



mARTina

Vánoční dárky s nápadem.
Pro firmy i jednotlivce.

butik mARTina
Šaldova 9, Praha 8-Karlín
tel.: 602 367 037
www.butikmartina.cz

INZERCE

CzechTrade je v dobré kondici

Podzimní aktivity České agentury na podporu obchodu CzechTrade, která letos oslavila 20. narozeniny, budou velkým dílem směřovat také k Mezinárodnímu strojírenskému veletrhu v Brně. V této souvislosti jsem se generálního ředitele Ing. Radomila Doležala zeptala:

CzechTrade má za sebou další úspěšný půlrok. Co se zejména podařilo?

Mám radost z toho, že je CzechTrade v dobré kondici a že je to v době, kdy slavíme 20. výročí od našeho založení. Samozřejmě česká ekonomika, které se nyní také daří velmi dobře, této situaci nahrává, firmy si vedou úspěšně, rostou, rozvíjejí své plány, hodlají expandovat. Přicházejí k nám, hledají radu, kontakty, cestu na zahraniční trhy. Od chvíle, kdy jsem do CzechTradu nastoupil, jsme prošli určitými organizačními změnami, odborná diskuze nad směřováním agentury v zahraničí prostřednictvím našich kanceláří získala jasnější obrys, než tomu bylo před lety. Dostali jsme jednoznačně zelenou k dalšímu rozšiřování zahraniční sítě. Také poslání je dnes zřetelněji definováno, abychom podporovali rozvoj obchodu v praxi, prošlapávali našim podnikatelům cestičku, více sloužili našemu businessu.

Za významný krok považuji například otevření kanceláře v Lagosu v Nigérii. Je to složité africké teritorium, ale na druhé straně s řadou příležitostí. Než jsme kancelář vybudovali, váhali jsme, ale pak jsme se shodli na tom, že toto riziko podstoupíme. Saharská Afrika je svým způsobem neprobádaným územím, které však bude potřebovat investice. Mohly by jít i z Česka, firmy by našly další destinace pro svoji produktovou seberealizaci.

Strategie rozvoje zahraničních kanceláří již přinesla mnoho dobrého...

Posílili jsme také kancelář v USA, kam směřuje vysoká přidaná hodnota našeho exportu. České firmy zde mají dobré zázemí a jejich aktivity rostou. Ukázalo se, že ve spojení s CzechTradem je možné kontakty dobře rozvíjet a uplatnění českých exportérů lépe motivovat. Pokud jde o personální posílení některých kanceláří, uvažujeme zejména o Skandinávii, Velké Británii a Kazachstánu. Plánujeme otevřít druhou kancelář v Německu, a to v Mnichově, ačkoli i tento počín je provázen názorovými diskuzemi na téma, proč v této nám blízké zemi mít dvě zastoupení. Pravda je taková, že dosavadní düsseldorfská kancelář je již přetížená, což by se časem mohlo projevit ve flexibilitě nebo třeba i v kvalitě práce. To bychom samozřejmě nechtěli. Domníváme se, že Bavorsko dnes skýtá pro české exportéry nové možnosti, hlavně proto, že se z něj stalo technologické centrum Německa, a to v souvislosti se strategií Průmysl 4.0. Exportní možnosti se rýsují v rovině vzájemné spolupráce, propojenosti firem na poměrně sofistikované úrovni, která by dokázala zúročit vzájemné know-how a společnými silami by obchodní vztahy napomáhaly rozvoji českých i německých společností. V Mnichově tudíž půjde mimo jiné o podporu nových forem komunikace, než na jaké jsme doposud zvyklí. Hranice českého exportu se tak mohou posunout o příčku výš, což znamená nejen prodat produkty a služby, nejen prodat jistou přidanou hodnotu, ale obchodovat



Ing. Radomil Doležal, MBA, generální ředitel České agentury na podporu obchodu CzechTrade

myšlenku, nápad, postupy a prohlubovat specializaci. Víím, že mnozí mohou namítat, že bychom měli naše firmy přesvědčovat, aby export spíše diverzifikovaly a snažily se vyvážet do hodně vzdálených destinací, ať již to je Indie, Jižní Amerika, Vietnam, ale na druhé straně – pokud se rýsuje příležitost hned za hranicemi s možnostmi, které jsem uvedl, bylo by nelogické a neekonomické toho nevyužít. Sousední Bavorsko je významné i z hlediska delšího časového horizontu. Proto vidíme smysluplnost ve zřízení samostatné kanceláře, aby náš servis byl plnohodnotný a byl provázen dostatkem času na jednotlivé klienty.

Za značný úspěch považujeme naši účast na veletrhu EXPO Astana, kde jsme uvítali 200 000 návštěvníka. Naše úloha spočívala v organizační

podpoře, tedy aby vše fungovalo. Zároveň se staráme o každodenní provoz českého stánku. Návštěvnost je velice dobrá a zájem o českou expozici je značný. V porovnání s jinými zeměmi jsme

ukázali, že naši prezentaci dokážeme perfektně zrealizovat. Na přípravách se také podílely např. Svaz průmyslu a dopravy ČR a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Na místě máme kromě jiného na starost linku proexportní podpory, přirozeně s důrazem na hlavní téma výstavy – energie budoucnosti, průběžně pořádáme konference a semináře.

Kolik zahraničních kanceláří již tedy funguje a jaký je výhled k pokrytí potřeb v Asii a Jižní Americe?

V současnosti provozujeme 51 zahraničních kanceláří ve 44 zemích s působností pro 53 zemí. V Číně to jsou například čtyři zahraniční kance-

láře, v Indii dvě, k tomu připočteme dalších devět kanceláří v Asii. V Jižní Americe pracuje pět kanceláří, a to v Kolumbii, Peru, Chile, Argentíně a Brazílii. Kancelář máme i v Mexiku. Velmi vážně uvažujeme o teritoriálním rozšíření působnosti některých našich zastoupení. Svět máme zhruba pokrytý, i když ona bílá místa na mapě bychom také našli. Mezi vývozci se začíná jevit zájem o Gruzii, i o Kubu, Jižní Koreu, Saúdskou Arábii, Alžírsko, Senegal, Jordánsko nebo Kambodžu.

Také Afrika se dnes stala předmětem vašeho zájmu. Jaký potenciál zde naše firmy spatřují?

Afrika je svět sám pro sebe. Pravdou je, že mnohé africké ekonomiky rychle rostou, kontinent jako celek až 5% ročním tempem. Čeští vývozci zde vidí velké příležitosti a export sem výrazně stoupá. Je třeba však vnímat i to, že na Afriku připadá jen asi 1% našeho celkového exportu. Je to kontinent bohatý na lidské zdroje, převažuje mladší populace. Velké přírodní zdroje mají značný potenciál a zájem o investice ve všech oblastech roste. Z minulé doby má v Africe stále dobrý zvuk značka Českoslovakia, na to bychom se měli snažit navázat. V českém dovozu do afrických zemí vede JAR (29%), dále Egypt (20%), následuje Maroko, Alžírsko a Tunisko, Nigérie se 3% a na zbylé země připadá 16% vývozu z Čech. Z toho plyne, že aktivity nejsou vybalancované, i proto jsme zřídili svou kancelář v Lagosu.

A jaké obory mohou uspět? Toť otázka. Technologické celky dokáží dodávat jen někteří velcí a ti mají většinou globální trh již rozdělený. Naše dodávky technologických celků jsou již minulostí. Nyní je také úplně jiná doba, to, co se dříve považovalo za technologický celek, je dnes mnohdy v rovině subdodávky.

Stáhněte si zdraví do mobilu



Většinu lidí dnes trápí nedostatek času i odpočinku, a jejich zdraví často odpovídá stresu, kterému jsou vystaveni. Proto častěji hledají nové možnosti, informace či praktické pomocníky.

Česká průmyslová zdravotní pojišťovna v letošním roce, kdy slaví své 25. narozeniny, nadělila svým klientům mobilní aplikaci Zdraví v mobilu. Ta je určena všem příznivcům chytrých telefonů s operačním systémem Android a iOS. A co všechno tato aplikace umí? Například pomůže s hledáním nejbližšího smluvního lékaře ČPZP, vyhledá ve vašem okolí nejbližší lékárnu, poskytne informaci o lékařských pohotovostech, pokud si přejete, ohlídky za vás automaticky i termín blížícího se očkování. Jejím prostřednictvím si sjednáte i cestovní pojištění pro cestu do zahraničí. Pro pojištěnce ČPZP je samozřejmě připravena speciální sleva.

Aplikaci vítají i nastávající maminky, protože je provede těhotenstvím týden po týdnu, upozorní na těhotenskou vyšetření a nabídne výběr jména pro jejich dítě. Hlídká také blížící se termín porodu, včas pomůže s nákupním seznamem pro miminko i s přípravou tašky do porodnice. Seznámí maminky i s tím, na co nezapomenout po porodu. Zajímavých funkcí pro těhotné má Zdraví v mobilu připraveno samozřejmě mnohem víc.

Aplikace je volně přístupná, může ji tedy využít každý a zdarma si ji stáhnout na www.zdravivmobilu.cz, v APP Store a na Google Play. Rostoucí počty uživatelů ukazují, že jde o službu, která má své opodstatnění a mobil má přece u sebe nepřetržitě téměř každý z nás. Pojištěnci České průmyslové zdravotní pojišťovny, kteří mají aktivovanou elektronickou přepážku – to lze učinit online či i na pobočce ČPZP – mají přístup i do zabezpečené úrovně aplikace, kde najdou již své osobní údaje. Například přehled vykázané péče, mohou tam mít i kartičky pojištěnce třeba i pro své děti, nebo lékařské zprávy. A to už za využití služby určitě stojí. (red) ■■■

NAJDETE UVNITŘ LISTU		
Stále více firem nabízí částečné úvazky		
	TOS VARNSDORF na veletrhu EMO 2017 předvede unikátní novinku s velkým potenciálem využití	4
	ZKL investuje a prokazuje perspektivu, ve výrobě ložisek spojuje tradici s moderností	7
	Tradiční český obchod má významnou a nezastupitelnou společenskou úlohu	11
	Společenská odpovědnost firem jako cesta k prosperitě celé společnosti	13

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: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 1. září 2017

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

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

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální konzultantka

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš Krmášek

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

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

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, Praha 10

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

Časopis je v roce 2017 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 19. rokem.



kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

Pomohou bratři Slované

Největší problém české ekonomiky spočívá v nedostatku pracovních sil. Nejhorší situace se vytvořila v technických profesích, ale s výjimkou některých humanitních oborů chybí lidé všude. Na úřadech práce jsou evidováni už jen ti, co nemohou (nejsou zaměstnatelní) nebo nechťejí pracovat. Roste tlak na reformu sociálního systému a vzdělávací soustavy, ale případné změny přinesou efekt až za pár let, firmy však potřebují lidi teď hned. Nabízí se dovoz zahraničních dělníků a techniků ze zahraničí. Vláda spolu s Hospodářskou komorou ČR a dalšími institucemi rozjela pilotní projekt Ukrajina. Má umožnit ukrajinským zájemcům o práci u nás co nejsnazší vyřízení požadovaných formalit a snadnější zapojení do života v ČR. První výsledky se už dostavily, pověstka tuzemských firem je obrovská. Pozornost se proto obrací i do jiných teritorií, odkud by nás mohli personálně posílit. Na řadě je Srbsko, možná přibudou další státy. Vypadá to, že slovanská vzájemnost opět přichází ke cti. Přirozeně, jsme si nejbliž nejen jazykově, ale i kulturně a mentálně. Hej Slované, pomozme si!

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Mléko je lék

Tři prostřední písmenka ze slova mléko napovídají, že bychom si měli více dávat do souvislostí informace, které nás upozorní, že se v našem jídelníčku objevuje spousta balastu, ale místa na pořádné jídlo, jak říkávala moje babička, ubývá. Projekt Mléčné léto, který o prázdninách odehrál Českomoravský svaz mlékárenský, nás upozornil, že konzumace mléka a mléčných výrobků není žádný hřích, ale naopak způsob, jak do těla dopravit nejjednodušším způsobem vápník i vitamín D. Tisková konference, která se odehrála v Praze 27. července právě na toto téma, nám dala na srozuměnou, že naše populace trpí nedostatkem vápníku i zmíněným vitamínem, a přitom si pochutnávat na jogurtech, tvarohu či skleničce kefiru není ani náročné, ani drahé, naopak to nejjednodušší, co pro sebe můžeme udělat. Tiskovka se podařila, byla plná zajímavostí i srdečnosti. Určitě měla smysl.

Eva Brixí

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2017

1. Národní politika kvality
2. Partnerská spolupráce se Sdružením pro oceňování kvality
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. Projekt Ocenění českých podnikatelek
11. Konference ISSS 2017
12. Soutěž Hvězda GERnetic
13. Zlatý kuchař 2016
14. Mezinárodní strojírenský veletrh
15. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
16. Konference Novinky v ochraně osobních údajů pro obchod a cestovní ruch
17. E.ON ENERGY GLOBE 2017
18. Všešarské cibulové slavnosti

LP Legal, Wolters Kluwer a Komora právní odpovědnosti spouští program inCompliance

Advokátní kancelář LP Legal, společnost Wolters Kluwer a Komora právní odpovědnosti spouští systém e-learningových školení z různých oblastí práva inCompliance – v souladu s právem, jehož cílem je proškolení podnikatele, členy statutárních orgánů, zaměstnavatele, zaměstnance i širokou veřejnost tak, aby v rámci své každodenní činnosti vědomě postupovali v souladu s platnými

právními předpisy České republiky. Na jednotlivých školeních se podílí nakladatelství Wolters Kluwer s předními právníky a advokáty pod vedením advokátní kanceláře LP Legal ve spolupráci s Komorou právní odpovědnosti.

„Tento program, stejně jako naše dlouhodobá činnost, cílí na prevenci proti nežádoucím jevům a protiprávnímu jednání ve spo-

lečnosti,“ řekla Alice Kubičková, ředitelka Komory právní odpovědnosti.

Dobře nastavenými pravidly a školením zaměstnanců v rámci compliance programu se sníží riziko trestní odpovědnosti fyzických a právnických osob, uložení různých sankcí, poškození dobrého jména společnosti, úniku informací a vzniku majetkových škod,“ dodala Alice Kubičková (tz)

AŽD Praha dodá moderní řídicí a zabezpečovací technologie pro hlavní železniční uzel v Černé Hoře

Společnost AŽD Praha zvítězila v soutěži na modernizaci zabezpečovacího zařízení železniční stanice Podgorica, která je hlavním dopravním uzlem v Černé Hoře. Celá zakázka vyjde na 6,1 milionu eur a potrvá 12 měsíců.

V rámci modernizace bude stanice Podgorica vybavena nejmodernějším plně elektronickým staničním zabezpečovacím zařízením ESA 44. Firma dále zabezpečí 55 výhybek, nainstaluje tři přejezdová zabezpečovací zařízení a celou stanicí vybaví moderními LED návěstidly, která se osvědčila při nedávné modernizaci hlavní železniční stanice v srbském Bělehradě.

„Podpisem smlouvy jsme dovršili úspěch v jihovýchodní Evropě, kde se nám podařilo získat několik zakázek ve třech zemích. Tím se nám otevírá cesta k dalším novým zakázkám, například právě v Černé Hoře. V blízké době totiž Černohorci plánují revitalizovat dalších sedm stanic na trase Bijelo Polje – Bar,“ sdělil generální ředitel AŽD Praha Zdeněk Chrdle.

Vítězstvím ve veřejné soutěži AŽD Praha navázala na dobré postavení v Černé Hoře z mi-



Foto: Pixabay

nulosti, kde mezi lety 2004 až 2010 kompletně zabezpečila českými technologiemi trať Podgorica – Nikšić.

Kromě zabezpečení železniční stanice Podgorica společnost AŽD Praha podepsala se správcem místní infrastruktury (Železnička infrastruktura Crne AD Podgorica) další smlouvu na dodávku a instalaci ohřevu výměn do stanic Ostrog a Nikšić. Na realizaci tohoto projektu se bude významnou měrou podílet dceřiná společnost AŽD Praha Saobraćajni sistemi z Bělehradu. (tz)

Stále více firem nabízí částečné úvazky

Podle auditorské a poradenské společnosti BDO nyní nabízí zkrácené úvazky každá téměř druhá větší firma v Česku. Počet zaměstnavatelů, kteří lidem umožňují trávit v práci méně času, stále roste. Zkrácené úvazky vyhovují mladým lidem a zároveň vytvářejí pracovní místa pro ženy na mateřské dovolené, pro čerstvé absolventy, seniory i lidi se zdravotním hendikepem. Částečné úvazky jsou podle BDO jedním z řešení nedostatku pracovníků v době s velmi nízkou nezaměstnaností a podporují růst produktivity práce. Díky nim je možné do ekonomiky zapojit dodatečné pracovní síly. Je ale nutné upravit podmínky ze strany státu tak, aby mohli zaměstnavatelé flexibilní úvazky využívat co nejčastěji. Podle portálu Robeeto může být částečným řešením i princip sdílené ekonomiky na trhu práce.

Částečné úvazky: řešení pro období s nízkou nezaměstnaností

Nezaměstnanost se v Česku drží podle metodiky Úřadu práce na 4,1 %. Jde tak o nejnižší číselnou nezaměstnanost za posledních 19 let. Pozitivní údaj má ale i negativní stranu. České podniky nejsou schopny vyprodukovat zboží a služby v takovém objemu, který by jim umožnil zájem ze strany odběratelů. „Český průmysl naráží na bariéry trhu práce. Nedostatek pracovníků ochotných pracovat na plný úvazek je nutné řešit zvýšenou nabídkou částečných úvazků. Velká část podniků to už pochopila. Nejvíce zkrácených úvazků nabízí sektor IT, marketingu a účetnictví,“ uvedl Radovan Hauk, partner auditorské a poradenské společnosti

BDO, a dodal: „Ještě před pár lety bylo Česko ohledně počtu nabízených zkrácených úvazků nejhorší v Evropě. Podle ČSÚ pracuje na částečný úvazek 5,5 % zaměstnanců. Situace se mění, ale ne tak rychle, jak by to současný stav vyžadoval. Česko potřebuje to, co realizovaly před pár lety v USA. Daňové zvýhodnění. Ve státech tehdy vzniklo přes 11 milionů pracovních míst, přičemž drtivá většina z toho byly pozice na dobu určitou nebo částečné úvazky.“

Česko v nabízení zkrácených úvazků zaostává

V roce 2014 bylo Česko podílem zkrácených úvazků na zaměstnanosti čtvrtým nejhorším státem z 28 zemí Evropské unie. Nižší podíl

podle Eurostatu vykazalo už jen Chorvatsko (5,3 %), Slovensko (5,1 %) a Bulharsko (2,5 %). Průměrný podíl kratších úvazků v hlavním zaměstnání v Evropské unii činil 19,6 %. Zkrácené úvazky využívají hlavně ženy na rodičovské dovolené. Průměrně je v roce 2014 využívala každá třetí zaměstnaná žena (32,2 %) v EU. V Česku ale jen každá desátá (9,5 %). Zájem o zkrácené úvazky je v České republice velký. Podle společnosti Monster Career na nabídky částečných úvazků reaguje o 30 až 40 % více uchazečů než na nabídky práce na plný úvazek. „Velká část Čechů, kterým se nepodaří najít vyhovující částečný úvazek, nachází přivýdělek na portálech, které zprostředkovávají spojení s lidmi a firmami hledající občasnou výpomoc. Počet Čechů využívajících tyto portály výrazně roste. Jen za posledních šest měsíců začalo výpomoc nabízet více než 1100 lidí. Očekáváme, že do konce roku to bude více než trojnásobek,“ uvedl Stanislav Koukal, ředitel portálu pracovních příležitostí Robeeto.

Potřeba výraznější podpory částečných úvazků ze strany státu

Velká část českých zaměstnavatelů bere částečné úvazky jako nutné zlo. „Zaměstnavatelé je

často vnímají jako finančně méně výhodné než klasické plné úvazky. Poloviční úvazek totiž pro firmu v žádném případě neznamená poloviční výdaje. Stát by v tomto ohledu mohl pomoci tím, že by pro zaměstnance s částečnými úvazky zavedl snížené odvody sociálního a zdravotního pojištění,“ doplnil Radovan Hauk.

Zkrácené úvazky zvýší celkovou produktivitu práce

Česko má v současné době nižší produktivitu práce než okolní státy Evropské unie. A nižší produktivita práce je i jedním z hlavních důvodů nižší životní úrovně. „Pokud by pracovalo víc Čechů na zkrácený úvazek, znamenalo by to vyšší výkonost české ekonomiky. Zaměstnaní by pak byli i ti, kterým plný úvazek nevyhovuje, a v současné době proto nepracují. Zkrácené úvazky podle výzkumů dlouhodobě vykazují větší produktivitu práce než klasické plné úvazky,“ sdělil Radovan Hauk a dodal: „Zájem o částečné úvazky bude určitě stoupat a firmy by s tím měly počítat. Silné ročníky mají malé děti a počet seniorů roste. Dnes jich je zhruba dva a půl milionu. Částým jevem je i to, že kariéra a nadprůměrná pracovní vytížení jednoho člena rodiny limituje pracovní úvazek druhého.“ (tz)

Zajímavý export, sprchové vaničky jsou minulostí, poráží je praktičtější a estetičtější podlahové žlaby

Sprchové vaničky? Ty jsou za zenitem. Tvrdí to alespoň výkonná ředitelka společnosti Alcaplast, největšího výrobce sanitární techniky ve střední a východní Evropě, Radka Prokopová. A interní statistiky její slova potvrzují. V posledních letech zaznamenává Alcaplast nárůst v prodeji podlahových žlabů o desítky procent.

„Sprchové vaničky, jak si je pamatujeme, jsou už minulostí. Podlahové žlaby zažívají neuvěřitelný boom. Aktuální čísla hovoří o tom, že zatímco v dřívějších letech vedly zvláště na východ od nás v prodeji žlaby plastové, kdy mezitím rostly třeba až o 40 %, letos se situace začíná obracet ve prospěch žlabů nerezových. Těm stabilně prodejnost stoupá,“ srovnala Radka Prokopová. Poukázala zároveň i na důvody, proč podlahové žlaby postupně přebírají roli jedničky. „V současnosti

si především v západní Evropě razí cestu minimalismus, tedy žádné hrany či citelné přechody. Ve všem je důraz kladený na nenáročnost a plynulost. Obrovskou roli hrají design a trendy,“ přiblížila Radka Prokopová. Podle ní se prosazují především nerezové žlaby se zárukou až pětadvacet let.

„Poptávka stoupá především po luxusnějších materiálech, jakými jsou sklo, plně nerezové rošty či rošty pro vložení dlažby,“ doplnila ředitelka a spoluzakladatelka firmy, která patří mezi evropskou a světovou špičku ve výrobě a prodeji podlahových žlabů. Každá oblast, do které Alcaplast výrobky vyváží, má svá specifika, a mnohdy i odlišný pohled na design koupelny. „Kupříkladu jižní Evropa se vyznačuje konzervativnějšími zákazníky. Velký vliv na trhu mají firmy, vyrábějící sanitární keramiku. Právě ty se drží zpátky a nejsou příznivci výraznějších změn,“ řekla Radka Prokopová a dodala, že

přesto se zde vedle vaniček, zhotovených ve většině z litého mramoru, začínají pomalu prosazovat i žlaby z břeclavského Alcaplastu, jenž v tomto odvětví udává trendy.

„Náš nástup v jižních zemích, tedy v Itálii, Portugalsku, Španělsku a Řecku, není tak prudký a plynulý jako třeba v Německu, České republice nebo v Polsku. Zákazníci dávají přednost ekonomičtějšími variantám. V kurzu je plastový žlab APZ12. Pokud nerezový, pak výlučně s perforovanými rošty,“ upřesnila Radka Prokopová s tím, že řešení se žlaby Alcaplast se obecně na jihu říká Italian Shower. Obdobná situace jako v jižní Evropě panuje i na Balkáně či v Maďarsku. „Země na Balkánském poloostrově preferují taktéž hlavně ekonomická řešení koupelen. A to jak pro vlastní potřebu, tak i v ubytovacích zařízeních, jakými jsou hotely nebo penziony. Hlavními tahouny jsou tedy plastové žlaby, jichž prodáváme opravdu hodně. Čas od času nám však přijde

i poptávka po naprostých designových výstřelcích,“ sdělila Radka Prokopová

Poněkud rozporuplné je Rusko a ruský mluvící země. „Zde jsou typické výrazné rozdíly v životní úrovni obyvatel země. To se samozřejmě podepisuje i na prodejnosti našich žlabů. Na jedné straně jsou favority plastové žlaby s kombinovanou zápachovou uzávěrou, na straně druhé hrají prim žlaby nerezové, často ve zlatém provedení nebo v provedení antik-bronz,“ nastínila Radka Prokopová společenské poměry jednoho z největších odběratelů svých výrobků.

V bohatých asijských státech, mezi něž se řadí Dubaj, Spojené arabské emiráty nebo Katar, je poptávka zcela výlučně po kvalitnějších materiálech, tedy po nerez. „Velmi zajímavým a těžko uchopitelným trhem je potom sever Evropy – tedy skandinávské země. Oproti ostatním vyspělým zemím Evropy je zde velmi náročné prosadit se,“ vysvětlila Radka Prokopová. (tz)

INZERCE



Vezměte výhodně úročené vklady do vlastních rukou

Nenechte vaše peníze zahálet a začněte si konečně užívat jejich plodů. A to hned poté, co vám je výhodně zúčíme u nás. Spojte se s námi a my vám ukážeme, jak si jich pořádně užít. Více na artesa.cz

Volejte zdarma: 800 128 836



TOS VARNSDORF na veletrhu EMO 2017

předvede unikátní novinku s velkým potenciálem využití

Největší evropský veletrh EMO 2017 se koná ve dnech 18. až 23. září v německém Hannoveru. Společnost TOS VARNSDORF na tomto veletrhu představuje svoji letošní novinku – multifunkční horizontální obráběcí centrum WHT 110 C. Tento stroj byl ve světové premiéře předveden odborné veřejnosti 15. března 2017 na setkání s obchodními zástupci. Pozvaných hostů dorazilo více než šedesát, byli to obchodníci z celého světa. Poté bylo obráběcí centrum hlavním magnetem tradičního červnového Zákaznického dne TOSday.

Obráběcí centrum WHT 110 C je prvním členem nově koncipované řady obráběcích strojů WHT 110 / 130 (C). Je to horizontální obráběcí stroj vhodný pro nejnáročnější operace, které vyžadují přesné vrtání, řezání závitů, karuselování nebo frézování. Stroje řady WHT mohou být koncipovány také jako obráběcí centra, která uspokojí potřeby i těch nejnáročnějších aplikací v takových odvětvích, jako jsou letecký průmysl, energetika, zemní práce, ropný průmysl a obecné strojírenství. Tyto multifunkční stroje jsou vhodné pro kusovou i sériovou výrobu. Jsou to krytované frézovací a vyvrtávací stroje s uspořádáním loží do tvaru T s příčně přestavitelným otočným stolem, resp. paletou, nebo karuselovacím stolem a podélně přestavitelným stojanem. V základním provedení má stroj pět plně řízených os a CNC řízení otáčky vřetena s možností jeho úhlového polohování. Standardně je řízen řídicím systémem Heidenhain iTNC 530 HSCI (nebo TNC 640) a vybaven AC-digitálními servopohony pro náhon posuvů a AC-digitálním pohonem vřetena firmy Siemens. V případě požadavku zákazníka je možné stroj vyzbrojit i jiným řídicím systémem (např. Sinumerik 840 D SL atd.).

Nová řada obráběcích strojů a center byla vyvinuta na základě požadavků zákazníků pro moderní výrobu. Začátky vývoje tohoto stroje sahají až do roku 2011, kdy společnost v rámci své strategie řešila, jaké stroje budou konkurenceschopné za pět a více let. V té době byly zahájeny vývojové práce na nových vřetenících, které patří mezi tzv. srdce každé horizontky. Během následujících

let se podařilo vyvinout a vyrobit vřeteníky pro nové stroje WHT a odladily se veškeré potřebné parametry, včetně teplotního působení a garance dlouhodobé provozní spolehlivosti vřeteníku. Bylo tak možné pokračovat ve vývoji strojů řady WHT, jehož prvním výstupem je právě toto představované multifunkční centrum. Vlastnímu vývoji ještě předcházela etapa definování celkové koncepce řady strojů WHT, všech parametrů, potřebného příslušenství, technologického zacílení celé řady na konkrétní segmenty průmyslu a obecně celkového využití strojů WHT. Výsledkem této etapy pak bylo jasné zadání, které se v průběhu řešení nemuselo měnit.

Vývoj strojů řady WHT nebyl financován z dotačních titulů, ale probíhal daňovým odpočtem. Po takřka šestiletém vývoji, který tedy zahrnoval vývoj vřeteníkových jednotek, rámu a aplikaci přídatných zařízení, přicházejí na trh technicky skutečně unikátní stroje, jež svým výkonem, multifunkčností, komfortem pro obsluhu a jedinečným designem představují významnou přidanou hodnotu pro zákazníky. Stroje WHT 110 / 130 (C) jsou pozoruhodně především takovými vlastnostmi, jako jsou výkon, univerzálnost, multifunkčnost, snadná obsluha a servis a integrace konceptu Industry 4.0.

Svým pracovním výkonem, který zahrnuje rychlosti až 40 m/min, otáčky výsuvného vřetena 6000 ot/min, instalovaný výkon 31 kW, je umocněn litinovým rámem, instalovaným lineárním vedením a tepelnou kompenzací rámu, je stroj předurčen pro opravdu výkonné, a přitom přesné obrábění. Velmi významnou roli v přínosnosti stroje hraje jeho univerzálnost. Je to dáno velkou variabilitou konfigurace os, typu a provedení stolu (nebo palet), aplikací systémů výměny nástrojů, frézovacích hlav a výběr dalšího příslušenství, což umožňuje dokonale přizpůsobit stroj požadavkům zákazníka. Přidaná hodnota stroje se dále zvyšuje jeho multifunkčností. Je možné ho vybavit dvěma typy vřeteníkových jednotek, různými frézovacími hlavami, včetně soustružnických držáků a karuselovacím provedením stolu (nebo palety) tak, aby stroj umožňoval plnohodnotné frézovací a soustružnické užití.

Dnes je už přirozenou vlastností každého úspěšného obráběcího stroje jeho snadná obsluha a servis. Pracoviště obsluhy je vybaveno ergonomicky řešeným panelem, včetně přenosného ručního ovládání a ofukovací pistole. Stroj je přizpůsoben pro snadnou demontáž krytů v oblasti stojanu a podél ukotvení rámu stroje, umožňuje jedinečnou kombinaci komfortní obsluhy a údržby.

Aktuálním trendem ve zvyšování přidané hodnoty obráběcích strojů je integrace konceptu Industry 4.0. U obráběcích center WHT 110 / 130 (C) je to řešeno použitím speciálně vyvinutého programového prostředí TOS Control. Toto nově



vyvinuté programové prostředí (výsledek vlastního vývoje) v sobě integruje jak klasický řídicí systém stroje, tak další přídatné funkce ve formě aplikací, jež dále rozšiřují využití stroje a umožňují jeho plnou integraci v rámci konceptu Industry 4.0. Základem celé koncepce je programové prostředí TOS Control, které funguje jako dashboard, na němž jsou všechny funkce lehce dostupné ve formě ikon. Samozřejmostí je integrace původního řídicího systému, který je základem pro ovládání stroje a figuruje zde jako aplikace. Všechny nové funkce stroje jsou zaměřeny na zvyšování komfortu obsluhy v těsné interakci se strojem, dále pak na zvyšování efektivity výrobního procesu prostřednictvím optimalizace nastavení stroje a využitím přídatných zařízení, například pro nezávislé měření polohy.

V oblasti zvyšování komfortu obsluhy jsou navrženy aplikace pro sledování aktuálních parametrů stroje (jeho nastavení, funkce os, pozice aktuálního NC programu a hlášení stroje), systém je doplněn také integrací IP kamer pro sledování pracovního prostoru a okolí stroje. Dále obsahuje prostředí pro snadné prohlížení a tvorbu vlastních poznámek, například v dokumentaci pro užití stroje a ve výrobních výkresech.

Pro zvyšování produktivity výrobního procesu jsou nyní aktivní dvě aplikace. Jedna dokáže interaktivně navrhovat vhodné parametry pro obrábění na základě zadaných technologických požadavků a druhá spolu s interakcí přídatného nezávislého odměřování umožňuje změnění vyráběného obrobku přímo na stroji. Právě nezávislost odměřování umožňuje v praxi nahrazení samostatného souřadnicového stroje a zajišťuje užití stroje pro plnohodnotnou kontrolu rozměrů a geometrické přesnosti vyráběného obrobku.

Otevřenost tohoto konceptu umožňuje jeho

další rozvoj, již nyní se připravují další aplikace pro podporu vzdáleného řízení a plánování práce na stroji, jeho nastavení (parametrové optimalizaci) a přenastavení technologických parametrů pro zvýšení efektivity práce stroje při obrábění. Další oblastí je vzdálené plánování a řízení práce na stroji (například DNC řízení).

Nová řada strojů WHT 110 / 130 (C) bude systémem TOS Control vybavena standardně. Tudiž schopnost integrace s konceptem Industry 4.0 bude standardní vlastností. Nicméně už nyní mají stroje ohromný potenciál v podobě instalované funkce užití stroje jako souřadnicového měřicího stroje (CMM) – systém plnohodnotného in-processního měření nezávislým odměřováním umožňuje dosáhnout požadované přesnosti výrobků, a při tom eliminovat náklady a čas na transport obrobku a jeho změření na externím pracovišti.

Platforma na bázi prostředí TOS Control s instalovanými aplikacemi tak umožňuje plnou integraci v rámci konceptu Industry 4.0 a napojení sledovaných a získaných dat na další články v řetězci výrobního procesu. Jde zejména o možnost vzdáleného řízení stroje, užití stroje pro kontrolu a měření obrobků a korekci technických parametrů pro optimalizaci při obrábění.

Že jde o zdařilý koncept a potenciálně úspěšný stroj, o tom svědčí nebylý zájem jak obchodních zástupců již při jeho prvním předvedení, tak především doposad získané objednávky. Veletrh EMO pak bude dalším krokem k zahájení této moderní cesty v obrábění kovů. A můžeme prozradit, že souběžně s veletrhem EMO bude zahájena stavba výkonnějšího bratra předváděného exponátu. Na podzim tohoto roku bude postaven a odzkoušen první kus stroje WHT 130 C, novinky chystané na rok 2018.

Ladislav Plaňanský, TOS VARNSDORF

GASCONTROL klade důraz na inovace



Společnost GASCONTROL působí v plynárenském a energetickém sektoru už 25 let. Úspěšně realizovala několik výzkumně-vývojových projektů v oblasti energií a také plastů. Všechny spojuje základní strategie – pracovat na tom, aby zařízení i technologické postupy byly efektivnější, energeticky úspornější a šetrnější k životnímu prostředí.

Mezi inovační projekty skupiny GASCONTROL patří výroba elektrické energie systémem spalovacích turbín, dodávky ORC zařízení na principu paroplynových soustrojí a dále turbíny běžící v magnetickém poli (bez ložisek) nebo výstavba bioplynových stanic. Zaměřuje se také na využití

stlačeného zemního plynu (CNG) jako pohonné hmoty v dopravě. Postavila například velkokapacitní čerpací stanici pro autobusovou dopravu v Ostravě a v Českém Těšíně.

Od roku 2010 má společnost vlastní Výzkumné centrum pro energii a plasty. Soustředí se na projekty, o kterých je manažerský tým přesvědčen, že mají budoucnost, i když se jim třeba v České republice věnovala menší pozornost. Výsledky jsou využívány v praxi, a to jak v České republice, tak i v zahraničí.

GASCONTROL nabízí zákazníkům i speciální technologie, například jako jedna z mála firem provádí uzavírání provozovaných potrubí pod plným tlakem bez nutnosti odstávky nebo omezení provozu pomocí speciální technologie. Navíc není jen standardní montážní organizací, ale má i své vlastní výrobky, jako např. odorizační jednotky, CNG plnicí stanice, filtry plyných látek, tepelné výměníky, potrubní přechodové spoje HDPE/ocel, atd. V poslední době investovala například do nákupu špičkových sva-

řovacích automatů. Je teď schopna stavět plynovody o průměru DN 500 a vyšším v rozsahu zhruba kilometr denně. Také ve vlastní výrobě plastových potrubí se začala více orientovat na potrubí i o vyšších průměrech. Například má i průměr 630 mm, což je vůbec největší dimenze, která se v ČR v oblasti plastů (tlakových potrubí) vyrábí.



Filozofii, jejímž cílem je nabízet zákazníkům komplexní řešení a zároveň uvádět do života nové technologie, uplatňuje GASCONTROL i ve strategických záležitostech. Postupně se skupina pod mateřskou firmou GASCONTROL rozšířila o další firmy, které doplňují hlavní sortiment výrobků a služeb. Může tak poskytovat zákazníkům v ČR i v zahraničí kompletní nabídku od vývoje, projekce, přes výrobu až po montáž a servis. Stala se stabilním obchodním partnerem významných společností, jako například RWE (dnes innogy), OKD, GAS Net, NET4GAS, Green Gas DPB, ArcelorMittal, Dopravní podnik Ostrava, ČEZ Energetické služby aj.

Velkou pozornost společnost věnuje sousednímu Polsku a nedávno založila firmu Gascontrol Balkan. Stranou zájmu nezůstávají ani další země. Jedním z největších zahraničních projektů byla stavba energocentra v ruském olympijském městě Soči, kde byly použity již zmíněné turbíny běžící v magnetickém poli (bez ložisek).

www.gascontrol.cz (red)

CzechTrade je v dobré kondici

dokončení ze strany 1

Technologickým celkem v moderním pojetí je opravdu vysoce sofistikovaný komplex nadčasových technologií, často kompletovaných řadou konsorcií. A to dnes požaduje Afrika. Náš export tam také bude stát na možnostech financování, na obchodně politických podmínkách, na zvažování rizik. Domnívám se, že zajímavé pro české vývozce může být africké zemědělství, potravinářský průmysl, spotřební zboží nebo zdravotnictví.

Dvacetiletí, tedy pomyslné narozeniny CzechTradu, jsou jistě i příležitostí zrekapitulovat zkušenosti a výsledky...

Zcela jistě. Sešli jsme se se svými partnery i klienty a uplynulé období jsme patřičně hodnotili. Za ty roky jsme se výrazně zapojili do iniciativ na podporu českého exportu a nyní můžeme na dosavadních zkušenostech dobře stavět. Nastartovali jsme využívání projektu Šance pro export, což je elegantní motivační program pro malé a střední podniky, aby se nebály exportovat. Garantuje jim, že prostředky, které musí investovat do poradenství CzechTrade, jim v případě úspěchu na zahraničním trhu vrátíme formou další bezplatné individuální služby. Víme, že malé firmy musí své výdaje velmi vážit a často je nedostatek financí brzdou vývozu. Rovněž jsme daleko více aktivní v jednotlivých krajích České republiky, rozšířili jsme své regionální zastoupení ve spolupráci s agenturou CzechInvest tak, aby v každém kraji měli exportéři své aktivní konzultační místo. Máme k firmám blíž, ony zase k nám, a to funguje. V regionech se žije trochu jinak než v Praze, a když se zájemci mohou poradit v místě a nemusí daleko dojíždět, jde to snáze. Odezvu tedy máme velmi pozitivní. A ještě jedna věc – na přelomu roku jsme oznámili, že je možné čerpat podporu z Evropských fondů – týká se to zahraničních veletrhů pro sofistikované obory a na podporu designu. Možná bych ještě podotkl, že právě u příležitosti 20. narozenin jsme dokončili řadu projektů, které své ovoce teprve přinesou.

Jste aktivní směrem k malým a středním firmám a na vaší image se to projeví. Čeho si právě ony na spolupráci s vámi cení?

Letošní průzkum připravený společně s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR potvrdil vysokou znalost CzechTradu mezi exportéry, je to 94 %! To je vynikající výsledek. Dáváme hodně na zpětnou vazbu. Vědět, co podnikatelům této kategorie nejvíce pomůže, je tím nejlepším pro naši další práci. Zopakují, naši cílovou skupinou jsou malé a střední podniky, které export potřebují rozjet, posílit, ale nemají takové kapacitní a finanční možnosti jako velké zavedené společnosti. Ostatně malé a střední firmy

V českém dovozu do afrických zemí vede JAR (29 %), dále Egypt (20 %), následuje Maroko, Alžírsko a Tunisko, Nigérie se 3 % a na zbylé země připadá 16 % vývozu z Čech. Z toho plyne, že aktivity nejsou vybalancované, i proto jsme zřídili svou kancelář v Lagosu.

jsou nosné pro českou ekonomiku, takže je-li znalost naší státní agentury na takové úrovni, o jaké nás průzkum informoval, je to víc než dobrá zpráva. V této souvislosti bych rád pochválil náš marketing. I díky němu firmy vědí, co děláme, povědomí o značce je velké. Z analýzy vyšlo, že pro segment malých a středních firem je CzechTrade první volbou, pokud hledají podporu státu. A tou bychom chtěli zůstat i nadále. Tři z deseti exportérů využívají naše služby. Nejčastější motivací je dlouhodobá pomoc s marketingem a propagací v zahraničí a vyhledávání vhodných obchodních partnerů. Firmy si cení našich osobních kontaktů ve světě. Garance, doporučení státu a jeho účast, to v praxi usnadňuje budování nových obchodních vztahů a je to nenahraditelné. To si firmy dobře uvědomují. Znalosti specifik zahraničního trhu jsou důležité detaily, na nichž často dobrý obchod stojí, od nichž se



odvíjí. Zdaleka nestačí poslat vzorek, leták, a kontrakt je na cestě. Stát se exportérem je proces. CzechTrade napomáhá tomu, aby obchodní vztahy vznikly a začaly efektivně fungovat.

Z průzkumu dále vyplynulo, že jsou ceněny i naše spolehlivé informace o daném teritoriu, včetně místních zvyků, předpisů, regulačních prvků obchodu apod. Takže naším prostřednictvím firmy zkoumají vzdálenější teritoria a posouvají se do všech světadílů.

Roste počet vašich klientů? Co požadují především?

V roce 2014 jsme jich měli 909, o rok později už 1079 a vloni to bylo 1022 klientů, kteří využili placené služby CzechTrade. Jsou to ti, kteří požadují zejména dlouhodobější komplexní služby a asistenci na zahraničních trzích, a také nám roste zájem o vzdělávací akce. Když jsem nastoupil do CzechTradu, snažili jsme se mít klientů co nejvíce. Nyní se spíše než na přírůstek klientely orientujeme na smysluplnou péči, hodláme firmám poskytovat větší komfort. Takže počet klientů, kteří si služby platí, klesl, ale těm platícím jsme věnovali daleko více hodin, než bývalo zvykem. Samozřejmě budeme rádi, když klientů bude přibývat, ale o ty současné bychom rádi systematictěji pečovali, starali se o jejich dlouhodobý úspěch. Na druhé straně přibývá klientů, kteří využívají našich neplacených služeb, například v regionech. V současnosti se staráme o tisícovku klientů, kteří si služby platí, a zhruba o 2000 klientů, kteří využívají neplacených služeb.

Chystáte se jako každý rok na Mezinárodní strojírenský veletrh do Brna. S čím program CzechTrade počítá? Zaměříte pozornost rovněž na Indii, když je nyní právě ona partnerem MSV?

Letos je MSV zajímavý tým, že se CzechTrade bude podílet na řadě aktivit a zároveň si připravil vlastní bohatý doprovodný program. Oproti minulým letům, kdy jsme spíše spolupracovali se Svazem strojírenské technologie, budeme letos součástí Exportního domu, kde budou mít své účasti všechny české proexportní instituce a organizace, a rovněž budeme vidět v pavilonu Indie. Zde budeme ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR ve společném stánku propagovat Podnikatelský inkubátor, ve kterém budou podávány informace o možnostech zapsat se do dějin exportu směr Indie. Celkově chystáme pestrý program spojený s mítinkem šéfů 31 našich zahraničních kanceláří, dále speciální seminář věnovaný příležitostí v Německu, o podpoře průmyslového designu a mnoho dalšího.

Indie se stala mekkou světového obchodu. Jak náročné je to teritorium pro naše firmy? A v jakých oborech se jim daří nejvíce proniknout na indický trh?

Indii jsme dlouho vnímali jako pro nás ne vždy uchopitelné prostředí v porovnání třeba se složitou Čínou a jinými asijskými tygry. V současné době díky změně politické orientace se Indie světu ote-

vírá a naznačuje cestu ke kooperaci. Nesnaží se nalákat investory tak, aby zde vkládali prostředky do vlastních projektů, ale hodlá nabídnout participaci, tedy zmíněnou kooperaci. Je to chytrá volba, myslím si, že i pro české vývozce akceptovatelná. Agentura CzechTrade s AMSP podnikla nedávno misi, na jejímž základě jsme navázali úzkou spolupráci v Bengalúru. Díky spolupráci asociace s tamní přední strojírenskou asociací Peenya, jejíž členská firma Pushpak Ltd. vytvořila za odborné součinnosti s místní pobočkou CzechTrade a obchodním partnerem firmou LIKO-S a.s. kancelářské a výrobní zázemí pro zájemce o vstup na místní trh, se nabízí velmi atraktivní možnost našim firmám uspět v této zemi. Rádi bychom, aby se zapojily i další české firmy a cestu si tímto způsobem do Indie začaly klesat. Když se na strojírenský veletrh do Brna přijedou podívat, ať se na tomto stánku zastaví, informací nebude málo.

Strojírenství představuje velký díl našeho průmyslu a strojaři jsou zároveň zdatnými exportéry. Jak vidíte budoucnost tohoto oboru?

Strojírenství je dnes fragmentovaný obor. Vývoz strojů, dopravních prostředků se loni pohyboval v číslech 2,2 bilionu korun. Je to tedy polovina našeho celkového exportu. Loni vzrostl meziročně export v tomto odvětví o 4 %, výrazný růst pokračuje i letos. Světové ekonomice se daří, proto předpokládám, že by objem zakázek mohl růst. České firmy mají šanci na expanzi díky rostoucí poptávce a domnívám se, že české strojírenství dosud nevyčerpalo svůj zahraniční potenciál. Problém vidím ve struktuře našeho strojírenství – několik let stagnuje tradiční energetika, tedy i subdodávky. Také je třeba si připustit, že je úplně jedno, jestli budu označen za subdodavatele, nebo hlavního dodavatele, podstatné je prodat. Samozřejmě cenu a podmínky kontraktu nelze podceňovat. Také se stále hovoří o nutnosti diverzifikace, tedy exportovat do více míst a nespolehat jen na Evropu. Ano, ale zároveň bych se nevzdával toho, co funguje, co je spolehlivé, blízko a kde jde o neefektivnější řešení.

A ještě jednu poznámku na závěr – je třeba brát v potaz i to, že posláním CzechTradu je jednoznačné – podpořit export, přivést firmy do zámorí, proklesat cestu, napomoci prostřednictvím místních kanceláří. Nezodpovídáme však za výsledek obchodu dané firmy. Diverzifikace může být užitečná zejména na vzdálenějších teritoriích, o což se snažíme. Pozor je třeba dávat i na to, že trhy jsou nestabilní a co platí dnes, může být zítra jinak. Chápu tedy v určitém slova smyslu obezřetnost českých firem, protože uchytit se za velkou louží je také o značných investicích a vysokém riziku jejich návratnosti. Velmi si však českých vývozců vážím a věřím, že pro ně uděláme vše, co bude v našich silách.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

INZERCE

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

- Poradenské a informační služby
- Individuální služby
- Obchodní příležitosti
- Exportní vzdělávání

PIVO Z ČECH

CzechTrade EXPERT NA VÁŠ EXPORT www.czechtrade.cz

Čeští zákazníci nejvíc oceňují důvěru a fair play

Zákazníkům v Česku už nejde jen o cenu, ale o celkovou hodnotu, kterou za své peníze dostávají. Ze všeho nejvíc si pak váží férového přístupu a rychlé nápravy chyb. Největší rezervy mají značky v naplňování zákaznických očekávání. Vyplyvá to ze studie Fair play: 100 nejlepších zákaznických zkušeností v Česku 2017. Ta s využitím metody KPMG Nunwood vůbec poprvé zkoumá stav české zákaznické zkušenosti. Obsahuje také pořadí sta značek podle hodnocení klientů.

Podle metody KPMG Nunwood stojí zákaznická zkušenost na šesti pilířích. Konkrétně jde o personalizaci, integritu, očekávání, řešení problémů, čas a úsilí a empatii. Každou oblast pak hodnotí indexem od 1 do 10.

Češi jsou při reklamaci připraveni na konflikt

Čeští zákazníci bez ohledu na odvětví oceňují, když si produkt nebo službu mohou pořídit rychle a bez překážek (čas a úsilí: 7,4). Dobře na ně působí, pokud si firma uvědomuje jejich jedinečné potřeby a je schopná se jim přizpůsobit. Češi si ale myslí, že by společnosti mohly jejich potřeby lépe chápat. Měly by se podle nich také dokázat vcítit do zákazníků (empatie 6,3). Důsledkem ne vždy naplněných očekávání (6,2) je skutečnost, že čeští klienti firmám ve srovnání se západními trhy méně důvěřují.

Zásadním elementem české zákaznické zkušenosti je pak integrita a vzájemná důvěra (7,0). Firmám v Česku se tak otevírá velký prostor naklonit si zákazníky vstřícným přístupem.

To se týká především vracení zboží. Snížení rigidních kontrol sice může přinést určité ztráty, ale pozitivní efekt v podobě loajálního zákazníka, který se o svou dobrou zkušenost podělí s ostatními, je mnohem větší. „Stále ještě platí, že průměrného českého zákazníka až šokuje, když jeho reklamace zboží proběhne v klidu a on se při tom nemusí cítit jako kriminálník. A priori jsou Češky a Češi i dnes v takových situacích připraveni na konflikt,“ vysvětlil Michal Pobuda, šéf týmu zaměřeného na zákaznickou zkušenost v KPMG Česká republika.

Jiné vnímání ceny a uvědomělejší zákazníci

Češi jsou v celoevropském srovnání stále extrémně citliví na cenu, v poslední době se ale mění to, jak ji vnímají. Cena přestává být pro velkou část populace klíčovým měřítkem. Místo toho se čeští zákazníci zajímají o celkovou hodnotu – kombinaci několika faktorů, kterou za své peníze dostávají. Vedle ceny to je kvalita zboží a služby, důvěra a rovnocenný vztah.

Tlak na celkovou hodnotu souvisí s technologickým pokrokem a rozvojem sociálních sítí. Ty umožňují snadné sdílení pozitivních i negativních zkušeností. Na rozdíl od minulosti, kdy si názor klienta vyslechlo jen pár nejbližších, se nyní každé hodnocení může dostat prakticky k celému trhu. Digitalizace přispěla k tomu, že zákazníci jsou informovanější a při nákupech postupují více uvědoměle. „Před obchodníky stojí mnohem těžší soupeř. Zvítězit nad ním dokážou ti, kteří si uvědomí, že v něm musí najít sparing partnera,“ doplňuje sportovní paralelou Michal Pobuda.



Nejspokojenější jsou Češi s gastronomií, pořadí vedou banky

Největší míra spokojenosti českých zákazníků je spojena jednoznačně s gastronomickými zážitky, tedy s nabídkou restaurací a míst rychlého občerstvení. Hodnocení zákaznické zkušenosti v tomto odvětví je absolutně nejvyšší. Český zákazník je zároveň připraven sáhnout hlouběji do kapsy, když mu chutná a je rychle a příjemně obsloužen. Jinými slovy, rád si připlatí za výjimečnou kvalitu, příjemné prostředí a za to, že dlouho nečeká. Na druhém místě z pohledu zákaznické zkušenosti se umístil sektor retailu a na třetím místě jsou maloobchodní řetězce

s potravinami a smíšeným zbožím. Na prvních třech místech hodnocení zákazníků se umístily banky. Nejlépe podle nich řídí zákaznickou zkušenost Air Bank následovaná Equa bank a Fio bankou. Čtvrté místo obsadila La Formagerie Gran Moravia a páté Student Agency/RegioJet. Následují značky Kanzelsberger, Ugo, Rohlík.cz, Neoluxor a Mobil.cz.

Sběr dat pro studii Fair play: 100 nejlepších zákaznických zkušeností v Česku 2017 probíhal v první čtvrtině roku 2017 na pětitisícovém vzorku populace. Respondenti hodnotili celkem 220 značek v devíti odvětvích. Publikace je ke stažení na www.nejlepsi.cz. (tz)

INZERCE



Vzdělávání
otevřít
X možnosti



Obchodní a vyjednávací dovednosti

2. – 3. 10. 2017; 9:00–16:00

Stanislava Vávrová (lektorka a konzultantka)

Cena: 6 790 Kč bez DPH / 8 216 Kč vč. 21 % DPH

Vedení lidí – moji lidé, moje vizitka

5. – 6. 10. 2017; 9:00–16:00

Ivona Homolková (konzultantka, trenérka, koučka)

Cena: 6 590 Kč bez DPH / 7 974 Kč vč. 21 % DPH

Píšete dobře? Pište perfektně aneb písemná komunikace formálně i neformálně

10. 10. 2017; 9:00–16:00

Jiřina Alex Juranková (specialistka na firemní písemnou komunikaci)

Cena: 3 590 Kč bez DPH / 4 344 Kč vč. 21 % DPH

Time management 5. generace – metoda SOUSTO, FARMULTI® metoda, psychovzorce®

17. – 18. 10. 2017; 9:00–16:00

Ing. David Gruber (první mezi lektory, kouči a autory soft skills v naší zemi)

Cena: 7 990 Kč bez DPH / 9 668 Kč vč. 21 % DPH

Řízení projektů v MS Excel

25. – 26. 10. 2017; 9:00–16:00

Ing. Alan Halata (lektor a konzultant (procesní analytik, projektový manažer, ICT specialista pro vybrané související aplikace)

Cena: 6 490 Kč bez DPH / 7 853 Kč vč. 21 % DPH

Time management a zvládání stresu

30. – 31. 10. 2017; 9:00–16:00

Stanislava Vávrová (lektorka a konzultantka)

Cena: 6 790 Kč bez DPH / 8 216 Kč vč. 21 % DPH

Více informací nejen o těchto seminářích najdete na www.vox.cz, kde se můžete i přihlásit.

vox@vox-kurzy.cz | 777 741 777

Platební morálka firem u nás je lepší než v Evropě



Platební morálka firem v Česku byla loni ve srovnání s Evropou lepší. V roce 2016 včas faktury zaplatilo 44,7 % tuzemských firem, zatímco v Evropě to bylo 39,1 % společností. Nejspolehlivěji proplácí faktury Dánové, Němci a Maďaři. Naopak nejhorší platební morálku v Evropě vykazují rumunské a portugalské firmy. Studii, která porovnává platební informace z 18 evropských zemí, zveřejnila poradenská společnost Bisnode ve spolupráci se společností Dun & Bradstreet.

„Mezi lety 2014 a 2016 se v ČR zvýšil počet firem, které své faktury zaplatí včas z 38,2 % na 44,7 %. Zlepšující se platební morálku českých firem, která souvisí s konjunkturou tuzemské ekonomiky, sledujeme už od roku 2013,“ říká analytička

Bisnode Petra Štěpánová. Současně dodává: „Platební morálka je důležitou informací o stavu firmy, a napovídá o její kondici. Z vývoje platební morálky firem lze odhalit případné problémy ještě dříve, než skutečně nastanou.“ (tz)

PLATEBNÍ MORÁLKA VE VYBRANÝCH EVROPSKÝCH ZEMÍCH V ROCE 2016

	včas	do 30 dnů	30–60 dnů	60–90 dnů	90–120 dnů	přes 120 dnů
Evropa	39,1 %	50,9 %	4,0 %	2,3 %	1,5 %	2,2 %
Belgie	37,9 %	55,0 %	3,3 %	2,0 %	1,4 %	0,4 %
Nizozemí	53,6 %	43,3 %	1,4 %	0,8 %	0,7 %	0,2 %
Francie	40,1 %	51,8 %	3,5 %	1,7 %	1,1 %	1,0 %
Německo	81,7 %	17,6 %	0,4 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Anglie	30,4 %	60,1 %	4,3 %	2,6 %	1,3 %	1,3 %
Španělsko	51,1 %	41,3 %	2,4 %	1,4 %	1,2 %	2,6 %
Portugalsko	19,5 %	61,4 %	6,0 %	3,5 %	3,0 %	6,6 %
Polsko	43,5 %	34,0 %	4,2 %	3,3 %	3,0 %	12,0 %
Slovinsko	43,7 %	48,9 %	4,1 %	1,5 %	1,8 %	0,0 %
Dánsko	86,5 %	13,1 %	0,2 %	0,1 %	0,0 %	0,1 %
Finsko	26,8 %	70,4 %	1,1 %	0,7 %	0,4 %	0,6 %
Česká republika	44,7 %	49,3 %	4,2 %	1,1 %	0,4 %	0,3 %
Turecko	51,0 %	36,3 %	5,0 %	1,9 %	1,5 %	4,3 %
Maďarsko	55,4 %	40,4 %	2,4 %	0,9 %	0,6 %	0,3 %
Řecko	32,4 %	37,8 %	17,2 %	4,9 %	3,6 %	4,1 %
Irsko	27,5 %	60,7 %	4,8 %	2,7 %	1,9 %	2,4 %
Rumunsko	17,6 %	26,7 %	24,5 %	10,8 %	9,0 %	11,4 %

zdroj: Dun & Bradstreet ve spolupráci s Bisnode

ZKL investuje a prokazuje perspektivu, ve výrobě ložisek spojuje tradici s moderností

Na letošním Mezinárodním strojírenském veletrhu nemohou chybět „domácí“, čímž myslíme v první řadě společnost ZKL, a.s. Výrobce kuličkových ložisek opět představí novinky nejvyšší technické úrovně. Nejen o nich jsme si povídali s generálním ředitelem Ing. Jiřím Prášilem, CSC.

Co společnost ZKL chystá na říjnový Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně?

Bude to především ukázka inovací ložisek vyráběných v podnicích koncernu ZKL a předání této informace našim současným i budoucím zákazníkům. K novinkám, které budeme vystavovat, patří set kuželíkových ložisek s ochrannou vrstvou proti průchodu elektrického proudu určený pro uložení kol nízkopodlažní tramvaje dodávaných společností CRRC v Číně. Dále to budou speciální ložiska pro vysoce výkonné válcovací stolice. Zapomenout nesmím ani na rozšířený sortiment těsněných soudečkových ložisek určených pro provoz v prašném prostředí například oceláren, cementáren, důlního průmyslu a dalších prostředí, ve kterých hrozí průnik nečistot z okolí do ložiska. Většina těchto představených inovací se přitom bude týkat ložisek velkých rozměrů a váhy.



Účastníte se veletrhu pravidelně?

Ano, konkrétně od roku 1998, kdy vznikl koncern ZKL, který integruje český ložiskový průmysl, a navazuje tak na tradici koncernu ZKL – ZVL v bývalém Československu.

Je něco, na co se v letošním roce při této příležitosti nejvíce těšíte?

Na setkání s našimi zákazníky a představiteli státních institucí, jako jsou Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, EGAP, ale také zástupci bank a komerčních pojišťoven. Tato setkání jsou důležitá, neboť jsou jasným důkazem toho, že podnik funguje, investuje a prokazuje svoji perspektivu.

Vaše produkty míří do více než 80 zemí světa. Kam exportujete nejčastěji?

Ve zmíněných 80 zemích máme okolo 220 zákazníků, konkrétně na kontinentech Evropy, Asie a Ameriky, kam dodáváme v poměrech 40 %, 40 % a 20 % našich výrobků.

Která země je tou nejvíce exotickou?

Každý stát má své krásy a zvláštnosti, ale přesto za exotickou a nejvíce vzdálenou zemi bych



Ing. Jiří Prášil, CSC.,
generální ředitel ZKL, a.s.

označil Argentinu, kde se lze s našimi ložisky setkat na jihu v Patagonii, ale i v zemědělských oblastech v blízkosti vodopádů Iguacu nebo v elektrárnách pod Andami v okolí města Mendoza.

Pro současný český trh práce je typická velmi nízká nezaměstnanost. Dotýká se i vaší společnosti?

Tento jev se dotýká všech společností v České republice, ani ZKL není výjimkou. Velmi to pociťujeme v probíhajících výběrových řízeních, do kterých se hlásí ve srovnání s minulými lety méně uchazečů. Jako zaměstnavatel musíme být velmi pohotoví a odpovídat rychle, protože například za tři týdny od zahájení výběrového řízení má řada kandidátů již nové zaměstnání. Uchazeči o zaměstnání jsou si vědomi, že pracovních příležitostí je hodně, tudíž řada z nich při prvním problému raději odejde a mění zaměstnání pravidelně po pár měsících. Oproti minulým letům rekordně nízkou nezaměstnanost pociťujeme nejvíce při obsazování pozic výrobních dělníků, a to nejen kvalifikovaných (obsluha CNC), ale už i v kategorii pomocných dělníků. Většina nekvalifikovaných uchazečů si raději

vybírá práci s pouze jednosměnným provozem a málo fyzicky náročnou. Z toho důvodu klade me nyní důraz na stabilizaci loajálních zaměstnanců, a potřebu nových chceme minimalizovat růstem produktivity práce.

Velkým tématem veletrhu bude i tzv. Průmysl 4.0. Jak se vás dotýká digitální ekonomika?

Každá společnost, která chce být v budoucnu konkurenceschopná, se musí modernizací v rámci Průmyslu 4.0 zabývat, tato problematika se tedy úzce týká i nás. Proto jsme již započali v modernizaci v rámci Průmyslu 4.0 procesem implementace softwarů PTC Windchill a SAP. Díky propojení těchto systémů s procesy návrhu výrobku, jeho výroby až po jeho odeslání k zákazníkovi, došlo k výraznému zefektivnění celého procesu. Další oblastí, ve které je úspěšně využíváno těchto systémů, je řízení preventivní údržby strojů v podnicích koncernu ZKL a technické přípravy výroby.

ZKL letos slaví už sedmdesáté výročí. Jak se vám daří spojit tradici, současnost a budoucnost?

Valivá ložiska jsou důležitým kompletačním oborem strojírenství i navazujícího průmyslu. Proto československá vláda v roce 1947 rozhodla o strategickém programu zahájení výroby valivých ložisek v Brně v podnicích bývalé Zbrojovky Brno. Z této doby pochází důvěra ve vysokou úroveň technických znalostí a dovedností dělníků, techniků a manažerů zvládnout tento náročný výrobní program. Naše vyhlídky jsou podpořené touto tradicí a jsem přesvědčen, že s moderními technologiemi a přechodem na Průmysl 4.0 zajistíme pro koncern ZKL místo na trhu valivých ložisek nejen do konce druhého desetiletí nového milénia.

ptal se Pavel Kačer

Vrcholní manažeři objevují přínosy akreditace



Metod, jak zlepšit a povýšit činnost firem i organizací, je řada. Ty subjekty, které vsadí na sílu akreditace, neprohloupí. Naopak, a nejen jejich prestiž vzroste. Co akreditace všechno znamená, o tom jsme hovořili s Ing. Jiřím Růžičkou, MBA, Ph.D., ředitelem Českého institutu pro akreditaci, o.p.s.:

Využívají již vrcholní manažeři přínosy akreditace v plné míře?

Představíme-li si mezi manažery také vedoucí pracovníky orgánů veřejné moci, tak si dovolím konstatovat, že v některých oblastech její přínosy ještě zcela neobjevili, nebo o nich dosud nic neví. Neustále se proto snažíme zvyšovat povědomí o akreditaci a možnostech jejího využívání. Akreditační služba, kterou Český institut pro akreditaci, o.p.s., zajišťuje jako výkon veřejné moci, i činnost akreditovaných subjektů tedy mohou být využívány ještě v širší míře.

Čím si to vysvětlujete, nejde zde o uznatelnost v rámci Evropské unie?

To je právě otázka, na kterou stále neznáme jednoznačnou odpověď. Uznatelnost akreditace je již od roku 2010 v rámci EU zajištěna evropským nařízením č. 765/2008, které stanovuje dokonce povinnost vnitrostátním orgánům (úřadům) uznávat jak výstupy ostatních národ-

ních akreditačních orgánů, které se úspěšně podrobily evaluaci, tak i akreditovaných subjektů. Vzájemná uznatelnost výsledků vydaných akreditovaným orgánem je tedy zajištěna evropským právním předpisem. Na druhé straně celá řada zahraničních či nadnárodních společností, které působí na území České republiky, svou odbornou způsobilost standardně prokazuje prostřednictvím udělené akreditace. Tady bych upozornil na studie o přínosech akreditace, které byly během několika posledních let zpracovány v Německu a Velké Británii. Obě se věnovaly zejména ekonomickým otázkám a jednoznačně přínosy akreditace potvrdily.

Všechno, ale není jen o penězích.

Samozřejmě, jde také o důvěru, osobní zodpovědnost a poctivost. Motto ČIA také zní: „Accredo – Dávám důvěru“. Stává se však, že se na nás obracejí držitelé certifikátů nebo jejich klienti, abychom jim ověřili kvalitu certifikátů. Nezřídka jde ale o certifikáty vystavené nepro-

věřenými organizacemi, jejichž odbornost nikdo nikdy neposoudil. Ale bylo možné je pořídit „velmi výhodně“. Nevhodně získané finanční úspory nakonec mohou vyjít docela drazé. Doporučujeme proto vybírat si ze seznamu akreditovaných subjektů, který je každému k dispozici na www.cai.cz.

Akreditační systém je v České republice dostupný již 25 let, co nového chystáte?

Ano, skutečně mu v loňském roce bylo 25 let. Mnozí si to už ani neuvědomují a berou to jako samozřejmost, ale vznikl proto, aby umožnil volný pohyb českého zboží do států Evropské unie. Česká republika ještě před vstupem do EU vytvořila jeden národní akreditační systém, který spravuje ČIA. Pro zajištění již zmíněné rovnocennosti a vzájemného uznávání výsledků akreditace a činnosti akreditovaných subjektů musí ČIA splňovat nejen právní, ale i další striktní požadavky. Jejich plnění je pravidelně kontrolováno nejen na národní, ale zejména na evropské a mezinárodní úrovni. Takováto pravidelně se opakující „kontrola“ ze strany Evropské akreditace, což je orgán uznaný Evropskou komisí, nás čeká během příštího roku. Nesmím opomenout ještě jednu významnou událost, a to, že před 20 lety byl ČIA přijat mezinárodním sdružením IAF (International Accreditation Forum) mezi jeho plnoprávné členy.

Vedle evaluace se také chystáme na aktualizaci vlastního systému managementu, neboť za několik měsíců bude vydána revidovaná norma ISO/IEC 17011. Ta se dotkne nejen ČIA, ale prakticky všech akreditovaných sub-



Ing. Jiří Růžička, MBA, Ph.D., ředitel
Českého institutu pro akreditaci foto Etienne Voss

jektů. Kromě toho se intenzivně připravujeme na přechod zkušebních a kalibračních laboratorů na novou verzi normy ISO/IEC 17025, jejíž vydání je očekáváno koncem letošního roku. K tématu změn a implementace této normy pořádáme už od začátku roku semináře – přehled a přihlášení je možné na našem webu www.cai.cz. Ve spolupráci s Elektrotechnickou asociací České republiky se pro velký zájem další seminář uskuteční 4. října 2017 v Praze a v rámci Mezinárodního strojírenského veletrhu 11. října 2017 rovněž v Brně. (red) ■■■

ČR je v regionu střední Evropy nejlépe připravena na náhlé i přicházející změny

Index připravenosti na změnu (Change Readiness Index – CRI) KPMG měří od roku 2012 a jeho úkolem je poskytnout spolehlivé a nezávislé informace pro práci vlád, rozvoj občanské společnosti i podnikání v mezinárodním měřítku. Pokrývá 96 % populace a 98 % světového HDP. Index připravenosti na změnu měří schopnost zemí vyrovnat se s náhlými šokovými změnami (např. přírodní katastrofy) a také se změnami plynoucími z politických rizik a příležitostí, rozvoje technologií nebo růstu populace. Myšlenka indexu vznikla na Světovém ekonomickém fóru v roce 2010 v reakci na ničivé zemětřesení na Haiti. KPMG vyvinula nástroj poskytující pohled na faktory ovlivňující připravenost zemí na změnu. V jednotlivých zemích pomáhá vládám identifikovat oblasti pro reformy, podnikatelům rozhodovat o investicích, sdílet zkušenosti a vyhledávat partnerství.

Česká republika si od posledního vydání Indexu připravenosti na změnu polepšila o tři příčky a posunula se na 25. pozici ze 136 zemí celého světa. Mezi silné stránky patří rozvinutá péče o zdraví obyvatelstva, ekonomická otevřenost a vyvážený ekonomický růst. Příležitosti se nabízejí v oblastech potravinové a energetické bezpečnosti, demografického vývoje a udržitelného podnikání.

„Česká republika je malá otevřená ekonomika v srdci Evropy a vyvážený ekonomický růst k nám stále táhne investory, i když v podnikatelském pilíři indexu se hodnocení zhoršilo. Vliv na to může mít i stále nízká přidaná

hodnota průmyslové produkce,“ komentoval výsledky letošního žebříčku Karel Růžička, partner KPMG Česká republika a dodal: „Demografický vývoj s ohledem na stárnutí české populace je problémem především z hlediska dalšího financování průběžného důchodového systému vyžadujícího reformu.“

Význam přístupu k připravenosti na změnu je možné ilustrovat na globálních trendech, kterým jsou v současnosti jednotlivé země vystaveny. Příkladem jsou zvýšená migrace nebo stárnutí populace. „Demografická změna vyvolaná stárnutím populace je definujícím trendem 21. století. Pokud na ni země nebu-

dou reagovat včas, vystavují se rizikům, které s ní přicházejí. Je nutné přizpůsobit služby, důchodový systém, péči o zdraví a další nezbytnosti. Dobrý příklad v tomto směru poskytuje Japonsko. Díky dlouhodobým investicím do zdravotní péče a důchodového systému se zde lidé dožívají velmi vysokého věku. Do budoucna však bude třeba nastartovat ekonomický růst, vytvořit pracovní místa pro starší občany nebo zlepšit možnosti mladých rodin, aby byl celý systém udržitelný,“ vysvětlil Karel Růžička

Index připravenosti na změnu poukazuje také na potřebné schopnosti jednotlivých zemí k řešení globální migrace. Ta je v současnosti významným hnacím motorem změn v mnoha zemích. Připravené země mají větší příležitost z ní pozitivně těžit. Pro ty nepřipravené může představovat výzvu z pohledu sociálních služeb, vést k sociálnímu napětí a ovlivnit politickou vůli asimilovat migranty. Přináší rostoucí nároky kladené na státní správu, občanskou společnost i podnikatele.

Zjistěte více o Indexu připravenosti na změnu. V online nástroji najdete také celý žebříček, profily zemí s možnostmi interaktivního porovnání výsledků: kpmg.com/changereadiness. (tz)

ŽEBŘÍČEK INDEXU PŘIPRAVENOSTI NA ZMĚNU 2017

1.	Švýcarsko
2.	Švédsko
3.	Spojené arabské emiráty
4.	Singapur
5.	Dánsko
6.	Nový Zéland
7.	Nizozemí
8.	Finsko
9.	Německo
10.	Velká Británie
11.	Norsko
12.	Spojené státy americké
13.	Hong Kong
14.	Austrálie
15.	Irsko
16.	Rakousko
17.	Kanada
18.	Belgie
19.	Katar
20.	Francie
21.	Japonsko
22.	Izrael
23.	Portugalsko
24.	Chile
25.	Česká republika

Ochrana osobních údajů nově pod zkratkou GDPR

V posledních měsících působí jako zaklínadlo. Nová směrnice EU na ochranu osobních údajů s označením GDPR začne platit v květnu 2018. Už několik měsíců však vyvolává řadu otázek a mnohdy i obav. Týká se to i mě? Co musím změnit? Kolik mě to bude stát? Co když nutné změny nestihnou? Jak předejdu možným sankcím? Podrobné odpovědi na všechny možné otázky tento článek nepřinese, nicméně víme, kdo vám je dá. Na trhu totiž existují auditoři připravenosti na GDPR. A dokonce i tací, kteří kromě vašich technologií a firemních postupů práce s osobními údaji prověří i právní náležitosti smluv a jiných dokumentů, a výsledný soulad s GDPR dokonce ještě garantují.

Posouzení souladu s GDPR, případně nastavení nových pravidel a postupů, může být pro většinu firem problém. Řešení nabízejí profesionální auditoři, kteří se analýzou zpracování osobních údajů zabývají. Výstupem odborného auditu je zjištění všech nedostatků a návrh vhodných řešení. Následná instalace nových

systémů či zavedení bezpečnějších procesů může být časově náročná. Větší společnosti by proto měly s auditem začít co nejdříve.

Jak vybrat správného auditora

Ideální poskytovatel auditu by měl z hlediska zabezpečení prověřit nejen využívané technologie, ale také softwarové nástroje, úložiště a databáze dat a všechny firemní postupy, během kterých se s osobními údaji jakkoli manipuluje. Takový audit zpracování osobních údajů v ČR poskytuje například Konica Minolta, která ve spojení s předními právními a konzultačními společnostmi zajišťuje rovněž ověření všech náležitostí obsažených ve smlouvách, firemních směrnících nebo dokumentových šablonách. Rozsah auditu je tedy zásadní. Jedině komplexní posouzení vám zaručí garanci souladu s GDPR.

Čím začít, čím skončit

Nejprve je uzavřena dohoda o mlčenlivosti, aby byla zajištěna bezpečnost údajů i během analýzy třetí stranou. Na základě osobního jednání s klientem dodavatel auditu vytvoří seznam rizikových operací, dokumentů a dalších

oblastí, u nichž provede technologické a právní posouzení. Výstupem auditu je písemné memorandum, které identifikuje rozpory s GDPR a doporučí vhodná řešení k nápravě. Například Konica Minolta již dnes poskytuje všechny své služby a produkty z oblasti dokumentových řešení a správy firemních procesů v souladu s pravidly GDPR. Svým zákazníkům je



O tématu osobních údajů se diskutuje při mnoha příležitostech...
foto Kateřina Šimková

tak schopna na základě provedeného auditu zavést i příslušná vhodná opatření.

Ano, týká se to i vás

Nová pravidla se vztahují se na všechny subjekty, které zpracovávají jakékoli databáze osobních údajů zákazníků, zaměstnanců, pacientů, hostů a podobně. Od velkého výrobního podniku přes e-shop, hotel až po malé kadeřnictví. GDPR klade důraz například na zajištění kybernetické bezpečnosti, šifrování dat, nastavení vnitrofiremních procesů, zajištění tzv. pseudonymizace nebo adekvátní zabezpečení tiskového prostředí

Co bude v červnu 2018 realitou

Mezi nové povinnosti patří například zabezpečení zpracovávaných osobních údajů vhodnými organizačními a technickými prostředky, rozšíření smluv o nové povinné náležitosti nebo přijetí interních kontrolních postupů zajišťujících zákonné zpracování osobních údajů. Dohled nad těmito postupy by měl mít na starosti tzv. pověřenec ochrany osobních údajů, který bude zároveň v kontaktu s Úřadem pro ochranu osobních údajů. (gh)

Zábavní a mediální průmysl sází na zážitek, o reklamu není zájem

Nová strategie mediálního a zábavního průmyslu má s pomocí inovací udělat ze zákazníků fanoušky, a to skrze poutavý a intuitivní uživatelský prožitek.

Na soutěživém trhu zábavy se společnosti začínají zaměřovat na nejvěrnější uživatele – své fanoušky. Proto mění svoji taktiku a energii i finance plánují investovat především do vysoké kvality prožitku uživatelů. Tu by mohl zajistit cenově dostupný obsah, jež se dá lehce najít a zobrazit na široké škále obrazovek. Pomocí má také obchodní model direct-to-consumer (D2C), umožňující širší výběr i větší vliv na uživatele. V příštích pěti letech bude průměrný roční růst tržeb internetových videí činit 11,6 %, streamování hudby dokonce 20,7 %. To jsou dle celosvětové studie PwC Global entertainment and media outlook 2017–2021 vyhlídky zábavního a mediálního průmyslu do roku 2021.

Celkový růst zábavního a mediálního průmyslu se zpomaluje. I proto je nezbytné obnovit zdroj příjmů, s čímž může pomoci právě strategie spotřebitel – fanoušek. Předpokládáme, že během následujících pěti let poroste tento sektor ročně o 4,2 %. Toto zpomalení vytváří tlak na firmy využívající placenou reklamu, neboť spotřebitelé dávají přednost prožitku bez reklam a nástroje pro měření účinnosti, které zatím digitální média umožňují, jsou pro inzerenty nedostačující.

Růst reklamy na internetu pohání mobilní inzerce, která za poslední rok vzrostla o 58,7 % a do roku 2021 se bude ročně navyšovat o 18,5 %. Jedničkou v reklamním světě jsou ale stále tradiční internetové platformy. Za rok 2016 zde reklama tvořila 61,6 % veškeré internetové inzerce. Ačkoliv je nárůst internetové reklamy markantní, svým způsobem maskuje nečinnost. Bez efektivního měření, které by umělo jasně prokázat účinnost reklamy na těchto

hlavních platformách, se velké značky zdráhají dávat peníze do inzerce v digitálních médiích. Nejsou totiž ochotné vzít na sebe riziko spojené s touto investicí.

„Mění se technologie, obchodní modely i chování uživatelů. Prožitek, který dnes spotřebitelé chtějí, se liší od způsobu, kterým ho společnosti zprostředkovávají. Aby byly obě strany spokojené, je potřeba zavést dvě strategie. Zaprvé, budovat značky, jejichž základem jsou aktivní komunity fanoušků, které spojují stejné zájmy a hodnoty. Zadruhé, využívat nové technologie, které uživatelům nabídnou vylepšený prožitek,“ řekl Deborah Bothun, vedoucí PwC Global Entertainment and Media.

V roce 2016 přišel v celosvětovém reklamním průmyslu bod zlomu. Reklama na internetu poprvé dosáhla vyššího obrátu než ta v televizi. Zvláště díky rychle rostoucímu obrátu mobilní reklamy bude tento trend v následujících

pěti letech pokračovat, a to s výrazným nárůstem. Ačkoliv bude celosvětově zisk z televizní inzerce stoupat, nebude to takovou rychlostí. Obě platformy jsou nicméně pro spotřebitele důležité, a tudíž značky, které chtějí uživatele zaujmout efektivně, budou muset plánovat a vytvářet kampaně použitelné pro více platform.

Nigerijský trh poroste nejrychleji

Největší růst obrátu v příštích pěti letech zaznamenají méně vyspělé trhy, kde jsou investice na osobu poměrně nízké. Na vyspělých trzích, jakými jsou Severní Amerika, Evropa či bohatší asijsko-pacifický trh, utrácí sice spotřebitelé hodně (ročně více než 500 dolarů na osobu), ale míra růstu je poměrně pomalá. Celosvětově nejrychleji rostoucí trh toho odvětví, s ročním růstem 12,1 %, bude Nigérie. Naopak nejnižší hodnoty čítá Japonsko (1,7 %). (tz)

Bioplynová stanice na Karvinsku

se rozroste o nové zařízení, které sníží množství odpadních vod



Společnosti Depos a GASCONTROL připravily projekt, který bude mít ekonomický i environmentální přínos. Před rokem dokončenou bioplynovou stanicí v areálu skládky v Horní Suché doplní o technologii, která zajistí další využití vyrobeného tepla a snížení množství odpadních vod. Zpracování bioodpadu z celého Karvinska tak bude ještě efektivnější.

Bioplynová stanice v Horní Suché je první svého druhu v Moravskoslezském kraji a jedna z mála v Evropě, která využívá nejmodernější technologii mikroturbín. Zařízení slouží k využívání bioodpadu z Karvinska k výrobě elektřiny a tepla. Speciální technologii na principu suché fermentace postavilo pro Depos Horní Suchá, a.s., sdružení GASCONTROL – TALPA. Zpracuje až 12 000 tun biologicky rozložitelného odpadu ročně, který dříve společnost kompostovala bez

energetického využití. Za první rok provozu bioplynová stanice vyrobila 380 MWh elektrické energie a 700 MWh tepla.

Elektrická energie je využita pro vlastní potřebu firmy Depos (zhruba 30 %) a přebytek (na 70 %) je dodáván do veřejné sítě, tepelná energie se spotřebovává v technologickém procesu. „Technologie funguje dobře a spolehlivě, ale část vyrobeného tepla je nevyužitá, a proto jsme se rozhodli vybudovat ještě novou zahušťovací stanicí, která zajistí využití vyrobeného tepla na odpaření průsakových vod,“ uvedl Miloš Kývala, prokurista a ředitel společnosti Depos Horní Suchá, a.s.

„Díky prodeji vyrobené elektřiny z bioplynové stanice nemusíme domácnostem na Karvinsku zvyšovat cenu za zpracování odpadů. Další zefektivnění provozu bioplynové stanice bude mít ekonomický přínos i pozitivní dopad na životní prostředí,“ doplnil Martin Polášek, předseda představenstva společnosti Depos Horní Suchá a starosta Těrlicka.

Přípravou nového projektu za zhruba 11 milionů korun byla opět pověřena firma GASCONTROL, která postavila bioplynovou stanicí a patří mezi zkušené odborníky na plynárenské a energetické technologie. „Cílem



připravovaného projektu je za pomoci spalín z mikroturbín odpařit část průsakových vod, tedy zjednodušeně dešťové vody, která naprší na skládku. Nové zařízení provozovateli ročně uspoří peníze, které teď musí vynakládat na zpracování a čištění odpadních vod, a navíc získá dotaci za využití odpadního tepla. Návrh investice tak bude méně než dva roky,“ dodal Filip Ovčáčík, technik společnosti GGC Energy, s.r.o., ze skupiny GASCONTROL.

„Dostali jsme příležitost vybudovat na Karvinsku jedinečný komplex, který využívá nejmodernější technologie s minimálními provozními náklady a vysokou účinností i spolehlivostí,“ uvedl Radim Vaško, výkonný ředitel společnosti GASCONTROL.

Stavba bioplynové stanice trvala jeden a půl roku a stála 83 milionů korun. Technologie umí využít veškeré biologicky rozložitelné odpady, nepodléhající nutnosti hygienizace. Převážně jde o domovní biologicky rozložitelný komunální odpad, ovoce, zeleninu, štěpku a trávu. Zařízení využívá technologie suché fermentace, která se v Evropě rozvíjí teprve v posledních letech a v Česku je málo využívaná. Oproti mokré fermentaci má vyšší pořizovací

vací výdaje, ale na druhé straně přináší nižší provozní náklady a další výhody jako například širší spektrum zpracované biomasy.

Základem technologie bioplynové stanice v Horní Suché jsou čtyři fermentační komory dlouhé 29 metrů. Bioplyn v nich vzniká kontrolovanou mikrobiální přeměnou organických látek bez přístupu vzduchu. Energoblok pak tvoří tři mikroturbíny Capstone americké výroby, jejichž výhradním distributorem pro Českou republiku je společnost GGC Energy ze skupiny GASCONTROL. Tyto turbíny mají vysokou spolehlivost, dlouhou životnost a minimální servisní i provozní náklady, jejich unikátní vzduchová ložiska nepotřebují chladiivo ani mazivo. Právě instalace mikroturbín ve spojení s bioplynovou stanicí je v České republice výjimečná, většina bioplynových stanic má klasické kogenerační jednotky sestavené ze soustavy spalovacího pístového motoru a generátoru. Provoz stanice je kromě navážení a vyvážení biomasy plně automatizován, elektronika zajišťuje řízení a monitorování celého procesu a také podává hlášení obsluze na mobilní telefon.

připravila Jana Dronská



Šestice žadatelů z programu LIFE obdrží příslib dotací z MŽP ve výši 53 milionů korun

Hodnotící komise ministerstva životního prostředí schválila příslib finančního příspěvku šesti projektům, které byly podány do letošního národní výzvy programu LIFE. Vybrané projektové návrhy splnily veškeré podmínky této výzvy a zároveň mají podle komise velkou šanci uspět i ve výzvě evropské, kterou vyhlásila Evropská komise letos v dubnu. Pokud se tak stane, rozdělí mezi ně ministerstvo 50 milionů korun na spolufinancování projektů.

Komise vybírala z rekordních 37 projektových návrhů, které obdrželo Ministerstvo životního prostředí k červnovému datu ukončení národní výzvy 2017 programu LIFE. „Jsme tím potěšeni, protože jde zatím o největší počet podaných žádostí během existence programu LIFE v ČR. Od-

bornou a formální stránku projektových návrhů hodnotili odborníci z Ministerstva životního prostředí a přizvali externí hodnotitelé,“ řekl ředitel odboru finančních a dobrovolných nástrojů MŽP Tomáš Kažmierski a pokračoval: „Jejich bodové hodnocení sloužilo jako podklad pro hodnotící komisi MŽP, která na základě jejich doporučení a vlastního posouzení nakonec schválila příslib kofinancování šesti projektům, které dosáhly nejvíce bodů a zároveň splnily předpoklad, že vyhoví náročným hodnotícím kritériím Evropské komise a uspějí v evropské výzvě.“

Dalších dvanáct hodnocených projektů označila komise za tzv. rezervní. Tyto projekty mají šanci na dotaci z finančních prostředků MŽP, pokud uspějí v evropské výzvě a zároveň některý z primárně vybraných šesti projektů neprojde sítím Evropské komise. Žadatelé, kteří uspějí v národní a následně i evropské výzvě,

podpoří Ministerstvo životního prostředí v realizaci projektů za stejných podmínek jako při vyhlášení předešlých národních výzev. To znamená, že nejvyšší míra spolufinancování činí maximálně 15 % z celkových způsobilých nákladů projektu, a zároveň ne více než 10 milionů korun na jeden projekt. Také letos je součástí národní výzvy finanční podpora přípravy a zpracování projektové dokumentace v maximální výši 200 000 korun na jeden projekt. Poskytnutí finančních prostředků je podmíněno zasláním rozpracovaného projektového návrhu odboru finančních a dobrovolných nástrojů MŽP a zároveň úspěšným předložením úplného projektového návrhu do evropské výzvy programu LIFE.

Ostatní žadatelé, i když nedostali příslib kofinancování od MŽP, mohou zaslat své projektové návrhy Evropské komisi a čekat, zda EU v rámci evropské výzvy přijme jejich projekt

a uvolní evropské peníze na jeho financování. Jedním ze zajímavých projektů, který obdržel příslib finančních prostředků od MŽP, je například projekt Správy NP Šumava s názvem Přeshraniční obnova rašelinišť pro biodiverzitu a hydrologii v krajině na Šumavě a v Bavorském lese. Reaguje na aktuální problém, jehož dopad na přírodu i společnost se v poslední době stupňuje. Jde o nedostatečné zadržování vody v krajině. Jednou z příčin je dramatický úbytek rašeliništních mokřadů. Tyto biotopy jsou schopny účinně zadržovat a akumulovat vodu, a zmírňovat tak negativní dopady postupující klimatické změny a s ní spojených klimatických výkyvů. Správa NP Šumava chce tuto situaci řešit obnovou a zlepšením stavu poškozených mokřadních biotopů, včetně obnovy jejich hydrologických funkcí a biodiverzity. (tz)

www.mzp.cz/cz/komunitarni_program_life

Velká investice Alcaplastu znásobí výrobu

Areál bývalé pily v Lanžhotské ulici v Břeclavi se výrazněji proměňuje od začátku března letošního roku. Prvenstvími oplývající hala C, která na jejím místě vyrůstá, by měla být kompletně hotová v říjnu. Podle slov majitelů společnosti Alcaplast Radky Prokopové a Františka Fabičovce by zkušební provoz mohl být odstartovaný ještě v prosinci letošního roku.

Hala C, jejíž výstavba spolkne na 350 milionů korun, se bude rozléhat na úctyhodných 20 000 metrech čtverečních. Navýší kapacitu výrobních

prostor společnosti až o 35 %. Do útrob haly přesune Alcaplast z Bratislavské ulice svařovnu černých ocelových rámců a práškovou lakovnu.

Z haly B pak kovovýrobu. Tedy dělení materiálu, svařovnu nerezových žlabů a montáž nerezových žlabů. Svůj nový domov najde v hale C také nástrojárna, která se přestěhuje z haly A. Konkrétně půjde o výrobu mosazných zástříků a zinkové lití.

Z nových technologií bude hala sloužit extruzi – výrobě flexi umyvadlových a WC-hadic a plazmovému leštění nerez. (tz)



V soutěži E.ON ENERGY GLOBE

soupeří ekologická prádelna a nová prodejna Lidl, která je šetrná k životnímu prostředí

E.ON ENERGY GLOBE

OCENĚNÍ ZA ÚSPORY, EKOLOGII A INOVACE



Devátý ročník soutěže E.ON ENERGY GLOBE už zná nominované projekty v jednotlivých kategoriích. V kategorii Firma je letos přihlášena ekologická prádelna, která využívá odpadní teplo a garantuje bezinfekčnost prádla a nová prodejna obchodního řetězce Lidl s energicky úsporným provozem. Nyní probíhá online hlasování, do kterého se může zapojit široká veřejnost.

Symbióza prádelny a bioplynky

V Olomouci najdeme ekologickou prádelnu, která odebírá elektrickou energii a odpadní teplo z blízké bioplynové stanice, využívá ekologicky odbouratelné prací prostředky a garantuje bezinfekčnost prádla. Firma BSB Prádelny, s. r. o., se rozhodla pro efektivní využití energie z obnovitelných zdrojů a díky tomu může mimo jiné i nabízet své služby za zajímavé ceny.

Provozní náročné praní prádla vyžaduje velkou spotřebu energie a časté používání chemikálií. Ekologická prádelna se rozhodla práť jinak.

Pro své stroje využívá elektrinu z místní bioplynové stanice, tedy obnovitelného zdroje, a odpadní teplo z vody, která chladí kogenerační jednotky. Teplo v prádelně přehřívá prací vodu a suší prádlo v teplovodních sušičkách. Oproti běžně používanému a energeticky velmi náročnému elektrickému sušení umožňuje teplovodní technologie velké úspory nákladů na provoz. Kromě využívání energie z obnovitelných zdrojů se prádelna důsledně zaměřuje na ekologické čisticí prostředky. BSB Prádelny, s. r. o., navíc svým zákazníkům garantuje bezinfekčnost prádla.

Olomoucká prádelna je dokladem výhodné spolupráce energeticky náročného provozu a technologií pro výrobu elektrické energie a tepla z obnovitelných zdrojů. Prádelna tak zvyšuje svou energetickou nezávislost a díky využití zelené energie z přílehlé bioplynové stanice také dokáže svým zákazníkům nabídnout atraktivní ceny svých služeb.

První „ekologický supermarket“ v ČR

Druhým nominovaným projektem v kategorii Firma je nová prodejna obchodního řetězce Lidl v pražských Průhoncích. Lidl zde demonstruje možnou budoucnost supermarketů, které svým provozem nemusí tolik zatěžovat životní prostředí. V České republice je zatím tento přístup raritou. Prodejna využívá pro vytápění a chlazení tepelná čerpadla, větrání s rekuperací odpadního tepla, ekologické chladivo a úsporné LED osvětlení.

Společnosti Lidl otevřela v Průhoncích provozovnu, která dokazuje, že i maloobchodní řetězce mohou provozovat prodejny šetrné k životnímu prostředí. Prodejnu například vytápí a chladí tepelná čerpadla napojená na podlahové vytápění a o větrání se stará systém s rekupe-

rací tepla napojený na čidla koncentrace CO₂ ve vzduchu.

Na šetrnost k životnímu prostředí myslí Lidl i při chlazení. Místo starých a ekologicky problematických chladiv používá nová prodejna ve vybraném chladicím zařízení propan, který je k životnímu prostředí mnohem šetrnější. Součástí prodejny, kterou osvětlují úsporné LED diody, je také sofistikované řešení pro recyklaci vybraných odpadů.

Nová prodejna v Průhoncích je dobrou ukázkou budovy, která využívá moderní technologie k úsporám energií a podpoře ekologického provozu. Firma nyní pokračuje s výstavbou těchto typů prodejen po celé ČR.

Pro vítěze jednotlivých kategorií můžete hlasovat online (www.energyglobe.cz/hlasovani) až do 30. září. Hlavní výhrou pro hlasující je roční zápůjčka vozu NOVÁ ŠKODA Citigo G-TEC na stlačený zemní plyn. Vítězové jednotlivých kategorií 9. ročníku soutěže E.ON ENERGY GLOBE budou představeni v říjnu na slavnostním vyhlášení, které i letos odvysílá Česká televize. Všechny informace o soutěži najdete na www.energyglobe.cz.

(vg)

www.energyglobe.cz



Mgr. Roman Chlopčík, jednatel společnosti BSB Prádelny, s. r. o.



Martin Molnár, jednatel společnosti Lidl



Tradiční český obchod má významnou a nezastupitelnou společenskou úlohu



Jít do obchodu znamená mířit nejen pro nákup rohlíků a prášku na praní, ale také potkat se s ostatními lidmi, prohodit pár slov s po-kladní, sousedem, natrapírovat zde známého, který mi slíbil po-mocť s malováním. Jít do obchodu v České republice ať již na malé více na severní Moravě, nebo na okraji hlavního města představu-je sociální interakci, komunikaci s ostatními, vědomí, že nejsem sám ani na starosti, ani na to nakupování. Prodejna je místem sdíle-ní radosti i stesků, místem, kde se chceme potkávat. Kam chodíme

rádi, kde se dovíme ledascos nového, a vyřídíme i řadu užitečných drobností. Prodejna je nezastupitelným spojovníkem v životě lidí, ať si to přiznáváme, nebo ne. Zejména starších, jichž rychle přibývá. Internet osobní blízkost nenahradí, i když i ten podmínky obchodu značně změnil. Dobře fungující prodejna s laskavým personálem je balzám na duši. To čle-nové Asociace českého tradičního obchodu velmi dobře vědí. Proto směřují jejich aktivity právě k posílení postavení českých obchodníků, ke zvyšování jejich image, k popularizaci kvality jejich práce. Hovořila jsem o tom s Ing. et Ing. Milošem Škrdlíkem, MSc., MBA, místopředsedou AČTO a spolumajitelem MS BRNĚNKA.



Ing. et Ing. Miloš Škrdlík, MSc., MBA, místopředseda Asociace českého tradičního obchodu a spolumajitel MS BRNĚNKA

Slovo kvalita začíná nabývat v posledních le-tech opět na významu. Ať jde o kvalitu po-travin, oblečení, mezilidských vztahů. Lidé nechtějí být šizeni a vyžadují to, co je dů-stojné, zdvořilé, hodnotné. Určitě se toto přání rýsuje ve společnosti výrazněji než před deseti patnácti lety. Jaký na to máte názor?

Kvalita je něco, z čeho se stalo moderní zaklí-nadlo a trend, měla by ale být samozřejmostí. Nejen v maloobchodě, kde se o to AČTO snaží od svého počátku. Zákazníci si zaslouží stálou kvalitou, a ne pouze tehdy, když řetězec zjistí, že je to výhodné. Lidé si začínají uvědomovat, že cena není všechno, i když jim to zahraniční ře-tězce roky vtlouly do hlavy všemi způsoby. Snad se kvalita v budoucnu stane normou stejně jako v ostatních zemích civilizované Evropy.

Dotkn se ještě mezilidských vztahů. Ty pěkně hledá člověk i v prodejně, u poklad-ny, sem tam i za pultem, hlavně v menších městech a vesnicích. V obchodech se ode-hrává kus života nás všech, internet není všechno, byť expanduje. Jak vnímá Asoci-ace tradičního českého obchodu prodejnu v tomto smyslu?

Tradiční český obchod má významnou a nezas-tupitelnou společenskou úlohu, jak na venkově, tak i ve městech. Nejen že je místem, kde si lidé mohou nakoupit, ale je také místem setkávání, přispívá k udržování života v obci i sousedských vztahů. Je součástí české tradice, ale představuje např. i jeden ze základních faktorů přežití ven-kova. Bohužel jsme však v přímém přenosu každý rok i svědky zániku mnoha těchto prode-jen. Dopad na konkrétní místní komunitu je pak velmi nepříjemný. Zachování tradičních če-ských prodejen na venkově i obecně je tak logi-cky jednou z priorit AČTO, které se intenzivně a dlouhodobě věnujeme.

V roce 2016 jste začali s certifikací prodejen českých maloobchodních sítí. Co vám první certifikace ukázaly?

V listopadu 2016 jsme za podpory ministra ze-mědělství Mariana Jurečky a prezidenta Potra-

vinářské komora Miroslava Tomana představili program certifikace kvality českých nezávislých prodejen, spojený s udílením značky Tradiční český obchod – Certifikováno. Potvrdil se náš předpoklad, že o značku je mezi obchodníky zá-jem. Dává jim totiž nejen zprávu o stavu kvality jejich prodejen, ale také konkurenční výhodu. Věříme, že s nárůstem počtu certifikovaných prodejen budou značku cíleně vyhledávat i zá-kazníci, pro něž je značka jednoznačnou infor-mací o tom, že tu nejsou jen zahraniční řetězce, ale také kvalitní tradiční české prodejny, nabíze-jící vysoký standard a kvalitu. Budování značky ale chce svůj čas.

Letos v červnu jste vyhodnotili dalších 25 prodejen, které smí používat označení Tra-diční český obchod – Certifikováno. Čeho si na práci těchto prodejen vážíte nejvíce?

Je to o odvaze, plíli, odříkání, obětavosti a hou-ževnatosti. Dokázat ve vysoce konkurenčním a tvrdém prostředí obstát v době, kdy zahranič-ní řetězce vrhají do marketingu desítky milionů a bojují všemi způsoby, je obdivuhodné. Čeští obchodníci nemají k dispozici ani zahraniční kapitál, ani týmy nejruznějších specialistů, a přesto dokázali vybudovat kvalitní prodejny. Za to jim patří obdiv, úcta a poděkování. Navíc jsou to právě oni, kdo k zákazníkům dostává re-gionální produkci a kvalitní výrobky malých českých firem.

A jakým směrem budete pokračovat?

Hodláme držet nastavený kurz i s vědomím, že nás na dlouhé cestě může potkat ještě mnoho nepochopení. Rádi bychom značku Tradiční če-ský obchod dostali do povědomí zákazníků – jako měřítko kvality českého maloobchodu, a vytvořili tak pevný kmen českých prodejen, které značku hrdě ponesou. Zároveň chceme rozšiřovat nabídku výhod, které značka přináší. Jsme na začátku, ale věříme v dlouhodobý úspěch.

Kdo má šanci obstát?

Obstát může každý, kdo provozuje obchod pocti-vě, kvalitně a splňuje výchozí kritéria, která zdů-

razňují především českost prodejny, tedy české sídlo, český kapitál i české vedení, a pak je to sa-mozřejmě alespoň dvoutřetinový podíl českého zboží. Druhým krokem je úspěšné absolvování nezávislého odborného kontrolingu, který hod-notí kvalitu prodejny v pěti kategoriích: exteriér, interiér, personál, podporu prodeje a sortiment.

Zákazník je prvkem, který hodnotí okamžítě. Buď „tam“ chodí nakupovat rád, nebo ne. Jak právě on ovlivňuje proces certifikace kvality? Má do ní možnost „mluvit“?

V první linii stojí zákazník. Druhý sled pak tvo-ří obchodník, který samozřejmě může nemálo přispět ke kvalitě prodeje. Čeští zákazníci by si měli uvědomit, že podporovat domácí obcho-dníky je výhodné i pro ně. Ani zdaleka totiž ne-platí, že zahraniční řetězce jsou levnější ve všem. Ano, v nabídce vždy mají několik pro-duktů, které dají pod nákupní cenu, čímž přilá-kají zákazníky, kteří si nakonec nakoupí i ostat-ní zboží mnohem dražší, a někdy také to, které vůbec nepotřebují, jen proto, že se jeví jako „vý-hodná“ koupě. Podpora domácích obchodníků, a potažmo českých výrobců a českých výrobků, má i význam společenský, podporuje zaměstna-nost, potravinovou soběstačnost, domácí eko-nomiku. Je to jednoduché – pokud zákazníci častěji naleznou cestu k tradičním obchodní-kům, ti zvýší své obraty, mohou více investovat do kvality obchodu, a zlepšit tak prostředí a služby pro zákazníky. Takže ano, i zákazník je prvořadým významným faktorem v utváření kvality českých obchodů.

Čím se liší tradiční český obchod, tedy pro-dejna s českým kapitálem, od prodejny ře-tězců s kapitálem zahraničním? Určitě nejde jen o ceny nebo prodejní plochu...

Má to několik rovin. Český tradiční trh je mno-hem pestřejší, od malých venkovských prodejen po supermarkety. Sjednocuje je však především osobní přístup k zákazníkovi, příznivé ceny, pře-vážně česká a regionální produkce a široké spek-trum doplňkových služeb a znalost místního pro-středí. Bohužel, domácímu maloobchodu chybí jakákoliv podpora, ať už přímá, nebo nepřímá, jak to vidíme v jiných zemích především západní Evropy. Pak je tu ona rovina ekonomická. Zatím-co zahraniční řetězce většinou posílají své zisky domů, výnosy českých obchodů zůstávají v ČR. O rozměru společenském už byla řeč. Pobavilo mne, když jsem jednou navštívil jeden z řetězců, kde měl personál na tričku napsáno „Zeptejte se nás“. Protože jsem hledal a nenacházel, tak jsem se zeptal. Prodávačka odkudsi z východu mi vů-bec nerozuměla, a tak jsem hledání vzdal.

V čem AČTO domácím obchodníkům letos pomohla? Oč usiluje především?

Do nového roku jsme vstoupili dvěma konferen-cemi o EET, kde jsme se snažili dát obchodní-kům maximální podporu v přípravě na spuštění evidence tržeb. Snažíme se domoci i refundace nákladů na zavedení EET, jak to slibovala koalič-ní smlouva. Mnozí malí obchodníci totiž museli kvůli EET pořizovat drahá zařízení, která je eko-nomicky dost vyčerpala. Nyní se zabýváme problémem funkčnosti EET, protože se ukázalo, že mnohdy evidují opět jen ti poctiví, zatímco mnozí ti, kteří byli zvyklí účtenky nevydávat, to nedělají ani teď. Podařilo se nám otevřít veřejnou diskuzi na téma obchodní obslužnosti venkova, což přímo závisí se zachováním života na venko-vě. Iniciovat jsme vznik expertní skupiny při mi-nisterstvu zemědělství a napomohli vzniku prv-ního uceleného materiálu na podporu obsluž-nosti venkova, i té obchodní. V důsledku toho konečně politici, odpovědné instituce i širší ve-řejnost pochopili, že problém venkova je skuteč-ně vážný. Do třetice jsme začali řešit problém podnákladových a podnákladových cen, kteréžto jako praktika poškozují český obchod i české vý-robce a producenty. Za úspěch rovněž považuje-me dobrý start certifikace kvality prodejny, který by měl obchodníkům pomoci hlavně v konkuren-ceschopnosti.

otázky připravila Eva Brixí





Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Máte neotřelé nápady a víte, že přinesou užitek? Přihlaste je do soutěže inovací

Do konce září mají čeští inovátoři možnost zapojit se do soutěže Quality Innovation Award a srovnat se tak s konkurencí napříč Evropou. Na podzim proběhne už 11. ročník jmenované soutěže. Původně finská soutěž inovací se v rámci Evropské organizace pro kvalitu (EOQ) rozšířila i do dalších zemí. Dnes se kromě Finska koná v Estonsku, Švédsku, Lotyšsku, Litvě, Maďarsku, Kazachstánu, Izraeli, Španělsku, Číně a v České republice. U nás soutěž každoročně pořádá Česká společnost pro jakost.

V osmi soutěžních kategoriích najde uplatnění velké množství inovátorů. Zapojeny mohou být inovace, které jsou už prakticky používány a fungují na trhu, stejně jako ty, které se s praxí doposud nesetkaly a jsou tzv. na papíře. Každoroční nárůst počtu soutěžících svědčí o rostoucí popularitě soutěže. Do loňského ročníku se při-

hlásilo celkem 352 inovací, 18 z nich bylo oceněno na slavnostním ceremoniálu 2. února v Praze v Michnově paláci.

Zájemci se do soutěže přihlásí prostřednictvím vyplnění jednoduché přihlášky, kde důkladně inovaci popíší, doplní ji samozřejmě mohou i krátkou prezentací a obrázky. Z přihlá-

šky musí být patrný přínos inovace; zda reflektuje potřeby potenciálních zákazníků a najde uplatnění na trhu. Důležité je také zdůraznit unikátnost nápadu. Ze strany České společnosti pro jakost mohou samozřejmě soutěžící i zájemci o soutěž čekat plnou podporu, a to při vyplňování přihlášky i v průběhu soutěže.

Po uzavěrcce přihlášek se rozbíhá dvoukolové hodnocení inovací. V prvním, národním kole, Česká společnost pro jakost vybere spolu se svými partnery, odborníky na danou oblast, z každé kategorie finalistu, kterého vyšle do mezinárodního finále. O mezinárodních vítězích, a tedy celkových vítězích, rozhodují opět odborníci, tentokrát ze všech zapojených zemí.

Čeští účastníci si vedou zpravidla velmi dobře. Vítězem kategorie velkých podniků se v minulém ročníku stala česká společnost ŠKODA JS se zařízením na likvidaci čidel neutronového toku a termočlánků.

Na vítěze soutěže čeká, stejně jako v dalších podobných soutěžích, zviditelnění, navázání kontaktů, které se mohou do budoucna hodit, a mezinárodní publicita. Letošní ročník soutěže Quality Innovation Award vyvrcholí vyhlášením vítězů v únoru 2018, tentokrát ve španělském Bilbau.

Čas na přihlášení máte do konce září, více informací a přihlášku naleznete na webu ČSJ na www.csj.cz/mezinarodni-soutez-inovaci. (red)

Jak zapojit technologie do péče o zaměstnance

Firmy si naplno uvědomují, že to nejcennější, co mají, jsou kvalitní zaměstnanci. Proto stoupá význam HR oddělení a péče o stávající lidský potenciál. V tom může výrazně napomoci zapojení technologií. Vyspělá moderní řešení zahrnují celý „životní cyklus“ zaměstnanců ve firmě – od jejich náboru a výběru přes podporu při zapracování nováčků až po sledování jejich kariérního růstu, koučing, řízení jejich rozvoje a spravedlivé odměňování. „Současným trendem je

podpora větší angažovanosti zaměstnanců, rozvoje a směřování jejich kariéry a motivace, a to nejen finanční, ale také v podobě služeb a benefitů. K náboru zaměstnanců dávno nestačí klasická inzerce, je třeba zapojit i nová média a sociální síť,“ řekl Jaroslav Páleník, vedoucí divize personalistiky společnosti Mibcon, a dodává: „Ke všem těmto novým směrům pak personalisté i zaměstnanci potřebují flexibilní nástroj vytvořený na základě dlouholetých zkušeností. Jedním

z takových řešení je produkt SAP SuccessFactors, který firmám umí nabídnout stabilní základ pro zvládnutí většiny personálních procesů a uchování firemního know-how v nejnovější technologii Cloud.“ Všechny aplikace SAP SuccessFactors otevírají personalistům nové možnosti. Nabízejí široký prostor pro práci s talenty, pomáhají s plánováním rozvoje zaměstnanců a umožňují talentované lidi vyhledávat a dál je pak rozvíjet. Jde o cloudové řešení, které nabízí aplikace fir-

mám velkou systémovou a funkční flexibilitu spolu s transparentními náklady na provoz, a to v podobě fixního ročního poplatku. SAP SuccessFactors tvoří 11 klíčových komponent, které firmy mohou poskládat podle svých potřeb. Existuje také více způsobů, jak SuccessFactors propojit s ostatními firemními systémy, takže lze řešení nastavit tak, aby žilo co nejvíc v souladu se systémovou architekturou, i s firemní kulturou dané společnosti. Nabízí uživatelsky přívětivé a intuitivní prostředí pro personalisty, manažery nebo samotné zaměstnance. Umožňuje provádět každodenní personalistické operace, ale také vytvářet nad daty specifické reporty napříč organizačními jednotkami, nebo třeba i zeměmi. (tz)

INZERCE

Váš partner na cestě za vyšší kvalitou

Mezinárodní soutěž inovací – Quality Innovation Award

Téměř 1000 inovací se zapojilo do soutěže Quality Innovation Award od jejího vzniku v roce 2007. Čtvrtým rokem mají možnost změřit své síly se zahraniční konkurencí i čeští inovátoři. Přihlaste se i Vy!

Co Vám účast v soutěži přinese:

- Možnost získání národního či mezinárodního uznání
- Nezávislou zpětnou vazbu od odborníků z celého světa
- Srovnání s národní i mezinárodní konkurencí
- Zvýšení povědomí o inovaci
- Vstup na nové trhy

Jaká je kvalitní inovace?

- Vhodně načasována
- Užitečná a prakticky využitelná
- Splňující očekávání a potřeby uživatelů
- Přispívající k pokroku v technickém, sociálním či tržním odvětví

Soutěžní kategorie:

Mikropodniky	Organizace s max. 10 zaměstnanci a obratem do 2 mil. EUR
Malé a střední podniky	Organizace s max. 250 zaměstnanci a obratem do 50 mil. EUR
Velké organizace	Organizace nad 250 zaměstnanců a obratem nad 50 mil. EUR
Inovace ve veřejné správě	
Inovace v sektoru vzdělávání	
Inovace v sociálním a zdravotním sektoru	
Odpovědné a obnovitelné inovace	Inovace s environmentálním dopadem
Potenciální inovace	Inovace „na papíře“, dosud netestované na trhu

Účast v soutěži je ZDARMA.

Termín odevzdání přihlášek je do konce září 2017.

Více informací naleznete na webu soutěže <http://www.qualityinnovation.org/>, webu České společnosti pro jakost, <http://www.csj.cz/mezinarodni-soutez-inovaci/>, nebo na adrese: kopetzka@csj.cz.

Online nákupy přesáhly v ČR hranici 100 miliard, ale další rozvoj brzdí množství klientských dat

E-commerce, obchodování prostřednictvím internetu, je fenoménem posledních let a Češi jsou v něm experti. Celkový obrat tuzemských e-shopů v roce 2015 byl 81 miliard korun a v roce 2016 přesáhl hranici 100 miliard korun. Celosvětový obrat vzrostl na celkovou částku přes 1,9 bilionu dolarů. Jsou zde však bariéry, které e-commerce brzdí.

Pravidelní zákazníci e-shopů často oceňují výhodu internetového nakupování v možnosti okamžitého porovnání zboží, úspore času, v komfortnějších nákupu z pohodlí domova a celkově větším výběru zboží. Přesto se podle průzkumů určité procento Čechů stále bojí nakupovat přes internet a dává raději přednost osobnímu kontaktu. Jako minus udává 40 % zákazníků nemožnost si zboží osahat a vyzkoušet před provedením platby, 10 % se pak obává zneužití platebních údajů.

Česká republika má v současnosti v provozu okolo 38 500 e-shopů. Nejčastějším sortimentem e-shopů je ze 17 % oblečení a doplňky, 11 % zaujímá nabídka pro dům a zahradu, 7 % elektronika a 6 % sport a turistika. Nejvíce vyhledávaným zbožím zákazníci internetového obchodu jsou mobilní telefony, parfémy a pneumatiky. Vzrostl také počet aktivních uživatelů internetu obecně. Přesahuje číslo 6,9 milionu, z nichž 55 % pravidelně využívá internet přes mobilní telefony nebo tablety, a 35 % přes tyto zařízení i pravidelně nakupuje. Ukazuje se, že nakupující používají různé typy přístrojů, proto by společnosti obchodující na internetu měly poskytnout zákazníkovi kvalitu a stejnou formu informací optimalizovanou na jakémkoliv zařízení.

S těmito vzrůstajícími čísly nepopíratelně roste objem dat o zákaznících a potenciálních zákaznících. Pro úspěšnou firmu je zcela zásadní komunikace a péče o zákazníka a k tomu tato

data mohou výrazně pomoci. Současným imperativem komunikace je personalizace sdělení a zároveň minimalizace nevyžádaného obsahu. „Největší výzvou dnešní doby je využít dostupná data potenciálních zákazníků a umět s nimi pracovat. Například 6 z 10 lidí na internetu nedostává relevantní obsah, a to je výrazná bariéra pro další rozvoj prodeje,“ vysvětlil Petr Elgner ze společnosti Internet Projekt, která implementuje platformu Sitecore v ČR a SK.

„Podle celosvětových dat společnosti Sitecore by bylo 75 % zákazníků loajálnějších, pokud by měli dobrou zkušenost s naplněním svých očekávání a nabídnutím vhodného personalizovaného obsahu. To je však velmi těžké, neboť zákaznická data se často nacházejí v různých systémech a v různých marketingových službách či aplikacích, pak je velmi komplikované tato data vyhodnocovat a následně zákazníkovi nabídnout to, co ho skutečně zajímá. Pokud se marketér přesto pokusí tato data napříč systémy vyhodnotit, znamená to pro něj spoustu času. Tím se zbytečně plýtvá rozpočty při nejistém výsledku. Ovšem bez personalizované komunikace se pozitivní vztah mezi brandem a zákazníkem budeje o dost hůř,“ doplnil Petr Elgner a dodal:

„Tyto problémy řeší, v této míře komplexnosti, jako jedna z mála platform na světě Sitecore. Všechna data alokuje v rámci jediné databáze podle složitých algoritmů tak, aby práce s ní byla jednoduchá a intuitivní, včetně vyhodnocování, optimalizace a následné marketingové automatizace atd. Investice do řešení založeném na Sitecore se některým našim klientům vrátila už 3 měsíce po spuštění a konverze vzrostly až o 12 %. Významně jim naopak klesly celkové náklady na IT díky marketingové automatizaci a snadné údržbě.“

Americká společnost GARTNER zabývající se výzkumem a poradenstvím v oblasti IT/ICT zařadila platformu Sitecore mezi hlavní lídry trhu v oblasti Web Content Management. (tz)



Strana je připravena ve spolupráci se Sdružením pro oceňování kvality

Společenská odpovědnost firem jako cesta k prosperitě celé společnosti

Být prospěšný ostatním. Držet slovo. Chovat se tak, aby se člověk mohl podívat do očí sousedovi. Pomoci tam, kde by to mělo být samozřejmostí. Principy, které ctí pražský Metrostav a.s. již dlouhou dobu. Ne vždy se tomu říkalo společenská odpovědnost. Dnes ano, a v celém světě. Snad proto, abychom si ostřeji uvědomovali, že naše planeta, zdraví, životní prostředí, energie, jsou limitovány tím, jak se budeme chovat. Zdánlivě prosté. Morální. Metrostav a.s. tyto principy chápe a ctí. Ne náhodou loni právě za společenskou odpovědnost získal navýsost prestižní ocenění v Národní ceně ČR. Protože se blíží vyhlášení dalších vítězů, připomeňme filozofii společenské odpovědnosti právě v této firmě. Na otázku odpovídal personální ředitel Metrostavu a.s. Mgr. Tomáš Zámečník, MBA:



Personální ředitel společnosti Metrostav a.s. Mgr. Tomáš Zámečník, MBA, přebírá loni z rukou někdejšího ministra průmyslu a obchodu České republiky Jana Mládky cenu Společensky odpovědná organizace

V roce 2016 se stal Metrostav a.s. vítězem v Národní ceně ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj v kategorii Společensky odpovědná organizace – podnikatelský sektor. Je to ocenění výjimečné a jistě inspirující. K jakým úvahám či aktivitám vás přivedlo?

Ocenění nám udělalo upřímnou radost. Jak asi víte, Metrostav je na českém trhu bezmála padesát let. Vždycky jsme se snažili být svému okolí, svým sousedům prospěšní. Nedávno se tomu začalo říkat corporate social responsibility nebo trochu nehezky český společenská odpovědnost firem. To je termín ze sféry manažerského žargonu, který je nám při vši účtá a vzdělání trochu vzdálený. A tak jsme chtěli vědět, zda to, co děláme pro svoje okolí, je ta společenská odpovědnost, to CSR o kterém se tolik mluví. A vida, je to tak. Dělalí jsme to celou dobu, měli to za samozřejmost a teď, když se to dostalo do módy a dostalo to i krásné anglické jméno a zkratku, jsme za to dostali hned první cenu.

Jak jste potvrdil, společenské odpovědnosti se věnujete již léta a máte v tomto směru cenné zkušenosti. Jak tedy nahlížíte na tuto iniciativu jako celek, jaká je vaše filozofie? Čeho byste rádi dosáhli?

Naše filozofie stojí na našich sdílených hodnotách a našem mottu. Každý náš spolupracovník vám řekne, že sdílenými hodnotami v našem koncernu jsou profesionalita, důvěryhodnost a stabilita. Naše motto zní: Držíme slovo. Zní to jednoduše, vím. Ale v tom je to kouzlo, protože participovat mohou všichni – jak naši manažeři, tak dělnický personál.

Přáli bychom si, aby nás široká veřejnost vnímala kladněji než doposud. Trápí nás například, že v České republice je v módě opovrhovat

velkými stavebními projekty a podezírat velké stavební firmy z korupčního jednání. Osobně to příliš nechápu. Přestože tunelem Blanka projelo nedávno padesátimilionové auto, je to nejdelší a nejmodernější tunelový komplex ve střední Evropě, Pražané ho stále vnímají negativně.

Pochopíte, že my jsme hrdí na to, že jsme postavili Blanku, pražské metro, spousty kilometrů dálnic, silnic a železnic a bezpočet užitečných budov. Jsme hrdí, že jsme zlepšili infrastrukturu a pomohli šetřit životní prostředí. Ale mrzí nás, že uživatelé staveb, které jsme postavili, nedoceňují úsilí všech, kteří se na stavbě podíleli. Tady je potřeba říci, že s tímto přístupem se setkáváme pouze v České republice. Například ve Skandinávii či v Polsku, kde se rovněž silně angažujeme, je situace zcela jiná. Tam jsou občané hrdí jak na stavbu, tak na jejího zhotovitele.

Nakolik je téma společenské odpovědnosti silné a potřebné pro vás osobně?

Asi jako každý člověk cítím potřebu své okolí pozitivně ovlivňovat a navazovat konstruktivní a reciproční vztahy. Myslím, že si uvědomuji lokální i globální problémy dneška, a to jak v kontextu vztahů lidstva k životnímu prostředí, tak v kontextu vztahů vzájemných. Chápu, že problémy, kterým lidstvo aktuálně čelí, jsou reálné a naléhavé.

Zároveň ale věřím, že jsou řešitelné. Jsem tedy rád, že pracuji v dostatečně silné firmě, resp. skupině firem, která může jít příkladem, a která má možnosti něco změnit. Že jsem součástí veliké party lidí – celý náš koncern má kolem 5000 zaměstnanců – která chce být společensky prospěšná a zodpovědná. Jsem přesvědčen, že společenská odpovědnost firem může být cestou k vzájemnému respektu, porozumění a k prosperitě celé společnosti.

Rozvoj technologií, využívání surovin, plýtvání energiemi a zdroji vůbec, potenciál lidských schopností, to vše jsou kategorie nejen pro vizionáře, ale pro každodenní praxi, která by měla být právě tou odpovědnou s ohledem na další generace. Myslíte, že to ještě dlouho potrvá, než si to většina lidstva uvědomí?

Myslím, že lidstvo nakonec najde cestu zcela udržitelného rozvoje. Obávám se ale, že to bude cesta trnitá a dlouhá. Jak dlouhá, to si netroufám odhadnout. Jako personální ředitel věřím v lidský potenciál a myslím, že většina problémů dneška je řešitelná výchovou, dialogem a zodpovědným vzděláváním. Proto je jednou z našich stěžejních aktivit projekt Zruční učni, kterým společnost reaguje na nedostatek mladých lidí v oboru. Projektem přímo podporuje rozvoj řemesel, učňovského školství a dává příležitost formou konkrétní podpory žákům, často ze sociálně slabších rodin. Spolupracuje s šesti učňovskými a odbornými školami a odbornými školami ve více regionech České republiky. Metrostav tradičně investuje i do výchovy nových spolupracovníků podporou vysokých škol a mezi vysokoškoláky se tradičně umísťuje jako vysoce žádaný zaměstnavatel. Podnik má ale i svůj Senior klub, který už třináct let pomáhá jeho bývalým zaměstnancům, kteří zde mnoho let pracovali a již odešli na zasloužený odpočinek. Je to jedinečný projekt svého druhu v České republice a aktuálně sdružuje přes 300 členů.

Co pěkného se Metrostavu v poslední době podařilo právě z pohledu udržitelnosti a společenské odpovědnosti?

Těch aktivit, které vůči svému okolí vyvíjíme, je celá řada. V Metrostavu je například běžné dárčovství krve. V rámci projektu Daruj krev s Metrostavem věnovali od roku 2005 zaměstnanci firmy přes 500 litrů krve. Firma sponzoruje dvě pražská divadla, celou řadu sbírek a charit, vzdělávacích a sportovních akcí a podporuje hendikepované spoluobčany. Firma zaměstnává přes čtyřicet pracovníků s nějakým zdravotním handicapem, včetně vozičkářů. Velmi dobře funguje spolupráce s Českou asociací paraplegiků, která pomáhá s výběrem a sama možné zaměstnance doporučuje. Každý, kdo měl možnost integrovat do svého týmu hendikepovaného, ví, kolik vedlejšího pozitivního vlivu, kromě práce samotné, má jeho přítomnost na tým.

Zcela unikátním počinem v oblasti sportu a podpory hendikepovaných bylo generální

partnerství na Metrostav Handy Cyklo Maratonu, který v podmínkách extrémního cyklistického závodu sdružuje zdravé i hendikepované. Závod byl štafetou čtyř a osmičlenných týmů, které musely za 111 hodin ujet 2222 km napříč čtrnácti kraji. Členem týmu byl vždy minimálně jeden hendikepovaný závodník. Metrostav vyslal do závodu nejen tři osmičlenné týmy, ale i třicet dobrovolníků, kteří pomáhali s přípravou a organizací. Zaměstnancům, kteří se do akce zapojili jako závodníci nebo dobrovolní organizátoři, poskytl podnik placené volno.

Chcete být rovněž nositelé vzorů chování. To mne zaujalo. Co si pod tím mohu představit?

Celý náš koncern, kterému říkáme Skupina Metrostav, se řídí etickým kodexem, který vyjadřuje sedm mravních principů a stanovuje pravidla žádoucího chování a jednání pro společnost Skupiny, její pracovníky a spolupracovníky. Etický kodex nás všechny zavazuje k důslednému dodržování zákonů, netoleranci korupce a ke společenské zodpovědnosti. Dále nás zavazuje ctít lidská práva, nepřipouštět diskriminaci a střet zájmů. Popisuje však také způsob, jakým mohou pracovníci Skupiny nahlásit jeho porušení a pro tyto případy jim garantuje ochranu.

Náš etický kodex tedy definuje vzory, ale i vzorce chování, které vyžadujeme nejen od sebe, ale i od třetích spolupracujících osob. Má to jednu výjimku, a tou je případ, kdy náš partner disponuje etickým kodexem přísnějším. V takovém případě se řídíme kodexem partnera.

Operujete pojmem Firemní občanství. Chcete být dobrým sousedem, pomáháte tam, kde podnikáte. A příklad?

Příklady bych měl celou řadu, ale dovolíte-li, uvedu jen ty dva nejnovější. Myslím, že oba z jiného úhlu ukazují, co to pro nás znamená být Metros-

tavák či Metrostavačka a co to pro nás znamená být dobrým sousedem a vzorem chování. Nuže příklad první. Když během rekonstrukce na dálnici D1 začal hořet polskému

kamionu u Vyškova návěs, začalo být řidičům pěkně horko. Provoz byl totiž veden kvůli rekonstrukci jen jedním pruhem a hasiči se k požáru přes kolonu nemohli dostat. Oheň se rychle šířil, a tak zasáhli pracovníci Metrostavu, kteří opodál pracovali s kropicím vozem. Požár velmi rychle uhasili, zlikvidovali nebezpečí a pomohli obnovit dopravu.

Druhý příklad je z Prahy 7, kde naši dělníci ohradili plotem kus chodníku z důvodu výstavby bytového domu. Netušili však, že tím přetnu-li cestu nevidomé paní s vodicím psem. Když jsme to zjistili, tak jsme paní kontaktovali a nechali na náklady naší společnosti vodicího psa přecvičit tak, aby se nevidomá bezpečně a bez problémů dostala tam, kam potřebuje.

Proč jste se do soutěže Národní cena ČR přihlásili?

Jak jsem již zmínil, naše společnost se vždycky snažila být svému okolí prospěšná. Přestože jsme věděli, co všechno děláme, neměli jsme úplnou jistotu, že to děláme správně, případně, že naše okolí vnímá naše aktivity jako správné a prospěšné. A tak jsme se přihlásili do Národní ceny ČR. Potěšilo nás, že nám vítězství v národní ceně ČR pro společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj potvrdilo, že to, co pro své spoluobčany děláme, děláme dobře.

**otázky připravila Eva Brixí
foto archiv Metrostav**



Rezidence Garden Towers v Praze

CNG je nejšetrnějším řešením pro dopravu



Český plynárenský svaz představil veřejnosti dvě

nové nezávislé studie potvrzující pozitivní vliv CNG na snižování emisí oxidů dusíku (NO_x) a oxidu uhličitého (CO₂). Asi nejzajímavějším výsledkem analýzy zpracované českými univerzitami je možnost snížení emisí NO_x o více než 90 % při provozu na CNG ve srovnání s naftovými automobily. Mezinárodní vědecký tým zase upozornil na fakt, že ve srovnání s benzinovými motory vzniká spalováním CNG téměř o čtvrtinu méně CO₂. Obě studie prokázaly, že i ty nejmodernější motory spalující benzin a naftu se emisím CNG přibliží vždy pouze v jedné z měřených kategorií.

Jak potvrdil Jan Ruml, výkonný ředitel Českého plynárenského svazu, CNG vozidla plní nejpřísnější emisní normy bez potřeby dodatečných filtrů, nástřiků močoviny či podvodných úprav řídicích jednotek. Stlačený zemní plyn tak logicky vychází jako jasné řešení pro efektivní snižování emisí v dopravě. Česká republika je podle jeho slov na dobré cestě k masovému využívání CNG v dopravě. „Máme postavenou zhruba polovinu z celkového počtu plynových stanic, které jsou potřeba ke komfortnímu používání CNG domácnostmi. Důležité ale je, aby byla i nadále zachována podpora tohoto alternativního paliva ze strany státu,“ řekl Jan Ruml na setkání s novináři.

Praktický příklad významu státní podpory pro rozvoj alternativních paliv dokazuje aktuální situace na Slovensku. Zde byla již v roce 2011 za-

vedena spotřební daň v plné výši navrhované Evropskou komisí, bez dodatečného zvýhodnění ze strany státu. Výsledkem je kontinuální pokles zájmu o CNG vozidla, a s ním související propad spotřeby stlačeného zemního plynu. Ta je dnes již o více než 30 % nižší než v roce 2011. Poukázal na to Eduard Muřický, náměstek ministra průmyslu a obchodu ČR pro řízení sekce průmyslu, a dodal: „Národní Akční Plán Čistá mobilita počítá s vybudováním sítě zhruba 300 plnicích stanic a se zvýhodněnou sazbou spotřební daně pro CNG i po roce 2020. Její zachování přitom považujeme za klíčové pro dlouhodobé snižování emisí v dopravě.“

První z nových studií, zadaná Českým plynárenským svazem v roce 2016, odhalila především výrazné rozdíly v emisích NO_x. Zaměřila se přitom na porovnání emisí celkem devíti automobilů, včetně lehkých užitkových vozidel s různými motory v běžném provozu. Jak uvedl Michal Vojtíšek z Centra vozidel udržitelné mobility Fakulty strojní ČVUT v Praze, který byl spoluautorem výzkumu, cílem bylo získat výsledky relevantní pro ČR. Proto byla měření prováděna na dvacetikilometrové trase přímo v ulicích Prahy. Ve srovnání s naftovými vozy porovnatelné velikosti a motorizace vyprodukovala vozidla na CNG zhruba jedenáctkrát méně oxidů dusíku. Podle Michala Vojtíšky mají motory na CNG zpravidla velmi nízké emise látek rizikových pro lidské zdraví, a to nejen na zkušebně, ale viditelně také během skutečného provozu v ulicích. Oproti benzínovým motorům produkují výrazně méně částic a oproti naftovým motorům výrazně méně oxidů dusíku.

Výsledky měření CO₂ vychází z analýzy představené Natural & Bio Gas Vehicle Associ-



Ze setkání ČPS s novináři. Zleva u předsednického stolu moderátor setkání Garik Hammer, dále Eduard Muřický, náměstek ministra průmyslu a obchodu ČR pro řízení sekce průmyslu, Jan Ruml, výkonný ředitel ČPS, a Michal Vojtíšek, Centrum vozidel udržitelné mobility, Fakulta strojní, ČVUT v Praze.

ation (NGVA) Europe provedené metodou Well-to-Wheel. Jde dnes o nejpřesnější způsob výpočtu vlivu dopravy na kvalitu ovzduší, který počítá standardní emise vozů s emisemi vyprodukovanými při těžbě či výrobě a přepravě samotného paliva k zákazníkovi.

Podle Jana Rumla v roce 2030 odborníci očekávají dokonce více než 36% snížení emisí CO₂ u CNG vozů oproti benzinovým modelům. Významný rozdíl předpokládají už i v porovnání s dieselovými auty, konkrétně o 23 %. Metodu WtW využívá v současnosti i EU. Například směrnice Rady EU z roku 2015 udává, že emise

CO₂ jsou u CNG vozů de facto shodné s hodnotami elektromobilů.

Emise z dopravy se na celkovém znečištění ovzduší v ČR podílejí přibližně z jedné pětiny. V současné době jezdí po tuzemských silnicích zhruba 17 500 vozidel na CNG a jejich počet stále roste. Výrazně by k tomu měly přispět také orgány veřejné správy, které mají dle NAP Čistá mobilita v roce 2020 mít ve svých vozových parcích minimálně čtvrtinu aut s alternativním pohonem. To by mohlo představovat až 5000 nových CNG vozů.

Jiří Novotný

Nová řada zásobníků na teplou vodu ENBRA nabízí velkou variabilitu a snadnou instalaci

Společnost ENBRA uvedla na trh nové nepřímohřevné zásobníky na teplou vodu. Zásobníky s označením ENBRA NOH jsou díky svému hranatému tvaru určené k instalaci do stísněných podmínek například pod závěsné kotle. Zásobníky řady ENBRA NOK a NOX tradičního válcového tvaru je pak možné použít v rodinných domech i v objektech s větší spotřebou teplé vody. Řadu NOX pak rozšiřují zásobníky ENBRA MAX určené pro budovy s nadměrnými požadavky na ohřev teplé vody. Výhodou zásobníků ENBRA je dlouhá životnost a jednoduchá instalace.

Společnost ENBRA výrazně rozšířila svou nabídku zásobníků na teplou vodu. Nové zásobníky řady NOH jsou určeny primárně k instalaci pod závěsné kotle. Tomu odpovídá jejich tvar i rozmístění montážních a přípojných bodů. Zákazníci si v této řadě mohou zvolit ze dvou

variant o objemu 120 a 160 litrů, přičemž menší z nich má výšku pouhých 845 mm. „Zásobníky řady NOH jsou vyrobené z kvalitního smaltu vypalovaného při teplotě 850 °C, jejich odolnost proti korozi navíc zvyšuje vestavěná magnéziová anoda. Hlavní výhodou této řady zásobníků jsou ale mimořádně nízké nároky na velikost instalačního prostoru,“ popsal hlavní výhody zásobníků NOH Ivo Winkler, vedoucí technického oddělení společnosti ENBRA, která se zabývá prodejem, instalací a servisem otopné techniky. Zásobníky je možné po skončení jejich životnosti rozebrat na snadno recyklovatelné části.

Zásobníky řady NOK jsou určeny pro použití jak v běžných rodinných, tak i v bytových domech či průmyslových aplikacích. Součástí řady jsou zařízení s objemem od 120 do 2000 litrů. Povrch zásobníků je kvalitně smaltován, k úspornému provozu zásobníku přispívá účinná polyuretanová izolace. Zásobníky je možné doplnit o modul přímého elektrického ohřevu

vody. „Výhodou velkých zásobníků o objemu 800 a 1000 litrů je rozebíratelná tepelná izolace. Díky tomu je možné s nimi manipulovat i stavebními otvory o šířce pouhých 800 mm,“ doplnil Ivo Winkler.

Zásobníky na teplou vodu řady NOX jsou vyrobené z nerezové oceli a jsou určeny hlavně do náročných podmínek v průmyslu a do míst s vyššími požadavky na produkci teplé vody. Nerezová ocel zaručuje dlouhou životnost zásobníku a společnost ENBRA na tato zařízení proto poskytuje prodlouženou sedmiletou záruku. Součástí řady jsou zásobníky s objemem od 120 do 500 litrů. Všechny modely v řadě NOX obsahují magnéziovou anodu pro potlačení koroze a je možné je doplnit o přímý elektrický ohřev vody. Zásobníky mají přípojný bod na zadní straně, v přední části se pak nachází čisticí a kontrolní otvor o velikosti 100x150 mm. Řadu NOX pak rozšiřují zásobníky ENBRA MAX o objemu 800 a 1000 l, které jsou určeny například pro bytové domy či ne-

mocnice, kde jsou požadavky na ohřev teplé vody obzvláště vysoké. Zásobníky ENBRA MAX jsou opatřeny odnímatelnou izolací, která usnadňuje manipulaci při instalaci, a dvěma kontrolními a čisticími otvory, díky nimž je snadná i samotná údržba. Povrch zásobníků je nerezový a odolnost proti vnitřní korozi zvyšuje vestavěná titanová anoda.

O společnosti ENBRA

Firma ENBRA byla založena roku 1991 a od svých počátků až do dnešní doby se profiluje jako klíčový hráč v oblasti technického zařízení budov. Obchodní a zákaznické aktivity společnosti zahrnují mimo jiné také oblast měření spotřeby vody a tepla, indikace dodaného tepla v bytech, rozúčtování nákladů na vytápění, dodávky bojlerů, kotlů, tepelných čerpadel, energetické auditů budov a mnoho dalšího. Společnost ENBRA provozuje rovněž nejrozsáhlejší síť špičkově vybavených autorizovaných metrologických středisek v ČR a SR. (tz)

Nelze ji obelstít: akceptuje jen skutečný otisk prstu

Elegantní design a čistota linií jednotky 2N Access Unit Fingerprint Reader z ní činí velmi pěkný doplněk dveří luxusní vily, který odbourává nutnost nosit klíče.

Nejnovější dveřní přístupová jednotka s biometrickou čtečkou od společnosti 2N umožňuje přístup do objektu výhradně na základě otisku prstu. Zařízení funguje jako samostatná jednotka, ale i jako modul pro interkomy 2N Helios IP Verso. Společnost 2N tím rozšířila nabídku svých přístupových systémů o modul čtečky otisku prstů. Biometrická čtečka přináší nový způsob otevírání dveří a přístupu do budov či

prostor, které vyžadují maximální stupeň zabezpečení.

Přístupová jednotka 2N Access Unit Fingerprint Reader má vystouplou konstrukci, která je ergonomická, a není tedy zapotřebí přejíždět prstem víckrát. Jednotka okamžitě indikuje povolení nebo zamítnutí přístupu vícebarevnou diodou a zvukovým znamením. Čtečka je osazena nejlepším dostupným senzorem na trhu SilkID s rozlišením 2 MP a rychlostí snímání 12 fps. Samotná čtecí plocha je pokrytá velmi odolným sklem a poskytuje dostatek prostoru díky rozměrům 15x20 mm.

Díky této kvalitní čtecí ploše dokáže jednotka s jistotou detekovat jakékoliv pokusy o pod-

vod, například s použitím silikonu, latexu, želatiny či filmové fólie. Využívá patentovanou technologii hardwarové a softwarové detekce a řadí se mezi nejlepší na světě. Konstrukce jednotky je velmi odolná, a zařízení je tak vhodné jak pro vnitřní, tak venkovní použití. Na funkčnost čtečky nemá vliv ani přímé slunce, déšť či mráz. Elegantní design a čistota linií jednotky 2N Access Unit Fingerprint Reader z ní navíc činí velmi pěkný doplněk dveří.

„Nová biometrická přístupová jednotka se bude převážně využívat v luxusnějších rezortech nebo kancelářských budovách či státních institucích, kde je nutné zabezpečit několik úrovní přístupu do objektu. Svoje využití ale na-

lezne i ve školství nebo průmyslu,“ řekl Vít Kovářik, marketingový ředitel společnosti 2N, a dodal: „Čtečka reprezentuje moderní a bezpečnější pojetí přístupových systémů, než na které jsme byli doposud zvyklí. Je zástupcem nastupujících trendových technologií, které nahrazují klasické klíče či RFID karty. Splňuje náročná bezpečnostní kritéria, a tak bych si ji bez váhání dal na vstupní dveře svého domu.“

Pro zvýšení úrovně zabezpečení může čtečka jako modul v produktu 2N Helios IP Verso sloužit jako druhá úroveň autentifikace k modulům se čtečkou RFID, Bluetooth nebo s klávesnicí, a zabrání tak vniknutí osoby s ukradeným čipem. (tz)

O projekt Ukrajina projevili zaměstnavatelé velký zájem

Hospodářská komora vyřídila rok od spuštění vládního pilotního projektu na rekrutování pracovních sil z Ukrajiny 1023 žádostí firem o 6404 uchazečů o zaměstnání. Podle jejího odhadu ve výrobě už pracuje třetina z nich. Firmy se ale marně snaží obsadit přes 180 000 pracovních pozic. Hospodářská komora proto navrhuje rozšíření pilotního projektu o další země, jako je například Srbsko.

„Firmy mají zakázky, ale chybí zaměstnanci, kteří by na nich pracovali. Volí proto krizové řešení zaměstnávání kvalifikovaných cizinců s alespoň výučním listem, přestože takový krok přináší nemalé dodatečné náklady – na vyhledání vhodných uchazečů na Ukrajině, jejich dopravu, ubytování, zaškolení, překlady předpisů a pracovních postupů,“ vysvětlil prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý.

Projekt na rychlejší vyřizování žádostí zahraničních uchazečů o zaměstnanecké karty vláda spustila navzdory odmítavému postoji odborářů. Pružně reagovala v průběhu realizace na problémy se zdlouhavým vyřizováním žádostí českými úřady, třeba navýšením kapacit pro přijímané žádosti i personálním posílením na úřadech.

„Projekt nám pomáhá plnit zakázky, s pracovníky z Ukrajiny máme dobré zkušenosti.



Jsou pracovití, dobře zvládají fyzicky náročnou práci a dobře se začleňují do kolektivu,“ uvedla jednatelka Abydos Olga Kupec. Tato firma z Chebska byla první. S nedostatkem zaměstnanců se potýká i proto, že řada lidí odchází pracovat do Německa. Dnes díky projektu zaměstnává šest pracovníků z Ukrajiny, dalších 10 má nastoupit v srpnu. Největší poptávka je po truhlářích, tesařích, omítkářích, štukátech, chybí i podlaháři, kamnáři, kameníci nebo malíři. Firmy postrádají též pekaře, cukráře, kuchaře, řezníky, švadleny, ošetřovatele skotu, přetrvává vysoká poptávka po řidičích a kvalifikovaných dělnících elektrických a energetických zařízení a skladníků.

Podle komory není sice pilotní projekt řešením strukturálního problému trhu práce, krátkodobě se ale osvědčuje, a proto navrhuje rozšířit režim o další země s kulturně a jazykově blízkými uchazeči o zaměstnání. „Donedávna v Srbsku zdařile fungoval automobilový průmysl, který po sobě zanechal 30 000 kvalifikovaných zaměstnanců. Kvalifikaci řady z nich by mohly využít české podniky,“ sdělil člen dozorců rady Hospodářské komory Miroslav Mühlböck. Hospodářská komora už sonduje možnosti na jednotlivých ministerstvech. Ze šetření Hospodářské komory vyplývá, že firmy konzultují personální posílení i s podnikovými odbory. Pouhá 4 % k Ukrajincům vyjádřila výhrady. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Kmen

Sebastian Junger

Moderní člověk žije v komfortu, o kterém se předchozí generací ani nesnilo. Ale pořád má pocit, že mu něco chybí. Proč? Chybí mu totiž něco, co máme všichni hluboce zakódováno v genech a bez čeho se nám žije strašně těžko – chybí nám pocit, že někam patříme, že jsme příslušníky nějakého „kmene“, který za námi stojí, který se o nás postará a který se postará i o naše blízké.

Základní princip

Brian Tracy

Nejúspěšnější autor knih o osobním růstu Brian Tracy v této publikaci shrnul to nejdůležitější, k čemu za dlouhá léta práce s lidmi dospěl, a podává to, jak je u něj zvykem, čtivou, přehlednou a originální formou.

Mozek – Váš příběh

David Eagleman

Biz books Z temnoty a ticha naší lebky ovládá mozek každodenní příběhy naší reality a určuje, kým jsme. V průběhu svých výzkumů a experimentů se Eagleman vydává do světa extrémních sportů, trestního práva, neverbální komunikace, genocidy, operací mozků, intuice, robotiky a hledání nesmrtelnosti. Připravte se na napínavou výpravu do vnitřních světů. Ve zdánlivě nekonečné síti miliard mozkových buněk a bilionů synapsí vzniká něco, co byste tam nečekali: vy sami.

Neubližš

Henry Marsch

Biz books Jaké to je být neurochirurgem, lékařem, co operuje lidské mozky? Jaké to je mít něčí život doslova ve svých rukou? Řezat do něčeho, co vytváří myšlenky, pocity a rozhodnutí? A jaké to je žít s vědomím viny, když se operace nezdaří? Jeden z nejvýznamnějších britských neurochirurgů Henry Marsh líčí upřímně a otevřeně mrazivou radost z operování a předkládá čtenářům úchvatné příběhy, v nichž rekapituluje svůj profesní i osobní život a v nichž nechybí ani černý humor.



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

Jak si zjednodušit a zpomalit život

McAlary Brooke

Chcete žít méně hekticky a zároveň naplněný život? Pomůže vám tato poutavě napsaná knížka. Ukáže vám, jak si příjemně zjednodušit a zpomalit život a zaměřit se na věci, které jsou skutečně důležité. Díky snadným, ale účinným cvičením dokážete nalézt potřebnou chvíli klidu i v tom nejpjatějších dni.

Zeptejte se pilota

Patrick Smith

Co se děje s letadlem při startu, přistání a během letu? Je důvod bát se při turbulencích, bouřce či srážce s ptáky? Proč je rizikové používat mobilních telefonů? Dokázal by s letadlem přistát i amatér? Co způsobilo největší letecké katastrofy? Odpoví vám zkušený pilot osobních i nákladních letadel.

30 pravidel vítězů

Bodo Schäfer

Úspěch a naplněný život – kdo by po nich toužil! Přesto se ale příliš často spokojíme s málem. Naše vize a sny musí ustoupit závazkům a každodenní rutině. Aby se to nepříhodilo i vám, je tu tato kniha, která bude spolehlivým kompasem na cestě k úspěchu.

Jak prokouknout druhé podle výrazu tváře

Dirk W. Eilert

Díky této knize odhalíte, co si o vás ostatní skutečně myslí, co cítí nebo zda vám lžou – a to v osobních i pracovních situacích. Bude pro vás snadné s druhými úspěšně a harmonicky vycházet, spolupracovat a získat jejich důvěru a uznání. Začněte číst v druhých lidech ještě dnes! 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 problém 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.



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

Likvidace obchodních společností

Lucie Josková, Markéta Pravdová, Lenka Zachardová

V průběhu likvidace dochází k zásadním změnám v poměrech společnosti, jejích společníků i věřitelů. Funkce se ujímá likvidátor, společnost používá dodatek „v likvidaci“ a může činit jen omezený rozsah právních jednání. Publikace detailně zpracovává průběh likvidace i postavení likvidátora; zvláštní pozornost je věnována ochraně věřitelů. Výklad je doplněn o účetní a daňové souvislosti, a publikace tak nabízí komplexní pohled na problematiku likvidací.

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.)

Kontakty:

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

Změny ve vedení ČSOB

Aleš Zib se ujal funkce finančního ředitele a současně člena představenstva ČSOB Penzijní společnosti. Zároveň zůstává ve stejné funkci také v ČSOB Asset Managementu, kde je zodpovědný za správu portfolií a finance.

Šéfem PS se stal P. Hanzelka

Přemysl Hanzelka je novým ředitelem Poštovní spořitelny. V této funkci bude implementovat strategie, které vyplývají ze smlouvy mezi ČSOB a Českou poštou o poskytování finančních služeb.

Foxconn 4Tech posílil J. Krátký

Komerčním ředitelem společnosti Foxconn 4Tech se stal Jiří Krátký. Je odpovědný za veškeré obchodní a marketingové aktivity.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Návrat Děčínského oltáře

Slavný obraz nejvýznamnějšího malíře německého romantismu Caspara Davida Friedricha Děčínský oltář je zpátky na děčínském zámku.

8. července připlul lodí po Labi z Drážďan. Dlouho očekávaný návrat mistrovské kopie obrazu, který více než sto let vlastnila rodina Thunů, zahájil v Děčíně Wagnerovské slavnosti – Richard Wagner Spiele. Zámek v Děčíně se stal letos poprvé vedle saské Graupy dalším z míst, které prestižní Wagnerovské slavnosti hostí. Premiérově zde byla odehrána inscenace Kus nebe aneb Až budu věčný – fiktivní rozhovor Richarda Wagnera a Caspara Davida Friedricha o vztahu mezi malbou a hudbou. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Refundace za ošetření v zahraničí

Pojištěnci mohou žádat o refundaci peněz, které vyplatili zdravotnickým zařízením v zahraničí. Hovořil o tom Mgr. Oldřich Tichý, vedoucí tiskového oddělení a tiskový mluvčí VZP: „Podmínky refundace závisí zejména na místě poskytnutí zdravotních služeb (v zemi EU, či mimo EU), na jejich povaze (zda šlo o péči nezbytnou, nebo plánovanou) a na právních předpisech, podle nichž je poskytována,“ uvedl O. Tichý.

V rámci Evropské unie pak je podstatné také to, zda pojištěnec vyhledá zdravotní péči ve zdravotnickém zařízení napojeném na veřejný systém, kde jsou náklady na zdravotní péči hrazeny ze zdravotního pojištění, nebo v zařízení čistě soukromém. Pokud se uskuteční zdravotní výkon v zařízení bez návaznosti na veřejný systém, má ošetřený nárok na refundaci jen do výše českých cen.

„Po předložení průkazu pojištěnce (EHIC) by veřejné zdravotnické zařízení mělo ošetřit českého pacienta za stejných podmínek jako tamní pojištěnce. To znamená, že platí je spoluúčast. Poskytnutou péčí by uhradila tamní zdravotní pojišťovna a přeúčtovala by ji české pojišťovně. Kdyby pojištěnec průkaz neměl, musel by si tam sice uhradit poskytnutou péči v hotovosti, ale mohl by po návratu svoji pojišťovnu požádat na základě evropských nařízení o refundaci podle tamních tarifů, pokud by se nerozhodl místo toho pro refundaci podle českých cen, tedy rychlejší postup,“ dodal Tichý.

Jiná situace nastává, když se pacient nechá ošetřit v „nesmluvním“ zdravotnickém zařízení, kde si i tamní pacienti hradí péči sami, bez účasti veřejného systému. Pak samozřejmě tamní pojišťovna nic nehradí, nic se mezi státy nepřeúčtovává, a chybí možnost doma požádat jen o refundaci v českých cenách podle zákona o veřejném zdravotním pojištění. Podle něj má pojištěnec nárok na náhradu nákladů, které vynaložil na zdravotní služby čerpané v jiném členském státě Evropské unie, pokud jde o zdravotní služby, které by byly při poskytnutí na území ČR hrazeny ze zdravotního pojištění, a to do výše stanovené pro úhradu takových služeb, pokud by byly poskytnuty na území ČR.

Pojištěnec musí podat žádost o náhradu nákladů vynaložených na zdravotní služby poskytnuté v zahraničí. Doložit je třeba nejen originál potvrzení o úhradě (pouhá faktura nestačí), ale také zahraniční lékařskou zprávu (i jen v kopii), včetně českého překladu. (red)

Agentura CzechTrade asistuje v Rusku firmě, které se podařilo sjednat významnou potravinářskou zakázku



Za asistence agentury pro podporu exportu CzechTrade se podařilo uskutečnit podpis významného kontraktu mezi ruskou dceřinou společností české firmy Agroexpo CZ a důležitým ruským distributorem. Český agrární export do Ruska tak díky smlouvě, jejíž hodnota přesahuje pět milionů eur, začíná po období poklesu velký úspěch.

V Českém domě v Moskvě byl za přítomnosti tamních pracovníků agentury CzechTrade 26. července podepsán kontrakt v hodnotě přesahující pět milionů eur na odběr české suroviny pro výrobu ovocných nápojů mezi ruskou dceřinou společností české firmy Agroexpo a ruským distributorem. Česká republika se tím zařadila mezi významné dodavatele Ruské federace, neboť objem surovin uvedený ve smlouvě odpovídá 3 % ročního objemu dovozu do této země.

Protože nejde o prvního ani jediného odběratele, je možné konstatovat, že v Rusku letos prudce roste podíl džusu vyrobeného z českých surovin, a to zejména jablečného, višňového a hruškového. Měsíční objem dovozu do Ruska průměrně dosahuje 7400 tun suroviny.

Ředitel kanceláře agentury CzechTrade v Moskvě Jiří Mašata ke spolupráci s českou společností, která na ruském trhu zastupuje producenta suroviny Severofrukt, dodal: „Přestože se tato firma na ruském trhu velmi dobře orientuje, spolupracuje s naší agenturou již několik let.“

Ilja Meščerjakov, majitel zastupující firmy, ke svému úspěchu řekl: „Situace na ruském potravinářském trhu je stále složitější, je nutné

být připravený a flexibilní. V případě, že vnímáte všechny nástrahy a jste schopni získat potřebné informace či ochotni si nechat poradit, je zde reálná šance na úspěch. Využíváme možnosti konzultovat s agenturou CzechTrade řadu problémů, se kterými se na ruském trhu setkáváme. Stejně tak využíváme jejich organizační podpory při našich jednáních s ruskými partnery a v době naší nepřítomnosti. Oceňuji i to, že v Moskvě efektivně působí česká agrární diplomatka, na kterou se můžeme obrátit se specifickými požadavky, zejména v pro nás důležité oblasti veterinárních a fytosanitárních předpisů a omezení, včetně možnosti oficiálně iniciovat určité kroky ve prospěch českých do-
(tz)

Početné celní kontroly či devadesátidenní plavba po moři aneb Jak vypadá export českého zboží do méně tradičních zemí

Českým exportním zemím dlouhodobě vedoucí Německo, je však pouze jedním z téměř 230 států, kam v loňském roce tuzemské zboží zamířilo. V početném seznamu zemí se objevují také velmi vzdálené či exotické destinace, u nichž je logistika exportu výrazně složitější. Jak vypadá cesta českých produktů do jižní Asie nebo Mongolska? Jaké procedury zboží na jeho dlouhé cestě čekají a kolik času může celý transport zabrat?

Podle dat Českého statistického úřadu vyvážela v loňském roce Česká republika své zboží do 225 zemí. Nejvíce ho přitom zamířilo k našim zeměpisným sousedům v čele s Německem. Právě geografická blízkost je při pohledu na pořadí zemí klíčovým faktorem, neboť je spojená zároveň s nepřilíší náročnou logistikou. Ta je u vzdálenějších zemí složitější, což je též jednou z příčin, že se v loňském roce mezi státy s největším množstvím exportovaného zboží objevila první mimoevropská země až ve druhé desíce. Jednalo se o Spojené státy americké. Druhý mimoevropský stát – Čínu – pak lze zaznamenat až na čtyřicátém místě.

Složitá logistika spojená se vzdálenějšími zeměmi se ještě více komplikuje u méně vyspělých států. „Asi nejnáročnější na logistiku je převoz zboží do Nepálu nebo Mongolska. U takových zemí jde vždy o kompromis mezi cenou za dopravu a rychlostí přepravy. V neposlední řadě je také obtížné sehnat dopravce, který vůbec převoz do těchto zemí zajišťuje,“ uvedl Jiří Prášil mladší, výkonný ředitel koncernu ZKL, který se specializuje na výrobu ložisek a své výrobky vyvážá do více než 70 zemí světa.

Celý proces vývozu zpravidla začíná nejprve objednávkou dopravy. Její způsob se může lišit dle rozměru či váhy záсылky, obecně však platí, že doprava se začíná připravovat až v momentu, kdy je na skladě zboží v minimální hodnotě kontejneru, v němž se poté převáží. Pro delší vzdálenosti připadají v úvahu dvě hlavní možnosti – vzduchem nebo po moři. U první varianty musí firma sáhnout hlouběji do kapsy, zároveň je však zboží přepraveno do jednoho týdne. Transport lodí je díky nižší ceně logisticky složitější, pro laika však pestřejší. Po naložení zboží v českém skladu putuje záсылka do některého z hlavních evropských přístavů. Ještě předtím je však nutné vše důkladně proclít. Přesun ze skladu do přístavu zabere až



14 dnů, ještě před naložením je přitom možné, že zboží budou chtít opět vidět celníci. Pokud jde o neplánované výdaje spojené s touto dodatečnou prohlídkou či případným zpožděním naložení, vše jde v evropském přístavu na exportní firmu.

Jakmile jsou všechny potřebné procedury v přístavu u konce, loď vyplouvá. V případě již zmíněného Nepálu míří nejprve do přístavu v indické Kalkatě, plavba přitom zabere okolo 90 dnů. Celní procedury pak následují i zde, tentokrát však už všechny případné náklady

hradí zákazník. Až poté je zboží přeloženo na kamiony, které ho rozvázejí po tamních silnicích až do hlavního města Káthmándú. Nutno dodat, že zdejší komunikace nejsou v příliš dobrém stavu, navíc na hranicích cílové destinace je nutné opět vše důkladně proclít. Tento proces přitom může zabrat klidně další měsíc, celá cesta českých výrobků do země určení se tak může protáhnout i na čtvrt roku. Proto si některé firmy raději připlatí za leteckou dopravu.

Ještě větší kuriozitu pak může představovat export do Mongolska. Společnost ZKL se u něj musí kromě výše zmíněného vypořádat i s dalšími faktory. „Dopravci tuto destinaci víceméně neobsluhují. Našli jsme jen jednoho, který ale dopravoval pouze celé kontejnery zboží, kusové záсылky už nikoliv. Nakonec jsme tak jednu ze záсылky přepravili způsobem, že si ji klient vzal při pracovní cestě nazpátek s sebou do letadla,“ doplnil Jiří Prášil. I přes některé logisticky složité země však ložiskový koncern vyvážá za hranice ročně okolo 700 tun zboží. To se na konci své cesty dostává k zákazníkům z distribučního či výrobního sektoru. Až po delší době se tak původem české ložisko stane nedílnou součástíkou například jihoasijského vlaku, převodovky či traktoru.
(tz)

INZERCE

NABÍZÍME POJIŠTĚNÍ:

- POJIŠTĚNÍ STAVEB
- POJIŠTĚNÍ DOMÁCNOSTI
- POJIŠTĚNÍ ODPOVĚDNOSTI
 - za újmu způsobenou v občanském životě
 - za újmu vyplývající z vlastnictví nemovitosti
 - za škody způsobené zaměstnavateli
- HAVARIJNÍ POJIŠTĚNÍ
- POVINNÉ RUČENÍ
- POJIŠTĚNÍ OPRAV POZÁRUČNÍ VADY
- ÚRAZOVÉ POJIŠTĚNÍ
- CESTOVNÍ POJIŠTĚNÍ
- POJIŠTĚNÍ MYSLIVCŮ



PRÁVNICKÝM OSOBÁM:

- POJIŠTĚNÍ OBCENÍCH A MĚSTSKÝCH ÚŘADŮ (včetně pojištění veřejné služby, provozní odpovědnosti, odpovědnosti obecních zastupitelů, regresy atd.)
- POJIŠTĚNÍ NEVÝROBNÍCH ORGANIZACÍ (bytových družstev, škol, nadací, kostelů apod.)
- POJIŠTĚNÍ PODNIKATELŮ
- POJIŠTĚNÍ ZEMĚDĚLCŮ
- POJIŠTĚNÍ DOBROVOLNÝCH HASIČŮ
- POJIŠTĚNÍ JEDNOTEK JSDHO