav národního hospodářství v době vládnutí. Jestliže jde HDP nahoru, klesá zadluženost a daří se řešit některé dlouhodobé ekonomické problémy, lépe se tím pádem probírají i některé méně populární věci, včetně legislativy, která je vůči podnikatelům více či méně regulativní. Odvaha vládnoucích garnitur prosazovat významné změny je však problematická a většinou navíc krátkodobá, neb volby se blíží a je potřeba dát prostor i pro populismus. Přes mou veškerou snahu a přiznání dílčích úspěchů je přesto velmi těžké vybrat něco výrazně pozitivního jako plod stávající práce vlády. Přes mnoho pochybností, ale zejména z důvodu mého dlouhého působení v českém maloobchodě, bych vládu snad pochválil za EET. Doufám, že to nezakřiknu a ze zákona, a hlavně z jeho realizace nebude další právní a politický paskvil.

ptala se Eva Brixí

V posledním roce bylo vyhlášeno nejméně bankrotů obchodních společností za sedm let

V květnu letošního roku bylo vyhlášeno 70 bankrotů obchodních společností, 654 bankrotů fyzických osob podnikatelů a 1476 osobních bankrotů. Oproti dubnu je počet bankrotů nižší ve všech kategoriích. Počet bankrotů obchodních společností v posledních 12 měsících byl nejnižší od března 2009. Vyplyvá to z analýzy provedené z dat portálu www.informaceofirmach.cz společnosti CRIF obsahujícího údaje o podnikatelských subjektech z České i Slovenské republiky.

V květnu roku 2016 bylo vyhlášeno 70 bankrotů obchodních společností a 654 bankrotů fyzických osob podnikatelů, z nichž tvořilo 92 % případů oddlužení. Počet bankrotů se v obou kategoriích oproti minulému měsíci snížil. V případě obchodních společností jde o pokles o deset bankrotů, zatímco počet bankrotů fyzických osob podnikatelů se snížil oproti dubnu o 36 bankrotů. Oproti dubnu se také snížil

počet návrhů na bankrot fyzických osob podnikatelů, kterých bylo podáno 814, tedy o 25 méně než o měsíc dříve. Počet návrhů na bankrot obchodních společností se naopak zvýšil o 15 na 161 návrhů.

Za poslední rok, tedy v období od června 2015 do května 2016, bylo vyhlášeno 895 bankrotů obchodních společností, což je o 272 bankrotů, respektive 23 % méně než v předchozím

období. Zároveň jde o nejnižší počet bankrotů obchodních společností v období 12 po sobě jdoucích měsíců od března 2009, tedy za sedm let. Počet bankrotů fyzických osob podnikatelů dosáhl za poslední rok 7643 bankrotů, což je o 636 bankrotů, respektive 8 % méně než v minulém období a zároveň nejnižší 12měsíční součet od prosince 2014.

„Ačkoli počty bankrotů fyzických osob podnikatelů i obchodních společností v jednotlivých měsících kolísají, u dlouhodobého ukazatele, kterým je srovnání počtu bankrotů v posledních 12 po sobě jdoucích měsících, vidíme pokračující klesající trend. O kondici české ekonomiky přitom více vypovídají bankrotы obchodních společností, které dosáhly v uplynou-

lých 12 měsících rekordně nízkého počtu. O něco mírněji se snížil i počet bankrotů fyzických osob podnikatelů, včetně oddlužení,“ sdělila Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

V posledních 12 měsících bylo nejvíce bankrotů obchodních společností vyhlášeno v Praze (325 bankrotů) a v Jihomoravském kraji (114 bankrotů). Nejméně to bylo v Karlovarském kraji (12 bankrotů) a v kraji Vysočina (19 bankrotů). Meziročně se počet bankrotů obchodních společností snížil ve všech krajích. Nejvíce to bylo ve Středočeském kraji (-38 %) a v kraji Vysočina (-34 %). Nejnižší pokles znamenal Plzeňský kraj (-9 %) a Moravskoslezský kraj (-10 %).

(tz)

V ČR se užívá 33 % nelicencovaného softwaru v komerční hodnotě 3,6 miliardy korun

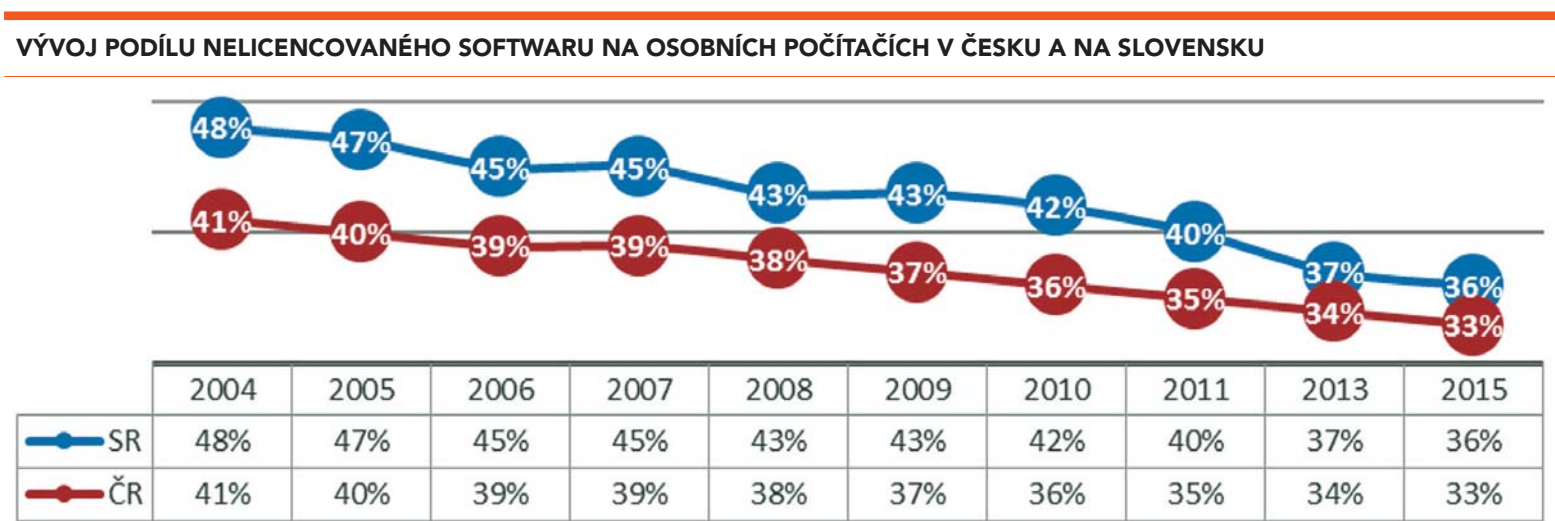
Tuzemští uživatelé počítačů mají ve svých počítačích nainstalováno 33 % nelicencovaného – tedy nelegálního pirátského – softwaru. A to navzdory tomu, že podle nejnovější celosvětové studie protipirátské organizace BSA | The Software Alliance (BSA) nelicencovaný software představuje značnou bezpečnostní hrozbu.

Studie nazvaná Příležitosti v licencování softwaru zjistila, že v České republice podíl nelicencovaného softwaru instalovaného v počítačích představuje 33 %. To je o jeden procentní bod méně než při předchozím měření v roce 2013. Na studii spolupracovala BSA s analytickou společností IDC. Studie hodnotí trendy v užívání počítačů a softwaru na 116 trzích v roce 2015.

„Znamená to, že téměř každý třetí software byl instalován nelegálně, tedy bez řádné licence. Komerční hodnota nelicencovaného softwaru činí v Česku 3,6 miliardy korun (150 mil. USD),“ shrnul závěry studie softwarového pirátství Jan Hlaváč, tiskový mluvčí protipirátské organizace BSA | The Software Alliance, která sdružuje významné světové výrobce softwaru.

Za tuzemským poklesem stojí podle studie zejména pokračující ochrana duševního vlastnictví a vymáhání práva. „Před dvěma lety BSA v Česku zavedla systém finančních odměn pro informátory (dostupný na www.softwarelegalne.cz), kteří pomohou odhalit případy užívání nelicencovaného softwaru ve firmách. Jen za letošní rok BSA informátorům vyplátila odměny převyšující 300 000 korun,“ řekl Jan Hlaváč.

Z analýzy případů tuzemské pobočky BSA vyplývá, že nejčastěji se pirátský software používá kancelářský software a operační systémy, grafické a návrhářské programy, CAD aplikace či utility, například antivirové systémy (Symantec). Stíhané firmy mají většinou méně než 150 zaměstnanců a podnikají v oblasti služeb, výroby, designu, inženýrství a architektury. „Za softwarovým pirátstvím stojí hlavně hamižnost. Firmy (48 %)



i domácnosti (53 %) si pořizují pirátské kopie softwaru většinou proto, že chtějí ušetřit na nákupu potřebných licencí,“ shrnul lokální zkušenosti a statistiku Jan Hlaváč.

Česko je premiantem regionu

Výskyt nelicencovaného softwaru v tuzemských počítačích je vůbec nejnižší v regionu střední a východní Evropy (58 %) a je výrazně nižší než světový průměr: 39 %. Česká míra pirátství se spíše blíží k 29% průměru Evropské unie. „Na Slovensku podíl nelegálního softwaru poklesl o jeden procentní bod na 36 % a v Polsku i přes značný pokrok dosahuje vysokých 48 %. I Česko má před sebou ještě hodně práce, aby dohnalo Rakousko (21 %), Německo (22 %) nebo Spojené státy, které se mohou pochlubit vůbec nejnižší, a to 17% mírou pirátství,“ uvedl dále Jan Hlaváč.

„Studie zdůrazňuje, že je pro firmy velmi důležité, aby věděly, jaký software je instalovaný v jejich počítačích,“ upozornila Victoria A. Espinel, prezidentka a výkonná ředitelka BSA | The Software Alliance, a dodala: „Mnoho manažerů neví, jaké množství softwaru je instalováno ve firmových výpočetních systémech či byl-li tento software získán legálně.“

Nelicencovaný software je nebezpečný, často obsahuje viry

Průzkum, který zahrnuje spotřebitele, manažery a podnikové uživatele PC, jasně odhalil, že podíl nelicencovaného softwaru je stále vysoký. „Jednotlivci i firmy si hrají s ohněm, když používají nelegální software. A to nejen kvůli právním postihům, ale i vzhledem k prokázané souvislosti mezi kybernetickými útoky a užíváním nelegálního softwaru. Ve firmách, ve kterých se vyskytuje nelicencovaný software, totiž dramaticky stoupá pravděpodobnost nakažení virem či škodivím softwarem, takzvaným malwarem,“ varoval Jan Hlaváč. Náklady na odstranění virové nákazy a malware mohou být ohromující. Jen v loňském roce kybernetické útoky připravily firmy o víc než 9,6 bilionu korun (400 mld. USD).

Z průzkumu BSA navíc jasně vyplynulo, že manažeri odpovědní za výpočetní techniku se nejvíc obávají ztráty dat jako důsledku porušení bezpečnostních pravidel ze strany zaměstnanců, a to včetně stahování nelegálních kopií softwaru. „Pokoutně stažený nelicencovaný software velmi často obsahuje nebezpečné viry a malware, riziková je již samotná návštěva online

zdrojů, například online uložišť,“ poznamenal Jan Hlaváč.

Studie uvádí, že firmy mohou zmírnit kybernetická rizika plynoucí z užívání nelicencovaného softwaru nákupem softwaru z ověřených legitimních zdrojů a zavedením evidence softwarových licencí. „Pokud firmy evidují a kontrolují software jako každý jiný majetek, mají manažeri tak nejen přehled o licencování, ale snižují i kybernetická rizika,“ uzavřel Jan Hlaváč.

Mezi další klíčové závěry studie patří:

- Mezi regiony s nejvyšším podílem nelicencovaného softwaru patří oblast asijsko-tichomořská, a to s 61 % a pouze jednobodovým poklesem ve srovnání s rokem 2013.
- Následuje region střední a východní Evropy s 58 % a s poklesem o tři procentní body a Blízký východ a Afrika s 57 % (snížení o dva procentní body).
- Severní Amerika stále dosahuje nejnižší míry pirátství na úrovni 17 %, nicméně i tak hodnota nelicencovaného softwaru představuje deset miliard USD.
- V západní Evropě podíl nelicencovaného softwaru klesl o jeden bod na 28 %. (tz)

Zapomenout může i účetní, s následky pomůže nová pojistka



ČSOB Pojišťovna přichází na trh s další produktovou novinkou. Tentokrát z ní budou mít radost zejména auditori, daňoví poradci a účetní. Nově je možno se v rámci profesní odpovědnosti zvláštní doložkou pojistit i pro případ uložení pokuty za prodlení v souvislosti s nově zavedenou zákonnou povinností kontrolních hlášení DPH, a to až do limitu 100 000 korun.

„Dříve byla naše odpověď na otázku, zda plníme v případě uložení pokuty z prodlení, negativní. Nyní však přicházíme s novinkou. V souvislosti s nově zavedenou povinností kontrolních hlášení DPH jsme adekvátně rozšířili i naše pojištění profesní odpovědnosti auditorů, daňových poradců a účetních,“ uvedl Michael Neuwirth, ředitel Odboru po-

jištění majetku a odpovědnosti ČSOB Pojišťovny a dodal: „Nově je možno se v rámci profesní odpovědnosti zvláštní doložkou pojistit i pro případ uložení pokuty za prodlení při splnění zákonné povinnosti, a to až do limitu 100 000 Kč. Toto pojištění je volitelné a sjednává se za přírůžku 20 % k základnímu pojistnému.“ (tz)

INZERCE

Podporujeme závěry Pařížské klimatické konference

- Klimatická konference v Paříži přijala v prosinci 2015 nutnost aktivně čelit globálnímu nebezpečí pramenícímu z dopadů klimatických změn.
- Negativní dopady klimatických změn pocítíme i v naší zemi (časté povodně a sucha, atd.).
- Oceňujeme proto, že vláda svým podpisem Pařížské klimatické dohody v sídle OSN

v New Yorku demonstruje záměr aktivního přístupu k řešení problematiky klimatických změn v ČR.

• Jménem České podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj (CBCSD) vyjadřujeme

vládě podporu při realizaci potřebných opatření směřujících především k:

- I) zavádění inovativních nízkoeenergetických technologií
- II) podpoře růstu podílu obnovitelných zdrojů energie na výrobě elektřiny a tepla
- III) postupnému omezování a závislosti na energetické roli fosilních paliv, které v důsledku vede i ke snižování emisí skleníkových plynů.

Vyzýváme proto podnikatelskou sféru a průmysl ke společnému postupu. Připojte se prosím k této výzvě na www.vize2050.cz v sekci „Chci se zapojit“.

Pavel Kafka, prezident

Petr J. Kalaš, viceprezident

Trh ojetin cílí i na firmy a živnostníky

Na českém trhu ke koupi ojetých vozů stále častěji nesahají pouze běžní spotřebitelé zahrnující rodiny s dětmi, ale poptávka se výrazně rozšířila i mezi novými klienty z oblasti firem a živnostníků. Silící trend ve světě ojetých automobilů proto vyžaduje i změnu nabízených služeb a aktivit s nimi souvisejících, které pro vás objasní Jan Dobiáš, Project Development Manager společnosti AAA Auto International.

Ročně prodáte ve skupině AAA Auto téměř 65 000 ojetých aut. Změnila se nějakým způsobem v poslední době situace na trhu ojetých vozů z pohledu živnostníků a firem?

Rozhodně ano. Zatímco dříve patřili k nejčastějším zákazníkům téměř výhradně běžní spotřebitelé, kteří povětšinou hledali prostorné a bezpečné auto vhodné pro cestování s dětmi nebo do práce, dnes patří stále více mezi naše top klienty zákazníci z řad firem a soukromých podnikatelů.

Je možné jednoznačně říci, o jaké firmy, případně o jaký druh podnikání, většinou jde?

Trendy se samozřejmě neustále mění, ale v určité části podnikání jsme vyzorovali jednoznačně rostoucí tendenci. Máme zjištěno, že až 47 % aktivních podnikatelů a 52 % firem, které se rozhodnou ke koupi ojetého vozu, se povětšinou věnuje obchodu, anebo odvětví, které souvisí se stavebnictvím nebo zpracovatelským průmyslem.

V čem je největší rozdíl mezi běžným zákazníkem a firmou či živnostníkem?

Strategičtí zákazníci z řad firem a podnikatelů kupují výrazně dražší vozy než soukromníci



Jan Dobiáš, Project Development Manager společnosti AAA Auto International

a obvykle nezůstává jen u koupi jednoho automobilu. Povětšinou si vybírají vozy účelové, praktické, které mají nižší spotřebu, ale pořizují také vozy reprezentativnější, které slouží jako manažerské. Živnostníci jsou v průměru ochotni na koupi vozu vynaložit až o 70 000 korun více než běžný zákazník. Vůz pro ně totiž znamená investici do podnikání.

Je možné vyzorovat nějaký rozdíl mezi tím, jaká auta si vybírají živnostníci a jaká firmy?

Obecně by se dalo říci, že typy vozů jsou si dost podobné, ale i tak ve společnosti AAA Auto zaznamenáváme drobné rozdíly v jejich preferencích, které vycházejí ze statistických dat, nasbíraných například v České republice na jednatřiceti pobočkách. Firmy nejčastěji kupují vozy

typu Combi a SUV, jejichž průměrná hodnota činí kolem 250 000 korun. Stáří těchto vozů bývá v průměru pět let. Podnikatelé si kromě Combi a SUV vybírají rovněž Van vozy, jejichž cena se v průměru pohybuje v hodnotách o něco nižších – zhruba kolem 235 000 korun.

Jaké bývají další parametry těchto vozidel?

V obou případech, tedy jak u firem, tak u živnostníků, jde o vozy starší pět let s dieslovým motorem. Automobily, které si pořizují firmy, v průměru měsíčně najezdí více než 2000 km a mnohdy kromě firemních účelů slouží i pro soukromé účely. Často však nemají uzavřeno havarijní pojištění. Živnostníci pak většinou uzavírají jen povinné pojištění, které obvykle sjednávají u České pojišťovny nebo Allianz.

Je vidět, že rozdíl mezi živnostníky a většími firmami nejsou natolik znatelné jako u běžných zákazníků. Máte představu, jaká ojetina byla v loňském roce nejprodávanější?

Preference napříč našimi zákazníky bývají již několik let stejné, a máme je ověřené na velkém vzorku více než 64 000 prodaných vozů ročně ve čtyřech zemích. Nejoblíbenější karoserií je hatchback. K nejoblíbenějším motorům patří benzinové agregáty s výkonem 86–100 kW. Téměř 90 % zákazníků volí automobily s manuální převodovkou. Stáří vozů se pohybuje kolem šesti let.

Od roku 2016 jste začali poskytovat pro financování nákupu vozů úvěr Bumerang. Jaké jsou jeho výhody?

Bumerang je vlastně takovou alternativou k produktům nabízeným v rámci financování dealery nových aut a v poslední době znovuoživenému operativnímu leasingu. Na tuzemském trhu je to naprosto unikátní produkt, který

umožňuje zákazníkovi předložit modernější a flexibilnější variantu úvěru s poslední navýšenou splátkou. Skrze něj nabízíme financování zánovních vozů roku výroby 2015 a 2016 na dva až tři roky s volitelnou akontací a s atraktivní měsíční splátkou na úrovni 1 % z prodejní ceny vozu měsíčně. Je jen pak na zákazníkovi, jakou variantu splácení si zvolí – jednorázovou úhradu poslední navýšené splátky, zpětný prodej vozu za námi garantovanou odkupní cenu, nebo výměnu za novější vůz a pokračování v úvěru.

Má tento produkt kromě atraktivnějšího způsobu financování ještě nějaké jiné výhody, které jsou orientovány spíše na zákazníka z oblasti businessu?

Domnívám se, že zákazníci, kteří plánují vůz využít pro pracovní účely, ocení zejména speciální benefit v podobě volitelného měsíčního nájezdu 20 000 km, 30 000 km nebo 40 000 km, který má pak ve výsledku přímý vliv na kalkulaci garantované odkupní ceny. Rozhodně se však nestane, že by pak na konci úvěru na zákazníka čekalo nějaké nemilé překvapení. Pokud najede méně kilometrů, než bylo původně sjednáno, navýšíme podle toho odkupní cenu, za níž automobil vykoupieme.

ptal se Pavel Kačer ■■■



ČR je na světové špičce v počtu vyrobených osobních automobilů a autobusů na počet obyvatel

Sdružení automobilového průmyslu zveřejnilo v květnu souhrnné výsledky českého automobilového průmyslu za rok 2015. Historicky rekordních hodnot opět dosáhly kromě výroby vozidel i souhrnné finanční výsledky členských firem Sdružení automobilového průmyslu.

Meziroční růst se projevil zejména v následujících ukazatelích hospodaření členů AutoSAP:

- Tržby firem v roce 2015 vzrostly o 7 %, export více než o 7 %
- Počet zaměstnanců stoupl o více než 4 %
- Průměrná mzda překonala hranici 33 000 Kč
- Vyrobeno bylo téměř 1,3 mil. osobních automobilů

Automobilový průmysl zůstává nejdůležitějším odvětvím českého hospodářství a podobně jako tuzemská ekonomika zaznamenal v ro-

ce 2015 mimořádný růst. Zatímco světová výroba motorových vozidel se zvýšila pouze o 1,1 % (na 90,8 mil. automobilů), tuzemská výroba vozidel vzrostla o 4,2 % (na 1,3 mil. automobilů). Při celkovém růstu české průmyslové výroby o 2,5 % stoupla výroba firem AutoSAP o 7,0 %, proto se jejich podíl na tuzemské průmyslové výrobě dále mírně zvýšil.

Příznivá situace byla i u exportu, který rovněž rostl a přinesl automobilovému průmyslu 85,5 % tržeb. Celkově český export vzrostl o 7,1 % při současném zvýšení vývozu firem AutoSAP o 7,2 % (tím zůstal podíl exportů členských firem na českém vývozu prakticky na stejné úrovni 20,1 %). V exportu firem AutoSAP znovu dominovaly evropské trhy. Podíl vývozu na evropské trhy na celkovém exportu se dále zvýšil z 83,0 % na 84,3 %.

V objemu tržeb zaznamenaly firmy AutoSAP rovněž příznivý vývoj. V loňském roce

vzrostly tržby o 7,0 % na rekordních 912 mld. Kč, takže se podíl tržeb firem AutoSAP na celkových průmyslových tržbách zvýšil meziročně z 21,1 % na 22,0 %.

Česká republika v roce 2015 vyrobila nejvíce osobních aut v historii. Loni vyjelo z českých závodů více než 1,298 mil. osobních automobilů (meziroční nárůst o 4,2 %), 850 nákladních automobilů (+3,5 %), 4517 autobusů (+16,0 %) a 1727 motocyklů (+60,6 %).

Na výrobě osobních automobilů v roce 2015 se podíleli tři výrobci: firma Škoda Auto se na výrobě podílela 56,7 %, firma HMMC Nošovice necelými 26,4 % a TPCA Czech více než 16,9 %. Ve světové výrobě motorových vozidel zaujala ČR 16. místo (1 303 603 ks) a patří do špičky v produkci osobních vozů a autobusů na počet obyvatel (ČR zaujímá 2. místo v počtu vyrobených automobilů na počet obyvatel a 1. místo ve výrobě autobusů na počet obyvatel).

Vynikajících výsledků mezi členy AutoSAP dosahují tradičně dodavatelské firmy, které se na celkovém počtu 148 členů AutoSAP podílejí plnými dvěma třetinami, a jsou i významnými zaměstnavateli. Zatímco celkové tržby dodavatelů vzrostly meziročně o 4,4 % na 389 mld. Kč, jejich export vzrostl o 6,9 % na 311 mld. Kč. Podíl dodavatelů na celkových tržbách firem AutoSAP dosáhl 42,6 %, podíl na exportu 39,9 % a na počtu zaměstnanců byl 65,1 %.

Zvýšil se i počet zaměstnanců ve firmách AutoSAP. Meziročně vzrostl jejich počet o 4,2 % na 115 351 osob. Průměrná mzda ve firmách AutoSAP také rostla o 3,6 % a byla za celý loňský rok o téměř 26 % nad průměrem ČR. Nadprůměrné mzdy jsou v automobilovém průmyslu i v dělnických profesích. Při meziročním růstu průměrných mezd v této kategorii o 4,5 % byla jejich úroveň o 4,0 % nad celkovým mzdovým průměrem ČR. (tz)

AAA Auto a nové webové stránky s lepším vyhledáváním

Podíl aut, která si zákazníci vybírají na internetu, se v síti AAA Auto za poslední dva roky zvýšil zhruba o 10 %. AAA Auto International proto reaguje na tento trend kompletním redesignem a zjednodušením svých webových stránek.

Po čtyřech letech se zákazníkům AAA Auto zobrazí kompletně přepracovaná domovská stránka s novým rozdělením záložek. Změnily se i textové stránky, výpisy nabízených vozů, ale

i samotné karty jednotlivých aut. Moderně pojaté stránky nabízejí návštěvníkům přehlednost a jednoduchost vyhledávání. „Velká část našich klientů dnes vybírá, a dokonce i kupuje svá budoucí auta na internetu. Proto jsem ráda, že jim můžeme nabídnout odlehčené a intuitivní webovéky, na kterých najdou vše, co potřebují,“ uvedla Karolína Topolová, generální ředitelka AAA Auto International.

K rozhodnutí o redesignu webu AAA Auto vedla snaha zredukovat objem informací na domovské stránce, vylepšit menu a samozřejmě

zpříjemnit zákazníkům výběr vozu. „Nové stránky se svým designem blíží spíše stránkám prodejců nových vozů než webům konkurentů. Inspiraci hledali vývojáři z AAA Auto v zahraničí a celý redesign probíhal v režii našich interních webových specialistů,“ vysvětlila Karolína Topolová.

Jednou z atraktivních novinek nového webu je záložka Garáž. „Jde o službu, která uživateli umožňuje ukládat vozy do paměti, ale zároveň umí doporučovat podobná auta, porovnávat je nebo třeba ukládat často používané fil-

ry pro jednodušší vyhledávání,“ sdělil manažer webového oddělení AAA Auto Martin Tampír. Podle aktuálních čísel navštívilo české weby skupiny AAA Auto v dubnu celkem 2 535 962 lidí. Během roku 2015 pak skupina AAA Auto evidovala v ČR, na Slovensku, v Polsku a v Maďarsku více než 50 milionů návštěv svého webu, z čehož 16 milionů návštěv bylo unikátních. Samotná česká mutace webu to zaznamenala víc než 30 milionů návštěv s devíti miliony unikátních návštěvníků. Návštěvnost webu společnosti se tak meziročně zvýšila zhruba o 20 %. (tz)

Před 25 lety se v ČR otevřel první supermarket

Před 25 lety otevřela společnost Ahold na českém trhu první supermarket. Mana v Jihlavě přivítala nakupující 6. června 1991. Ahold v Česku aktuálně zaměstnává na 17 000 lidí a více než 300 obchodů Albert, které provozuje, najdou zákazníci ve všech krajích. Podle exkluzivního průzkumu dnes Češi v obchodech s potravinami ve srovnání s počátkem 90. let nejvíce oceňují širší sortimentu, dostupnost zboží a výběr platebních metod.

Supermarket Mana otevřela nizozemská společnost Ahold v tehdejší Československu ve čtvrtek 6. června 1991. Obyvatelé Jihlavy se stali zákazníky prvního zahraničního řetězce, který začal podnikat na území České republiky. „Ačkoli ještě před otevřením v době rekonstrukce lidé zvědavě nakukovali přes výlohu, vůbec jsme netušili, jak budou reagovat a jestli se jim bude úplně nový typ obchodu líbit. Pohled na zástupy lidí hned první den ale mluvil za vše. Myslím, že prostě chtěli nějakou změnu, obchod, ve kterém si koupí to, co potřebují, v příjemném prostředí, s příjemnými a ochotnými zaměstnanci. A přesně to se nám tenkrát povedlo,“ přiblížil atmosféru tehdejšího manažer prodejny Martin Hildemann, který pro Ahold pracuje celých 25 let a dnes se stará o oblast bezpečnosti. V roce 1998 se k populárním supermarketům připojil první český hypermarket Hypernova v Praze-Čestlicích. O rok později už mohli zákazníci vidat supermarket pod dnes dobře známým názvem Albert. V roce 2005 převzal Ahold na českém trhu 57 prodejen spo-

lečnosti Julius Meinl, v roce 2014 pak došlo k akvizici obchodů řetězce Spar. Aktuálně společnost Ahold provozuje v Česku více než 300 supermarketů a hypermarketů Albert.

Jeden z největších zaměstnavatelů v zemi

O statisíce zákazníků denně se stará více než 17 000 zaměstnanců prodejen, distribučních center a centrály, čímž se Ahold řadí mezi největší soukromé zaměstnavatele v zemi a umístil se na předních příčkách žebříčku Top zaměstnavatelů 2016 zveřejněném Asociací studentů a absolventů. Kromě Martina Hildemanna, který stál u otevření prvního supermarketu, letos oslaví 25 let ve firmě další téměř dvě desítky kolegů, kteří pracují v obchodech jako prodáváci, vedoucí týmu či manažeri nebo v různých odděleních centrály. „Ahold mi umožnil profesně vyrůst a učit se nové věci. Za těch 25 let jsem poznal také spoustu kolegů, kteří se uplatnili v mnoha různých oborech,“ komentoval čtvrtstoletí ve firmě Martin Hildemann.

Obchodní řetězec Albert se v souladu se svou strategií významně zaměřuje na kvalitu a čerstvost potravin a dlouhodobě spolupracuje s lokálními dodavateli. I díky tomu společnost Ahold získala již potřetí Národní cenu kvality ČR a jako první tuzemská firma se uchází o nejvyšší stupeň – Evropskou cenu kvality.

25 let s českými spotřebiteli

Podle exkluzivního průzkumu společnosti Ahold dnes Češi oproti počátku 90. let v obchodech nejvíce oceňují širší sortimentu (74 %), dostupnost zboží (51 %) a výběr platebních metod (45 %),



konkrétně možnost platit za nákup nejen v hotovosti nebo kartou, ale také stravenkami, a to i elektronickými, či poukázkami. Do obchodů dnes zavítá průměrný Čech přibližně 2-3x týdně a při výběru potravin je pro nás víc než kdy dříve podstatný zdravý životní styl. Zatímco v minulosti byl tento aspekt rozhodující jen pro pětinu zákazníků, nyní se jím řídí téměř polovina.

Změny v průběhu čtvrtstoletí zaznamenal také obsah nákupního košíku. Jednoznačným důkazem jsou v tomto ohledu například minerální vody. Na začátku 90. let jich průměrný Čech vypil přibližně 16 litrů za rok, během 25 let se však toto číslo vyhouplilo až na 55 litrů ročně.

Lidé také mnohem více nakupují tropické ovoce. V minulosti byla průměrná roční spotřeba 19 kilogramů, zatímco nyní si průměrný Čech dopřeje 31 kilogramů pomerančů, kiwi či banánů. „Zákazníci mají rádi novinky. Pokud je prodej speciálního sortimentu navíc podpořen i bližšími informacemi o produktech, vidíme z jejich strany velmi pozitivní reakce. Díky tomu roste prodej produktů, které před pár lety téměř nikdo neznal. Avokádo, cuketa, lilek, řapíkatý celer nebo dýně jsou tak dnes již běžnými položkami nákupu českého zákazníka,“ potvrdila Slavomíra Havlinová, manažerka nákupu sortimentu ovoce a zeleniny obchodního řetězce Albert.

Regionální chléb je klenot

Vzrostla také obliba těstovin a rýže, které Češi oproti roku 1991 zkonzumují téměř dvakrát tolik. Preference se změnily i u masa – oblibu si získalo především kuřecí maso, kterého si dopřejeme téměř 25 kilogramů za rok. Naopak stálými nákupními košíky jsou rohlíky a chleba. Albert byl vůbec prvním obchodním řetězcem v ČR, který navázal spolupráci s regionálními pekaři. Dnes jich prodejny zásobuje šest desítek. Obchody tak nabízejí toto typické české pečivo s malými odlišnostmi, na které jsou zákazníci jednotlivých regionů zvyklí. „Víme, že pro kupující je ten jejich místní chléb vždy regionálním klenotem, a jsme proto moc rádi, že jim ho ve spolupráci s našimi lokálními dodavateli můžeme v obchodech Albert nabídnout,“ doplnil Milan Mrázek, manažer nákupu pečiva obchodního řetězce Albert. (tz)

Jak vybudovat výkonný obchodní tým

Obchodní oddělení je důležitou součástí každé firmy. Z velké části totiž úspěšnost společnosti stojí a padá s výkonností a produktivitou obchodního týmu. Kvalitním výběrem jednotlivých členů a správným nastavením procesů můžete zajistit, že tržby podniku stoupnou až o 60 %. Důležitá je především zdravá motivace a absence stresu. Jakými kroky toho můžete dosáhnout?

Vše začíná u vnitřní motivace

Vnitřní motivace je vždy nejsilnějším motorem, který žene obchodníky kupředu. Jestliže je obchodník vnitřně přesvědčený o povaze své práce, je předurčen k úspěchu. Tento typ motivace je totiž mnohem účinnější než příslib vysokého platu či jiných benefitů. Lidé však mají tento typ nastavení většinou již v sobě. „Z 80 % je hlavním krokem už správný výběr člověka, který s vnitřní motivací do firmy přichází a je přesvědčen o tom, proč chce dělat obchodníka. U zbylých 20 % je to pak o zapálení jeho vnitřního ohně tím, že jej strhne šéf, tým, firemní kultura a celková atmo-

sféra,“ sdělil Jiří Jemelka, výkonný ředitel společnosti J.I.P. pro firmy působící v oblasti podnikového poradenství se zaměřením na revitalizaci malých a středních podniků.

Stanovujte dosažitelné cíle

Pro obchodníky není nic horšího než pracovat pod konstantním stresem z důvodu nereálných a nezdravých požadavků managementu firmy. Stres snižuje fyzickou i psychickou kondici a negativně ovlivňuje mezilidské vztahy i komunikaci. Naopak nastavením dosažitelných cílů zvýšíte motivaci obchodního týmu. Takové cíle podporují zdravou konkurenci a zároveň zlepšují kooperaci mezi jednotlivými členy obchodního oddělení. Ke zvyšování výkonnosti dochází jen tehdy, když se management sám angažuje do plnění stanovených cílů a když existuje společná vůle dotahovat projekty do konce.

Nezapomeňte odměňovat dobré výsledky

Dobrý manažer by si měl všimát výsledků obchodníků a ty dobré náležitě oceňovat. Nemusí jít přitom přímo o finanční odměny. Mnohdy

postačí i zvýšená pozornost, veřejná pochvala za kvalitně odvedenou práci či pozvání na oběd. Výkonové odměňování je postavené na předem stanovených výsledcích a jejich hodnocení probíhá na základě objektivních a stabilních kritérií, která jsou zaměstnancům známá, jasná a spravedlivá. Takový druh odměny má pozitivní vliv na pracovní morálku a nasazení obchodníků, neboť ti pak pracují s vědomím, že za dobré výsledky budou náležitě odměněni a dostane se jim upřímného uznání.

Pravidelnými poradami k hlubšímu porozumění své práci

Zavedení pravidelných porad a reportingu na týdenní bázi je dalším efektivním způsobem, jak zvýšit výkonnost a produktivitu obchodního týmu. Společné porady totiž nemají pouze kontrolní funkci, kdy se rozebírají dosažené výsledky nebo počty schůzek za uplynulý týden. „Ten, kdo takto skládá účty, se musí zamýšlet a analyzovat, co udělal dobře a co musí změnit, aby se ve svých výsledcích zlepšoval. Ostatní by měli naslouchat, aplikovat získané informace na své případy a přispívat do diskuze,“ poradil Jiří Jemelka. Vhodné je i předložit plány na další týden. Ostatní obchodníci tak ví o cílech svých kolegů, což může zvyšovat jejich motivaci a snahu.

Komunikace je základem mezilidských vztahů

Komunikace je bezesporu jedním z nejdůležitějších procesů v rámci obchodních operací. Díky jasné a efektivní komunikaci obchodníci přesně vědí, co se od nich očekává a jaké jsou stanovené cíle. Každý by měl znát svou roli a svou pozici v celkové hierarchii společnosti. Jedině tak totiž obchodníci vědí, na koho se v případě potřeby obrátit a od koho dostávají zpětnou vazbu, což zvyšuje efektivitu a výkonnost obchodního týmu.

Nevystavujte obchodníky stagnaci

Nikdy nekončící trénink a vzdělání jsou klíčem k úspěšnému obchodnímu týmu. Vzděláváním se totiž nejen procvičují již osvojené vědomosti a dovednosti, ale dochází též k přijímání a učení se nových a aktuálních principů, což zvyšuje úroveň obchodníků. „Výborným způsobem zvyšování kvalifikace obchodního oddělení je takzvané školení svépomocí. Obchodníci si sami pravidelně připravují témata, ať už z oblasti obchodních dovedností, či produktových znalostí, a předají je kolegům během krátké půlhodinové přednášky,“ uvedl příklad vzdělávacího procesu Jiří Jemelka s tím, že dostatečné vzdělávání a trénink je prvotním krokem k poražení konkurence. (tz)

Myslím si, že soutěže kvality jsou pro firmy přínosné

dokončení ze strany 1

Na základě tohoto komplexního posouzení všech aspektů pak odborníci vyhodnocují výkonnost společnosti a dané závěry předloží nezávislé porotě. Ta firmu následně oceňuje na základě osmi základních konceptů excellence. Celkový vítěz – takzvaný Award Winner – i dílčí vítězové – Price Winners – budou vyhlášeni v září v Miláně.

Plánujete do budoucna nějaké zásadní změny týkající se kvality? Například v managementu či v sortimentu?

Základní cíle máme dlouhodobě stejné. Chceme budovat lepší místo k nákupu pro naše



zákazníky, protože jejich spokojenost je pro nás prioritou. Stejně tak nám ale záleží na našich zaměstnancích a v neposlední řadě chceme být i takzvaně dobrým sousedem pro obyvatele v místech, kde působíme.

Dá se tvrdit, že je dnešní zákazník náročnější než dříve? V čem?

Ano, a my to vítáme, protože všechny potřeby a přání našich zákazníků, stejně jako jakákoli jejich zpětná vazba jsou pro nás podnětem ke zlepšování nabídky a služeb v obchodech Albert. Spotřebitelé se dnes například více než kdy dříve zajímají o původ výrobků a jejich složení. To jde ruku v ruce s vyšší poptávkou po lokálních potravinách. Společnost Ahold těmto

potřebám a přáním vychází vstříc a dlouhodobě spolupracuje s místními dodavateli. Díky tomu zákazníci u nás na pultech vždy najdou čerstvé produkty od regionálních výrobců.

Co vám přineslo vítězství v Národní ceně kvality v minulém roce?

Samozřejmě je to pro nás potvrzení dosavadního úsilí, protože udělení ceny se zakládá na zhodnocení toho, jak moc se společnost dokáže zlepšovat a pracovat na všech úsecích. Zároveň je to ale pro nás také závazek k tomu, abychom společně s našimi kolegy i dodavateli nadále usilovali o ty nejlepší služby do budoucna.

otázky připravila Eva Brixl ■■■

Nejen pozdní odchody do důchodu trápí profesionální řidiče...



Po více než tři roky jsme na stránkách Prosperity informovali o problematice pozdějšího odchodu zaměstnanců do důchodu a všimli jsme si aspektů, které s tím nezbytně souvisí. Je známo, že

pozdější odchod do důchodu s sebou přináší řadu problémů, které by bez řešení ze strany státu, zaměstnavatelů i samotných zaměstnanců mohly tuto významnou sociálně ekonomickou změnu velmi zkomplikovat. A to byl důvod, proč se KZPS ČR spolu s dalšími členy tripartity pustily do projektu v rámci Evropského sociálního fondu (ESF) a operačního programu Zaměstnanost za podpory EU. Cílem projektu bylo zjistit všechny důležité prvky a praktické problémy, které v této souvislosti budou pozdější odchod pracovníků do důchodu ovlivňovat a nabídnout řešení.

Projekt, který se pod názvem Společný postup sociálních partnerů k přípravě odvětví na změny důchodového systému zaměřil na nejvýznamnější odvětví průmyslu, řešila KZPS spolu s ČMKOS ve spolupráci s odbornými partnery, k nimž pro odvětví silniční dopravy patřilo také Společenství autodopravců Čech a Moravy (SAČM) spolu s Odborovým svazem dopravy (OSD). Zobecnění všech poznatků získaných v rámci zmíněného projektu je cenným přínosem pro přípravu systémových i praktických změn důchodového systému. Ukázala se však potřeba mnohem hlubšího poznání řady s tím souvisejících záležitostí. V odvětví silniční dopravy jde například o rizikové faktory ovlivňující práci řidičů v osobní i nákladní silniční dopravě, jejich poznání a ovlivňování. Zkoumaly se i možnosti firem plnit do budoucna významnější roli v personální, pracovní právní a sociální oblasti, a také zvýšení odpovědnosti samotných zaměstnanců za své zdraví, zvyšování kvalifikace či rekvalifikace v určité etapě života. Třeba tehdy, kdy již řidiči nebudou schopni ze zdravotních či jiných důvodů vykonávat svoji profesi.

A to vše bylo zřejmé základem pro spuštění nového projektu, který se právě na zmíněné otázky zaměřuje mnohem podrobněji s cílem zjistit současný stav a podporovat firmy ve vytváření vhodných podmínek pro práci zaměstnanců ve vyšším věku. Soustřeďuje se rovněž na nezbytnost spolupráce firem se zaměstnanci i součinnost zástupců odvětví, sociálních partnerů a dalších odborníků.

O bližší informace k projektu Evropského sociálního fondu a operačního programu Zaměstnanost s pracovním názvem Zvládnutí zvyšujících se nároků a požadavků na výkon pracovní činnosti u vybraných pozic v odvětvích i ve vyšším věku – v tomto případě z pohledu osobní a nákladní silniční dopravy – jsme požádali Dr. Lubomíra Ondrouška, 1. místopředsedu Společenství autodopravců Čech a Moravy:

Asi bychom měli zmínit roli vašeho společenství při realizaci projektu a přiblížit etapy, ve kterých se má vše odehrát.

Při realizaci minulého projektu jsme získali mnoho cenných poznatků z oblasti osobní i nákladní silniční dopravy o pracovních podmínkách řidičů, o tom nejpodstatnějším, co ovlivňuje jejich kondici, soustředěnost a reakce za volantem, ať již v mladém, středním, či předdůchodovém věku. Známé názory manažerů vybraných dopravních firem i malých autodopravců, víme něco o jejich praktických starostech, financování provozu, včetně mezd, možnostech budovat lepší sociální zázemí pro zaměstnance a prevenci proti zdravotním obtížím plynoucím ze šoférského povolání. To vše by nám mělo nyní pomoci při získávání mnohem hlubších a sofistikovanějších poznatků jak o zázemí firem autodopravců, tak lidech, kteří v nich pracují, a to v širokém spektru a do hloubky.



evropský
sociální
fond v ČR



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST



PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

A pokud jde o jednotlivé etapy projektu?

Jen připomenou, že projekt se týká řady vybraných odvětví a naše poznatky z oblasti osobní a nákladní silniční dopravy budou součástí celkové analýzy a zobecnění, kterou KZPS v závěru projektu zpracuje a nabídne příslušným orgánům. Nový projekt potrvá zhruba tři roky, tedy v letech 2016 až 2018. Zúčastní se jej 14 dopravních firem, sedm v osobní a sedm v nákladní silniční dopravě a v každé skupině se to bude týkat 90 řidičů. V první etapě půjde o šetření, a to jak osobnosti řidičů, tak sociálních podmínek, které je ovlivňují. Zde bude využita sofistikovaná metoda BSAT využívající k analýze barevných symbolů, a metoda CUT/e z oblasti psychologie, zaměřená na motivaci, pozornost řidičů, jejich reakce apod. Proběhnou i osobní pohovory s řidiči, uskutečně se nejruznější měření prostředí, v němž pracují a etapa bude završena informačními semináři. Tato fáze již běží a koncem letošního roku budou shrnuty výsledky šetření. Ještě je třeba zmínit, že šetření se týká rovněž firem, do nichž bude zapojen jejich management, a zde bude využita metoda LEA, kde je

bez zcela zásadní změny postojů majitelů a vedení firem k personální a sociální politice, což bude mimo jiné vázáno na potřebné finance. Přitom platí, že zde by měl firmám v individuálních případech – zvláště v počátcích – pomoci stát, ať již v rámci speciálního dotačního programu, nebo formou daňových úlev či jiných zvýhodnění. Spolu s tím však souvisí i zcela jiný přístup zaměstnanců ke svému zdraví s ohledem na prevenci, zdravý životní styl a další návaznosti.

Zmínili jsme již větší náklady firem v souvislosti s budováním potřebného sociálního zázemí. Jak na tom v současnosti naši autodopravci jsou měřeno výsledky vašich šetření ve vybraných velkých, středních a malých firmách?

Velké firmy zde nezačínají od nuly. Ve většině z nich si již potřeby praxe vyžádaly řadu změn, na kterých budou stavět. Jinak je tomu u velké části středních firem a naprostá katastrofa je u malých autodopravců, kteří často bojují o přežití, a mají tedy zcela jiné starosti.



Dr. Lubomír Ondroušek, první místopředseda Společenství autodopravců Čech a Moravy

pozornost zaměřena na systémové řízení personistiky, pracovní právo a sociální oblasti. Zde bude využito setkání u tzv. kulatých stolů, kde budou poznatky rozebírány a diskutovány za účasti odborníků z různých oblastí.

Druhá etapa proběhne v roce 2017 se zaměřením na zobecnění výsledků šetření, doplnění informací prostřednictvím kulatých stolů a informačních seminářů. Ve třetí etapě v průběhu roku 2018 budou pokračovat jednání u kulatých stolů a uskuteční se tři odborné konference. První dvě se zaměří na zkušenosti získané z odvětví silniční osobní a nákladní dopravy a třetí konference, již připraví KZPS, bude zaměřena na poznatky ze všech rezortů zapojených do projektu.

Co se týká vytváření podmínek pro práci lidí ve vyšším věku ve firmách, co právě tady považujete za prioritní?

Počítáme-li s prodloužením aktivního věku zaměstnanců i u takových profesí, jako jsou řidiči z povolání, v žádném případě se to neobejde

Již nejen v kuloárech se hovoří o tom, že bude hůř. Například z důvodu uplatňování minimální mzdy platné v Německu, tzv. MiLoG nebo ve Francii (Loi Macron), v případě českých řidičů vykonávajících přepravu z území těchto států, tedy mimo tranzitní. O co tu jde?

V případě českých dopravců působících na německém území jde o povinnost od 1. 1. 2015 zajistit svým řidičům minimální mzdu platnou na území Německa ve výši 8,5 euro na hodinu, přičemž jsou z minimální mzdy vyloučeny veškeré u nás legislativně stanovené příplatky jako práce v noci, přesčasy apod., stejně jako nenárokové složky mzdy ve formě prémie, mimořádných příplatků, odměn aj. Do minimální mzdy nelze zahrnout ani diety.

Jaké administrativní požadavky vyplývají z německé MiLoG?

Zde je povinnost vykazování evidence pracovní doby řidiče dle státu, dokládání stanove-

ných dokumentů a jejich překladů. Firmy jsou povinny nahlásit podklady ve formě několika formulářů na celním úřadě v Kolíně nad Rýnem. Ty musejí být vyplněny v německém jazyce a pro případnou kontrolu musí být uschovány po dobu dvou let. Za neplnění povinnosti zde hrozí pokuta ve výši 30 000 euro a při prokázání neplnění stanovené základní minimální mzdy až 500 000 euro. Firmy, které své závazky dále předávají svým subdodavatelům, ručí za dodržování MiLoG v celém svém dodavatelském řetězci. Majitel firmy proto přímo odpovídá za vyplácení minimální mzdy nejen svým zaměstnancům, ale také pro zaměstnance firmy, která za něj zakázku převezme. Řadu dokladů a jejich překladů musí řidič vozit stále s sebou atd.

Ještě mnohem náročněji je to poято u pravidel francouzské Loi Macron. V čem se minimální mzda a další ustanovení od německé liší?

Minimální mzda je v rámci Loi Macron stanovena ve výši 9,61 euro na hodinu a podobně jako v Německu jsou z ní vyloučeny všechny u nás legislativně stanovené příplatky, odměny i diety. Co je však horší, pravidla Loi Macron obsahují také povinnost dodržení maximální týdenní práce v rozsahu 35 hodin, šest týdnů dovolené a další předpisy upravující dobu odpočinku, podmínky pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci. Navíc je zde povinnost pro českého dopravce ustanovit svého zástupce na území Francie. Kromě razantního navýšení nákladů na mzdy jsou zde ještě náklady na zástupce ve Francii a účetní znalé francouzského jazyka či na překladatele, neboť Loi Macron ukládá firmám řadu administrativních povinností, dokladů, výkazů a dalších materiálů ve francouzštině. Zákon vyžaduje vyplnění deklarace o vyslání zaměstnance ve francouzštině, datované a podepsané před prvním vysláním řidiče a deklarace platí půl roku. Ve vozidle musí být dále pracovní smlouva řidiče, a je-li to nezbytné, také překlad kolektivní smlouvy.

Jak na tato opatření namířená proti konkurenci českých autodopravců reagují naše příslušné státní orgány?

Spolu s jednou advokátní kanceláří jsme se podíleli na vyhodnocení dopadů na naše autodopravce a zjistili jsme, že mzdové náklady se u firem, které převážejí zboží z ČR do SRN – což je zhruba polovina dopravců – zvýší v rozsahu 14 000 až 17 000 Kč na řidiče. Dále zde budou náklady na administrativu a jiné. O těchto skutečnostech jsme informovali kromě KZPS také ministerstvo dopravy, financí, práce a sociálních věcí i vládu. Jednalo se o tomto problému i na tripartitě, ale zatím nemáme konkrétní zprávy o možném řešení. Zásady o minimální mzdě MiLoG platí sice již od 1. 1. 2015, ale až dosud zde byla německá strana vůči našim řidičům shovívavá; nicméně na to se dál nelze spoléhat.

Horší je to u Loi Macron, jenž nabývá platnost od 1. 7. letošního roku. A co rozhodně není dobrá zpráva, podobná opatření chystá také Rakousko, Dánsko, Švédsko či Finsko. Vše komplikuje značná rozdílnost nejen příslušných zákonů mezi jednotlivými zeměmi EU, tedy i způsob výpočtu minimální mzdy, sociálního a zdravotního pojištění aj., ale i sám fakt značných rozdílů v celkových příjmech v tradičních zemích EU ve srovnání, ať již s námi, s Polskem, Slovenskem, či dalšími východoevropskými zeměmi.

za rozhovor poděkoval Jiří Novotný

Počty „daňářů“ v Česku stoupají, poradenství je stále doménou žen

V loňském roce působilo na území České republiky 4614 aktivních daňových poradců. Jen za první čtvrtletí letošního roku se jejich počet zvedl na 4645. Nejvíce daňových poradců je v hlavním městě, nejméně jich hlásí Karlovarský kraj.

Zatímco v roce 1993 Komora daňových poradců České republiky evidovala 487 daňových poradců, o rok později byl už jejich počet trojnásobný. Počty daňových poradců rostou každým rokem.

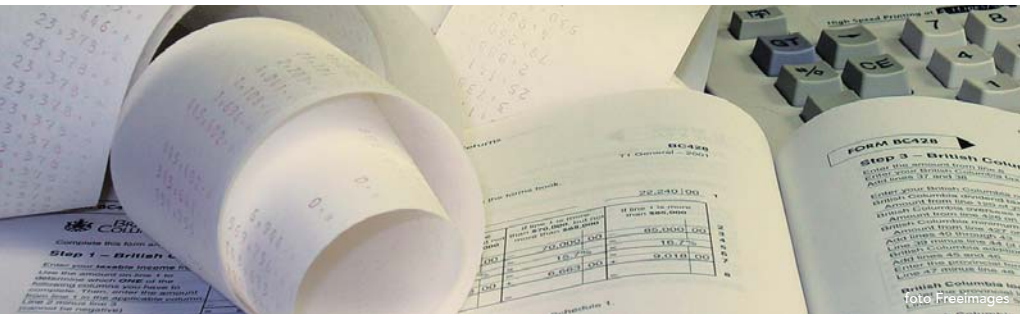
„Každý daňový poradce má přidělené číslo, například kolegyně je evidována pod číslem 5090. Číslo poradcům zůstávají přidělena i po ukončení činnosti. Může se tak zdát, že v Česku je daňových poradců výrazně víc, v evidenci jsou ale stovky neaktivních poradců. K 31. prosinci 2015, kdy se celkový počet aktivních poradců přehoupl přes 4600, jich nejvíce působilo v Praze. Evidováno tu bylo 1456 poradců, nejméně pak v Karlovarském kraji, kde působilo pouze 63 odborníků. Vyjma Královéhradeckého a Pardubického kraje převažují v oblasti daňového poradenství v jednotlivých krajích ženy. V drtivé většině převládají vysokoškolsky vzdělaní daňoví poradci, těch bylo k poslednímu prosinci 2015 celkem 3965. Průměrný věk poradců v Česku je mezi 41 a 60 lety,“ popsala složení daňových poradců v České republice Blanka Štarmanová, daňová poradkyně společnosti TaxVision a portálu www.eDane.cz.

Podnikatelé mají o služby daňových poradců stále větší zájem. Jen poptávka po profesionálně zpracovaných daňových příznáních a vyúčtováních se podle dat společnosti TaxVision zvedla meziročně za první čtvrtletí letošního roku o 15 %. „S nárůstem počtu firem a živnostníků roste také obliba služeb daňových poradců. Navíc s většími nároky na byrokracii roste i potřeba daňového poradce mít.

Každým rokem přibývají daňové novinky – v roce 2014 to byla například solidární daň, v letošním roce kontrolní hlášení. Pro laika je prakticky nemožné všechny formuláře vyplnit bezchybně. Daňový poradce zaručí nejen správné vyplnění všech příznání, ale hlášení také ohlídá, aby daňové povinnosti byly vykázaný ve správné výši, aby byly uplatněny všechny slevy a položky snižující základ daně, na které je nárok,“ uvedla Blanka Štarmanová.

Vedle daňových poradců působí na území České republiky daňoví poradci – právnické osoby. Těch je nyní v Česku evidováno 908. „Výhodou společnosti je, že garantují zastupitelnost poradců. Důležitost zastupitelnosti potvrdilo právě kontrolní hlášení, kdy jsou lhůty na jeho případné doplnění či opravení velmi krátké. Pokud daňový poradce například skončí v nemocnici, může se velmi snadno stát, že termín nestihne, klientovi by pak byla vyměřena pokuta. V případě daňových společností se vyřízení výzvy věnuje jiný poradce,“ popsala jednu z výhod daňových společností Blanka Štarmanová.

S daňovými povinnostmi je spojena i řada pokut, některé mohou dosáhnout i milionové výše. Ochrana před penalizací je také jedním z důvodů, proč plnění byrokratických povinností nechávají podnikatelé na daňových poradcích. V případě chyby jsou totiž pokuty hrazeny z jejich pojištění. „Případné sankce jsou vždy vyměřeny podnikateli. Ten pak může vymáhat náhradu škod na svém poradci. Pokud dojde k pochybení, je poradce povinen spolupracovat při zjednání nápravy, a pokud sankce vznikla jeho zaviněním, tak ji uhradit. Otázka náhrady škody je vždy individuální, obecně ale platí, že pokud daňový poradce způsobí škodu, která plyne z výkonu daňového poradenství, je za ni odpovědný. Proti odpovědnosti za škody musí být každý daňový poradce ze zákona pojištěný,“ uzavřela Blanka Štarmanová. (tz)



POČET AKTIVNÍCH DAŇOVÝCH PORADCŮ V LETECH 1993–2015							
1993	487	1999	3295	2005	3877	2011	4325
1994	1228	2000	3441	2006	3908	2012	4411
1995	1863	2001	3557	2007	4004	2013	4498
1996	2361	2002	3614	2008	4055	2014	4547
1997	2756	2003	3715	2009	4174	2015	4614
1998	3007	2004	3825	2010	4223		

POČET DAŇOVÝCH PORADCŮ V JEDNOTLIVÝCH KRAJÍCH K 31. 12. 2015			
kraj	počet žen	počet mužů	celkem
Hlavní město Praha	832	624	1456
Kraj Jihočeský	107	97	204
Kraj Jihomoravský	326	305	631
Kraj Karlovarský	36	27	63
Kraj Královéhradecký	81	90	171
Kraj Liberecký	108	70	178
Kraj Moravskoslezský	212	148	360
Kraj Olomoucký	114	80	194
Kraj Pardubický	55	56	111
Kraj Plzeňský	97	77	174
Kraj Středočeský	303	219	522
Kraj Ústecký	88	84	172
Kraj Vysočina	65	63	128
Kraj Zlínský	139	108	247

ACCA prohlubuje spolupráci s Komorou auditorů České republiky

Asociace certifikovaných účetních (ACCA) uděluje Komoře auditorů České republiky (KA ČR) novou akreditaci, na jejímž základě mají absolventi auditorských zkoušek KA ČR jedinečnou příležitost získat až sedm výjimek v prestižní kvalifikaci ACCA. Jde tak o další prohloubení dlouholeté spolupráce mezi ACCA a KA ČR, které bylo oficiálně stvrženo na slavnostním podepsání smlouvy 23. května v sídle Komory auditorů České republiky.

Evropská unie dlouhodobě prosazuje propustnost mezi jednotlivými profesními kvalifikacemi, které jejich členům umožňují zdokonalovat se ve své profesi. ACCA udělila Komoře auditorů České republiky nejenom akreditaci, která absolventům auditorských zkoušek Komory au-

ditorů České republiky nabízí příležitost získat celkem až sedm výjimek, díky čemuž mohou dosáhnout členství v ACCA rychleji, ale mohou využít cenově zvýhodněné registrace do ACCA. Díky této spolupráci mají statutární auditori je dinečnou příležitost získat ke své lokální kvalifi-

kaci také mezinárodní kvalifikaci ACCA. Propustnost kvalifikací však platí i opačným směrem, proto i studenti a členové ACCA mají nárok až na čtyři výjimky v získání kvalifikace Komory auditorů České republiky.

„Tento den je velmi významný pro ACCA i pro Komoru auditorů. Věříme v důležitou roli auditu. Jsme přesvědčeni, že představuje pro firmy podstatnou přidanou hodnotu, díky které mohou zlepšit svůj přístup k finančním prostředkům a snížit svoje celkové kapitálové náklady, stejně tak jako umožňuje zvýšit efektivitu jejich businessu,“ uvedla Datuk Alexandra Chin, prezidentka ACCA. „Pro Komoru audi-

torů je prohloubení spolupráce s ACCA významným mezníkem, a to nejen z pohledu auditorů, ale i celé účetní profese.

Díky této spolupráci se propojí národní zkušenosti s celosvětově uznávanými postupy,“ řekla Irena Liškařová, prezidentka KA ČR.

Vzájemná spolupráce byla oficiálně stvržena slavnostním podepsáním smlouvy mezi ACCA a Komorou auditorů České republiky, slavnostního aktu se zúčastnili prezidentka ACCA Datuk Alexandra Chin, prezidentka Komory auditorů České republiky Irena Liškařová a Petr Kříž, prezident Federace evropských účetních (FEE). (tz)

Důvěra v ekonomiku klesá, firmy nehodlají přijímat nové zaměstnance

Nejnovější Globální výzkum ekonomických podmínek (GECS) organizovaný ACCA a IMA, který byl zveřejněn v květnu, zjistil, že více než polovina firem buď omezuje stavy, nebo zastavuje nábor nových lidí, a pouze 14 % z nich navyšuje své investice do zaměstnanců.

Na základě těchto zjištění Faye Chua, obchodní ředitelka ACCA, uvedla: „Pokud vyjmete z dostupných čísel Severní Ameriku, pak získáte ekonomický obrázek, který vypadá velmi nepříznivě. Rozvíjející se trhy jsou v ohrožení. Tržby komoditních společností se od poloviny roku 2014 propadly. A obchodní důvěra v Číně klesla na nejnižší úroveň za celé období, za něž

si vedeme záznamy. Téměř polovina firem ohlašuje v prvním čtvrtletí pokles příjmů. V důsledku toho v každém regionu kromě Severní Ameriky došlo k výraznému nárůstu v počtu společností, které seškrtávají své kapitálové výdaje. S tím, jak rozvíjející se ekonomiky dál zápolí s nízkými cenami komodit a mnoho firem zmrazilo své výdaje, vypadá stav světové ekonomiky stále více neutěšeně.“

Podle Kateřiny Benešové, ředitelky ACCA pro Česko, Slovensko a Maďarsko tímto poklesem nejvíc utrpí rozvíjející se trhy: „Mzdy v mnoha částech světa rychle stoupají a pro společnosti je těžší se vyrovnávat s narůstajícím tlakem na tržby. Prudký pokles kurzu oproti dolaru, který zažívá mnoho světových měn, dále zvyšuje náklady, prodražuje dovoz a navyšuje

hodnotu dluhu denominovaného v dolarech. To vše dohromady znamená, že pokud jde o jejich budoucí šance, jsou společnosti na rozvíjejících se trzích velmi pesimistické.“

Na celém světě regulátorům v boji s tím, jak tuto situaci zvrátit, pomalu dochází munice. V rozvinutých ekonomikách se vlády snažily ze všech sil stabilizovat svůj poměr dluhu k HDP. Budou chtít všechnu tuhle tvrdou práci zahodit a riskovat hněv investorů do dluhopisů? To je velmi nepravděpodobné. Místo toho bude řešením situace ponecháno v rukou centrálních bank. Problém je ale v tom, že existují značné pochybnosti o tom, zda tyto banky budou schopné – a ochotné – takovou podporu poskytnout.

Faye Chua dodala, že globální ekonomika v krátkodobém hledisku z této situace nevy-

bředne: „Jakmile začnou klesat příjmy a firmy přestanou nabírat zaměstnance, je velice těžké – ale přitom klíčové – je opět dostat do situace, kdy budou mít dost důvěry, aby s tím začaly znovu. Pozitivní je, že obchodní důvěra v zemích mimo OECD v prvním čtvrtletí lehce vzrostla, a to zejména ve střední a východní Evropě, zvláště v Rusku. Doufáme, že to je předzvěst dalších pozitivních zpráv.“

Průzkum GECS za první čtvrtletí roku 2016 proběhl mezi 26. únorem a 15. březnem a zúčastnilo se jej více než 1200 členů ACCA a IMA z celého světa, včetně více než 100 finančních ředitelů. Téměř polovina respondentů pracuje v malých a středně velkých firmách a zbytek ve velkých společnostech o více než 250 zaměstnancích. (tz)

Proti povinnému zastoupení zaměstnanců v dozorčích radách

Většina členských firem Svazu průmyslu a dopravy ČR je podle jeho nedávného průzkumu proti znovuzavedení povinné volby části členů dozorčí rady z řad zaměstnanců. Důvodem jsou negativní zkušenosti majitelů firem a jejich vrcholového managementu s dřívějším působením zástupců zaměstnanců v dozorčích radách a nezřídka i jejich pasivita při rozhodování o strategických otázkách. Vedle toho, jak také vyplývá z průzkumu, zástupci zaměstnanců měli často úzký pohled na situaci a na budoucnost podniků.

Zástupci zaměstnanců podle závěrů zjištění spíše doplňují činnost odborů, oproti potřebě vlastníků firem, kteří potřebují mít kontrolní či koncepční orgán k posuzování činností a kro-

ků vlastníkem najatých manažerů. Většina členů Svazu průmyslu a dopravy ČR zastává také názor, že obsazení dozorčí rady (popř. rozhodnutí o tom, že část členů dozorčí nebo i správný

radu bude volena zaměstnanci) by zejména u společností v soukromých rukou mělo být nadále v působnosti akcionářů/vlastníků, tj. valné hromady.

SP ČR odmítá předložený návrh zákona o obchodních společnostech a družstvech (obchodních korporacích), který by měl znovu zavést povinné zastoupení zaměstnanců v dozorčích radách akciových společností.

V průběhu platnosti nového zákona o obchodních korporacích (od 1. 1. 2014) mnohé zejména menší akciové společnosti využily

možností nové úpravy a například zavedly jednolennou dozorčí radu či počet členů dozorčí rady nedělitelný třemi nebo zvolily monistickou strukturu společnosti. Pro tyto společnosti by znovuzavedení povinné participace zástupců zaměstnanců v dozorčí radě představovalo zásah do jejich vnitřní organizace.

SP ČR přesvědčen, že navrhovaná legislativní změna je z hlediska dopadů na podnikatelský sektor mimořádně závažná. Zejména v mezirezortním připomínkovém řízení a při dalších jednáních upozornil na výrazná rizika. (tz)

Rodinné firmy zahájily generační výměnu

Rodinnému podnikání se v ČR daří. Dvě třetiny majitelů rodinných firem se ale hodlají v následujících pěti letech zaměřit na předání podniku někomu z rodiny. Jedna třetina rodinných firem je přitom již ve fázi předávání. Firmy si zároveň uvědomují, že celý proces předání firmy není záležitostí krátkodobou.

Téměř polovina vlastníků počítá s tím, že tento proces zabere více než dva roky. Vyplývá to z průzkumu mezi rodinnými firmami, který zahajuje již 5. ročník soutěže Equa bank Rodinná firma roku. Soutěž pořádá Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR ve spolupráci s generálním partnerem Equa bank a za podpory společnosti Deloitte, LeasePlan GO a letos nově i Amway. Tradiční průzkum zpracovala agentura Ipsos.

Tradiční průzkum mezi čtyřmi stovkami rodinných firem připravila pro AMSP ČR agentura Ipsos. Ukazuje se, že rodinným firmám se v České republice vede dobře. Více než polovina z nich očekává v následujících letech růst tržeb, naopak poklesu se obává jen každá desátá firma. Právě status rodinné firmy je podle dvou třetin z nich jejich hlavní konkurenční výhodou. Mimo jiné také proto, že spolupráce s rodinnými podniky budí u dodavatelů, odběratelů, zaměstnanců nebo bankéřů větší důvěru. O tom je přesvědčena téměř polovina rodinných firem. Přesto, pokud by majitelé těchto firem dostali výhodnou nabídku, šest z deseti by bylo ochotno svůj rodinný podnik prodat. Pouze pro necelou třetinu nepřípadá prodej firmy v úvahu.

Libor Musil, člen představenstva AMSP ČR, odpovědný za rodinné podnikání a sám majitel rodinné firmy LIKO-S k tomu uvedl: „Majitelé českých rodinných firem jsou pod velkým tlakem. Většinou jsou ve věku 50+ a řeší svůj nejdůležitější projekt – nástupnictví. Po letech tvrdé práce přiznávají, že jejich potomci často nejsou na převzetí připraveni. Zjišťují, že jejich děti jsou pracovitě, odhodlané, ale většinou teoreticky nepřipravené převzít otěže firmy a plnou odpovědnost. Rodiny tak řeší mnoho konfliktů

situací. K tomu přichází masivní tlak od některých bank a poradců, doporučující prodej firem. AMSP ČR na tuto situaci reaguje organizováním kulatých diskuzních stolů pro majitele a následovníky, vydává první publikaci o řízení rodinných firem, pořádá hlavní soutěž o rodinnou firmu roku a připravuje zavést pojem rodinná firma do legislativy. Jde nám o to, aby majitelé rodinných firem byli motivováni předat svůj majetek dalším generacím českých podnikajících rodin.“

Největší prioritou pro budoucnost podnikání zůstává pro většinu oslovených firem podobně jako v minulém roce udržení dobrých zaměstnanců, tento aspekt ale na rozdíl od loňska vnímá většina firem jako naprosto prioritní. Personální otázky vůbec patří mezi klíčové oblasti v rámci rodinného podnikání. Průzkum ukázal, že náboru zaměstnanců, kteří nejsou členy rodiny, se majitelé nebrání, avšak zároveň ho označují za největší problém. Stejně jako motivaci takových lidí. Tu vnímají podobně za problematičtější než motivaci rodinných pracovníků.

„Rodinné firmy vyhodnocujeme již mnoho let a letos poprvé je jasné, že předávání další generaci již není pouze na bázi deklarace, ale že dochází k činům. Současně sílí vábení investorů a majitelé začínají váhat, jestli podnik neprodat. Začíná proces, který zde zatím nemá obdoby a který skutečně otestuje odolnost rodinných podnikatelských klanů,“ zhodnotil výsledky průzkumu AMSP ČR její předseda Karel Havlíček.

„Majitelé rodinných firem si také uvědomují, že je zapotřebí úzká mezigenerační spolupráce. Jedním z důvodů je, že mladší generace má větší zkušenosti s novými technologiemi. Nejen proto se děti majitelů snaží do rodinného podnikání zapojit ve velké míře ihned po dovršení své plnoletosti,“ vysvětlila Eva Svobodová, generální ředitelka AMSP ČR. Pro majitele rodinných firem je zároveň podstatné, aby jejich děti načerpaly zkušenosti praxí v jiných firmách či během studia v zahraničí (69 %). Právě zahraniční pobyt

podle nich může být ideálním řešením na neexistenci českých škol zaměřených na podporu rodinného podnikání.

Průzkum se rovněž zabýval otázkami nástupnictví. Majitelé ve velké míře netrvají na tom, aby firmu nakonec převzal rodinný příslušník. Jako dva nejčastější důvody k ukončení rodinné tradice zmiňovali, že nechtějí vyvíjet tlak na ostatní rodinné příslušníky, nebo že směřují do jiných oborů. V takovém případě by ve třech čtvrtinách případů uvažovali o někom cizím. „Ne vždy je komu podnik předat nebo pro to nejsou vhodné podmínky. V případě, že by firmu převzal někdo mimo rodinu, je pro majitele důležité, aby k danému oboru a podniku měl dobrý vztah. V těchto situacích si pak firmy najímají poradenské společnosti, neboť celý proces předání či prodeje je dlouhodobější záležitost, která



vyžaduje komplexní zkušenosti a detailní znalost problematiky,“ vysvětlil Jan Spáčil, partner advokátní kanceláře Ambruz & Dark Deloitte Legal a člen týmu Deloitte Private.

Při příležitosti zveřejnění průzkumu startuje každoročně i soutěž Equa bank Rodinná firma roku. Letos se do ní firmy mohou přihlásit od 25. května až do 30. září 2016.

„Pozice rodinných firem se na českém trhu stále více upevňuje a dále rozvíjí. To je také důvod, proč pořádáme soutěž Equa bank Rodinná firma roku. Chceme firmám pomoci v dalším růstu, ocenit ty nejlepší, motivovat je do další

práce a v neposlední řadě i upozornit širokou veřejnost na existenci a výhody podobných podniků,“ uvedl Luboš Janoušek, ředitel rozvoje obchodu firemního bankovníctví Equa bank.

Vítěze soutěže Equa bank Rodinná firma roku 2016 vybírá odborná porota na základě souboru ekonomických, ale i neekonomických kritérií, jako je například růst obrátu v posledních pěti letech, příspěvek k zaměstnanosti v regionu (počet zaměstnanců), počet generací vlastníka zapojených do podnikání, politika sociální odpovědnosti aj. Od roku 2014 jmenování vítěze může ovlivnit také veřejnost, a to v kategorii Cena veřejnosti.

Loňským celkovým vítězem se stala společnost KOMFI spol. s r.o., která je předním výrobcem jednoúčelových a polygrafických strojů. „Rodinné podnikání si stoprocentně zaslouží svou pozornost a v mnoha případech je při komunikaci s externími partnery vnímáno velmi pozitivně. Velmi oceňujeme, že v České republice existuje soutěž jako Equa bank Rodinná firma roku, která rodinné podnikání každoročně podporuje. Ocenění z loňského roku si velmi vážíme a věříme, že nám pomůže v dalším budování a šíření dobrého jména naší firmy,“ sdělil Karel Matějček, zakladatel, jednatel a generální ředitel společnosti KOMFI spol. s r.o.

Stejně jako v loňském roce je organizátorem soutěže AMSP ČR, generálním partnerem Equa bank a partnery ocenění společnosti Deloitte Advisory, LeasePlan. Letos se mezi partnery nově zařadí společnost Amway, která se patří k největším společnostem přímého prodeje na světě. „Sami jsme rodinnou firmou, která si dlouhé roky buduje své postavení na trhu. Na oblast rodinného podnikání se proto díváme velmi pozitivně, ale zároveň víme, jak může být cesta za úspěchem dlouhá a náročná. Z toho důvodu jsme se rozhodli stát partnerem soutěže a věříme, že spolupráce bude prospěšná pro obě strany,“ doplnila Ildiko Diksová, ředitelka Amway pro Českou a Slovenskou republiku. (tz)

Nový certifikát CEPA pomáhá v potravinářství zefektivnit boj proti škůdcům

Společnosti podnikající v segmentu Desinfekce, Desinsekce, Deratizace (DDD) mohou nově získat mezinárodní certifikáty CEPA, které deklarují efektivnost ochrany proti škůdcům v provozech. V Česku je historicky prvním držitelem certifikátu firma Impest Control, která vyvinula nový systém ochrany. Bureau Veritas je v tuzemsku jediným oprávněným poskytovatelem certifikace CEPA.

„Výrobci a zpracovatelé potravin po nás vyžadují nejen vyšší kvalitu, ale stále častěji i standardizaci v ochraně před škůdci. V reakci na ty-

to požadavky jsme vyvinuli úplně nový systém, kterému říkáme Integrovaná ochrana před škůdci neboli IOŠ,“ sdělil Alexander Nerandžić,

jednatel Impest Control. Systém je založen na moderní koncepci prevence výskytu škůdců, na pravidlech bezpečnosti potravin a analýze rizik. „Řešení, které jsme vyvinuli, nám výrazně pomohlo projít náročným certifikačním procesem. Jsme tak první firmou v Česku, která získala certifikát CEPA,“ dodal.

Náročnost firem podnikajících v potravinářském průmyslu potvrzuje také inspekční a certifikační společnost Bureau Veritas. „Potra-

vináři jsou nejnáročnější klienti. V každé potravinářské normě je ochrana před škůdci výslovně definována a také důsledně sledována dohledacími úřady i auditory. Podnikatelé z tohoto segmentu mají nyní oporu v nové normě ČSN EN 16636, která vzešla v platnost na konci roku 2015. Stala se nám vodítkem pro certifikaci CEPA, kterou poskytujeme v České republice jako jedini,“ vysvětlil za Bureau Veritas obchodní ředitel Aleš Podrazil. (tz)

Na stáří si nespoří 34 % lidí, u mladých do 29 let je to dokonce více než polovina

Podle průzkumu, který si nechala Asociace penzijních společností ČR zpracovat agenturou STEM/MARK, je 80 % lidí přesvědčeno, že státní důchod nemůže pokrýt jejich potřeby. Zhruba 26 % se dokonce obává, že nepokryje ani ty základní. Na stáří si ale spoří jen 66 % dotazovaných, u mladých do 29 let dokonce jen 47 %. Paradoxní je, že 80 % z těch, kteří si nespoří ani minimální částku, si myslí, že průměrná výše státního důchodu je ještě nižší, než ve skutečnosti je.

Na 39 % respondentů, kteří si nespoří, uvedlo jako důvod špatnou finanční situaci, ve věku mezi 30 a 44 lety je to dokonce 53 % lidí. U mladých do 29 let, kteří si zatím nespoří, ale plánují začít, uvádí 21 %, že plánuje zahájit spoření ve čtyřiceti letech, dalších 15 % dokonce až v padesáti letech.

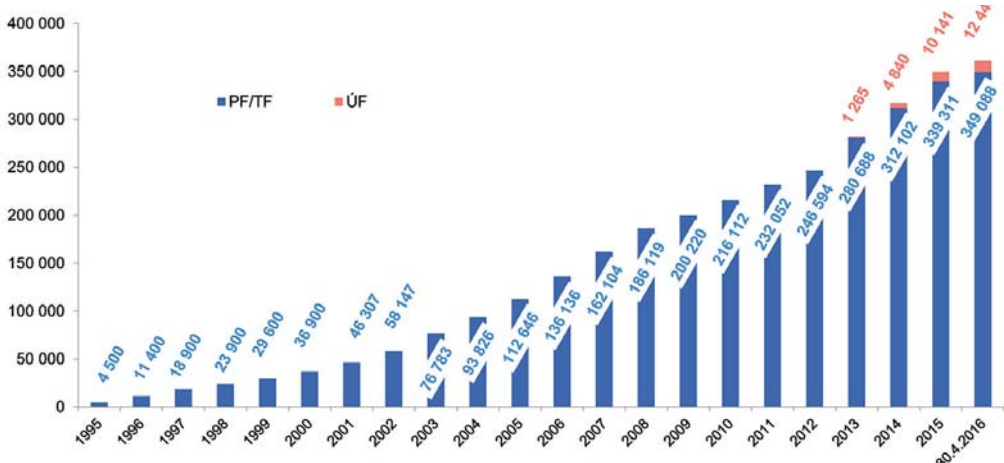
Zajímavá je také měsíční částka, kterou si lidé na stáří odkládají – méně než 1000 korun měsíčně si dává stranou 61 % těch, kteří si na penzi šetří. Většina lidí tedy nevyužívá penzijní

spoření naplno a přicházejí o nejvyšší možnou státní podporu. O té však mají respondenti také zkreslenou představu. Přestože jako nejdůležitější výhodu penzijního spoření uváděli lidé v průzkumu shodně právě státní podporu (na škále od 1 do 5 získala 4,36 bodu), téměř 58 % všech dotázaných netuší, že státní podporu získají už při úložce 300 korun měsíčně. Například 18 % respondentů si myslí, že ji získá až od 1000 korun.

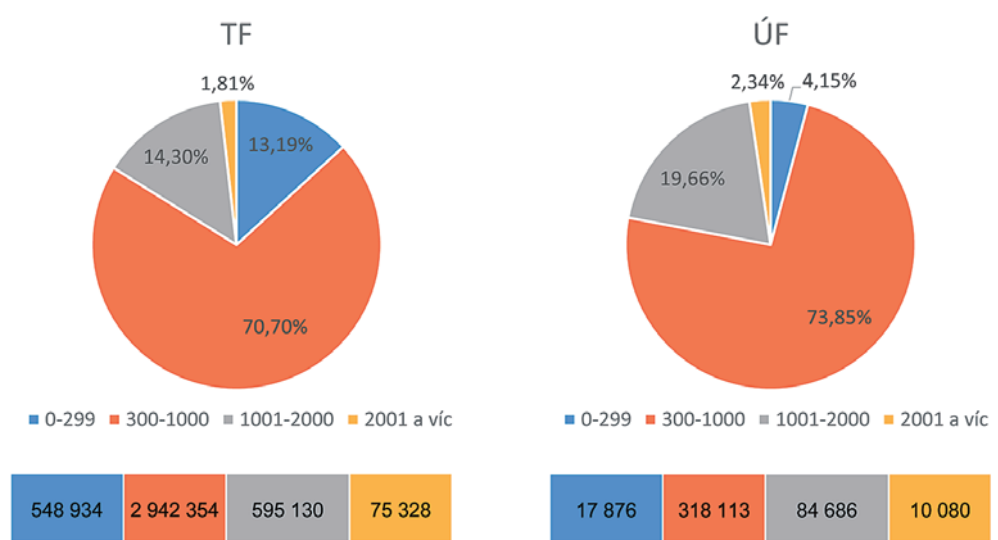
Na druhém místě za státní podporou lidé při otázce na výhody penzijního spoření uváděli garanci nezáporného zhodnocení (3,94/5), dále daňové výhody (3,79/5) a možnost čerpat předdůchod (3,5/5). Například možnost volit si investiční strategii skončila až na šestém místě (3,21/5).

Dobrou zprávou je, že od nového roku zavedenou možnost založit penzijní spoření i dětem lidé vnímají pozitivně – převažují ti, podle kterých je to dobrá investice. Vítá ji 38 % respondentů, pro 35 % není produkt relevantní (moc mladí, staří, bezdětní) nebo nevědí, jak ohodnotit, 27 % lidí produkt hodnotí jako nevhodný. (tz)

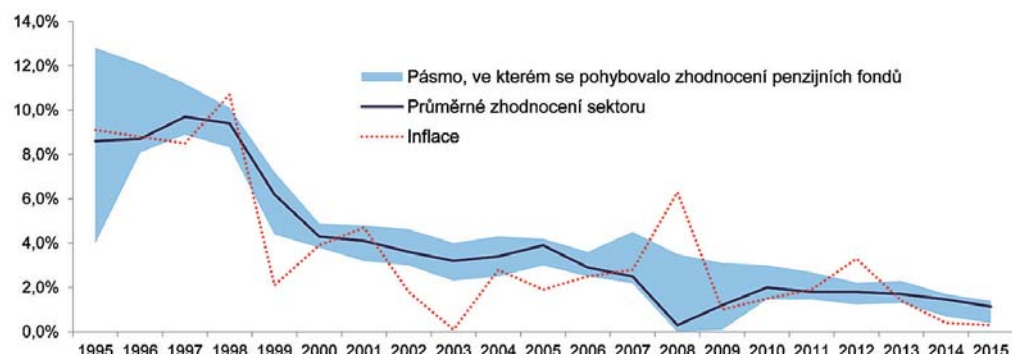
VÝVOJ OBJEMU SPRÁVOVANÝCH PROSTŘEDKŮ ÚČASTNÍKŮ (1995–2016, mil. Kč)



STRUKTURA ÚČASTNÍKŮ PODLE VÝŠE PŘÍSPĚVKU K 30. 4. 2016



PRŮMĚRNÉ ZHODNOCENÍ VKLADŮ V TRANSFORMOVANÝCH FONDECH



Central Group vlastní parcely pro výstavbu 15 000 bytů, nejvíce v zemi

Největší český rezidenční developer a investor nové bytové výstavby Central Group v současnosti vlastní pozemky pro výstavbu více než 15 000 nových bytů. Na velkou část z nich má již vydaná příslušná povolení. Je tak největším vlastníkem stavebních parcel pro bytovou výstavbu v zemi. Jen v loňském roce firma nakoupila deset nových pozemků o rozloze přesahující 120 000 m² pro téměř 2000 bytů. Na těchto pozemcích v následujících letech vzniknou byty v investiční hodnotě řádově sedmi miliard korun. V současnosti firma jedná o dalších velkých akvizicích.

„Central Group patří ke kapitálově nejsilnějším domácím investorům nové bytové výstavby a má již dnes zajištěnou nabídku nových lokalit na zhruba deset let dopředu. To je velká konkurenční výhoda především v situaci, kdy je povolování nových projektů vzhledem k legislativnímu chaosu v Praze velmi omezeno, někde dokonce úplně za-

staveno,“ řekl šéf Central Group Dušan Kunovský. Podle něj v poslední době cena pozemků s vydaným územním rozhodnutím nebo stavebním povolením v Praze rapidně vzrostla, a to až o 50 % především v důsledku toho, že některé pražské městské části přestaly novou výstavbu povolovat. Central Group se v poslední době se-

tkal s více případy, kdy byly požadavky majitelů nabízených pozemků zcela mimo ekonomickou realitu. Na nové akvizice má společnost letos opět z vlastních zdrojů vyčleněno 1,5 miliardy korun. „Ale utratíme je jen v případě, že nová akvizice bude ekonomicky vycházet. Na umělé vyšponované ceny v současné době boomu nejsme na rozdíl od některých konkurentů nuceni přistoupit. A pokud to udělá někdo z méně zkušených developerů, zůstanou mu nakonec jen oči pro pláč,“ vysvětlil Dušan Kunovský. Central Group jako největší domácí investor nového bydlení má dostatek pozemků na dalších nejméně deset let, jak bylo zmíněno, a proto může s akvizicemi počkat, až se ceny pozemků vrátí k ekonomické realitě. Na druhou stranu je firma připravena za zajímavé

akvizice letos utratit i výrazně více. V důsledku krize v oblasti povolování nových projektů se někteří hráči z trhu stahují a tak se objevují zajímavé nové obchodní příležitosti.

Potíže, které legislativní chaos dlouhodobě způsobuje, se ale samozřejmě týkají i společnosti Central Group. „Jako největší hráč na trhu pocítujeme také nejvýraznější dopady,“ potvrdil Dušan Kunovský s tím, že jen náklady na projekční, architektonické a inženýrské práce v důsledku neustálých legislativních změn od ledna loňského roku, kdy přestaly platit pražské stavební předpisy, firmu vyšly na více než 40 milionů korun. K tomu navíc přistupují další velké náklady spojené se zdržením přípravy projektů často v řádu několika let. (tz)

Teplárenské sdružení ČR podporuje 90 % návrhů ekologických organizací na zlepšení legislativy oběhového hospodářství

Teplárenské sdružení ČR se hlásí k principům oběhového hospodářství. Z deseti návrhů evropských ekologických organizací na zlepšení balíčku legislativních opatření k oběhovému hospodářství jich devět podporuje.

Z deseti opatření navržených ekologickými organizacemi na zlepšení balíčku oběhového hospodářství nemůže Teplárenské sdružení ČR podpořit pouze desátý bod, který požaduje zavedení zákazu spalování neupraveného směsného komunálního odpadu. „Plně podporujeme snahu o maximální recyklaci komunálního odpadu. Je potřeba především zlepšit jeho třídění u původců, recyklovatelné suroviny by se do

směsného komunálního odpadu do budoucna vůbec neměly dostávat. Pak však nedává smysl zbytkový směsný komunální odpad před energetickým využitím nějak upravovat,“ řekl Martin Hájek, ředitel Teplárenského sdružení ČR.

V kontextu některých států, které spalují zbytkový komunální odpad s velmi nízkou účinností, může dávat požadavek na zákaz spalování neupraveného komunálního odpadu smysl. V situaci České republiky by však bylo jeho zavedení z hlediska životního prostředí zcela kontraproduktivní. „Požadavek na energetické využití pouze upraveného odpadu by v kontextu České republiky vedl ke zvýšení spotřeby energie i fosilních paliv, vývozu výhřevné frakce odpadu do zahraničí, ke snížení účinnosti jeho

energetického využití a také k vyššímu skládkování,“ obává se Martin Hájek. Česká republika je podle něj v odlišné situaci než jiné státy EU, protože disponuje rozvinutými systémy dálkového vytápění, které umožňují maximálně efektivní využití energie obsažené ve zbytkovém komunálním odpadu.

„Energetika rozhodně nehodlá překážet recyklaci odpadu, rádi se spokojíme s tím, co na nás zbyde. Je ale potřeba si uvědomit, že i kdybychom se v třídění přiblížili k nejvyspělejšímu regionu Evropy, stále by nám zbylo přibližně 1,5 milionu tun směsného komunálního odpadu ročně, tedy dvojnásobek současné kapacity pro jeho energetické využití,“ upozornil Martin Hájek.

Teplárenské sdružení České republiky plně podporuje rychlé přijetí nového zákona o odpadech, který připravuje Ministerstvo životního prostředí České republiky. Účastníci tradiční konference Dny teplárenství a energetiky se letos v dubnu shodli, že nový zákon o odpadech by měl nastavit základní legislativní podmínky pro postupné omezování skládkování a zvyšování využívání odpadu včetně energetického využití při respektování hierarchie nakládání s odpadem a nastavení efektivní výše poplatků za směsný komunální odpad.

Efektivní využití zejména komunálního odpadu může významně přispět ke snížení požadavku na primární energetické zdroje, jako je hnědé uhlí. (tz)

Konference Americké společnosti pro kvalitu: obrovská účast, včetně České společnosti pro jakost



**ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST**

nost dvou svých pracovníků. Celkově se této mezinárodní konferenci zúčastnilo více než 2500 specialistů z oblasti kvality. Mimo účastníků z amerického kontinentu byli zastoupeni i odborníci z neziskových i ziskových organizací z celého světa. Stejně tak byla rozmanitá skupina těch osobností, které na konferenci aktivně vystupovaly.

Množství vystoupení bylo rovněž značné; probíhalo vždy několik přednášek, případových studií a workshopů najednou. Díky velkému počtu témat bylo potřeba velmi pečlivě vybírat, kterou přednášku navštívit. Jak už tomu bývá na podobně rozsáhlých akcích, kvalita jednotlivých vystoupení byla různá. Mezi přednáškami ale bylo možné najít opravdu zajímavá témata prezentovaná excelentními řečníky. Na konci každé byl ponechán prostor pro diskuzi, o kterou byl veliký zájem, na což nejsme z tuzemských akcí až tak moc zvyklí. Za zmínku stojí hned několik velmi zajímavých ukázek.

V termínu od 15. do 19. května proběhla v americkém Milwaukee Světová konference kvality a zlepšování, pořádaná Americkou společností pro kvalitu (ASQ). Česká společnost pro jakost, jako aktivní světový partner ASQ, zajistila na konferenci přítom-

Přednáška Potential TS 16949 updates based on the ISO 9001:2015 se zaměřovala na nastínění směru probíhající revize dokumentu ISO/TS 16949, který obsahuje doplňující požadavky ISO 9001 pro automobilový průmysl. Toto téma je pro organizace v České republice, vzhledem k rozsahu zastoupení automobilového průmyslu, velice zajímavé. Momentálně je stále platná informace, že nová verze ISO/TS 16949 by měla být k dispozici na konci roku 2016 s tím, že poté budou muset všechny organizace projít recertifikací nejpozději do 14. 9. 2018.

Prezentace Translating Quality Tools for a Software Team se zaměřila na porovnání ter-

mínů používaných v kvalitě a v IT. Pro shodné činnosti se v obou oblastech používají rozdílné termíny. Druhá část prezentace byla zaměřena na techniky, jak vést mítinky, kterých se účastní zástupci z obou oblastí.

A New Model in the World of Quality: SWEATT Overtakes SWOT představila velmi zajímavé rozšíření SWOT analýzy rozdělené na silné stránky, slabé stránky, excelenci, opatření, hrozby a tým. Do jednotlivých částí se mají zařazovat pouze ty věci, se kterými chce organizace skutečně pracovat, musí být definováno, čím je každá položka měřena, jaká je současná hodnota a při jaké hodnotě by položka přecházela do jiné části SWEATT (např. silná stránka mezi slabé).

Přednáška RACI Charts: A Quality Management Superstar Tool byla představením modelu, podle kterého je možné přiřazovat úkoly, odpovědnosti a pravomoci k jednotlivým částem procesů, navíc je možné analyzovat pracovní zatížení jednotlivých funkcí.

V porovnání se situací na konferencích a vzdělávacích seminářích v České republice bylo v pozadí téma nové normy ISO 9001, která byla

součástí zaměření skutečně minimálního počtu přednášek. Je však třeba poznamenat, že představované metody a jejich aplikace mohou samozřejmě být dobře využitelné při zvládání nových nebo revidovaných požadavků ISO 9001:2015.

Součástí programu konference byl i workshop pro zástupce světových partnerů. Jednání se zúčastnili reprezentanti z Belgie, Švédska, Brazílie, Japonska, Číny, Singapuru, Jižní Koreje, Indie, Izraele, Argentiny, Brazílie a samozřejmě zástupci ASQ a České společnosti pro jakost. Workshop byl zaměřen na otázky potřeby profesionálů v oblasti kvality, změnu požadavků na jejich znalosti a dovednosti v návaznosti na rozvoj nových technologií. Představitelé jednotlivých společností diskutovali formou brainstormingu nad nastíněnými otázkami a zároveň o tom, zda slovo kvalita nenahradit jiným pojmem.

Obrovská účast na konferenci dokládá, že kvalita a její zlepšování je stále aktuální a velké téma. Můžeme jen doufat, že se tradiční konference pořádaná Českou společností pro jakost v listopadu dočká podobně velkého zájmu.

Ondřej Hykš

Krize urychlila transformaci v průmyslu i službách

Známý světový ekonom a profesor Fordhamské univerzity ve Spojených státech Milan Zelený vystoupil na mezinárodní konferenci Kvalita 2016, která se uskutečnila v květnu v Ostravě. Ve svém příspěvku se věnoval selhání politických elit při řešení ekonomických krizí a možným řešením, které by Česká republika mohla nalézt v odkazu nejznámějšího českého podnikatele Tomáše Bati. Na 25. ročníku konference Kvalita vystoupila i dlouhá řada dalších představitelů akademické sféry a významných firem z České republiky i ze zahraničí.

Konference Kvalita patří již čtvrt století k nejvýznamnějším odborným akcím, které jsou v Moravskoslezském kraji organizovány. Každoročně nastoluje nová témata z oblasti kvality a řízení firem a zprostředkovává předávání zkušeností mezi akademickou a podnikovou sférou.

„V programu konference se každý rok snažíme představovat zajímavé osobnosti, které mají odvážné a novátorské názory a mohou obohatit myšlení jak odborníků z podnikové praxe, tak i teoretiků a přednášejících z vysokých škol. Nechce-

me účastníkům donekonečna předkládat jen osvědčené pravdy. V dnešní složité době chceme a musíme být nakloněni lidem, kteří přinášají originální řešení a kteří jsou schopni inspirovat ostatní,“ shrnula záměry organizátorů Růžena Petříková, odborný garant konference.

Tradičním tématem, o kterém se na konferenci diskutuje, je odkaz Tomáše Bati a možnost využití jeho návrhů a myšlenek v současnosti. Řada metod, které Baťa používal, se osvědčuje i v dnešní praxi. Podle jednoho z hlavních řečníků konference, Milana Zeleného, bude Baťův odkaz stále významnější s tím, jak se bude světová ekonomika vracet od současné globalizace zpět k lokálním ekonomikám.

„Soustava Baťa je prověřená nadmíru úspěšnou a dlouholetou praxí a představuje dosud nejspolehlivější a nejúplnější souhrn zásad úspěšného podnikání v moderním světě. Úspěšný člověk v podnikání by měl i dnes rozhodovat a jednat s Baťovým myšlenkovým dědictvím při ruce,“ uvedl Milan Zelený v předmluvě ke své knize Cesty k úspěchu.

Druhým důležitým tématem, který program konference reflektoval, je Německem vyhlášená Průmyslová revoluce 4.0. Jaký bude mít dopad na

českou ekonomiku? Jak se budou měnit požadavky německých firem a budou se jejich čeští dodavatelé umět přizpůsobit? A není přílišná závislost českých společností na exportu do SRN stejně škodlivá, jako předchozí zaměření na země RVHP? Otázek do diskuze bylo více než dost.

Konference s názvem Kvalita 2016 se zabývala také přijetím nové normy ISO 9001:2015. Změni se konečně přístup firem a nahradí formální vztah k „certifikaci ISO“ reálným využíváním možností, které tyto normy přináší? S touto otázkou na konferenci vystoupil český guru kvality profesor Jaroslav Nenadál z VŠB TU Ostrava. A jak vzdálená je cesta od norem ISO k Business Excelenci, vysvětlil rektor VŠB TU Ostrava Ivo Vondrák.

Unikátní částí konference byla připravená diskuzní fóra, kde si pozvaní hosté vyměňovali své názory s ostatními účastníky konference a hledali stanoviska například k tématům Vhodnost šíření požadavků kvality – Přiměřenost využívání zdrojů, Efektivita v produkci a výsledcích – Baťova soustava řízení dosud nepřekonaná, nebo Průmysl se změnil a co my s tím?

„Každým rokem se v diskuzích objeví dlouhá řada myšlenek a témat, které pak dlouhé měsíce rezonují v odborných článcích a studiích, a – což

je nejdůležitější – velmi často se projeví v konkrétních realizacích v praxi průmyslových firem i dalších organizací různého zaměření. Právě proto je zde konference kvalita již čtvrt století a já pevně věřím, že má ještě dlouhou řadu ročníků před sebou,“ vysvětlil přínos konference Alan Vápeníček, ředitel Domu techniky Ostrava.

Konference Kvalita v Ostravě patří ke stěžejním akcím programu Národní politiky kvality. Je proto logické, že kromě témat kvality v průmyslu se věnovala i dalším záležitostem, které Národní politika kvality řeší – společenské odpovědnosti a udržitelnému rozvoji a kvalitě ve veřejné správě. Mezi vystupujícími byla i řada firem oceněných v programech Národní ceny kvality ČR a Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj.

„Jsem velmi rád, že se na konferenci prezentovalo tolik firem a organizací, oceněných v programech, které pořádáme. Pro mě osobně je to jen dalším dokladem faktu, že firmy, které v našich programech uspějí, patří ke skutečné špičce a že jsou cenným zdrojem inspirace a zkušeností pro ostatní,“ podotkl Robert Szurman, státní tajemník v Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a předseda Rady kvality ČR. (tz)

Hlavními problémy byly nedodržování hygieny a špatná manipulace s potravinami

Výsledky kontrol Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZPI) za rok 2015 ukazují alarmující stav dodržování hygienických předpisů a požadavků na skladování potravin u maloobchodů. Jen loni uložil tento orgán pokuty ve výši 140 milionů korun, nejčastěji za nedostatečná opatření proti škůdcům, narušování chladového řetězce při manipulaci s potravinami, dále jejich špatné označování a falšování. Kritická je i skutečnost, že tyto problémy se objevují dlouhodobě.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce kontrolovala především ty povinnosti, které mohou prodejci přímo ovlivnit, například bezpečnost potravin v souvislosti se skladováním, dodržování teplotních režimů u chlazených a mražených potravin a dodržování hygienických požadavků. Podle SZPI byly největší nedostatky odhaleny v plnění hygienických standardů, především v oblasti opatření proti průniku škůdců. „Ať už jde

o hlodavce, nebo o hmyz, škůdci jsou potenciálními přenašeči závažných onemocnění a jejich pohyb mezi potravinami je neakceptovatelný. Škůdci potravin poškozují takzvaným požerem a kontaminují potraviny exkrementy. Zboží podezřelé z kontaminace musí prodejce vyřadit a zlikvidovat,“ uvedl Pavel Kopřiva, mluvčí SZPI s tím, že přítomnost škůdců se v převážné většině případů pojí se zanedbaným úklidem. Jde především o nánosy prachu a mastnoty na regálech a zboží.

Potravinové řetězce však nechybují pouze v neplnění hygienických standardů. Častým nedostatkem bývá nedodržení chladového řetězce. „Potravina musí být po celou dobu uvádění do oběhu vystavena teplotám dle podmínek uchovávání na obale, tedy od fáze výroby, přepravy, skladování až k fázi maloobchodního prodeje. Zboží bývá po doručení velmi často skladováno mimo chladicí nebo mrazicí prostory. Přitom i rozdíl 1 °C může znamenat, že se potraviny stanou zdraví závadné,“ sdělil Petr Píša, technický ředitel společnosti Frigomont, předního českého dodavatele

chladírenské a mrazírenské technologie. Například rozmrazenou potravinu tak nelze ani po opětovném zmrazení považovat za bezpečnou, mohlo zde totiž dojít k rozvoji bakteriální kontaminace. „Řetězce se rovněž potýkají se vzdušnou vlhkostí, která narušuje obaly a je důvodem vzniku plísní ve špatně větraných prostorech,“ doplnil Petr Píša.

Dodržování chladového řetězce je kritické především v manipulaci s nebaleným masem. Zde však výsledky kontrol ukazují mírné zlepšení oproti předchozím roků. Tato novela rovněž upravuje problémy spojené s novým nařízením o označování potravin. „Nejčastější jsou závady v označení výrobků. V roce 2015 vstoupila v platnost novela zákona o potravinách, která upravuje i požadavky na označování potravin. Jejím cílem je zvýšit informovanost spotřebitele. Tato novela rovněž upravuje sankce za špatné označení, které se nyní mohou vyšplhat až na 10 milionů korun,“ uvedl Petr Pejchal, mluvčí Státní veterinární správy. Stablně pak kontroly v úsecích s nebaleným masem odhalují nedostatky v oblasti sanitace, čištění a dodržování

systému HACCP. Důvodem je mnohdy snaha řetězců ušetřit, a tak nakupují komponenty, které si ce jsou omyvatelné, ale nesplňují požadavky na čistitelnost v rozích a jiných hůře dostupných místech, kde se pak usazují nečistoty.

I přes zpřísnění požadavků na dodržování předpisů a norem se stav trvale nezlepšuje. Nepomohlo tomu ani opatření SZPI, které na webové stránky www.potraviny-napranryri.cz vyvěšuje seznamy všech uzavřených provozoven i s detailním popisem a fotodokumentací. „Situace v oblasti dodržování zákonných požadavků setrvale není optimální. Počet kontrol v řetězcích se v posledních letech pohybuje mezi 5700 a 7000 ročně a počet zjištěných nevyhovujících vzorků mezi 900 a 1200 ročně. V loňském roce jsme uložili rekordně vysoké pravomocné pokuty za 140 milionů korun. Významným problémem je falšování potravin, kdy je v potravině nahrazena hodnotná složka méně hodnotnou, přičemž spotřebitel není o této záměně informován a je takto de facto okrádán,“ uzavřel Radek Kopřiva. (tz)

Padělků průmyslového zboží přibývá, důvodem jsou nízké ceny a rozvoj online prodeje

Padělky průmyslového zboží se v posledních letech objevují na trhu stále více. Zatímco dříve se nelegální výrobci zaměřovali zejména na sortiment oblečení, módních doplňků, bot nebo kabelek, v posledních několika letech kopírují například ložiska, ale také automobilové součástky, či dokonce náhradní díly k traktorům. Padělatelům nahrává především neustále se rozvíjející internetové obchodování, které poskytuje velkou míru anonymity.

Jeden z posledních případů odhalených falzifikátů se týkal brněnské firmy ZKL, která vyrábí ložiska. „V minulých týdnech se indické policii podařilo zabavit přímo u několika výrobců ve městě Surat ložiska v hodnotě 610 000 korun,“ popsal čerstvý případ výkonný ředitel ZKL Bearings CZ, a.s., Jiří Prášil. Firma se podle něj s paděláním svých výrobků setkává pravidelně. Problémy jsou zejména v Asii, hlavně v Nepálu a právě Indii, kde proběhl poslední zásah. „Před několika lety však celníci odhalili i kontejner směřující z Číny na sousední Slovensko,“ upozornil Jiří Prášil s tím, že problém padělků se týká také Evropy. Jedním z hlavních vývozců padělků je přitom podle celníků stále Čína. „Loni se nám podařilo například odhalit zásilku s kopími ložisek značky SKF. Odesílatel byl z Číny,“ konstatovala mluvčí Generálního ředitelství cel České republiky Hana Prudičová.

Podle Jiřího Prášila se nelegální výrobci zaměřují hlavně na jednodušší typy sortimentu. Čím složitější produkt je, tím menší je o něj ze strany padělatelů zájem. Kopie jsou přitom na první pohled velmi zdařilé a je velmi těžké roze-



znat je od originálních výrobků. Markantní rozdíl je ale v kvalitě. „Padělky jsou často vyrobené z levných a nevhodných materiálů, což se logicky projeví na jejich trvanlivosti. Životnost padělků je méně než poloviční oproti originálu. Problémem je, že záměnu může odběratel zjistit

až v případě havárie ložiska. Reklamacie v těchto případech není možná,“ popsal problémy Jiří Prášil. Firma se proto snaží zákazníky varovat, aby ložiska nakupovali jen u autorizovaných partnerů společnosti, u kterých budou mít jistotu, že pořízují originál.

I když se počet falzifikátů konstantně snižuje, zcela vymýt z trhu se je nedaří. Hlavním důvodem je neustálá poptávka zákazníků po co nejnižší ceně, která padělatelům nahrává, a také způsob prodeje. Zatímco dříve se padělané zboží jako oblečení nebo boty vyskytovalo hlavně na trzích, kde bylo snadno odhalitelné, dnes se prodej ve velkém přesouvá na internet – do e-shopů a na sociální sítě, kde anonymita virtuálního prostředí dává větší možnosti vyhnout se kontrole. Ústřední ředitel České obchodní inspekce Mojmir Bezecný varuje, že online nákup má svá specifika. „Pokud někdo chce zboží přes internet koupit, měl by si prodávajícího důkladně prověřit a v případě jakýchkoliv pochybností od koupě ustoupit,“ uvedl Mojmir Bezecný.

Podle expertů existují i další způsoby, jak odhalit nekorektní nabídku. Kromě podezřelého vzhledu e-shopu to může být také velmi nízká cena. Riziko ale podle nich hrozí i v kamenných obchodech, především u neautorizovaných obchodníků. „Tam by měl zákazníka upozornit třeba způsob balení výrobku a jeho zpracování. Pokud má jít o originál a například krabice je už na první pohled potíštěná špatně, kupující by měl zpozornět,“ sdělila Hana Prudičová.

Kromě ložisek se odborníci v poslední době setkávají také s padělků dalších strojírenských produktů. Celkem rozšířené už jsou falzifikované náhradní díly na osobní a nákladní automobily. V roce 2014 celníci vůbec poprvé zachytili přes 10 000 kusů náhradních součástek k traktorům Zetor. Padělatele obvykle neodradí ani možná milionová pokuta za přestupek nebo desetimilionová pokuta za správný delikt, kterou mohou celníci uložit. (tz)

Při výběru nábytku se 43 % Čechů řídí cenou, kvalitu řeší dvě třetiny

Kvalita, design a cena. Podle těchto tří kritérií Češi nejčastěji vybírají nábytek. Naproti tomu zkušenost s prodejcem či snadná doprava nehraje při nákupu tak velkou roli. Vyplývá to z nejnovějšího průzkumu e-shopu MT nábytek. Zatímco pro mladé do 24 let je nejdůležitější design, u starších lidí rozhoduje kvalita.

Téměř dvě třetiny Čechů při výběru nábytku nejvíce přesvědčí jeho kvalita. Ukázal to průzkum, který zrealizoval tuzemský e-shop MT nábytek na nábytkářském veletrhu Mobitex. Stejně tak si respondenti vybírají nábytek podle jeho designu a ceny. „Design je při výběru ná-

bytku podstatným kritériem pro 59 % zákazníků, cenu zmínilo 43 %. Už tak neplatí, že by cena nábytku pro tuzemské zákazníky byla nejdůležitější,“ představila výsledky průzkumu Petra Triščíková z e-shopu MT nábytek. Oproti tomu zkušenost s prodejcem je důležitá pouze pro 15 % a jen 1 % dotázaných uvažuje při koupi vybavení nad možností snadné dopravy.

Trendy nákupního chování se však různí na základě věku zákazníků. U respondentů ve věku 15 až 24 let vede design, který je důležitý pro 70 % z nich. Naopak v kategorii 35 až 44 let zmínilo nejvíce dotázaných kvalitu, a to konkrétně 77 %. „Pro mladé lidi, kteří se dobře orientují na českých i zahraničních e-shopech s nábytkem, je logicky vzhled i design nábytku důležitý.

S rostoucím věkem respondentů však musí nábytek splňovat i další kritéria,“ vysvětlila Petra Triščíková.

Při nakupování se zákazníci taktéž řídí novými trendy. Inspiraci a informace hledají nejčastěji na internetu. „Tři čtvrtiny respondentů hledají aktuální trendy na internetu a v e-shopech, polovina na veletrzích a necelých 44 % v časopisech o bydlení. U přátel a známých se pak inspiruje přibližně každý šestý,“ doplnila Petra Triščíková z největšího tuzemského e-shopu s nábytkem MT nábytek.

Průzkumu se zúčastnilo celkem 593 respondentů. Uskutečnil se mezi 20. a 23. dubnem na mezinárodním nábytkářském veletrhu Mobitex v Brně. (tz)



Pracovat za 24 000 korun? Nezaměstnaní nemají zájem

Nábory pracovníků, které pořádá personálně-poradenská společnost McROY Czech někdy i přímo ve spolupráci s úřady práce, mají v posledních měsících jedno společné: nabídku si přijde vylechnout i několik desítek nezaměstnaných, ale úspěchem je, když o nabízené pozice projeví zájem alespoň jeden člověk. Často je zájem účastníků dokonce nulový.

Nábory přitom nenabízejí nudné pracovní pozice. Před několika dny hledala společnost McROY Czech zájemce o pozice spojené s montováním nábojnic do airbagů, lepení štítků, dále pak seřizovače, mechaniky a další dělnické profese. Firmy nabízely benefity ve formě stravenek, občerstvení na pracovišti, závodní kuchyni, příspěvek na dopravu a další. Hrubá měsíční mzda

se pohybovala mezi 20 000 a 24 000 korunami.

Účast na náboru přislíbilo 30 nezaměstnaných. Nakonec dorazilo 20 lidí, zájem o práci neprojevil nikdo z nich. „Na náborových akcích je to téměř vždy stejné, nikdo nemá zájem. Lidé, kteří chtějí pracovat, si práci najdou většinou sami a na úřadu práce jsou třeba jen týden. Další jsou v evidenci roky. Pokud odmítnou přímou nabídku, úřad je vyřadí, ale oni jsou za chvíli zase zpět v evidenci,“ říká Vladislava Hráčková z brněnské pobočky personálně-poradenské společnosti McROY Czech.

Lidé v Česku se totiž mají velmi dobře i bez práce. Často jsou registrovaní na úřadu práce, který za ně platí pojištění a oni mohou pracovat načerno. „Například u nás na Brněnsku máme 250 pracovních nabídek a nemůžeme je obsadit, přestože nabízíme i 24 000 hrubého v dělnických profesích. Pak musíme brát cizince a Češi

nadávají, že jim berou práci. Ale to není pravda. Tihle lidé prostě pracovat nechťejí,“ dodává Vladislava Hráčková.

S jakými výmluvami účastníci uvedené náborové akce nabízenou práci odmítali? Například: Dělat dvanáctky je pro mě moc psychicky náročné. Nebo: Máte i směnný provoz po osmi hodinách, to bych taky psychicky nezvládl. Další přicházeli s jinými argumenty: Mám nemocnou matku. Mám virózu, asi z těch pylů. Byl jsem trestaný, to byste mě určitě nechťeli. Sedm let jsem si platila soukromou školu, teď nemůžu pracovat jako dělnice. To jsou vyjádření některých lidí bez práce. Těžko je komentovat.

„České ekonomice zásadně chybí volní pracovníci, což brzdí růst, firmy mají problémy s plněním nových zakázek. Stát přichází o možnost růstu HDP a s tím souvisejícím nárůstem výběru daní. Zároveň zbytečně utrácí

miliardy na sociálních dávkách,“ varuje Tomáš Surka, ředitel personálně-poradenské společnosti McROY Czech.

V dubnu celkový počet uchazečů o zaměstnání poklesl o 6,4 % na 414 960, počet hlášených volných pracovních míst vzrostl o 5,7 % na 124 280 a podíl nezaměstnaných osob poklesl na 5,7 %.

„Máme tedy více než 400 000 evidovaných nezaměstnaných, ale zároveň je těžké sehnat lidi na pozice, které nevyžadují žádné speciální vzdělání nebo pracovní zkušenosti, a přesto jsou někteří schopni se práci vyhýbat a zároveň zneužívat sociální systém a přivydělávat si načerno. Je třeba zásadním způsobem změnit přístup státu k sociálním dávkám, jinak hrozí ještě vážnější nedostatek pracovních sil a také odchod některých investorů do jiných zemí,“ míní Tomáš Surka. (tz)

Když chutná, tak vítězí

Vyhlášen 8. ročník soutěže o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2016 a 6. ročník soutěže o značku Dětská chuťovka 2016



Konkurence na trhu s potravinami je u nás stále tvrdší, a to nejen vzhledem k různým domácím, ale i kvůli nezanedbatelným vnějším vlivům. To nutí výrobce hledat sofistikovanější a také rozmanitější způsoby, jak oslovit spotřebitele, jak ho přesvědčit, že právě ten jeho výrobek je v tom či onom lepší, než jsou ty ostatní. Kvalita potravin vyrobených v České republice se tak potěšitelně rok od roku zvyšuje, což se dá zřetelně vypořádat i u těch přihlášených do soutěže o Českou a Dětskou chuťovku. Nepochybně se na tom podílejí i nejrůznější mediální kampaně, které lidé pozorně sledují a následně si pod vlivem získaných informací pročitají údaje na obalech – údajně mnohem pečlivěji, než je zvykem v zahraničí.

Na druhou stranu se ale tato ztížená zákaznická vnímavost dá v konkurenčním boji i různě zneužít. Není asi náhoda, že Ministerstvo zemědělství ČR nově spouští testování potravin, jímž reaguje na různá hodnocení objevující se v médiích. Česká chuťovka je však naprosto nezávislá soutěž, podepřená od samého začátku především autoritou nezpochybnitelných specialistů napříč různými obory, kteří nepodléhají žádným lobbistickým tlakům a rozhodují naprosto průhledně a nestranně. Právě to na soutěži výrobci také nejvíce oceňují, a proto se jich o obě ocenění uchází každým rokem stále více.

Je tomu tak i proto, že značky Česká a Dětská chuťovka se snaží vyhnout zbytečné byrokracii a jednoduchým a průhledným způsobem deklarují zákazníkovi jen to, co je obsaženo už v jejich názvu: oceněná potravina byla vyrobena českým výrobcem a na území ČR a především – spotřebiteli bude chutnat! Důraz na chuť je pak tím stěžejním, protože co jiného než právě chuť korunuje každou potravinu? Tím se také obě značky odlišují od všech dalších ocenění, která mohou čestí potravináři u nás získat.

Po sedmi úspěšných ročnících se budou letos výrobci kvalitních českých potravin tedy znovu ucházet o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2016. Odborná úroveň a prestiž soutěže je od tohoto roku posílena tím,

že odbornou garancí nad ní převzala renomovaná Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, která spojuje dlouholetou tradici s progresivními směry a obory ve vědě a výzkumu, včetně potravinářského. Vedle ní bude dalším odborným garantem i VOŠES a SPŠ potravinářských technologií Podskalská, kde se uskuteční na podzim i veškerá hodnocení přihlášených výrobků. Odborným patronem soutěže se současně stal rektor VŠCHT prof. Ing. Karel Melzoch, CSc.

Značku Dětská chuťovka, která nemá u nás ani jiné obdobky, bude opět udělovat dětská porota složená z členů Dětské tiskové agentury, studentů 1. ročníku VOŠES a SPŠPT Podskalská a žáků ZŠ Londýnská. Jen výrobky označené touto značkou se mohou chlubit tím, že si ji vysoutěžily v senzorickém testování přímo dětmi a odrážejí tak věrně dětské chuťové preference, což je důležitá informace nejen pro rodiče, ale i pro samotné výrobce. Kromě toho se organizátoři snaží propagací této značky podpořit zájem mladé generace o uplatnění v potravinářském průmyslu.

Za sedm let existence se značkou Česká chuťovka může pyšnit již celkem 380 potravin, Dětských chuťovek bylo dosud uděleno 92, přičemž zájem o ně stále roste. Letošní 8. ročník soutěže se opět koná pod záštitou předsedy Senátu PČR Milana Štěcha a nově i pod zášti-

tou ministra zemědělství Mariana Jurečky. Předávání ocenění se uskuteční 20. října opakovane v důstojné atmosféře historických prostor Valdštejnského paláce, sídle Senátu. Přítomní novináři tam i letos na základě vlastní ochutnávky předají třem z oceněných plaketu Cena novinářů – Česká chuťovka 2016 a již počtvrté bude také jedna výrazná osobnost českého potravinářství slavnostně poctěna titulem Rytíř české chuti.

Přihlášku i pravidla soutěže, jakož i seznam historicky všech úspěšných výrobců a oceněných potravin, lze nalézt na www.ceskachutovka.cz. Českou chuťovku je možné také sledovat na facebooku, kde jsou uveřejňovány aktuální informace a novinky držitelů ocenění.

Generálním partnerem České chuťovky je již tradičně skupina Ahold. Partnerem soutěže je po loňské premiéře opět Hasičská vzájemná pojišťovna, která poskytuje jejím účastníkům 10% slevu na pojištění soukromého majetku, odpovědnosti a pojištění úrazu. Pět nejlepe hodnoceným účastníkům pak poskytne 10–50% slevu na pojištění podnikatelských rizik. Nováčkem mezi partnery je e-shop Prima-produkty.cz, jenž se specializuje na prodej kvalitních regionálních potravin a bude ve svém sortimentu nabízet i ty oceněné Českou nebo Dětskou chuťovkou.

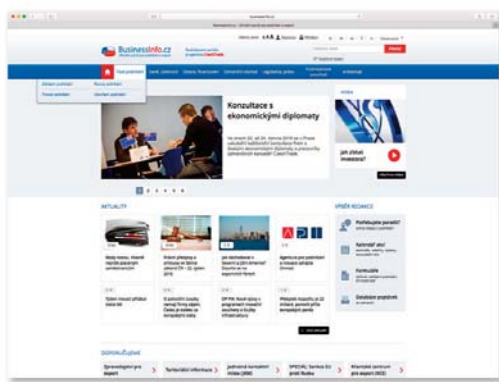
Mediálním partnerem celé soutěže je vydavatelství AGRAL s tituly Potravinářská revue, Potravinářský zpravodaj a Reznicko/uzenářské noviny, vydavatelství RIX s tituly Prosperita, Madam Business, Fresh Time a společnost Falcon Media Broadcast; partnerem Dětské chuťovky pak je tradičně i Dětská tisková agentura. (tz)

www.ceskachutovka.cz
www.facebook.com/ceskachutovka



Hlavní aktéři tiskové konference k soutěži Česká chuťovka: Ing. Josef Sléha (vpravo), ředitel projektu, Ing. Vladimíra Ondráková, předsedkyně představenstva Hasičské vzájemné pojišťovny, která je partnerem soutěže, a další aktéři setkání

Podnikatelé najdou formuláře na jednom místě, šetří to jejich čas i peníze



Podnikatelé již nemusí složité vyhledávat formuláře státní správy na řadě různých pracovišť a webů. Formuláře s dopadem na podnikatele totiž uveřejňuje nově Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR na jednom místě – na portálu BusinessInfo.cz. Tento způsob řešení značně snižuje administrativní zátěž, což sami podnikatelé hodnotí velmi pozitivně.

V praxi tedy stačí nyní jen několik „kliků“ a zájemce najde na portálu BusinessInfo.cz potřebný formulář v českém jazyce, a to buď ve formátu PDF, Word, nebo Excel. Pokud je formulář v interaktivním formátu pdf, lze jej vyplnit přímo na počítači a odeslat příslušnému úřadu se zaručeným elektronickým podpisem; v ostat-

ních případech je možné jej vyplnit offline na PC nebo ručně, vytisknout a odeslat fyzicky.

Prozatím je shromážděno do přehledné databáze přes 1100 formulářů. Do interaktivní pdf podoby bylo převedeno přes 200 formulářů, zbývající jsou nadále převáděny s cílem aktualizovat tímto způsobem postupně všechny. U for-

mulářů, které se prozatím na portálu nenacházejí, najdou zájemci prolink na web příslušného úřadu. Pokud dotyčný přesně neví, který formulář v dané situaci použít, má možnost vyhledávat tematicky podle oborů, názvu formuláře či názvu instituce.

Projekt vznikl ve spolupráci ministerstva průmyslu a obchodu s jednotlivými rezorty a agenturou CzechTrade, která zabezpečuje správu a obsahový rozvoj portálu od roku 2002. Na projekt nebyly vyčleněny žádné zvláštní finanční prostředky. Průměrná návštěvnost portálu v roce 2016 je 265 000 návštěvníků za měsíc. (tz)

Letní dovolenou přes internet letos nakoupí 40 % Čechů

Až 40 % letních dovolených bude podle odborníků letos prodáno přes internet. Zájem o nákup dovolené online každým rokem narůstá, český trh však za zahraničím stále zaostává. Důvodem vysoké obliby výběru zájezdu na internetu je možnost rychlého srovnání nabídek a zjištění podrobných informací o hotelu či destinaci. Češi své pobyty na internetu nejčastěji objednávají v pondělí kolem 10. hodiny dopoledne.

Stále více českých zákazníků dává při výběru letní dovolené přednost online objednávkám zájezdů před osobní návštěvou kamenných po- boček cestovních kanceláří či agentur. Infor-

mace o pobytech na internetu vyhledává dokonce každý druhý Čech. „Cestovní balíčky a zájezdy vybírá a nakupuje online okolo 40 % českých zákazníků. Informace o zájezdech od cestovních kanceláří pak vyhledává přes 50 % lidí,“ uvedla Kateřina Petříčková, ředitelka Asociace českých cestovních kanceláří a agentur, s tím, že u samostatných letenek a ubytování je objem nákupů po internetu dokonce mezi 60 a 70 %.

Češi si své dovolené nejčastěji objednávají v průběhu pracovní doby, internet jim totiž tuto možnost poskytuje. „Srovnávání nabídek nebo informace o zájezdech zákazníci vyhledávají v průběhu celého dne, běžně i ve večerních hodinách. Naopak finální objednávky zá-

jezdů realizují dopoledne. Nejvíce poptávek tradičně zaznamenáváme v pondělí mezi desátou a jedenáctou hodinou. Lidé mají čas se přes víkend rozhodnout a v pondělí pak zájezd definitivně koupí,“ představil nákupní zvyklosti českých zákazníků Michal Tůma, marketingový manažer cestovní agentury Invia, která je největším prodejcem zájezdů přes internet na českém trhu.

Trend pořizování dovolených přes internet vzrůstá každým rokem. Přesto podle odborníků nedosahuje podíl online nákupů stejné úrovně jako na zahraničních trzích. V případě zemí západní Evropy se tento podíl totiž pohybuje mezi 60 a 80 %. Za vysokou oblibou výběru dovolené na internetu stojí možnost rychlého a pohodlné-

ho srovnání velkého počtu nabídek z řady cestovních kanceláří či agentur. Zákazník si tak může přehledně zvolit pobyt, který odpovídá jeho požadavkům a finančním možnostem.

„Pořízení dovolené je díky internetu daleko přehlednější než v minulosti. Díky snadnému srovnání nabízených zájezdů pak samozřejmě vzniká také tlak na přiměřenou cenu, takže zákazníci při koupi zájezdu online jednoznačně získávají řadu benefitů,“ vysvětlil trend online pořizování zájezdů Jan Vetyška, výkonný ředitel Asociace pro elektronickou komerci. Uživatelé navíc využívají internet ke zjišťování podrobných informací o dané destinaci nebo z recenzí hotelů získávají přehled o kvalitě ubytování. (tz)

Češi podlehli mánii kulinářských festivalů

Gurmánské festivaly se stávají v posledních letech novým trendem a po celé České republice jich rapidně přibývá. Navštíví je stovky tisíc Čechů a jejich počet se každoročně zvyšuje. Podle kvalifikovaného odhadu Petra Jirásky, ředitele Bosch Fresh Festivalu, se v letošním roce očekává, že počet návštěvníků naroste o více než třetinu. Za posledních šest let se počet lidí více než zestonásobil. Zájemci je vyhledávají, protože mohou zhlédnout zábavné show, a přitom vyzkoušet běžně nedostupné speciality, jako třeba hmyz či medvědí maso. Navíc se díky festivalům kultivuje a obohacuje kultura českého stravování.



foto: Freemages

Češi se postupně naučili vyrazit častěji do ulic za různými gurmánskými zážitky, mezi které patří i kulinářské festivaly. Podle průzkumů až 64 % obyvatel ČR zajde na jídlo mimo domov alespoň jednou do měsíce. Češi si zpestřují své gurmánské zážitky různými druhy akcí, mezi které se řadí i stále oblíbenější a navštěvovanější gurmánské festivaly dobrého jídla a pití.

„Za posledních šest let se zájem Čechů o dobré jídlo radikálně změnil. Nejen, že se Češi nebojí zkoušet různé hmyzy či molekulární speciality, ale rádi si pochutnají na exotice, jako je medvědí nebo hadí maso. Návštěva kulinářského festivalu je atrakcí a výletem pro celou rodinu. Na zájem lidí reagujeme a kromě zajímavých specialit nabízíme i pestrý program. S Bosch Fresh Festivalem, který je největší akcí svého druhu v ČR, jsme začínali v Plzni a tento rok se bude konat i v Pardubicích, Praze a poprvé v Brně,“ konstatoval Petr Jirásek, ředitel Bosch Fresh Festivalu. „Nárůst pozorujeme každý rok. Jasně to ilustruje příklad Plzně, kde se před šesti lety konal první ročník. Tehdy došlo 14 300 návštěvníků. Vloni to bylo už 33 000. V minulém roce přišlo dohromady na festival do Plzně, Pardubic a Prahy neuvěřitelných 80 000 návštěvníků. Letos očekáváme ještě větší zájem,“ dodal Jirásek.

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Zamrzlá produktivita

Miloš Zeman

Kniha nepřináší jen charakteristiku problémů současných firem, týkajících se nedostatečné produktivity, ale zejména praktické návody, jak je proměnit v typ odpovídající požadavkům nové podnikatelské éry. Ve 24 kapitolách si všimá různorodých jednotlivostí, jímž by manažeři firem měli věnovat pozornost.

Jak se zalíbit

Jack Schafer, Marvin Karlins

Biz books Bývalý agent FBI přichází s příručkou plnou vlastních osvědčených strategií, jak si díky umění číst ve výrazech lidské tváře, gestech a postojích snadno získat oblibu, a dosáhnout tak svých cílů. Tyto postupy fungují stejně dobře při chytání zločinců jako v každodenním životě.

Tomio Okamura – Umění žít

Tomio Okamura, Pavel Kantorek

FRAGMENT „Život podle abecedy“ lze nazvat knihu čtivých encyklopedických zamyšlení Tomia Okamury na důležitá i zdánlivě nedůležitá témata našeho života: láska, smrt, pivo, politika, vzdělání, práce, dětství, stáří, moderní technologie, víra i tradice...

Kam za živou vodou

Magdalena Karellová

C PRESS Objeďte s tímto zbrusu novým průvodcem zázračné studánky, léčivé a minerální prameny, zapomenuté i věhlasné lázně či duchovní místa s vodou spojená. V knize naleznete stovky nejzajímavějších a výjimečných míst, která jsou členěna podle jednotlivých okresů.

Česká pohanková kuchařka

Hana Čechová Šimková

C PRESS Obohatte si jídelníček o pohanku. Tato kuchařka potěší každého, kdo má zájem o zdravou výživu, ale i toho, kdo si dá rád maso, protože autorka se receptům s masem nevyhýbá. Můžete si upéct vlastní pohankové pečivo, moučníky, pizzu, tortily, zahušťovat polévky, udělat kaše nebo zapékané směsi, karbanátky, knedlíky...

nu. Na zájem lidí reagujeme a kromě zajímavých specialit nabízíme i pestrý program. S Bosch Fresh Festivalem, který je největší akcí svého druhu v ČR, jsme začínali v Plzni a tento rok se bude konat i v Pardubicích, Praze a poprvé v Brně,“ konstatoval Petr Jirásek, ředitel Bosch Fresh Festivalu. „Nárůst pozorujeme každý rok. Jasně to ilustruje příklad Plzně, kde se před šesti lety konal první ročník. Tehdy došlo 14 300 návštěvníků. Vloni to bylo už 33 000. V minulém roce přišlo dohromady na festival do Plzně, Pardubic a Prahy neuvěřitelných 80 000 návštěvníků. Letos očekáváme ještě větší zájem,“ dodal Jirásek.

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

Jak prokouknout druhé podle výrazu tváře

Dirk W. Eilert

Prokoukněte druhé lidi podle výrazu jejich tváře! Díky této knize odhalíte, co si o vás ostatní skutečně myslí, co cítí nebo zda vám lžou – a to téměř ve všech osobních a pracovních situacích. Bude pro vás snadné s druhými úspěšně a harmonicky vycházet, spolupracovat i získat jejich důvěru a uznání. Nikde jinde se emoce neodrážejí tak jako ve tváři. S pomocí této knížky plné fotografií, tipů a příběhů budete umět „číst“ druhé lidi a vcítit se do nich. Nebude pro vás problémem rozpoznat a interpretovat výrazy obličeje, a to i z mikrovýrazů. Ty se sice objeví jen na zlomek vteřiny, ale spolehlivě vám odhalí potlačované emoce a podvědomé myšlenky. Naučíte se zachytit náladu druhých a správně na ně reagovat, ale také se sami jasněji vyjadřovat.

Proč cítím to, co ty

Joachim Bauer

Víte, na co se zaměřit, abyste druhé snáze pochopili a získali na svou stranu? Odpovědi na tyto a další zajímavé otázky naleznete v jedné z prvních knih o zrcadlových neuronech, základu naší emoční inteligence. Uznávaný psychiatr a psychoterapeut v ní citlivě a srozumitelně popisuje senzační neurovědecký objev a co z něj plyne pro výchovu, učení, lásku i běžnou komunikaci. Vysvětluje, jak zrcadlové neurony fungují a umožňují nám emocionálně rezonovat s ostatními lidmi. Jsou základem empatie, „instinktu“ a schopnosti milovat. Trénujeme je od narození a ovlivňují nás ve všech oblastech života. Projevy emocionální rezonance přitom nehrají roli pouze v soukromém životě. V politice a ekonomice slouží jako prostředky k ovlivňování ostatních.

Vidím do tebe! Už vím, jak funguješ

Martin Betschart

Na co se zaměřit, abyste druhé snáze pochopili a získali na svou stranu? Díky zcela nové typologii osobnosti, založené na třech dominujících oblastech mozku, se naučíte prokouknout druhé lidi i lépe poznat sami sebe a využívat své znalosti ku prospěchu všech v soukromém i pracovním životě.

Festivaly kultivují

Díky kulinářským festivalům se mění i stravovací návyky českých domácností. Lidé na vlastní kůži poznávají cizí kuchyně, netradiční podyby pokrmů i jejich servírování. Mají možnost v rámci různých workshopů vyzkoušet přípravu nových jídel a jejich chutě. Mění se také celkové vnímání gastronomie.

Na kulinářských festivalech nechybí ani živé show pod vedením věhlasných šéfkuchařů. „Tyto festivaly mají nezastupitelnou roli, protože Čechy inspirují a zároveň kultivují kulturu stravování. Za dobu své praxe pozorují, jak se v posledních letech situace rychle mění, a Češi se nebojí experimentovat a poznávat nové druhy kuchyně,“ komentoval Zdeněk Pohlreich, šéfkuchař a hlavní představitel Bosch Fresh Festivalu.

Vše na jednom místě

Lidé si postupně na různé akce spojené s jídlem zvykli a rádi je vyhledávají. Nechávají se inspirovat, překvapovat nejrůznějšími chutěmi a rádi experimentují.

Každý má šanci najít to pravé nebo si vyzkoušet to, co ho láká. Tím mohou být v případě festivalů i lahůdky extrémní, molekulární, hmyzí kuchyně nebo pivní speciality. Češi objevili, že festivaly nabízí vysokou gastronomii za přijatelnou cenu, a především na jednom místě. (tz)



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

Základy bankovníctví – teorie a praxe

Liběna Kantnerová

Učebnice přináší ucelený pohled na problematiku bankovníctví, včetně historie peněz a vzniku bankovních služeb. Mezi základní témata patří například: peníze na území českých zemí, historie vzniku bank, bankovní systémy, centrální bankovníctví, rizika v bankovníctví, řízení rizika, bankovní produkty, aktivní obchody bank, platební styk, dokumentární platby, šeky a směnky, regulace a dohled v bankovním sektoru. Kniha je primárně určena studentům vysokých škol ekonomického zaměření, ale řadu cenných informací a zajímavostí zde naleznou i ostatní zájemci o danou problematiku.

INZERCE



**Účetní a poradenská firma
FISKUS CZ s.r.o.**
vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví, zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová přiznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

Kontakt: U Kanálky 1, 120 00 Praha 2,
tel.: 224 918 293; 224 922 420;
224 922 688; 224 917 584;
223 016 650; 223 016 651,
fax: z jakéhokoli uvedeného čísla
mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097

www.fiskus.cz

NAŠE KAVÁRNA

Nové vedení Nadace O2

Ředitelkou Nadace O2 se stala Anna Kačabová. Další personální změny v Nadaci O2 se týkají její správní rady, která má dva nové členy.

Whirlpool s M. Sivou v čele

Na pozici generálního ředitele společnosti Whirlpool pro Česko a Slovensko nastoupil Mark Siva. Je zodpovědný za rozvoj všech značek portfolia na obou trzích a také za dovršení procesu integrace související s loňskou akvizicí společnosti Indesit.

V. Darebník ředitelem společnosti R. JELÍNEK

Na pozici výkonného ředitele a prokuristy společnosti RUDOLF JELÍNEK a.s., tradičního českého výrobce ovocných destilátů, nastoupil Vladimír Darebník. Přišel z pozice provozního ředitele a člena představenstva společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

ČSOB pomáhá s revitalizací Budánek

Budánka jsou po několik století nedílnou součástí Prahy 5 a svou jedinečností zosobňují historickou paměť městské krajiny. ČSOB v rámci udržování dobrých sousedských vztahů podporuje projekt revitalizace Budánek finančně a současně pořádá výstavu v ústředí své centrály v Radlicích, která mapuje proces obnovy této památkové zóny. „Jsme rádi, že se můžeme podílet na obnově Budánek a navrácení tohoto krásného historického objektu lidem. Jde o zajímavý projekt, jehož cílem je vytvoření prostoru především pro občany Prahy 5 a to nás těší ještě více, protože můžeme podpořit naše sousedy,“ řekl Petr Knapp, vrchní ředitel a člen představenstva ČSOB. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Vdovský důchod má vliv na zdravotní pojištění

Kadeřnice, která podniká jako OSVČ, získala po smrti manžela vdovský důchod. Jak se změnil její platby zdravotního pojištění? „Od měsíce, ve kterém bude mít osoba samostatně výdělečně činná nárok na vdovský důchod, nebude muset dodržet minimální vyměřovací základ. Měsíční zálohy na pojistné bude platit ve výši podle svých skutečných příjmů – tak, jak si je vypočte v každoročním Přehledu OSVČ. To znamená, že mohou být i nižší, než je stanovené minimum pro OSVČ,“ uvedl vedoucí tiskového oddělení Všeobecné zdravotní pojišťovny a tiskový mluvčí Všeobecné zdravotní pojišťovny ČR Mgr. Oldřich Tichý.

Měsíční zálohy však podnikatelka platit musí. Od nich jsou „osvobozeny“ jen ty OSVČ, které jsou zároveň zaměstnané, a samostatná výdělečná činnost není hlavním zdrojem jejich příjmů.

Tím, že bude OSVČ mít priznaný vdovský důchod se zařadí do kategorie pojištěnců, za které platí pojistné stát. Stát je plátcem pojistného (mimo jiné) za poživatele důchodu, a to nejen starobního, ale i invalidního, sirotčího a vdovského/vdoveckého. Nárok na platbu pojistného státem podle zákona č. 48/1997 Sb. má poživatel důchodu od doby priznání důchodu až do doby, kdy je mu rozhodnutím důchod odejmut.

„Nezapomeňte ale zdravotní pojišťovně do osmi dnů oznámit a doložit, že nově patříte do kategorie pojištěnců, za které platí pojistné stát. Pojišťovna vás musí do této kategorie zařadit, aby za vás stát pojistné začal platit, to se nestane automaticky. Nejjednodušší je přijít na kterékoli klientské pracoviště s dokladem o priznání vdovského důchodu. Naše pracovníce vám s vyplněním příslušného formuláře i pomohou,“ dodal O. Tichý.

Při podání každoročního přehledu o příjmech a výdajích OSVČ vyznačí, ve kterých měsících nebyla povinná dodržet minimální vyměřovací základ, a s ohledem na to si vypočte pojistné za daný kalendářní rok. (tz)

Operativní leasing hledá cestu k soukromým osobám

Financování vozu operativním leasingem nebývá v ČR první možností, která zákazníka napadne při nákupu nového automobilu. Z výzkumného projektu agentury IPSOS, realizovaného koncem roku 2015, vyplynulo, že pouze 30 % prodejců nabídlo spontánně operativní leasing. Přitom operativní leasing naopak může být vhodnou možností pro mnoho lidí. Ze zákazníků, kterým byl operativní leasing nabídnut, by si ho pořídili ale už dvě třetiny z nich.

„Zájem o produkt se může zvýšit v případě aktivnějšího přístupu prodejců, počínaje zjištěním životní situace zákazníka, pozitivní prezentací produktu, a taktéž větší míry znalostí o operativním leasingu,“ komentoval výsledky Jakub Hankovský, Account Director IPSOS CEM.

Operativní leasing pro fyzické osoby začal pronikat na český trh začátkem roku 2015. Jako jeden z prvních prodejců jej začala nabízet Škoda Auto v rámci své kampaně Bez starostí, a v návaznosti na to ho do své nabídky postupně začala zařazovat většina automobilových značek. Na konci roku 2015 realizovala agentura Ipsos mystery projekt, do něhož byli zahrnuti prodejci osmi značek automobilů – Škoda, Opel, Hyundai, Volkswagen, Ford, Renault, Peugeot a Mazda. Projekt byl nastaven v souladu se specifickostí leasingu pro retailové zákazníky. „Na prodejny jsme proto v rámci svých zkušeností s mystery shoppingem vyslali tajné zákazníky, kteří splňovali určitý profil, bylo jim 30–45 let, vraceli se z práce v zahraničí do ČR na zhruba pět let z důvodu založení rodiny a byli ve vyšší příjmové skupině. Byli tedy ideálními potenciálními zákazníky pro tento typ produktu,“ uvedla Kateřina Petránková, Account Manager IPSOS CEM.

Jako základní nedostatek pro úspěšné nabízení operativního leasingu se z výzkumu ukázal fakt, že jen 13 % prodejců se aktivně zajímalo o životní situaci zákazníka. Tento údaj můžeme považovat za alarmující, a to nejen při zmíněném průzkumu. Zejména při prvním kontaktu se zákazníkem by měl prodejce o něm zjistit co nejvíce informací, které ho dokážou úspěšně nasměrovat k ideální možné volbě vozidla či financování, a tím pádem i k naprosté spokojenosti zákazníka.

Dalším podstatným zjištěním je, že jen 30 % prodejců nabídlo operativní leasing spontánně, což souvisí s tím, že informovanost prodejců

o nabídce operativního leasingu byla velmi slabá. Při sestavování konkrétní nabídky operativního leasingu se prodejci nejvíce zajímali o představu délky nájemného (87 % prodejců) a na požadavky ohledně pojištění vozu (48 % prodejců).

Ipsos se zblízka podíval i na nejčastější argumenty prodejců, a to jak na podporu, tak i proti pořízení operativního leasingu. Za výhody leasingu nejčastěji označili možnost výběru doby pronájmu, povinné a havarijní pojištění v ceně pronájmu; služby šetřící zákazníkům čas, například pneuservis, údržba (v rámci full-service leasingu) a možnost některých úprav na vozu. Naopak největším nedostatkem tohoto typu leasingu prezentovaným zájemcům je skutečnost, že se zákazníci nestanou majiteli vozu. Dále jde o omezený výběr doby pronájmu, limitovaný roční nájezd kilometrů a také užší výběr modelů, na které se nabídka financování vztahuje. Tento fakt se ale může během prodeje stát benefitem, a to díky tomu, že zákazníci si pomocí leasingu mohou častěji pořizovat nové modely aut, zkrátí se tak doba využívání jednotlivých vozů. Tento způsob „půjčování“ se stává moderním i v jiných oblastech, například u mobilních telefonů značky Apple.

Názor zákazníků na operativní leasing se stále vytváří, jde o nový produkt, který není nijak výrazně mediálně podporován. Všeobecné povědomí a názor zákazníka formulují pak tedy převážně zástupci značky, prodejci, a to tím, jak prezentují výhody a nevýhody leasingu. Emoce, která se z prodejce přenáší na zákazníka, může být základem úspěšného obchodu, ale i prvním krokem k vytvoření loajálního zákazníka. „Emoce v mystery shoppingu, a to nejen v automotive sektoru, měříme už léta pomocí našeho unikátního nástroje Ipsos Emoti*scape. I když bychom očekávali, že koupě nového vozu bude pro mnohé velmi pozitivním zážitkem, s těmi „nejlepšími“ emocemi odchází ze showroomů různých značek, jen 18% potenciálních zákazníků,“ potvrdil Jakub Hankovský.

V rámci průzkumu zaměřeného na leasing zákazníci nejčastěji odcházeli ze showroomu s pozitivně-pasivními emocemi, což znamená, že návštěva splnila jejich očekávání. Důvodem byla hlavně přátelskost a ochota prodejce, pocít pasivity má na svědomí fakt, že nabídku často nebylo možné vytvořit na místě. Na druhou stranu chyběl silnější pozitivní moment, který by zákazníky nadchl a způsobil například to, že by prodejce a možnost uzavření leasingu



doporučili i svým známým a přátelům. A které značky dopadly v průzkumu nejlépe? Z analýzy vyplývá, že nejaktivnějšími prodejci leasingu byli ve Fordu. „Tajní zákazníci“ zde ocenili i přehlednost nabídky a její vytvoření přímo na prodejním místě. Jako nejlepší v argumentaci pro daný produkt byli označeni prodejci Volkswagenu. Naproti tomu Renault má z pohledu zákazníka nejlepší doplňkové služby. O tom, jak důležité jsou při kontaktu s prodej-

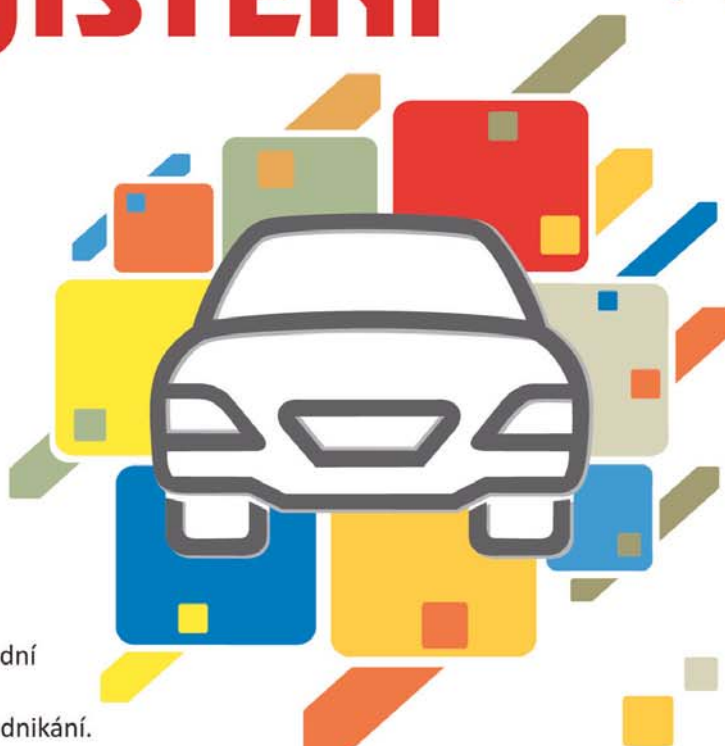
cem emoce, svědčí i preference nabídky operativního leasingu od prodejců Opel a Peugeot. Pozitivní hodnocení zde vyvolal zejména přátelský a prozákaznický orientovaný přístup prodejců. V případě Hyundai a Opelu hodnotili zákazníci především jejich znalost nabízeného produktu. Od prodejců Škoda Auto, na rozdíl od všech ostatních značek, zákazníci vždy obdrželi nabídku a přehledné materiály na místě, a to ocenili. (tz)

INZERCE

AUTOPOJIŠTĚNÍ

POVINNÉ RUČENÍ

- výběr limitu pojištění:
 - STANDARD – plnění 35/35 mil. Kč,
 - NADSTANDARD – plnění 70/70 mil. Kč,
 - EXKLUZIV – plnění 100/100 mil. Kč.
- základní asistenční službu,
- úrazové pojištění posádky vozidla,
- + možnost připojištění:**
 - nadstandardní asistentce,
 - živel, střet se zvířeti,
 - odcizení,
 - čelní sklo nebo všechna skla,
 - úrazové pojištění posádky vozidla nad základní limit,
 - věci osobní potřeby nebo i věci určené k podnikání.



HAVARIJNÍ POJIŠTĚNÍ

- výběr z variant:
 - KARAMBOL (živel, střet, náraz),
 - JISTOTA (živel, odcizení),
 - KOMFORT (střet, náraz, odcizení),
 - MAX (živel, střet, náraz, odcizení, vandalismus).
- základní asistenční službu,
- pojištění nadstandardní výbavy do 5% z ceny nového vozidla,
- + možnost připojištění:**
 - nadstandardní asistentce,
 - čelní sklo nebo všechna skla,
 - úrazové pojištění posádky vozidla,
 - věci osobní potřeby nebo i věci určené k podnikání.



www.hvp.cz - info@hvp.cz - 844 114 411 - facebook.com/hasicskavzajemnapojistovna