



Řádky o vodě: raději jsme šli náročnější cestou společenské odpovědnosti



Voda. Jak ji udržet v na poli, v lese, v sadu? Otázka má řadu odpovědí, ale možná ještě více neznámých. Slova o tom, že bychom si vody, zejména té pitné, měli vážit, zní někdy jako nepovedená rada, která jde jedním uchem tam, druhým ven. O to více fandím všem, ať jednotlivcům, nebo firmám, kteří si význam vody v krajině uvědomují a dokáží ať již vízemí, osvětou, nebo drobnými příklady dělat cokoli, co nám pomůže mít vody dostatek.

Systémová opatření jsou v kompetenci hospodářské politiky státu, osvětenosti, prozíravosti, spočívají v uplatňování zdravého rozumu. Odborníci se přou, co bylo, je a bude pro dostatečnou harmonii člověka a přírody optimální. Vize, nadhled, budoucnost – i to jsou pojmy, s nimiž se začíná více operovat v praxi přesto, že betonových ploch na dobré orné půdě i na zahradách roste stále dost. Místo trávy s jetelem seje do zahrad oblázky a místo zákazu výstavby skladovacích hal čekáme na rychlé peníze. Mízi pokora, možná, kdoví... Tím více si vážím ocenění, jehož se loni v Národní ceně kvality ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj dostalo Vodárenské akciové společnosti, a.s. Stala se vítězem v kategorii Podnikatelský sektor. Mgr. Iva Šebková, vedoucí marketingu a komunikace, se ke společenské odpovědnosti a vodě, tématu jí blízkému, s chutí vrátila:

Program Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj a vaše společnost jako loňský vítěz – nadčasové spojení právě s ohledem na obor, který zastupujete. O vodě jako nezbytné podmínce života na naší planetě se konečně začíná hovořit v těch správných souvislostech. Vodárenská akciová společnost to však vnímala již daleko dříve...

Naše společnost, která provozuje vodovody a kanalizace ve více než 700 obcích v Jihomoravském kraji a Kraji Vysočina, od svého vzniku používá motto Voda a lidé – partneři pro život. Na první pohled to zní možná příliš fádne, ale když se člověk na tím více zamyslí, má to opravdu velký smysl. Kdykoliv v naší společnosti něco řešíme, ptáme se, je to opravdu pro lidi, co to přinese ve-



Mgr. Iva Šebková, vedoucí marketingu a komunikace, Vodárenská akciová společnost, a.s., při přebírání ocenění na pražském Hradě s předsedou představenstva VAS Ing. Jindřichem Králem (vlevo) a generálním ředitelem Ing. Lubomírem Glocem

řejnosti, co životnímu prostředí... Vodárenská akciová společnost, a.s., je výjimečná tím, že nemá žádný zahraniční kapitál. Jediným akcionářem je Svaz VKMO s.r.o., který v sobě sdružuje svazky

Kdykoliv v naší společnosti něco řešíme, ptáme se, je to opravdu pro lidi, co to přinese veřejnosti, co životnímu prostředí...

měst a obcí, popřípadě města a obce samostatně. Tato skutečnost je velmi důležitá. Veškerý zisk tak plyne zpět do vodohospodářské infrastruktury, do jejího rozšiřování, modernizace, nových technologií – je tedy zajištěno, že vše bude v pořádku sloužit i dalším generacím. Toto se ne všude děje. V některých obcích, kde si provozují vodovod sami, drží nízké ceny, aby lidé byli spokojeni. Nevytvářejí tak žádné rezervy a neinvestují plánované a cíleně. Když nastane nějaká porucha, nejsou na opravu peníze a obec ji musí zaplatit například na úkor jiné plánované akce. Jinde zase kapitál odchází do zahraničí tamním vlastníkům, o čemž se v současné době také hodně hovoří v médiích.

Vodárenská akciová společnost, a.s., kromě provozování vodovodů a kanalizací podniká ta-

ké v dalších oblastech – máme laboratoře, projektujeme, stavíme, provádíme stavební dozory a máme v tomto směru mnoho různých aktivit. Takto vydělané peníze využíváme právě pro projekty v rámci společenské odpovědnosti.

Jak a kde jste se o soutěži dověděli, kdo vás motivoval k účasti?

V roce 2015 jsme se dozvěděli o soutěži o Cenu hejtmána Jihomoravského kraje za společenskou odpovědnost. Byl to první ročník. Již v té době jsme se naplno věnovali všem oblastem společenské odpovědnosti a říkali jsme si, že se tedy přihlásíme do soutěže. Viděli jsme v tom především možnost dostat zpětnou vazbu nezávislých porotců, co děláme dobře a co naopak ne. To, že jsme v soutěži zvítězili, jsme vůbec nečekali. A jelikož podnikáme i na Vysočině, logicky následovala Cena hejtmána Kraje Vysočina, kde jsme zase prezentovali svou činnost v tomto regionu. Následně nás oslovili přímo z Rady kvality, zda nemáme zájem jít i do celostátního kola. Když jsme se rozhodovali, bylo to na základě stejných důvodů jako do krajských kol – tedy získat zpětnou vazbu a posunout se zase o kus dál.

pokračování na straně 4

Letošní dovolená se kupuje přes mobil

Dvakrát více lidí si letos koupilo dovolenou přes mobilní telefon. Vyplývá to z aktuálních statistik cestovní agentury Invia. Stále více využívané jsou také tablety. I přes zvyšující se zájem o nákupy zájezdů přes mobilní zařízení si však trendy Češi osvojují jen pozvolna. Většina plateb dovolených tak proběhne přes počítač, velké množství Čechů také stále upřednostňuje osobní návštěvu pobočky.

Zhruba 17 % českých turistů si letos dle aktuálních údajů cestovní agentury Invia vybralo a objednálo dovolenou přes mobilní telefon nebo tablet. „Počet uživatelů, kteří dovolenou pořizují přes mobilní zařízení, se oproti loňskému roku zvýšil, k nákupu dovolených jsou však stále s přehledem nejvíce využívány počítače,“ upřesnil Michal Tůma, marketingový ředitel cestovní agentury Invia, která je největším prodejcem zájezdů přes internet na českém trhu. Též návštěvě kamenné pobočky se Češi ani v dnešní době nevyhýbají. „Osobní kontakt a důvěra klientů v dlouholetou zkušenost cestovní kanceláře s danou destinací mají v procesu koupě dovolené stále svoji nezastupitelnou roli. Klienti vítají možnost konzultace svých preferencí ještě před samotnou koupí zájezdu a oceňují možnost klást otázky. Kvalitní webové stránky a online katalogy jsou tak často jen jakousi vstupní branou pro další jednání a podpis smlouvy v kamenné provozovně,“ řekla Tereza Picková, výkonná ředitelka Asociace českých cestovních kanceláří a agentur.

Mobilní aplikace pro výběr a nákup dovolené jsou však dle odborníků pro některé cestující velice atraktivní. Využívají je zejména mladí lidé, kteří jsou v používání chytrých telefonů zbláhlejší a běžně využívají mobilní bankovníctví. Náklady na uvedení mobilní aplikace jsou však pro mnoho cestovních kanceláří příliš vysoké. „Mobilní aplikace do nabídky služeb cestovních kanceláří pronikají pozvolna, ve svých nabídkách je reflektují především ty velké. Důvodem je větší kapitál nutný pro jejich vývoj,“ vysvětlila Tereza Picková.

Bodují tak zatím především aplikace, které usnadní samotný pobyt a přípravu na cestu. U Čechů jsou stále populárnější nejen online průvodci s typy na zajímavá místa, ale i praktické programy. „V naší mobilní aplikaci má klient všechny důležité informace a dokumenty stále u sebe, a to včetně průvodce vybranou destinací, kterého může používat i v místech bez možnosti připojení na internet,“ sdělil Michal Tůma. Cestovatelé si tak dnes mohou pohodlně koupit vstupné, jízdenky nebo zařídit pojištění. „Registrujeme velký zájem uživatelů o nastavení služeb v mobilních aplikacích pro cestování. Zde si může zákazník mimo jiné zařídit i cestovní pojištění, které má v tomto období svoji prodejní špičku,“ konstatovala Veronika Exnerová ze společnosti Vodafone. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU

Děláme to, co je podle nás správné	3
Ekonomika i nabídka práce rostou, ale: když bude firma potřebovat cukráře, těžko najme řidiče	5
Nežádánější zaměstnavatelé jsou malé soukromé podniky	11
Hackeri jdou po datech i vašich penězích	14
Více než 81 000 českých firem přímo ovládají lidé či společnosti ze zahraničí	16

Sledujte nás: iProsperita.cz na vlně nových trendů



nete, že design stránek omládl a přizpůsobil se současným trendům. Je čistší a vnímání uživatele nic nerozptyluje.

Portál, který volně navazuje na tištěný měsíčník Prosperita, jehož srpnové číslo právě pročítáte, prošel významnými změnami. Na první pohled si všimnete, že design stránek omládl a přizpůsobil se současným trendům. Je čistší a vnímání uživatele nic nerozptyluje.

S odkazem na naše kořeny jsme zůstali věrní neutrální tlumené zelené, která podporuje koncentraci. iProsperita.cz je nyní plnohodnotně optimalizována pro chytrá zařízení. Snadno tak můžete obsah stránek procházet ve svých tabletech či mobilních telefonech. Vylepšili jsme také

uživatelské rozhraní, které je nyní více intuitivní, přesto si však zachovává ráz prestižního zpravodajského webu. Na stránkách naleznete vše, co potřebujete, za mnohem kratší čas. Z hlediska ergonomie návštěvníky portálu jistě příjemně potěší home page. Proměnila se v ná-

stěnku, na níž se zobrazuje to nejdůležitější jako na dlaní. Pravidelně ji obohacujeme o nejlepší rozhovory, komentáře významných osobností, exkluzivní autorské rubriky, denně čerstvé zprávy z oblasti podnikání, managementu i společenské odpovědnosti či o aktuální vydání. Připravili jsme pro vás také snadný způsob, jak změnit své firemní údaje v databázi, nebo se můžete přihlásit k odběru newsletteru. Nechybí ani informace o tištěných titulech a blízkých portálech madambusiness.cz a freshtime.cz.

Celý projekt byl realizován pod značkou Media Know a vedl jej Martin Šimek. (kat)

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 prezentačním formou článků a rozhovorů anebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 3. srpna 2017

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

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

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální konzultantka

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Ilustrátor: Miloš 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.

TY PENÍZE NA DOBROČINNÉ
ÚČELY DÁME.



kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

Stezka praskala ve švech

Někdy se o nový produkt vytvoří tak veliký zájem, že vyvolá nečekané problémy. To jsem si uvědomil při nedávné návštěvě Krkonoš, respektive Jánkových Lázní, kde se otevřela Stezka korunami stromů. Druhá atrakce toho druhu v České republice (první už léta skvěle funguje na Lipně) láká od počátku prázdnin malé i velké návštěvníky na spoustu adrenalinu a také poznávání přírody. Dokonalý projekt ze dřeva, kovu a výtečných nápadů chtělo hned vidět mnoho rodin s dětmi i bez nich. U pokladen se tvořily několikahodinové fronty natěšených lidí, dvě místní parkoviště nestačila pojmout jejich automobily. A v celostátním zpravodajství se informovalo dokonce o naprostém kolapsu dopravy pod Černou horou. Dlužno dodat, že Češi i cizinci projevili potřebnou trpělivost a nenechali se těžkostmi a chvilkovým nepohodlím odradit. Nakonec odjížděli spokojeni, neboť volný pohyb v korunách krkonošských velikánů, úžasné výhledy na vrcholky hor i do údolí stejně jako jízda na obřím tobogánu přinesly za ty strážně dostatečnou odměnu.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Když se nic neděje

Také tiskové konference si žijí svým životem. Bývají období, kdy je jich jak hub po dešti a není v silách žádná redakce je všechny obsadit. Nejvíce se daří tiskovkám ve čtvrtek dopoledne, zato v pondělí a pátek nikoli. Jejich organizátoři se pochopitelně mezi sebou nedomlouvají a zpravidla ani nemají možnost zjistit, zda plánovaný termín už není obsazený. Zato prázdniny bývají na taková novinářská setkání chudé a někdy uplynou i celé týdny, kdy se nic zajímavého pro média nechystá. V takovém případě nemohou lidé od pera čekat, až za nimi informace přijdou, musí je vyhledat sami. Deníky vycházejí jako slunce každé ráno, stránky je třeba popsat. Autor musí vyvinout vlastní úsilí, vybičovat fantazii, zapátrat ve vzpomínkách a zmobilizovat zkušenosti, aby mohl napsat i obyčejnou kurzívu, když se právě nic neděje. Výmluvy neobstojí.

Pavel Kačer

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 GERnétic
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

Češi se v létě na dovolenou chystají, za hranice vyjet ale příliš neplánují

Prázdniny jsou tu a většina z nás už má jasno, jak a kde je bude trávit. Celé tři čtvrtiny Čechů si alespoň nějaké volno plánují. Vyplyvá to z výzkumu realizovaného agenturou IPSOS v první polovině června 2017.

Češi si dovolenou plánují dokonce výrazně častěji než lidé v západní Evropě, kde si volno bere „jen“ 63 % z nich. Do zahraničí se ale Češi příliš nechystají. Více než polovina (58 %) stráví svou dovolenou v Čechách. V tomto se výrazně odli-

šujeme od okolních států. Například jen 30 % Němců a 28 % Rakušanů také plánuje prožít dovolenou ve své zemi. Podobně jako Češi se za hranice nechystají spíše obyvatelé středomořských států, jako je Francie, Itálie nebo Španělsko. Pokud už Češi vyrazí za hranice, tak nejčastěji obligátně do Chorvatska, k „sousedům“ na Slovensko nebo do Itálie.

Mimo jiné také proto, že Češi zůstávají primárně v Čechách, je i jejich plánovaný rozpočet na dovolenou výrazně nižší, než je v západní Evropě běžné. Češi za dovolenou v průměru

utratí přibližně 14 000 Kč, zatímco v západní Evropě se průměrná útrata pohybuje kolem 2000 eur, tedy asi 52 000 Kč.

„Je patrné, že dovolenou si v létě plánuje vzít většina Čechů, a to bez ohledu na pohlaví, věk nebo kraj, ze kterého pocházejí. Peníze ale samozřejmě hrají roli. Mezi těmi, kteří berou více než 30 000 Kč měsíčně, plánují dovolenou téměř všichni (91 %), a také do ní o něco více investují. V průměru 18 000 Kč,“ doplnila Martina Šimůnková, Account Director Ipsos Loyalty. (tz)

HK ČR: Podmínky pro investory ze zemí mimo EU by měly být výrazně mírnější

Vláda na červencovém jednání schválila materiál o stanovení podrobností souvisejících s vydáním a prodloužením povolení k pobytu cizinců za účelem investování. Schválená minimální výše investice pro firmy se sídlem mimo Evropskou unii bude od srpna činit nejméně 75 milionů korun, zahraniční investor musí zároveň vytvořit minimálně 20 pracovních míst. Podle stanoviska Hospodářské komory ČR by ale tento limit měl být k investorům benevolentnější.

Hospodářská komora vítá fakt, že se povolovací řízení pro zahraniční subjekty zkrátí z dnešních tří měsíců na třicet dní. Potěšující je i to, že se česká ekonomika výrazněji otevírá dalším zajímavým investicím. Minimální výše investice je nicméně podle Hospodářské komory nastavena přílišně a řada podnikatelů z řad cizinců by ji mohla vnímat jako překážku.

„Parametry jsou nastaveny příliš vysoko, Hospodářská komora navrhovala hranici 15 milionů korun a deseti pracovních míst. Se schválenými limity může mít řada podnikatelů velký prob-

lém. Subjekty, které přicházejí s jasnou vizí, novými pracovními místy a ochotou investovat by měly být motivovány výhodnějšími podmínkami,“ řekl ředitel Odboru legislativy, práva a analýz Ladislav Minčíč. Podobná praxe pro investory funguje například v Německu, kde je minimální hodnota investice nastavena na jeden milion eur a deset pracovních míst. Pokud chce být Česká republika vyhledávanou investiční destinací v rámci středoevropského prostoru, měla by konkurovat atraktivnějšími podmínkami, srovnatelnými s dalšími státy v regionu.

Žadatelé o investování v ČR budou muset dohlédnout také podnikatelský záměr, který bude věrohodný a proveditelný a budou prokazovat znalost místních poměrů. I tady mohou podle názoru Hospodářské komory nastat problémy. „V regulaci podnikání v Česku je zvykem, že státní orgány mají poměrně širokou libovůli k interpretaci toho, co vyhovuje a co ne. Mohlo by tak docházet k situacím, kdy by se velmi schopný investor s dostatkem kapitálu na český trh z rozhodnutí úředníků – například z důvodu nevěrohodnosti – vůbec nedostal. Ale to samozřejmě ukáže až praxe,“ dodal Ladislav Minčíč. (tz)

Děláme to, co je podle nás správné

Pamatujete na mléčné bary, kam jste si mohli zaskočit na dobrou a zdravou snídani i rychlý oběd? Zůstaly do dnešních časů už převážně jen ve vzpomínkách. Ale v „černé“ Ostravě jeden takový mají – a vůbec ne ledajaký. Je to Naproti a obslouží vás tam lidé se zdravotním postižením. Předsedkyně družstva Naproti a manažerka sociálního podniku Mgr. Olga Rosenbergerová nám ráda pověděla víc. Doplníme ještě, že právě družstvo Naproti bylo loni oceněno v programu Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj (Národní cena kvality ČR).

Jak se zrodila myšlenka na mléčný bar Naproti? Předcházely jí i jiné projekty a nápady?

Mléčný bar Naproti je první ostravský sociální podnik v oblasti gastronomie. K jeho otevření nás dovedla snaha dát práci lidem s hendikepem a vzpomínka na tradici vyhlášeného mléčného baru. Vůbec to nebyl okamžitý nápad, který se hned vydařil. Několik let před otevřením sociálního podniku jsem uvažovala, jaké činnosti jsou vhodné pro zaměstnávání osob s lehkým mentálním a duševním onemocněním a jaký podnikatelský záměr je udržitelný. Inspiraci jsem hledala i v sociálních podnicích ve Francii a Itálii. Od roku 1997 jsem navštívila řadu zahraničních zařízení pro hendikepované. Otevřeli jsme v roce 2012 v historickém centru Ostravy, naproti kostelu sv. Václava.

Co hrálo nejdůležitější roli při realizaci, od záměru k otevření sociálního podniku v Ostravě?

Z mého pohledu to byl jasný koncept a odhodlání, což nám pomáhalo i při získávání peněz, prostorů a při překonávání dalších nemalých překážek. Věděli jsme, co chceme, ale učili jsme se doslova za pochodu. Multifunkční interiér jsme vytvořili společně s odborníky a dobrovolníky. Byla to práce mnoha lidí, které spojovala společná myšlenka. Znalosti z oblasti gastronomie jsme získali na Střední škole prof. Zdeňka Matějčka, především díky učitelům praktického vzdělávání oboru hotelnictví. Podařilo se nám vytvořit síť regionálních dodavatelů, od nichž odebíráme sezonní suroviny.

Výborné obchodní vztahy vznikly na základě osobních návštěv a jsou založeny na vzájemné důvěře. Výrobu sortimentu jsme postavili na kvalitě surovin. Dorty, dezerty, palačinky atd. vyrábíme podle tradičních postupů v provozovně přímo před zákazníky. A protože poptávka stále rostla, postupně jsme rozšiřovali výrobu a začali úspěšně poskytovat cateringové služby. Je pravda, že v začátcích jsme se potýkali s „kopírováním“ konkurence, ale i s předsudky a nedůvěrou okolí. Vytrvali jsme a získali si dobré jméno na trhu. Strašně moc mě nedávno potěšila starší paní, která mi řekla, že v našem mléčném baru



Mgr. Olga Rosenbergerová, předsedkyně družstva Naproti a manažerka sociálního podniku

našla kromě dobrého jídla a pití hlavně pozitivní emoci.

Kdo je v mléčném baru Naproti zaměstnán? Bylo obtížné získat a vychovávat pracovníky, kteří by plnili všechny profesní a zdravotní nároky?

Zaměstnávání znevýhodněných pracovníků kladě vysoké nároky na celý tým. Vedoucí směny musí zvládnout provozní a obchodní činnosti, přičemž zákazník je vždy na prvním místě. K tomu musí neustále podporovat a motivovat zaměstnance s mentálním, psychickým i tělesným postižením a kontrolovat výstupy jejich práce i poskytnout pomoc v případě nenadálé krizové situace. V mléčném baru máme vzhledem k směnnému provozu na této pozici dvě pracovnice, z nichž jedna zároveň na část úvazku zajišťuje zácvičování zaměstnancům se ZP a účastníkům pracovních rehabilitací. Další pracovník zabezpečuje výrobu a cateringové služby, a když je to

potřeba, i zástup za vedoucí směny. Manažer sociálního podniku komunikuje především navenek a má na starosti hospodaření a personální obsazení. Na vedoucí pozici je velmi obtížné najít spolehlivého, motivovaného a flexibilního člověka, který rozumí provozu v gastronomii a zároveň je ho schopen koordinovat podle potřeb zaměstnanců se ZP. Výkon i schopnosti našich lidí jsou omezené, a to, co se naučí, mohou během týdne nemocenské či osobních problémů zapomenout.

Musíte počítat s regresí. Začínáme stále znovu. Důležitá je důslednost a psychická vyrovnanost. Profesní nároky nesplňuje ani jeden uchazeč, a proto si vedoucí pracovníky vychováváme a zaškolujeme sami.

U zaměstnanců se ZP je trochu odlišná situace, zájemců je mnoho. Někteří nám volají ještě před ukončením studia. Nejdříve každého přijímáme na půlroční přípravu na práci, kterou poskytujeme v součinnosti s úřadem práce. Většina z nich nedisponuje potřebnými profesními zkušenostmi ani pracovními návyky. Půlroční zkušenost v provozovně ukáže nejen nám, ale především jim samotným, jestli je jejich zájem opravdový a požadovanou činnost zvládnou. Neslibujeme jim stejnou a oslnivou budoucnost, ale dáváme jim stejné možnosti.

Důležitá je i souhra týmu. Na pravidelných setkáních posilujeme týmovou spolupráci a řešíme krizové situace, organizujeme motivační stáže do sociálních podniků v Itálii a Francii a zajišťujeme zaměstnancům individuální sociální a psychologickou podporu.

Má už mléčný bar své stálé návštěvníky? Kdo ho vyhledává nejčastěji? Zajímají se vaši hosté i o práci a příběhy lidí, kteří jim připravují občerstvení a obsluhují je?

Mléčný bar Naproti si postupně budoval důvěryhodnost u zákazníků a odběratelů cateringových služeb především kvalitou výrobků a neotřelým přístupem při poskytování služeb.

Zmínku o zaměstnávání osob se ZP máme uvedenou pouze na zadní straně jídelního lístku, kde žádáme zákazníky o trpělivost při vyřizování objednávek, a ještě na webových stránkách. Zaměstnance se ZP vedeme k tomu, že jsou rovnocennými členy týmu. Stalo se, že k nám přišli novináři a chtěli příběh či fotografii „hendikepovaného“. Kolegové ale s nimi odmítli komunikovat, nechťli být vyčleňováni.

Našími stálými zákazníky jsou nejen rodiny s malými dětmi, mladí lidé, podnikatelé, úředníci, politici a senioři, ale patří k nim i zahraniční hosté a významné osobnosti, které navštíví Ostravu v průběhu různých akcí a prohlídek města.

Překvapilo vás na projektu něco, s čím jste původně vůbec nepočítali?

Naše podnikání nevnímáme jako projekt. Hned na počátku jsme si uvědomili, že bez úspěšnosti v podnikání nemůžeme dosáhnout naplnění sociálního cíle, který pak můžeme násobit. Jednou z našich výhod je vyhraněnější realizmus, a to jak v podnikání, tak k práci našich znevýhodněných kolegů. Už jsem to řekla, dáváme rovnocenné příležitosti, reagujeme na přirozené nerovnosti, ale neočekáváme rovnocenné výsledky.

Naše postavení na trhu není jednoduché, například chybí legislativa k sociálnímu podnikání. Rozšíření státních zásahů zavedených v poslední době škodí nejen podnikání, ale i hospodářské a občanské svobodě. S tím jsme také před pěti lety nepočítali. Překvapení nám však přinesl zájem o naše výrobky předávaný mezi lidmi tradičním způsobem, když někomu u nás chutnalo, tak tuto informaci poslal dál.

Dokáže být podnik soběstačný, případně získává potřebnou podporu institucí, firem a jednotlivců ve městě, regionu, na státní a evropské úrovni?

Zkušenosti ze zahraničí nám ukazují, že úspěšný sociální podnik je schopen 50 % nákladů pokrýt

z vlastních peněz. Mléčný bar Naproti je z 60 % soběstačný. Výše tržeb může v souladu s vynaloženou prací růst, ale dosáhne někdy takové výše, abychom byli

vzhledem k našim limitům soběstační bez podpory a solidarity státu a okolí? Sama si kladu tuto otázku, ale domnívám se, že nikoliv.

Máte další plány, kam projekt Naproti posunout?

G. K. Chesterton řekl: „Pokud má zůstat bílý sloup tak, jak je, musíme ho stále natírat. Chceme-li mít starý bílý sloup, musíme mít nový bílý sloup.“ Ovlivňujeme to, co lze ovlivnit, měníme to, co se změnit dá a děláme to, co je podle nás správné. To je naše nejbližší budoucnost.

Máme pár zajímavých nápadů, na kterých pracujeme. Důležité je, že víme, co chceme. A jdeme za tím.

ptal se Pavel Kačer



Řádky o vodě: raději jsme šli náročnější cestou společenské odpovědnosti

dokončení ze strany 1

A proč jste se rozhodli jít právě náročnou cestou kvality?

Dnes se firmy dost často setkávají s různými nabídkami získání všelijakých certifikátů za peníze. Jakou má takový certifikát cenu? Proto jsme šli tou náročnější cestou a s odstupem času ji považujeme za správnou.

Co u vás hodnotila odborná komise jako dobré, čím jste ji zaujali, že jste v soutěži nakonec zvítězili?

Z hodnocení odborné komise vyplynulo, že ocenila například zvažování rizik jak v provozní oblasti, tak i v oblasti obchodně právní. To napomáhá pochopení možných dopadů našich činností jak na veřejnost, tak i na naše zaměstnance. Co se týče zaměstnanců a péče o ně, tam bylo kromě běžných i nadstandardních benefitů hodnoceno zejména to, že zaměstnanci mají možnost spolurozhodovat o zásadních otázkách ve společnosti formou ustanovení odborných týmů a komisí, kde uplatňujeme formu mentoringu.

V oblasti laického i odborného působení na veřejnost bylo oceněno především to, že aktivity jsou každoročně plánované ve formě marketingových plánů a jsou také vyhodnocovány. Posuzujeme zde vložené investice ve vztahu k počtu oslovených osob a děláme další zpětné vazby.

Ročně se ve všech oblastech společenské odpovědnosti v rámci naší firmy připravuje kolem stovky různých projektů, a to jak v rámci celé společnosti, tak i jednotlivě v regionech, kde působíme. Účastníme se samozřejmě i aktivit, které jsou iniciovány jinými organizacemi.

Budete pokračovat?

V našich aktivitách, postojích a orientaci na společenskou odpovědnost budeme pokračovat určitě. Do soutěžení se ale pustíme případně až v okamžiku, kdy budeme mít pocit, že jsme se posunuli dál a máme zase něco nového, na co bychom chtěli znát názor nezávislých odborníků.

Kvalita je stejně tak zázračné slovíčko jako voda – filozoficky vzato obsah mají podobný. Inspirovala vás Národní cena a nejvyšší ocenění k myšlenkám o tom, nač se ještě v péči o vodu zaměřit?

Národní cena nejen pro naši společnost, ale celkově pro obor vodárenství má velký význam v tom, že jsme dostali možnost více tuto oblast prezentovat, že se o ní lidé začali více zajímat a že začali vnímat, že od nich nechceme jen peníze za vodné a stočné, ale že skutečně děláme něco pro ně. Na zlepšování péče o vodu se zaměřujeme cíleně a dlouhodobě. Nyní spíše hledáme možnosti jednak ve využití chytrých technologií v našem oboru, ale také se zajímáme



o větší propojení vědy a vodárenství – tedy, aby se nové poznatky z výzkumů rychleji dostávaly do praxe.

Velký potenciál vidíte v komunikaci s mládeží, v tom, že děti a občany učíte vážit si pitné vody a pečovat o zdroje. Jakou roli v povědomí veřejnosti hraje právě osvěta? Není to v dnešním komercializovaném světě tak trochu ztracená energie?

Stejnou otázku jsem si sama kladla donedávna. Pak jsem ale měla možnost zúčastnit se prezentací jednotlivých tříd na téma šetření vodou v Základní škole v Lysicích na Blanensku, kde jsme zahájili zcela nový projekt Voda a my. Nejenže prezentace dětí byly vynikající, na úrovni a zároveň zábavné. Důležité pro mě bylo přiznání mnoha z nich, v němž uváděly, že do projektu vstupovaly s tím, že je to jen další nudný projekt. Nakonec se ale přesvědčily o opaku, zjistily, že voda není žádnou samozřejmostí, podívaly se, kde všude ji doma potřebují a mnozí účastníci do projektu zapojili i svoje rodiče.

Takže odpověď zní, že osvěta smysl má. Určitě nezaujme každého, ale pokud se na jejím základě třeba jedno nebo dvě děti rozhodnou ve svém budoucím povolání být třeba technologem pitné vody nebo odborníkem na odpadní vodu či navrhovat moderní zařízení na hygienizaci vody, bude to úžasné. A kdykoliv slyším dospělého člověka, který vám řekne, že si práce voduáři váží, a neptá se jen na to, proč je voda drahá, má to pro mě stejnou hodnotu.

A je to s nedostatkem vody v krajině opravdu tak vážné? Vysychá Česko? Do jaké míry může pomoci situaci řešit dešťovka?

Nejsem klimatolog ani jiný odborník, abych mohla na tuto otázku profesionálně odpovědět. Sucho dnes už cítí ale i běžný člověk, vidí nižší hladiny toků, rybníků, chybí voda ve studnách. Svádíme to na počasí, ale je to zejména o nás. Podívejte se na dnešní zahrádky, všude zámková dlažba, podobně vypadají města – asfalt, beton, když je tam strom, má přesně vyhrazené místo kruhem kolem kořenů. Potok místo svým přirozeným korytem teče rourami pod městem.

Když jsem byla malá, každý den jsme zalávali zahradu ze sudů naplněných vodou, co napršela. Měli to tak i všichni sousedi. Bylo to naprosto přirozené a nikdo na to nepotřeboval dotace. Vše se nám vrátilo v úrodě.

Voda je vzácná a bude vzácná vždy. Už proto, že bez ní prostě nemůžeme existovat. Národní a mezinárodní strategie napsané na papírech ji ale nezachrání. Chce to podle mého názoru spíš selský rozum. Chránit přírodní zdroje, hledat nové, nebrat vodu ze studní zbytečně tam, kde je zavedený vodovod, snažit se zadržet vodu v krajině přirozenou cestou.

Co mohou podle vás udělat sami spotřebitelé pro to, aby vodou neplýtvali?

Nemyslím si, že by lidé dnes vědomě vodou plýtvali. Tedy, že by ji někde zbytečně nechali téct a podobně. Je to spíš o jejich rozhodování. Nemyslím si, že bychom skutečně každý potřebovali například bazén.

Co je ale určitě k zamýšlení je to, jakou vodu vypouštíme zpět do kanalizace. My tuto vodu samozřejmě jsme schopni vyčistit tak, aby do vodních toků byla vypouštěna voda odpovídající všem normám. V odpadní vodě se ale objevují i věci, které nám komplikují život. K nim patří například různé hygienické potřeby (vlhčené ubrusky a podobně), které se nerozloží a poškozují nám zařízení čistíren. Velký problém, který vnímáme, je také to, že se do odpadních látek stále častěji dostávají léčiva a různé hormonální přípravky.

Působíte i v regionech, kde to s vodou začíná být složité, a kde si obyvatelstvo vody tekoucí z kohoutku možná váží více než kdekoliv jinde. Nechystáte třeba právě pro zdejší oblasti nějakou mini soutěž na drobná řešení k úsporám a k tomu, aby se neplýtvalo? Jsme národ kutilů, a to je velký potenciál...

Působíte i v regionech, kde to s vodou začíná být složité, a kde si obyvatelstvo vody tekoucí z kohoutku možná váží více než kdekoliv jinde. Nechystáte třeba právě pro zdejší oblasti nějakou mini soutěž na drobná řešení k úsporám a k tomu, aby se neplýtvalo? Jsme národ kutilů, a to je velký potenciál...

I na tuto problematiku samozřejmě reagujeme. Spolupracujeme s Nadací Partnerství a dalšími organizátory na přípravě soutěže chytrých řešení v oblasti adaptace na změnu klimatu s názvem Adaptační opatření roku. Účelem soutěže je, tak jak zmiňujete, podpořit rozvoj adaptačních opatření v České republice, propagovat a ocenit kvalitní řešení, která se mohou stát inspirací pro další obdobné projekty, podpořit lepší komunikaci obcí s veřejností a také vytvořit databázi příkladů dobré praxe a prověřených realizátorů ve městech a obcích v rámci republiky. Do soutěže je možné přihlásit řešení a opatření investičního charakteru (tzv. tvrdé projekty, například realizovaná technická opatření, stavby, zemědělské a zahradní úpravy apod.) i neinvestičního charakteru (tzv. měkké projek-

ty, např. vzdělávací a osvětové kampaně apod.). Soutěže se mohou účastnit obce, sdružení obcí, mikroregiony, města, městské obvody/části a vyšší územní samosprávné celky, a také neziskové organizace, akademické instituce, firmy i jednotlivci. Ze strany naší společnosti budou podporovány soutěžní projekty, které budou realizovány v regionech, kde provozujeme vodovody a kanalizace.

Nejen jako žena manažerka v odvětví, které s vodou hospodaří, vidíte jistě řadu možností a příležitostí, jak se zázračnou tekutinou dobře nakládat. Jak vnímáte vodu jako běžný uživatel, rodič, zahrádkář, milovník vodních sportů?

Můj vztah k vodě prošel běžným vývojem. Jako dítěti mi připadalo, že napít se vody z kohoutku je nechutné, později jsem prošla obdobím, kdy jsem byla ochotná denně tahat i dva kartony pet lahví s vodou k pití. Dnes si vážím třeba na dovolené v zahraničí, když si mohu nabrat pitnou vodu z kohoutku do své lahve a nemusím mít obavu, že mi z ní bude zle. Význam vody se snažím vysvětlovat i svým dětem, ale vím, že si z mého výkladu moc nedělají. Doufám ale, že si na něj třeba jednou vzpomenou.

Máte svou oblíbenou studánku, potok, vodní nádrž, rybník nebo lázeňský pramen?

Dcera se synem se věnují jachtingu, takže jsem velmi často někde u vody. Mám moc ráda Novomlýnské nádrže, Vranovskou přehradu a Velké Dářko. To jsou vodní plochy, kde si velmi ráda sednu, hlavně při západu slunce. Vzhledem k tomu, že pocházím z Blanska, má pro mě velké kouzlo také říčka Punkva v Moravském krasu.

otázky připravila Eva Brixí

O VODÁRENSKÉ AKCIOVÉ SPOLEČNOSTI, A.S.

Vodárenská akciová společnost, a.s., zásobuje pitnou vodou a čistí odpadní vody pro více než 543 000 obyvatel v Jihomoravském kraji a v Kraji Vysočina, a to v obcích okresů Blansko, Brno-venkov, Znojmo, Jihlava, Třebíč a Žďár nad Sázavou. V menším měřítku pak provozuje vodovody a kanalizace i v regionu Svitavska, v kraji Pardubickém. Kromě provozování vodovodů a kanalizací společnost podniká i v dalších oborech, k nimž patří například stavebně-montážní činnost, prodej vodohospodářského materiálu, služby akreditovaných vodohospodářských laboratoří, projekční činnost a další.

V současné době se Vodárenská akciová společnost, a.s., řadí mezi šest největších vodárenských společností v tuzemsku, v počtu zásobovaných obyvatel se řadí na 4. místo. Provozuje 5034 kilometrů vodovodních sítí, 2916 kilometrů kanalizačních sítí, pitná voda se upravuje v 85 úpravnách, do přírody společnost vrací vodu z kanalizace, která byla vyčištěna v některé ze 149 provozovaných čistíren odpadních vod. Je ryze českou společností, jejímž jediným akcionářem je Svaz VKMO s.r.o.

Na chodu společnosti se, kromě generálního ředitelství a jím řízených vodohospodářských laboratoří, podílí šest provozních divizí. V roce 2016 ve společnosti pracovalo 1038 zaměstnanců, dlouhodobě jsou zaměstnáváni také pracovníci se změněnou pracovní schopností, a to na vhodných pracovních pozicích. Velký důraz klade Vodárenská akciová společnost, a.s., na oblast společenské odpovědnosti, tedy na aktivity jdoucí nejen nad rámec zákonných, ale i etických, komerčních a společenských očekávání. Cílenost, postupy a plánování v této oblasti byly velmi pozitivně hodnoceny nezávislou odbornou komisí v soutěži o Národní cenu za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj, kdy VAS zvítězila v tomto národním kole a v mezinárodním hodnocení kvality EFQM získala tři hvězdy.



Ekonomika i nabídka práce rostou, ale: když bude firma potřebovat cukráře, těžko najme řidiče

Situace na trhu práce v ČR ještě nikdy nebyla tak příznivá pro zaměstnance a tak nevýhodná pro firmy. Nezaměstnanost klesla na historická minima, počet volných pracovních míst neustále stoupá (aktuálně na tři nezaměstnané připadají dvě volná pracovní místa). Co to znamená pro naši ekonomiku, pro občany i podnikání, na to jsme se ptali hlavního ekonoma ČSOB Martina Kupky.

Jak byste komentoval současný trh práce v České republice?

Pracovní trh považuji za napjatý, to však není totéž jako špatný. Z pohledu zaměstnanců vypadá velmi příznivě, protože tolik volných míst u nás se ještě nikdy nenabízelo. Nízká míra nezaměstnanosti určitě vylepšuje finanční situaci a pocit jistoty řady domácností, což se konec konců promítá i do maloobchodních prodejů. Pro ekonomiku je to určitě dobré. Na druhou stranu mají podnikatelé v některých oborech a regionech problém najít zaměstnance, kteří by dokázali uspokojit jejich rostoucí poptávku. Nízká nezaměstnanost se stává i bariérou hospodářského růstu. Zůstává otázkou, jak může vláda napomoci tomu, aby se podařilo využít rezerv, které dosud nejsou vyčerpány, ať už pocházejí z vlastních zdrojů, nebo z dovozu pracovníků ze zahraničí.

Domníváte se, že dosavadní trend bude pokračovat, nebo už jsme dosáhli určitého vrcholu?

Data zatím ukazují, že počty nabízených pracovních míst ve srovnání s koncem roku 2016

dál významně narostly. To znamená, že poptávka po produktech, potažmo po zaměstnancích, stále stoupá.

Myslím si, že tato situace přinejmenším do konce roku vydrží. Pro domácnosti je příjemné, že se promítá do vyšších, nejen nominálních, ale i reálných mezd.

Nabízí se otázka, proč se vytvořil takový nedostatek pracovních sil a tak značný přetlak volných pracovních pozic...

Můžeme si s hrdostí říci, že české podniky jsou mezinárodně konkurenceschopné. Naše ekonomika se vyznačuje tím, že je malá a otevřená, závislá na exportu do zahraničí. Ukazuje se, že souhrn faktorů, které se podílejí na konkurenceschopnosti, vychází pro nás příznivě, ať máme na mysli mzdovou úroveň, legislativu, úroveň infrastruktury, kurz koruny a tak dále. To nás činí zajímavými a dovoluje vyváženost. Avšak počet pracovních míst, která jsou volná, může znamenat i to, že ne všichni zaměstnavatelé dokáží využít pobídky, jež by umožnily zapojit do pracovního procesu ty, kteří dosud práci hledají, a z nějakého důvodu pro ně nabízená volná pracovní místa nejsou zajímavá. Mohou pro to být důvody objektivní, ale i subjektivní. Někdy se nedaří, aby se poptávka po kvalifikované pracovní síle setkala s odpovídající nabídkou. Když bude firma potřebovat cukráře, těžko najme řidiče. Musíme se ptát, jak do budoucna napomoci tomu, aby náš vzdělávací systém, včetně učňovského školství, produkoval zaměstnance, kteří budou svou strukturou vyhovovat potřebám ekonomiky.



Martin Kupka, hlavní ekonom ČSOB

foto Pavel Kačer

A mají zaměstnavatelé lidem co nabídnout? Často může být příčina nezájmu příliš nízký plat, který nabídku doprovází.

Situace se bude podnik od podniku lišit. Když se podíváme na celou ekonomiku, zjišťujeme, že ziskovost firem se v posledních kvartálech výrazně zlepšila. Prostor pro to, aby část marží byla věnována na mzdový růst, v mnoha firmách nepochybně existuje.

Mzdy českých zaměstnanců, jak už bylo řečeno, skutečně rostou...

Navíc vidíme, že stoupají rychleji zejména u nízkopříjmových profesí. Přidáno nedostávají jen manažeři, ale i lidé v hůře placených pozicích. A ti tvoří největší skupinu obyvatel. Vyšší kupní síla Čechů má pak příznivý vliv na růst poptávky, na spotřebu domácností, na celou ekonomiku.

připravil Pavel Kačer

Memorandum o spolupráci mezi CzechTrade a Czech Business Council Dubai

V sídle Ministerstva průmyslu a obchodu koncem června Radomil Doležal, ředitel agentury CzechTrade, a Pavel Foubík, prezident Czech Business Council Dubai and The Northern Emirates (CBC), podepsali memorandum o spolupráci. Podpisu byl přítomen ministr Jiří Havlíček.



Slavnostní okamžik, jehož prostřednictvím se podpoří aktivity českých podnikatelů a exportérů

Na základě memoranda budou CzechTrade a CBC v období let 2017–2020 ve vzájemné spolupráci a v rámci své působnosti spolupůsobit na vytvoření platformy a zázemí na podporu českého exportu ve Spojených arabských emirátech (SAE). Budou vytvářet prostor pro vzájemné setkávání stávajících ekonomicky aktivních českých podnikatelských subjektů s místními partnery a také zajišťovat podmínky pro vstup nových českých podnikatelských subjektů na toto teritorium. „Jsem velmi rád dnešnímu podpisu memoranda a chci ujistit všechny přítomné, že spolupráce Czech Trade a CBC bude mít trvalou podporu vedení MPO. Memorandum časově pokrývá období EXPA 2020 v Dubai, které je díky rozsáhlým investicím do tohoto projektu mimořádnou exportní příležitostí pro české fir-

my. Zde předpokládáme významnou asistenci CBC a samozřejmě i kanceláře CzechTrade,“ řekl Jiří Havlíček.

Spolupráce CzechTrade a CBC začala již v roce 2014, kdy byla v květnu založena CBC jako asociace českých podniků aktivně působících na trhu SAE a v dalších zemích v oblasti Zálivu. Zakládajících členů CBS bylo 26. V roce 2017 je v CBC registrováno 150 firem a spolupracujících partnerů.

Vývoz ČR do SAE se od roku 2016 pohybuje okolo 19,5 miliardy korun. V celosvětovém měřítku jsou SAE na čtvrtém místě ve vývozu České republiky do mimoevropských zemí (po USA, Číně a Japonsku). Dovoz přitom činí více než dvě miliardy korun, saldo obchodní výměny je poslední roky vysoce aktivní. (tz)

INZERCE

59. mezinárodní strojírenský veletrh

MSV 2017

AUTOMATIZACE
Měřicí, řídicí, automatizační a regulační technika

8. mezinárodní veletrh dopravy a logistiky

Mezinárodní veletrh technologií pro ochranu životního prostředí

Zaregistrujte se před svou návštěvou veletrhu, ušetříte čas i peníze! www.bvv.cz/msv

9.–13. 10. 2017
Výstaviště Brno
www.bvv.cz/msv

Český trh headhunterů je trochu divočina, zkroťme ji etickými pravidly

V oblasti vyhledávání řídicích pracovníků, tzv. executive search, která je založena na vzájemné důvěře všech účastníků, chybí v České republice instituce, která by stanovila jasná pravidla a vyžadovala jejich dodržování. Z toho důvodu jedna z předních firem v oboru, Stanton Chase, uvádí na český trh pravidla Mezinárodní asociace konzultantů v executive search (AESC), jež etiku oboru řeší.

„Náš obor je založen na důvěře, kterou lze snadno ztratit, ale je nesmírně obtížné ji znovu získat. Ještě horší je, pokud vás o důvěryhodnost připraví jiní,“ řekl Jozef Papp ze společnosti Stanton Chase, která se zabývá vyhledáváním vrcholových manažerů. Poukazuje přitom na to, že nejde jen o stavovskou čest, ale často o osudy lidí na špičkových pozicích, kde jsou statistické platy a kde se rozhoduje o fungování celých firem.

Tradiční představa o povolání tzv. headhuntera je, že jde o člověka, který osloví vytipovaného manažera určité společnosti a toho „přeplatí“, aby jej dostal ke konkurenci. Dotyčný dá výpověď a nastoupí v nové práci. Tečka.

Avšak taková představa je mýtem, často živěným filmovou fikcí. „Dobrý konzultant v executive search je ohleduplný a přiči se mu parazitovat na personálních těžkostech firem. Naopak se snaží pomáhat a nabídnout zkušenosti při řešení problémů s obsazováním klíčových pozic. To ale také vyžaduje férovost a otevřený přístup všech zainteresovaných stran,“ vysvětlil Jozef Papp. Přímé vyhledávání manažerů a specialistů pomáhá firmám získat



kvalitního člověka a kandidátům, kteří například narazili na onen „skleněný strop“, otevírá nové obzory, které nebyvají běžně inzerované veřejně.

Za důležitý problém Jozef Papp považuje nevyzrálost českého trhu. „Některé firmy, které o sobě tvrdí, že jsou headhunteri nebo executive search, jsou spíš náborovými agenturami. Vstupní bariéra pro vykonávání této profese je v Česku velmi nízká, stačí pouze čistý trestní rejstřík,“ potvrdil Jozef Papp.

V konkurenčním prostředí si takové firmy spíše než dobrým jménem pomáhají přehnaně

ostrými lokty. Proto se dopouštějí nezřídka prohřešků, které pak ovlivňují obraz celé branže v očích klientů i kandidátů na manažerské pozice.

Například představují klientovi jména vytipovaných lidí jen do počtu, nebo jednoho kandidáta více klientům současně, či nechají kolovat jejich životopisy po různých společnostech bez souhlasu kandidátů. „To je nepřijatelné. Naše vztahy jsou založené na diskrétnosti. Klienti nemají zájem na tom, aby se vědělo, že hledají náhradu. Stejně tak se vedoucí pracovníci – potenciální kandidáti nechlubí úvahami o změně

práce. Je důležité si uvědomit, že z 99 % oslovujeme lidi, kteří práci nehledají, a nabízíme jim příležitost,“ popsal Jozef Papp korektní přístup.

S tím částečně souvisí i podceňování exkluzivity kontraktu, kdy klient osloví více agentur současně. Pak nastane situace, že vytipovanému kandidátovi volají lidé z různých agentur s de facto stejnou nabídkou, což důvěryhodnosti procesu nepřidá.

Pro profesionály v executive search je tabu oslovovat zaměstnance klienta jménem jiného klienta, tedy přeneseně řečeno jednou rukou dávat a druhou brát. Zcela nepřijatelné je přetáhnout klíčového člověka z konkurenční firmy jen za účelem jejího poškození. Stejně tak není možné znovu začít jednat s člověkem, kterého firma již jednou úspěšně obsadila.

Přítom výše popsané problémy nejsou na českém trhu výjimečné. „Narůstal ve mně pocit, že v Česku chybí soubor pravidel přístupný pro klienty i kandidáty, který by jim pomohl ověřit si, zda s nimi headhunter hraje čistou hru,“ vysvětlil Jozef Papp.

Proto prosazuje pravidla AESC, jejichž překlad v českém jazyce zveřejnil na speciální mikro stránce www.theexecutivesearch.cz. Tato pravidla tak na českém trhu nově definují standardy a etiku práce v oblasti executive search.

Webové stránky provedou klienta i kandidáta názorně celým procesem vyhledávání, oslovování a najímání kandidáta. Upozorní na to, jaká má práva jako kandidát nebo klient, jak identifikovat nečestné nebo podezřelé jednání a kdy je vhodné zdvořile spolupráci ukončit. Web je přístupný i prostřednictvím alternativních odkazů www.aesc.sk a www.pri-meosloveni.cz. (tz)

INZERCE



Vzdělávání
Otevírá
X možnosti



Aktivně proti stresu a vyhoření aneb největší omezení jsou v naší hlavě

1. 9. 2017; 9:00–16:00

Pavla Svobodová (lektorka, cvičitelka, konzultantka)
Cena: 3 590 Kč bez DPH / 4 344 Kč vč. 21 % DPH

Prezentační a rétorické dovednosti II – nadstavba pro pokročilé

6. – 7. 9. 2017; 9:00–16:00

Stanislava Vávrová (lektorka a konzultantka)
Cena: 6 590 Kč bez DPH / 7 974 Kč vč. 21 % DPH

Jak si dobře vybrat svého kolegu aneb aktuální náborové postupy i pro nepersonalisty

18. 9. 2017; 9:00–16:00

Ing. Hana Čípera Janská (konzultantka, koučka, lektorka)
Cena: 3 590 Kč bez DPH / 4 344 Kč vč. 21 % DPH

Soft skills vyšší generace – tisícero dovedností komunikace a osobního rozvoje

19. – 20. 9. 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

Konference EMPLOYER BRANDING EXPERIENCE 2017

21. 9. 2017; 9:00–17:00

Hanka Smitalová (Ambi), **Jiří Halousek** (IReSoft),
Jiří Landa (BrandBakers), **Libor Šimon** (SYMBIO), **Lukáš Bakoš**
(Maxman Consultants), **Martin Palička** (Etnetera), **Michal Beránek**
(OpenOne), **Michala Stražovská** (ZOOT), **Petr Hovorka**
Cena: 6 990 Kč bez DPH / 8 458 Kč vč. 21 % DPH

Cesta k vlastnímu potenciálu – myšlení vítězů

26. 9. 2017; 9:00–16:00

Radek Fuxa (kouč, lektor, konzultant)
Cena: 3 590 Kč bez DPH / 4 344 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

Tradiční dodavatelé energií zaspali v personalizaci služeb a komunikaci přes digitální kanály

Na tradiční dodavatele energií je vyvíjen tlak hned z několika stran – klesající zisky, posun v technologiích a vliv konkurence, která se zaměřuje na jejich zákazníky. Čelí i dalšímu problému – nesplněným očekáváním zákazníků ohledně digitálních kanálů a personalizovaných zkušeností, jak vyplývá z nejnovějšího vydání každoročního výzkumu New Energy Consumer (Nový spotřebitel energií) prováděném společností Accenture.

Spotřebitelé jsou náročnější – s masovou digitalizací zákazníci očekávají, že dodavatelé energií udrží krok se standardy stanovenými v jiných odvětvích, např. v bankovníctví. Třetina spotřebitelů uvedla, že digitální kanály jejich dodavatelů, jako jsou webové stránky a mobilní aplikace, nebyly schopny splnit jejich požadavky online, a museli se tak obrátit na zprostředkovatele. Nespokojenost spotřebitelů, kteří během posledních 12 měsíců přišli do styku s dodavateli energií přes digitální kanály, pramenila především z problémů s nalezením informací na webových stránkách (38 %). Spotřebitelé rovněž uváděli, že stránkám trvalo příliš dlouho, než se načetly (34 %), chyběly na nich potřebné informace (31 %) a nebyly personalizované (28 %). Také vadilo (27 %), že využití digitálních kanálů nebylo zábavné, intuitivní a neposkytly ucelené informace.

„Tyto nedostatky jsou významné a poskytovatelé energií jsou pod větším tlakem než kdy jindy, co se týče směřování k novým řešením i ohledně rychlého zavádění nových produktů a digitálních služeb,“ řekl Tony Masella, výkonný ředitel, který ve společnosti Accenture vede oddělení ob-

chodu s energiemi a služeb zákazníkům. „Klíčem k udržení tempa je pro obnova provozních modelů a zaměření se na spotřebitele, kteří stále více používají digitální kanály. Poskytovatelé musejí rychle jednat a posunout se od dlouhých plánovacích cyklů trvajících desetiletí, a také od rigidních procesů k rychlému vytvoření nového prostředí, které přetváří a dodává personalizované zákaznické zážitky. A musejí to udělat dříve než jejich agilní konkurenti, kteří jsou v této digitální hře napřed.“

Naštěstí spotřebitelé stále důvěřují poskytovatelům energií více než netradičním konkurentům, kteří do tohoto odvětví expandují. Někteří alternativní poskytovatelé, jako jsou výrobci domácích spotřebičů nebo poskytovatelé služeb pro domácnost, jsou ale nyní více než polovinou spotřebitelů viděni jako ti, kteří jim pomohou pochopit a optimalizovat spotřebu energií.

Tito konkurenti se zaměřují zejména na zákazníky, kteří používají digitální kanály a jsou více ochotní akceptovat nové služby. A skutečně, 41 % z těch, kteří pravidelně využívají digitální kanály, uvedlo, že by byli ochotni zaplatit za propojený balíček služeb pro domácnost. Například takový, který spravuje osvětlení, chytré termostaty, zábavu a bezpečnostní systémy. Alarmující údaj je to, že pouze 21 % lidí nepoužívá pravidelně digitální kanály pro komunikaci se svým dodavatelem energie.

Podobně jako v jiných odvětvích i spotřebitelé energií uvedli, že jsou pro jejich závezek velmi důležité slevy. Celých 71 % sdělilo, že sleva by je pravděpodobně nebo velmi pravděpodobně přiměla k tomu, aby sdíleli s partnery dodavatelů energií osobní data a informace o užívání energií, aby mohli dostávat přizpůsobené produkty a služby. Kromě toho by 72 % mělo celkem

zájem, nebo dokonce velký zájem o slevy na chytré termostaty, úsporné žárovky a audit energetické účinnosti domácnosti. Téměř tři čtvrtiny spotřebitelů (73 %) uvedly, že by je slevy přesvědčily k využití programu služeb zákazníkům, který je pouze digitální, a to pro veškerou komunikaci s dodavatelem energií, kromě výpadků.

Větší využití digitálních kanálů bude pro poskytovatele energií klíčem k růstu nových zdrojů příjmů, pro vybudování věrnosti zákazníků. Na deregulovaných trzích musejí odbourat přístup z pozice ceny jako jediného důležitého faktoru,“ řekl Tony Masella. „To vyžaduje vývoj personalizovaných strategií i nabídky nových služeb.“

Personalizace v přístupu k zákazníkům je klíčovým motorem v případech, když spotřebitelé uvažují o koupi a využívání nových produktů a služeb od svých dodavatelů energií. Pro 82 % spotřebitelů by měly být nové produkty a služby personalizované a přizpůsobené jejich potřebám a preferencím, aby si je zakoupili. Pokud jde o zákazníky alternativních poskytovatelů, více než polovina z nich uvedla (54 %), že by uvažovali o změně poskytovatele energií, pokud by produkty a služby stávajícího dodavatele nebyly personalizované podle jejich potřeb a preferencí.

„Uspějí ti, kteří budou schopni nejen reagovat na zákaznické preference, ale i předvídat a jednat,“ dodal Masella. „Poskytovatelé by měli inovovat velkou rychlostí: musejí zavést zákaznický provozní model, který do popředí k jádru produktu staví lidi a zákazníky a zkoušet nové projekty. Tento přístup je založen na základním kulturním posunu, který je podporován technologiemi nové generace. Ne pouze na zavedení digitálních technologií,“ doplnil. (tz)

Pozor: s přípravou na GDPR je skutečně nejvyšší čas



Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR vyzval na začátku léta vládu, aby

intenzivněji informovala české podnikatele o nutnosti zavést opatření související s Obecným nařízením o ochraně osobních údajů (GDPR). Reaguje tak na množství dotazů a žádostí o informace, které přicházejí zejména od malých a středně velkých firem. GDPR začne platit v rámci celé Evropské unie jednotně od 25. května 2018.

„Nové nařízení o ochraně osobních údajů je zapotřebí, na druhou stranu ale půjde o další finanční a administrativní zátěž, která dopadne na podnikatele. Vzhledem k množství změn považujeme již dnes za téměř nereálné, aby se

všechny firmy stihly na nová pravidla fungování připravit,“ uvedla Marta Nováková, prezidentka SOCR ČR, a dodala: „Pro své členy jsme uspořádali už řadu konferencí a workshopů týkajících se této zásadní problematiky a v této činnosti chceme pokračovat i nadále. Při této příležitosti jsme rovněž navázali spolupráci s Ministerstvem vnitra ČR a s Úřadem pro ochranu osobních údajů a snažíme se pomáhat svým členům s přípravou na zavedení GDPR.“

Evropská unie pravidly GDPR reaguje na rozvoj nových technologií, jako jsou internetové nabídky či služby, elektronické obchodování nebo komerční využití sociálních sítí. To vše s sebou nese rozsáhlý sběr a zpracování osobních údajů, profilování a monitoring fyzických osob i chování zaměstnanců či klientů. Proto jsou nutná technická a organizační opatření, která budou osobní údaje chránit.

„Předpokládáme, že uvedení GDPR do praxe způsobí mnoha podnikatelům v České republice nejrůznější komplikace. Celá problematika je poměrně složitá a vyžaduje odborný přístup podpořený znalostí právního prostředí. Kromě seminářů a workshopů pracujeme na přípravě sektorových kodexů GDPR,“ konstatovala Marta Nováková. Obecné nařízení o ochraně osobních údajů nahradí v Česku zastaralou směrnici z roku 1995. Nová pravidla se budou vztahovat na všechny společnosti bez ohledu na jejich velikost či obchodní zaměření a také na většinu orgánů veřejné správy. Přizpůsobit se budou muset všechny subjekty, které jakkoli shromažďují údaje o zákaznících, zaměstnancích, ale například také o pacientech, návštěvnících a podobně. Při nedodržení nařízení hrozí sankce ve výši až 20 milionů eur nebo 4 % ročního obrátu, vždy podle toho, která částka je vyšší. (tz)

Prostředky na zaměstnanecké benefity lze využít i k úhradě nákupu tištěných knih

Od 1. července 2017 si mohou zaměstnanci kupovat knihy za mnohem výhodnějších podmínek než doposud. V platnost vstoupila novela zákona o dani z příjmu, která řadí nákup tištěných knih mezi volnočasové zaměstnanecké benefity. Zaměstnancům se tak rozšiřuje nabídka dobře známých aktivit a služeb o zajímavý segment. Společnost Edenred okamžitě reagovala na nové podmínky. Do partnerské sítě jsou tak nově zařazena významná knihkupectví Kniha Dobrovský, Grada a Kniha.cz a jejich výčet se bude nadále rozšiřovat. „Lidé díky tomu mají možnost ještě před letní dovolenou nakupovat knihy a platit s volnočasovou platební kartou Ticket Benefits, a to buď přímo na podkladně v kamenných obchodech, či v e-shopech uvedených knihkupectví,“ uvedl Marek Pražák, tiskový mluvčí společnosti Edenred. Volnočasové zaměstnanecké benefity jsou stále více oblíbenou odměnou nad rámec běžné mzdy a zaznamenávají každoročně výrazný nárůst zájmu. Ve svém součtu volnočasové zaměstnanecké benefity od společnosti Edenred čerpá 110 000 zaměstnanců z více než 3000 firem. Průměrná výše jedné útráty je 200 Kč. (tz)

Česká chuť garantuje skutečně český původ

Albert rozšiřuje nabídku českých výrobků ve svých obchodech. Novou spolupráci stvrdili na Královéhradecku při nedávném setkání zástupci řetězce a lokálních dodavatelů pod záštitou ministra zemědělství Mariana Jurečky. Účastníci akce na místě zpečetili spolupráci podpisem a symbolickým razítkem. Všechny produkty řady Česká chuť, které najdou zákazníci v Albertu exkluzivně, splňují definici české potravin podle zákona.

Obchodní řetězec Albert představil zákazníkům již v prvním čtvrtletí letošního roku v řadě Česká chuť několik produktů, jako například česká jablka nebo pultové delikatesy. V tuto chvíli nabízí na 80 výrobků napříč čerstvými i trvanlivým sortimentem.

„Podpora domácích potravinářů je pro naše ministerstvo klíčová, stejně jako jasné a srozumitelné značení českého původu potravin. To, že se rozšiřuje nabídka českých výrobků v běžné obchodní síti, které navíc spotřebitelé snadno poznají, vnímám velmi kladně,“ řekl ministr zemědělství Marian Jurečka. Ten se u příležitosti představení nové značky Česká chuť setkal u výrobce piškotů na Královéhradecku se zástupci vybraných tuzemských dodavatelů.

Větší dostupnost kvalitních domácích výrobků

Vybraní tuzemští dodavatelé při setkání představili své výrobky a komentovali novou spolupráci s obchodním řetězcem Albert: „Naše spolupráce znamená pro české zákazníky především větší dostupnost kvalitních českých výrobků, což nás velmi těší,“ řekla Martina Králová, jednatelka společnosti Perník, kde se pečou 100% české piškoty. Nabídku svých produktů v široké obcho-

dní síti čítající více než 300 obchodů po celém Česku chválil také Milan Lipavský ze společnosti Seli, vyrábějící pivní tyčinky, a Petr Hrdlička, ředitel firmy Záruba Food, odkud do prodejen Albert míří tradiční česká majonéza. „Produkty České chuti do našich obchodů přinášejí naši dlouholetí malí i velcí dodavatelé z České republiky, kterým patří poděkování. Velice rádi ve spolupráci s nimi vycházíme vstříc zvyšující se poptávce našich zákazníků po potravinách domácího původu, jenž nová značka garantuje,“ řekl při setkání Petr Pavlík, ředitel pro obchod v řetězci Albert. „Věříme, že nabídku českých produktů, kterou budeme i nadále rozšiřovat, ocení,“ uzavřel. Spolupráci stvrdili podpisem na setkání v Těchlovicích zástupci dodavatelů a řetězce Albert spolu s ministrem zemědělství Marianem Jurečkou, který na závěr připojil také symbolické razítko.

Naše čerstvé i trvanlivé potraviny

Zákazníci najdou exkluzivně v prodejnách Albert v řadě Česká chuť například mléčné a masné výrobky, ovoce, čerstvou i sterilovanou zeleninu, těstoviny, majonézu nebo hořčici, ale také pečivo, tyčinky a piškoty. Ty vyrábí v Těchlovicích u Hradce Králové ze stoprocentně českých surovin, jako je třeba mouka z nedalekých Předměřic, společnost Perník.

Všechny výrobky značky Česká chuť splňují definici české potravin podle definice Ministerstva zemědělství a Zákona o potravinách. Díky tomu mohou nést na obalech logo Česká potravin. Zákazníci si tak mohou být naprosto jisti nejen domácím původem, ale i kvalitou a tradičními českými recepturami.

Již nyní nabízejí prodejny Albert 100 % stálé nabídky hovězího a vepřového masa českého původu a čeští dodavatelé tvoří širokou základnu také u dalších čerstvých i trvanlivých potravin.

Zástupci lokálních dodavatelů spolupráci s obchody Albert v projektu Česká chuť komentovali takto:

Martina Králová
jednatelka společnosti Perník s. r. o.

Jaký výrobek z vaší produkce najdou zákazníci exkluzivně v obchodech Albert v řadě Česká chuť a co je jeho největší předností?

Jsou to naše piškoty. Jde o tradiční český produkt vyráběný ze 100% českých surovin. Jejich předností je vynikající chuť, příjemně jemná struktura a vysoká kvalita. Zákazníci mohou vyzkoušet také kakaovou variantu našich piškotů.

Koho z českých subdodavatelů těchto výrobků byste jmenovala?

S dodavateli kvalitních českých surovin, jako je například předměřická mouka, spolupracujeme již řadu let.

Dají se už dnes vyjmenovat benefity součinnosti s obchody Albert pro vaše podnikání?

Obchody Albert jsou pro nás především spolehlivým a silným partnerem pro distribuci našich výrobků. Pro české zákazníky znamená naše spolupráce především větší dostupnost dobrých českých výrobků, což nás velmi těší.

Milan Lipavský
majitel a jednatel společnosti Seli s. r. o.

Co z vaší produkce mají zákazníci řetězce Albert hledat pod značkou Česká chuť?

Vyrábíme tyčinky k pivu se solí a kmínem.

Kdo vám dodává suroviny?

Při výrobě pivních tyčinek spolupracujeme s mlýnem Prokop Borovany, který má 300letou tradici, dále s Litovelskou cukrovarnou nebo jičínským výrobcem rostlinných olejů Fabio.

Mohl byste charakterizovat největší přínos spolupráce s obchody Albert pro vaše podnikání?

Díky široké síti více než 300 obchodů Albert pro nás tento vztah znamená zejména možnost prezentace našich lokálních produktů českým spotřebitelům, což je pro nás velmi důležité.

Petr Hrdlička
ředitel společnosti Záruba Food a. s.

Doporučil byste, oč se mají z vašeho sortimentu v prodejnách Albert v řadě Česká chuť spotřebitelé zajímat?

Jde o naši excelentní majonézu. Taje vyrobena z 94 % ze surovin českého původu, je zcela bez konzervantů, barviv a stabilizátorů.

Podle jakých zásad probíhala příprava a ladění receptury a které firmy vás zásobují surovinami potřebnými k výrobě?

Recepturu poctivé české majonézy jsme zdokonalovali zhruba půl roku. Chtěli jsme mít naprostou jistotu, že půjde o vynikající výrobek nejen názvem. Výroba majonézy Česká chuť se neobejde například bez tradičního bzenického octu.

Povzbudilo vás zapojení do projektu Česká chuť a přináší to již výsledky?

Spolupráce s obchody Albert je pro nás velmi důležitá. Od začátku letošního roku jsme navýšili objem dodávaných výrobků o 300 %. Je skvělé vidět, že spojení dobrého maloobchodníka s tradičním českým výrobcem přináší užitek nejen oběma stranám, ale především z něj mohou profitovat zákazníci, ke kterým se dostává kvalitní český produkt.

Redakce Prosperity se setkání zúčastnila. Byli jsme potěšeni podporou domácích firem, které se starají o pestrou nabídku na našem stole, i ctí žádost stát se prestižními dodavateli řetězce. Česká chuť je dalším z příkladů dobré spolupráce mezi výrobcí a obchodníky. A obhajuje skutečnost, že tradice i lokální receptury a místní výrobci mají stále co nabídnout. (tz,red) ■■■



Zleva: Petr Hrdlička (Záruba Food), Milan Lipavský (Seli), Martina Králová (Perník), ministr Marian Jurečka, Jiří Mareček a Petr Pavlík (Albert)



Novou spolupráci s řetězcem Albert stvrdil symbolickým razítkem ministr zemědělství Marian Jurečka

Objem českého kapitálu je v tuzemských firmách na rekordní úrovni

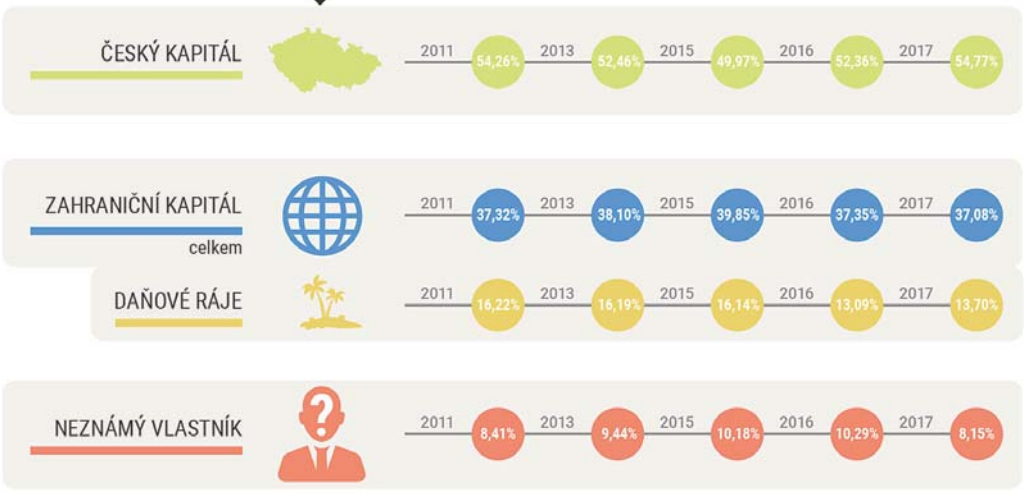
Celkový objem českého kapitálu investovaného do základního jmění tuzemských firem se meziročně zvýšil o 66 miliard na 1,498 bilionu korun, což představuje meziroční růst o 4,6 %. Jeho podíl na celkovém jmění tuzemských firem se blíží 55 %. Zatímco objem českého kapitálu se od roku 2015 zvyšuje a je na historickém maximu, zahraniční subjekty ovládají 37 % z celkového základního kapitálu českých společností, což je nejnižší hodnota od roku 2011. Kapitál z daňových rájů se na základním jmění českých firem podílí 17 %. Analýzu vlastnické struktury českých firem zveřejnila poradenská společnost Bismode.

Ke konci dubna letošního roku podnikatelé do základního kapitálu českých firem investovali celkem 2,74 bilionu korun. Tuzemské subjekty aktuálně ovládají téměř 55 % z celkového základního

kapitálu v českých společnostech a jejich podíl na podnikatelské základně nepřetržitě roste od roku 2015. Meziročně (květen 2016–květen 2017) se objem českého kapitálu zvýšil o 66 miliard, tedy o 4,6 %. „To je způsobeno neutuchajícím zájmem českých podnikatelů o zakládání nových firem,“ řekla analytička Bismode Petra Štěpánová.

Objem zahraničního kapitálu investovaného do základního jmění českých firem se mezi lety 2011 až 2015 zvýšil o 154 miliard korun, tj. o 17 %. V roce 2015 dosáhl svého historického maxima a od té doby jeho objem i podíl klesá. Za poslední rok klesl o 7,2 miliardy na 1,01 bilionu korun a jeho podíl v základním jmění českých firem se snížil o 37,35 % v roce 2016 na 37,08 % v roce 2017. „Výrazný pokles zahraničního kapitálu upsaného v základním jmění českých firem mezi lety 2015 a 2016 byl způsobený hlavně masivním odlivem kapitálu z daňových rájů,“ dodala Petra Štěpánová z Bismode. (tz)

VLASTNICKÁ STRUKTURA ČESKÝCH FIREM



VLASTNICKÁ STRUKTURA ČESKÝCH FIREM (2011–2017)

Základní kapitál (mld. Kč)	2017	podíl na celku	2016	podíl na celku	2015	podíl na celku	2013	podíl na celku	2011	podíl na celku
ČR	1 498,42	54,77 %	1 432,39	52,36 %	1 323,20	49,97 %	1 350,30	52,46 %	1 310,60	54,26 %
zahraniční celkem	1 014,59	37,08 %	1 021,80	37,35 %	1 055,40	39,85 %	980,7	38,10 %	901,5	37,32 %
zahraniční – jen daňové ráje	374,81	13,70 %	357,96	13,09 %	427,5	16,14 %	416,8	16,19 %	391,8	16,22 %
neznámý vlastník	222,91	8,15 %	281,4	10,29 %	269,51	10,18 %	242,98	9,44 %	203,19	8,41 %
ZK celkem	2 735,92	100,00 %	2 735,56	100,00 %	2 648,11	100,00 %	2 573,98	100,00 %	2 415,29	100,00 %

Poznámka: u 8 % českých firem nelze dohledat vlastnickou strukturu

Zdroj: databáze Bismode a vlastní výpočty na základě dat aktuálních v květnu daného roku

System standardizace by měl být podporou, nikoliv překážkou rozvoje

Standardizace a technické normy představují pro průmyslově orientovanou českou ekonomiku (32,3 %) klíčový prvek podnikatelského prostředí. Vývoj standardizace u nás v posledních letech však prostředí pro rozvoj podnikání a průmyslu příliš nevytvářel: chybí kvalitní překlady řady mezinárodních a evropských norem, zajištění financování normotvorné činnosti či větší zapojení uživatelů norem do rozhodování o prioritách standardizace a Plánu (rozvrhu) technické normalizace. Svaz průmyslu a dopravy ČR dlouhodobě poukazuje na tyto a další problémy a požaduje koncepci standardizace, která pomůže reagovat na moderní trendy a vyřeší požadavky firem.

„Bohužel potřeba kvalitního systému technické normalizace nebyla v minulosti ze strany státu akcentována. Systém standardizace možná i kvůli svému technickému pojetí, složitosti a neatraktivnosti tak byl do značné míry opomíjen. Například míra překladu přejatých norem již poklesla na pouhých 20 %, což poškozuje nejvíce malé a střední podniky či české subdodavatele. Výklady norem či komentáře, po kterých zejména menší firmy dlouhodobě volají, nejsou zpracová-

vány vůbec,“ řekl Radek Špicar, viceprezident Svazu průmyslu a dopravy ČR.

„Chybně nastavený systém do značné míry ovlivňuje podnikatelské prostředí a stává se brzdou inovativních produktů, a tím i konkurenceschopnosti. Přestože je průmysl hlavním uživatelem norem, nemůže v současné době v zásadě ovlivnit rozhodování například o tom, jaké normy budou překládány, ale ani výhled připravovaných harmonizovaných evropských norem.

Výrobci tedy mohou jen s časovou ztrátou upravit či nastavit konstrukční změny nebo inovační cyklus,“ doplnil Radek Špicar.

Členské firmy Svazu průmyslu a dopravy ČR usilují například o zvýšení překladovosti norem. Svaz dále chce, aby uživatelé norem měli větší možnosti podílet se na určování priorit a strategie normalizace či aby ceny za prodej a přístup k normám nepodléhaly politickému zadání. Příjmy z prodeje norem musí zůstat v systému technické normalizace. Problematika standardizace a technických norem by také měla být začleněna do vzdělávacího systému.

Nyní zodpovídá za normotvornou činnost Úřad pro normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví (ÚNMZ), zřízený ministerstvem průmyslu a obchodu. V současnosti byl v oblasti standardizace předložen pozměňovací návrh k zákonu č. 90/2016 Sb., o posuzování shody, který mění zákon č. 22/1997 Sb., o technických

požadavcích na výrobky. Podle pozměňovacího návrhu by tato činnost mohla přejít pod nově navrženou státní příspěvkovou organizaci – Českou agenturu pro standardizaci (Agentura).

„Předložený pozměňovací návrh může vytvořit prostředí pro řešení výše zmíněných nedostatků. Klíčový je ale vznik zřizovací listiny Agentury, která vyjasní vzájemné vztahy mezi ÚNMZ a Agenturou, nastaví financování (zachování příjmů za prodej norem v normotvorném systému), směřování Agentury a zajistí účast průmyslu jakožto největšího uživatele při rozhodovacích procesech ve standardizaci.

Jsme připraveni k aktivní spolupráci v oblasti nastavení systému standardizace a technické normalizace a její závazné koncepci, která by zajišťovala adekvátní rozvoj konkurenceschopných produktů společností působících v České republice. Svaz zároveň vyzývá k naplnění výše zmíněných požadavků,“ dodal Radek Špicar. (tz)

Hotel v Praze letos zdraží v průměru o 4 % na 2250 Kč za noc

Průměrná obsazenost pražských hotelů loni dosáhla 76,9 %. Pokračovala tak v rostoucím trendu předchozího roku (2015) plného významných sportovních událostí a překonala i hodnoty předkrizového roku 2007. Dle studie PwC Trendy evropského hotelnictví 2017 a 2018 (European cities hotel forecast for 2017 and 2018) by měla obsazenost stoupat i v následujících letech.

Letos by měla dosáhnout 78,2 % a v roce 2018 pak 78,5 %. Z pohledu hoteliérů by v roce 2017 měla Praha patřit mezi šest nejzajímavějších měst v Evropě. Roční růst výnosů na jeden pokoj (tzv. RevPAR) by měl letos vzrůst o 5,5 %. Před Prahu se dostaly Porto (14,8 %), Dublin (8,7 %), Budapešť (6,8 %), Madrid (5,9 %) a Lisabon (5,6 %).

Průměrná cena za jeden hotelový pokoj v Praze dosáhla loni podle studie PwC 2169 Kč, letos podle předpovědi vzroste o necelá 4 % na

přibližně 2250 Kč. Česká metropole však zůstane po Budapešti stále nejlevnějším ze sledovaných evropských velkoměst.

„Pražský hotelový trh těží z příznivého výhledu české i evropské ekonomiky. Navíc je Praha v rámci evropských metropolí vnímána mezi těmi bezpečnějšími, což jí přidává body jak u turistů, tak i obchodních cestujících. Navzdory absenci významných sportovních či kulturních událostí rostla loni výnosnost pražských hotelů. Postarali se o ni zejména domácí návštěvníci, ale i zahraniční turisté, kteří dostatečně vykompenzovali pokles zájmu ze strany tradiční ruské klientely,“ sdělil Jan Musil, odborník PwC ČR na hotelnictví.

Luxusní hotelový segment je v české metropoli na vzestupu. Praha má v současné době okolo 50 pětihvězdičkových hotelů a přibližně 200 čtyřhvězdičkových. Několik nových bylo otevřeno a také zrekonstruováno. Významný dopad na pražský hotelový trh má i sdílená ekonomika, prostřednictvím krátkodobých pronáj-

OBSAZENOST EVROPSKÝCH HOTELŮ (v %)

2014	2015	2016	2017*	2018*
1. Londýn (83,0)	Londýn (82,1)	Dublin (82,5)	Dublin (83)	Dublin (83,8)
2. Edinburgh (80,4)	Dublin (82,1)	Londýn (81,3)	Londýn (82)	Londýn (82,4)
3. Paříž (80,3)	Edinburgh (81,4)	Amsterdam (78)	Amsterdam (78,3)	Barcelona (79,8)
4. Dublin (78,3)	Amsterdam (78,1)	Berlín (77,1)	Praha (78,2)	Amsterdam (78,9)
5. Amsterdam (77,2)	Paříž (76,4)	Praha (76,9)	Barcelona (77,9)	Praha (78,5)
6. Belfast (76,1)	Berlín (76,4)	Barcelona (76,6)	Berlín (77,5)	Berlín (78,4)
7. Berlín (74,2)	Barcelona (75,3)	Budapešť (75,1)	Budapešť (75,8)	Budapešť (77,7)
8. Curych (73,2)	Praha (75,0)	Vídeň (74,7)	Porto (75,7)	Porto (77,6)
9. Barcelona (73,0)	Lisabon (73,5)	Lisabon (74,2)	Lisabon (75)	Lisabon (76,1)
10. Vídeň (72,0)	Curych (73,4)	Porto (73,5)	Vídeň (74,8)	Vídeň (75,5)

*prognóza PwC

mů turistům. Zatím se však tento dopad nepodařilo přesněji vyčíslit.

„Růst hotelového trhu očekáváme po celý letošní rok. Posilující koruna by sice měla zahraničním návštěvníkům zdražovat ubytování, ale předpokládáme, že naopak ocení výhodu re-

lativně bezpečné evropské metropole. Rostoucí poptávku asijských cestovatelů by měly podpořit i nové přímé letecké linky z Peking, Šanghaje s Chengdu. Do roku 2019 již nepředpokládám významný nárůst nových hotelových kapacit,“ dodal Jan Musil. (tz)

České startupy spoléhají na vlastní zdroje a lákají vývojáře na podíl ve firmě

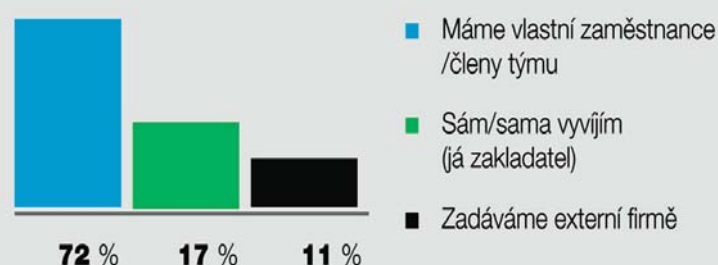
Více než třetina českých startupů v současnosti nabízí svým pracovníkům jako odměnu za práci i vlastnictví části společnosti. Průzkum Vodafone Nápad roku, společnosti Profinit a univerzitního podnikatelského akcelérátoru xPORT VŠE také ukázal, že většina těchto firem nevyužívá služby externích vývojářských firem.

Rychlost, efektivita, pružnost a silně motivovaný tým. To jsou hlavní výhody startupů. Začínající české firmy se toho učí využívat. Pokud jde o vývoj vlastních produktů nebo služeb, spoléhají raději na vlastní tým, který vedle peněz motivuje i podíl na případném úspěchu.

Zatímco pro nové firmy je podíl ve firmě mnohdy jedinou formou odměny, kterou si zpočátku mohou dovolit, těm úspěšným zase slouží jako zajímavý bonus k platu pro klíčové zaměstnance. Část firmy takto „rozdává“ celkem 34 % ze čtyř desítek oslovených startupů. Pouze desetina startupů (téměř 11 %) zároveň práce na vývoji produktu zadává externímu dodavateli.

„Z průzkumu vyplynulo určité zklamání nad přístupem externích dodavatelů. Domníváme se, že dobře nastavená spolupráce s profesionální vývojářskou firmou může být velmi prospěšná, protože kromě samotných kapacit nabízí také zkušenosti a znalosti. Může pomoci například s volbou technologií nebo nastavením

Způsob zajištění vývoje aplikace, služby či webu



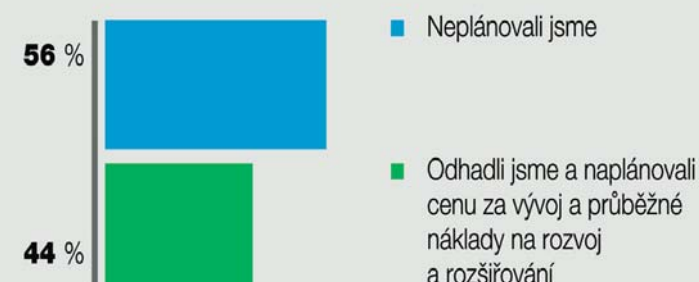
procesu vývoje,“ řekl Tomáš Pavlík, generální ředitel společnosti Profinit a člen poroty soutěže Nápad roku.

Navzdory všeobecnému přesvědčení se také ve startupech nezačíná programovat, hned jak se objeví „geniální“ nápad. Větší část firem (53 %) nejprve připraví a otestuje prototyp, dalších 39 % pak provede důkladnou analýzu. Důkladná analytická fáze, a také pravidelné revize kódu, systematické testování nebo udržovaná dokumentace jsou předpoklady toho, že vyvinutý systém bude v budoucnu udržovatelný a rozšiřitelný. „Zdá se, že i startupy aplikují postupy softwarového inženýrství. Věříme, že tomu pomohlo i naše mnohaleté působení na vy-

sokých školách, kde přednášíme předměty zaměřené na správnou praxi vývoje software,“ dodal Tomáš Pavlík.

„Model Vývoj za podíl ve firmě je zcela jistě zajímavou a lákavou alternativou klasického najímání vývojářů. Vždy ho ale doporučuji spojit i s klasickým modelem základního odměňování a podíl rozdělovat až po dosažení cílových ukazatelů konkrétní etapy startupového projektu (např. ověření prototypu, získání dostatečné báze odběratelů apod.). Také není tento model pro každého – měl by být využit pouze pro klíčové vývojáře projektu, kteří garantují jeho kvalitu a dlouhodobou udržitelnost,“ uvedl Ota Novotný, výkonný ředitel xPORT VŠE.

Jak jste plánovali náklady na vývoj aplikace?



Průzkumu se zúčastnilo 36 úspěšných firem, které se v minulosti probojovaly finále soutěže Vodafone Nápad roku. Letošní jubilejní desátý ročník opět nabídl zajímavým projektům šanci získat investici až 10 milionů korun, okamžitou odměnu pro vítěze ve výši 300 000 korun, mentoring a zpětnou vazbu od úspěšných podnikatelů či pobyt v americkém Silicon Valley. Novinkou byla letos kategorie Profinit Technologický projekt, jejíž vítěz pojedí v listopadu na největší oborovou konferenci o webu a technologiích do Lisabonu. Cenu získala společnost Byzance, která vyvíjí a dodává hardware i softwarové nástroje pro vývoj a provozování služeb „internetu věcí“.

(tz)

MIBCON má nové centrum v Děčíně

Společnost MIBCON otevřela nové vývojové centrum v Děčíně. Region, který není zrovna spojován s vývojem nových technologií, tak získává další zajímavý projekt. Vývojové centrum mib:lab spolupracuje s absolventy a studenty technických škol, zejména s ČVUT, které zde má dvě fakulty. Na podzim tohoto roku společnost MIBCON plánuje přijetí dalších nováčků, kteří mají zájem se učit nové technologie.

„Většina firem buduje svá centra a rozvojové projekty ve velkých městech, my jdeme tak trochu proti proudu. Pro Děčín jsme se rozhodli hned z několika důvodů,“ uvedl Jan Holík, šéf strategie MIBCON a.s. „Jde o region s vyšší nezaměstnaností, kde hůře hledají dobré místo i kvalifikovaní lidé. Navíc chceme podchytit zajímavé talenty

z řad studentů, kteří by chtěli zůstat pracovat v regionu, ve kterém žijí a studují – v Děčíně najdete dvě fakulty ČVUT. Dalším důvodem je fakt, že sám pocházím z Děčína a mám pocit, že bych měl regionu osobně něco vrátit.“

Česká republika je destinací, ve které postupně vznikají různá vývojová centra, často

nadnárodních firem. Většinou se však soustředí ve velkých městech, jako je Praha, Brno, Ostrava, Hradec Králové a v jejich nejbližším okolí. V současné době se tento trend pomalu mění – nedostatek kvalitních a kvalifikovaných lidí je pro mnoho firem limitující. Proto předvídají manažeři směřují stále častěji zajímavé aktivity do regionů.

„K prvním absolventům naší mib:lab právě přibýlí další dva, kteří se zapojili do týmů zaměřených na systém SAP. Stali se i součástí týmů konkrétních projektů, v rámci kterých se budou dál učit, než se z nich stanou zcela samostatní konzultanti,“ uvádí k aktuální situaci Jan Holík.

„Rádi bychom měli i konkrétní samostatné projekty přímo v Děčíně.“

MIBCON a.s. je jedna z nejvýznamnějších českých poradenských společností v oblasti podnikových řešení postavených na platformě SAP. Má více než 20 let zkušeností a již řadu let status „zlatého“ partnera SAP. Je členem prestižní globální partnerské sítě UnitedVARs. MIBCON zná nejnovější trendy v podnikových systémech, nebojí se inovativních produktů a projektů a dobře se vyzná v licenční politice SAP. Firma obdržela řadu ocenění udělovaných společnostmi SAP za kvalitu a rychlost dodávky řešení.

(tz)

INZERCE



**Hlasujte pro
vítěze E.ON
Energy Globe
2017**

energyglobe.cz

e-on

Akcelerator StartupYard získal 26 milionů v historicky největším investičním kole

Pražský startupový akcelerator společně s Fundliftem oznámil rekordní investici, kterou získal formou neveřejné nabídky s pomocí této crowdfundingové platformy. Investice bude použita pro dvě akcelerační kola s maximálním počtem 20 startupů s možností následného seed financování. Jde o největší investici tohoto druhu ve střední Evropě.

Středoevropská jednička mezi technologickými akceleračními StartupYard tento týden oznámil uzavření financování na úrovni 26 milionů Kč. Jde o jednu z největších investic, obsahující peníze soukromých investorů a investorů pocházejících z české investiční crowdfundingové platformy Fundlift.cz. Tyto prostředky budou využity až pro 20 startupů ve dvou kolech akceleračního programu v roce 2017 a 2018. Získaná částka umožní StartupYardu dále investovat do vybraných firem ze současného portfolia.

Finance, které byly vybrány od zhruba 100 investorů skrze Fundlift, budou tvořit přímé investice ve výši 30 000 eur do každé z maximálního počtu 20 nových firem, přičemž další financování bude po každém kole rozděleno mezi vybrané startupy s nejlepšími výsledky. Fundlift, za kterým stojí firma Roklen jakožto licencovaný obchodník s cennými papíry, v minulosti StartupYardu asistoval v získání menší investice v roce 2016. Aktuální investiční kolo je zatím největším za dobu existence Fundliftu a taktéž největší svého druhu ve střední Evropě. Oznámení přichází v době, kdy StartupYard

uzavřel několik zdařilých investic velice slibných startupů ve svém portfoliu. Aktuální je investice 600 000 eur do startupu Neuron Soundware, zaměřeného na strojové učení, které vložila firma J&T Ventures. Dalším příkladem je financování od Mitonu do dalšího startupu v oboru umělé inteligence s názvem Rossum.ai, oznámené na akci StartupYard DemoDay v únoru letošního roku.

„Před čtyřmi roky si dal StartupYard za cíl vyzdvihnout high-tech startupy ze střední Evropy a uvést je v povědomí, pomoci jim dostat se na takzvanou mapu světa. My jsme moc pyšní na to, čeho jsme doposud dosáhli,“ řekl Cedric Maloux, CEO StartupYardu, který ho vede již od roku 2013. „Rostoucí důvěra a nadšení mezi českými investory je důkazem tvrdé práce našich firem, stejně tak inteligence a předvídavost technologicky zaměřené komunity ve střední Evropě.“ Pod vedením Cedric Malouxe zvýšil StartupYard tempo i rozsah svých aktivit ve střední Evropě, nábořem startupů z 16 zemí, a zvyšuje i zájem o technologické firmy v oblastech strojového učení, virtuální a rozšířené reality, internetu věcí, Big Data, kryptografie a také technologie blockchain.

„Po dvou úspěšných investičních kolech se StartupYardem nás moc těší nadšení investorů na naší platformě. K účasti na současném investičním kole bylo pozváno zhruba 100 investorů, avšak silný zájem projevilo mnohem více z nich,“ poznamenal Radek Musil, CEO Fundliftu. „Ukazuje nám, že česká komunita investorů má silný apetit na investice do těch nejnovějších technologií a věří již oštěřilému Startu-



Cedric Maloux, ředitel StartupYardu

pYardu a jeho smyslu pro dobrý výběr mezi startupy,“ dodal Radek Musil.

Možnost přihlášení do současné osmé kohorty StartupYardu byla do 30. června. Startupy, které se přihlásily, dostanou dodatečnou příležitost hledat investice i mimo tradiční seed investici StartupYardu. „Je důležité, že jsme schopni nabídnout startupům v nejranější fázi finanční zdroje, což je situace, kdy je potřebují nejvíce,“ vysvětlil Cedric Maloux. „Hledáme firmy, které pracují na unikátních technologických produktech, které se obtížně kopírují. Tudiž přístup ke kapitálu je klíčem k tomu, aby tito zakladatelé mohli co nejdříve rozvinout svoji práci a oslovit správné zákazníky.“

Následující dvě kola StartupYardu nazvané Batch 8 a Batch 9 se uskuteční na podzim 2017 a na jaře 2018. Více informací související s programem, přihlašovaním a organizací naleznete na startupyard.com.

O StartupYardu

Od roku 2011 StartupYard investoval a akceleroval 51 startupů v sedmi kohortách. Jeho cílem je pomoci vybraným startupům k růstu a získání dalších investic, přičemž je propojuje s mentory a partnery, kteří jim pomohou s globálním růstem. Další investice se podařilo získat již dvaadvaceti absolventům StartupYardu v celkové částce téměř 183,4 milionu korun. Pět startupů již bylo prodáno, 32 startupů stále funguje. StartupYard je podpořen Credo Ventures, Rockaway Capital a skupinou andělských investorů, včetně Michala Illiche, Josefa Matějky, Michala Kratochvíla a Filipa Staehelina.

O Fundliftu

Fundlift je první investiční crowdfundingová platforma na českém trhu a jako taková umožňuje růst a inovaci ve společnostech různých průmyslových odvětví. Hledá kapitál jak od profesionálních investorů, tak od veřejnosti. Fundlift je podporován společností Roklen, licencovaným obchodníkem s cennými papíry, regulovaným Českou národní bankou, která dohlíží na celý investiční proces. Investoři mohou zafinancovat startupy, early stage firmy a hotové podniky prostřednictvím investování do podílů ve společnostech, konvertibilního dluhopisu nebo dluhopisu. (tz)

Plzeňský Prazdroj pustil do provozu stáčecí linku, díky ní může nabízet nápoje v pěti nových typech plechovek



Plzeňský Prazdroj uvedl koncem června do plného provozu zcela novou linku na stáčení nápojů do plechovek, díky které nabídne spotřebitelům své produkty v mnohem širším spektru obalů než doposud. K tradičním třetinkám a půllitrům přibudou plechovky o objemu od 200 mililitrů až po jeden litr. Investice do této nejmodernější linky na trhu dosáhla 340 milionů korun.

Zařízení má kapacitu 40 000 plechovek hodinově a bude vyrábět nápoje v osmi různých variantách (200, 250, 330, 400, 500, 550, 750 a 1000 ml). „Využijeme ji jak pro plnění ležáků a výčepních piv, tak i piv nealkoholických, ochucených Birel-

lů i neustále populárnějších ciderů Kingswood a Frisco,“ uvedl Stanislav Hamara, manažer plzeňského pivovaru. „V testovacím provozu jsme vyrobili už například krásné sběratelské kousky – 750 ml plechovky Pilsner Urquell k příležitosti 175. výročí pivovaru, které letos slavíme,“ popsal Stanislav Hamara. Aktuálně Prazdroj na trhu testuje nové 250 ml plechovky Birellu, které také už z nové linky sjely.

O investici rozhodl Plzeňský Prazdroj na začátku roku 2016 a to díky zvyšující se poptávce po plechovkovém pivu na domácím i zahraničním trhu. Kapacita výroby plechovkového piva a dalších nápojů se díky nové investici zvýší téměř o tři čtvrtiny. Celkem Plzeňský Prazdroj v plechovkách nyní prodává zhruba 14 %

produkce a tento podíl stále roste. Populární jsou plechovky zejména v létě, kdy si lidé kupují pivo v těchto obalech na cesty na dovolenou, nebo na chaty a chalupy.

Nová technologie umožňuje rychlou výměnu produkce různých typů plechovek v reakci na aktuální potřeby trhu. „Je to možné díky unikátnímu systému propojení plniče a dvou zavíraček plechovek s poloautomatickým přestavbovým systémem,“ doplnil Daniel Šefranko, projektový manažer, který tuto celou investici úspěšně řídil.

Na nové lince našlo práci 20 dalších zaměstnanců. Zkušební provoz byl zahájen v dubnu a nyní technologie pracuje na plný provoz ve čtyřech směnech. (tz)

Yanfeng Automotive Interiors otevřela nový závod v Plané nad Lužnicí

Yanfeng Automotive Interiors (YFAI), světová jednička v řešení automobilových interiérů, slavnostně otevřela svůj nový výrobní závod v Plané nad Lužnicí. Jakožto nový zaměstnavatel v regionu hodlá společnost postupně nabídnout přes 500 nových pracovních míst.

„Trh v oblasti automobilových interiérů v současnosti velmi silně stoupá. Protože nárůst poptávky očekáváme i v budoucnu, rozhodli jsme se dále investovat do svých evropských závodů a výrobní sítě v ČR. Proto jsme slavnostně otevřeli svůj nový závod v jižních Čechách,“ uvedl Johannes Roters, Chief Executive Officer pro YFAI.

Nový výrobní závod vybudovala společnost „na zelené louce“ v průmyslovém areálu na okraji Plané nad Lužnicí a vybavila jej špičkovým high-tech výrobním zařízením. Bude produkovat přístrojové desky a dveřní panely pro osobní

vozy. „Díky otevření závodu v Plané nad Lužnicí a díky instalaci nejmodernějších technologií navýšujeme kapacitu stávající výrobní sítě ve střední a východní Evropě. Nyní začneme postupně zvyšovat samotnou výrobu. Věříme, že do začátku roku 2018 dokážeme přejít na plný výkon a hromadnou výrobu, v souladu s výrobními plány našeho zákazníka,“ uvedl Jochen Heier, Vice President & General Manager Europe & South Africa pro YFAI.

Čestným hostem při slavnostním otevření závodu byla velvyslankyně ČLR v Česku, Její Excelence paní Ma Kche-čching, která ve své řeči uvedla: „Úspěšné obchodní vztahy závisí na celé řadě ekonomických a politických faktorů. Ceníme si stabilních vztahů mezi Českou republikou a Čínskou lidovou republikou, které umožňují firmám expandovat a růst díky kombinaci toho nejlepšího z obou zemí.“ S nárůstem výroby v následujících měsících se YFAI stane jedním

z největších zaměstnavatelů na Táborsku. „Společně na místní pracovní sílu a do našeho nového závodu jsme již přijali 170 zaměstnanců. Jejich počet chceme do začátku roku 2018 postupně navýšit zhruba na 300 a do roku 2021 hodláme přijmout až 500 kvalifikovaných lidí z regionu. Pro operátory do výroby i pro technické a administrativní funkce nabízíme slibné kariérní možnosti a atraktivní pracovní podmínky i benefity. V současné době hledáme absolventy oborů řízení jakosti a strojírenství i operátory a zaměstnance do oddělení údržby nástrojů,“ uvedl Jiří Rösner, Plant Manager Operations v Plané nad Lužnicí. „Nábor na volná místa již probíhá.“

Yanfeng Automotive Interiors s centrálou v Šanghaji má na světovém automobilovém trhu skvělou reputaci. Společnost, jež byla založena v roce 2015, je společným podnikem Yanfeng, což je jeden z největších dodavatelů v oblasti

automobilového průmyslu v Číně, a společnosti Adient, světové jedničky ve výrobě automobilových sedadel. Klíčovými výrobky společnosti jsou přístrojové desky a palubní systémy, dveřní panely, podlahové konzoly a stropní konzoly a inovativní řešení pro autonomní vozidla.

V regionu střední a východní Evropy již společnost YFAI v rámci své expanze letos otevřela Technologické centrum v Trenčíně a Automobilové obchodní centrum v Bratislavě. Kromě těchto lokalit provozuje ještě společnost závod na výrobu dveřních panelů, podlahových konzol a dalších komponent automobilových interiérů v Žatci a dále i výrobní závody v maďarské Pápe a v Námestovu na Slovensku. Se stávajícími výrobními lokalitami a novým závodem v Plané nad Lužnicí (CZ) dokáže společnost splnit všechny požadavky zákazníků v regionu střední a východní Evropy a podporovat růst dalších závodů společnosti v Evropě. (tz)

Nejžádanější zaměstnavatelé jsou malé soukromé podniky

V jakém typu společnosti by lidé nejraději pracovali? Anketa, která v květnu probíhala na stránkách Profesia.cz ukázala, že většina Čechů preferuje malé soukromé firmy. V těsném závěsu ale figurují velké nadnárodní společnosti.

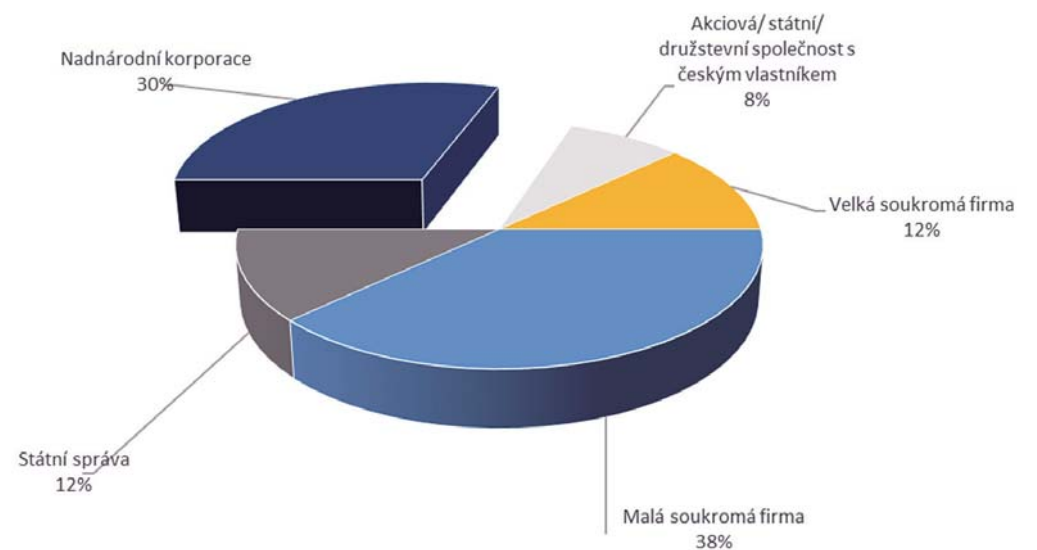
Zaměstnanci v současné době těžko shánějí všechny typy firem, ale ukazuje se, že větší šance mají u Čechů ty malé soukromé. Lidé od nich očekávají především rodinnější atmosféru, pružnou organizační strukturu a lepší osobní vztahy. Hodně lidí také láká kariéra v nadnárodních korporacích. Zde hraje roli především lepší finanční ohodnocení, široká nabídka benefitů, ale i perspektiva kariérního růstu – možnost fungovat v nadnárodních týmech a „vyrůst“ nad české poměry.

Jaké jsou konkrétní výsledky nejnovější ankety na stránkách Profesia.cz? Respondenti od-

povídali na otázku, v jakém typu společnosti by chtěli pracovat. Nejvíce, tedy 38 % z nich, vybralo malou soukromou společnost, pro velkou nadnárodní korporaci by chtělo pracovat 30 % lidí. Vyrovnané šance mají velké soukromé firmy a státní správa – ty vybralo 12 % odpovídajících. Zbýlých 8 % by chtělo pracovat v akciové či družstevní společnosti s českým vlastníkem nebo ve státním podniku.

„Lidé sice rádi dobře vydělávají, ale při volbě zaměstnavatele hrají stále významnější roli další faktory – atmosféra ve firmě, možnost kariérního růstu, ale také smysluplnost práce a renomé zaměstnavatele,“ řekla Zuzana Lincová, ředitelka Profesia.cz. „S tím souvisí i to, že zejména u mladších ročníků přestává fungovat plošné oslovení uchazečů o práci. Čtější se dozvědět více o hodnotách firmy, jejím reálném fungování a svých možnostech. A s tím je třeba počítat při plánování náborových kampaní, které mají vzbudit jejich pozornost.“ (tz)

V JAKÉM TYPU SPOLEČNOSTI BYSTE CHTĚLI PRACOVAT?



Správní orgány firem už nemohou být klidným místem pro bývalé manažery

Již tři roky platí novela zákona o obchodních korporacích, která významně posílila zodpovědnost správních orgánů, ale je otázkou, jestli ji firmy v Česku přijaly za svou. Společnost Stanton Chase, která se věnuje nejen vyhledávání vrcholových manažerů, ale i poradenství v oblasti správních orgánů, představila nejčastější důvody selhání představenstev a dozorčích rad na pracovní snídani z cyklu Corporate Governance – Best Practice Series, pořádanou Czech Institute of Directors ve spolupráci se společností Stanton Chase Praha.

Nedávno se i v českých médiích diskutovalo o selhání správních orgánů, např. případ podezření ze střetu zájmů bývalého předsedy představenstva společnosti Jihočeské nemocnice Martina Bláhy a bývalého jihočeského hejtmána Jiřího Zimoly. Příkladem ve světovém kontextu byl během aféry dieselových motorů šok představenstva koncernu Volkswagen, jehož členové se o podvádění při testování vozidel dozvěděli až z médií. Dohled veřejnosti, médií i úřadů na fungování firem je čím dál přísnější a správní orgány se dostávají pod tlak. „Existují stovky rizik, mnohá z nich mají právní následky. Je možné tolika rizikům vůbec předjet?“ položil řečnickou otázku Jan Spáčil, člen Řídicího výboru Institutu, a Managing Partner advokátní kanceláře Ambruz & Dark Deloitte Legal. Sám odpověděl: „Je nesmírně důležité mít správné informace a nenahližet na otázky fungování jen dnešním pohledem. Co bývala dříve všeobecná

praxe, je dnes třeba již trestné. Problémy se však nejčastěji řeší, až když vzniknou.“ Petr Fiman, viceprezident Institutu členů správních orgánů a zároveň viceprezident Electric Powersteering Components Europe k tomu dodal: „V Česku nejsme až tak vyspělí v oblasti pravidel a jejich dodržování. Praxe je často podle vzoru: všichni to tak dělají, tak já budu taky. Měli bychom se inspirovat ve vyspělejších zemích, jako jsou Německo nebo Velká Británie. Přitom tzv. compliance programy (dodržování pravidel) by neměly být samoúčelné, ale základem posilujícím další činnosti společnosti.“

Hlavní host pracovní snídani Wassim Karkabi, globální vedoucí pro služby pro správní rady společnosti Stanton Chase, poukázal na to, že správné řízení korporací by nemělo být vnímáno

jako nutné zlo. „Dobrá správa společnosti neznámá jen prevenci krizí,“ řekl Wassim Karkabi. „Data, která máme, potvrzují, že dobře řízené společnosti mají přístup k lacinějším úvěrům, nižší náklady na kapitál a jejich akcie si obecně vedou lépe.“ Wassim Karkabi dále vyjmenoval deset důvodů, kvůli kterým se správní orgány dostávají do problémů. Jsou to: nevhodné personální složení orgánů, nedostatek informací, špatná rozhodnutí, bagatelizace rizik, zneužití zdrojů, neznalost a nedodržování pravidel, finanční nedbalost, chabá strategie a nedostatek týmové spolupráce. „Bez pravidel je činnost správního orgánu podobná tomu, když dáte několika lidem míč, ale neřeknete jim, jakou hru mají hrát. A je potřeba pamatovat také na trenéra a rozhodčího,“ vysvětlil.



Častým následkem hry bez pravidel bývá nejasné rozdělení kompetencí výkonného ředitele a předsedy správní rady. Karkabi to přirovnává k řidiči a spolujezdci. Ředitel řídí auto-firmu, zatímco předseda má na starost, aby byl vůz technicky a úředně v pořádku. Do řízení nemá zasahovat. Jen ve výjimečných situacích smí „trhnout volantem“. Někteří předsedové správních orgánů si to podle Wassima Karkabiho bohužel neuvědomují.

Problém bývá, jak poznat, zda správní orgán funguje dobře a má firmu skutečně pod kontrolou. Podle hostů je podstatné nebránit se hodnocení. „Český slovo ‚hodnocení‘ nezní moc dobře. Říkejme třeba zpětná vazba. A bez zpětné vazby nemůže fungovat žádný organizmus ani stroj,“ připomněl Petr Fiman. „Máme k dispozici rozsáhlá data o firmách a správních orgánech v různých odvětvích. Při hodnocení toho, jak funguje správní orgán, můžeme jeho současný stav porovnat s těmito daty a následně doporučit kroky ke zlepšení. Třeba se ukáže, že někteří členové správní rady jsou na svém postu příliš dlouho. Zpravidla po pěti letech ve funkci jsou spokojeni, nemají chuť měnit zavedené pořádky a brání se novým nápadům,“ uzavřel Wassim Karkabi.

Monika Zahálková, výkonná ředitelka Institutu, na závěr upozornila, že tento projekt hodnocení správních orgánů má Institut v hledáčku již minimálně dva roky. Finanční instituce mají dokonce povinnost své správní orgány pravidelně hodnotit. „Z vlastní zkušenosti vím, že jen osvědčený výkonný ředitel dokáže jít vstříc takovým zpětným vazbám, protože chápe přidanou hodnotu těchto zjištění,“ dodala Monika Zahálková. (tz)

Jak si co nejlépe ochránit facebookový profil?

Téměř dvě miliardy aktivních uživatelů, téměř dvě miliardy šancí na růst. Za každým malým podnikem stojí sen. Také za ním stojí čas, vášně a úsilí nasměrované k tomu, aby se tento sen splnil. Teď zbývá jediné – dát o sobě vědět. Nejjednodušší způsob? Založení účtu na sociální síti. To je ten moment, kdy přichází na scénu Facebook.

Tato sociální síť je pro majitele malých podniků stále důležitější – ke kontaktu s komunitami, k přilákání nových zákazníků, pro rozvoj a rozšíření produktového portfolia na základě dobře zdokumentovaných rozhodnutí uživatelů. To vše je nyní možné díky sociální síti čítající každý měsíc 1,9 miliardy aktivních uživatelů. Bezpochyby existují určitá rizika a jejich

správné pochopení je velmi důležité. Specialisté společnosti Facebook vám nabízejí ověřené tipy, které pomohou uchovat vaši stránku, profil a firmu v bezpečí. Je to docela snadné. Zde tedy patero rad k ochraně svého osobního i firemního facebookového profilu. Tím budete jistit sebe i své podnikání. Více informací naleznete na www.facebook.com/help/security

1. Ubezpečte se, že máte jasné nastavení pravidla o tom, kdo může spravovat vaši facebookovou stránku. Více správců může být sice pro správu stránky efektivnější, ale s vyšším počtem správců stránky se zvyšuje i bezpečnostní riziko.

2. Ujistěte se, že každému správci je přiřazena správná role: administrátor, editor, mo-

derátor, člověk zodpovědný za inzerci nebo analytik. Podrobnosti k různým typům přístupových práv pro jednotlivé role naleznete v sekci Role u stránky (Page Roles) v Návodě Facebooku (Facebook Help Center).

3. Nezapomeňte zaměstnancům, kteří ve vaší firmě skončí, odebrat roli správce stránek. Jak to udělat? Běžte na facebookovou stránku svého podniku, klikněte na Nastavení (Settings) a přejděte na Role u stránky (Page Roles). Bývalého zaměstnance z jeho role odstraníte klepnutím na tlačítko X vedle jeho jména, poté klepněte na tlačítko Uložit změny (Save Changes).

4. Zapněte funkci Schvalovat přihlášení (Login Approvals) na všech účtech – včetně účtů zaměstnanců, kteří mohou spravovat

vaši stránku. Schvalování přihlášení je bezpečnostní mechanismus, který po vás vyžaduje zadání určitého kódu ve chvíli, kdy se někdo pokusí přihlásit k vašemu účtu z nerozpoznaného zařízení. Kód bude odeslán na vaše mobilní zařízení. Zapnout funkci Schvalovat přihlášení na svém účtu můžete v sekci Zabezpečení účtu (Security settings).

5. Zabezpečte si mobilní zařízení. Facebook se při ověřování spoléhá na mobilní telefon, což znamená, že zabezpečení mobilního telefonu je důležitou součástí postupu, jak svůj facebookový účet a stránku udržovat v bezpečí. Mobilní zařízení můžete zabezpečit pomocí jakékoliv zabezpečovací funkce, kterou máte v telefonu k dispozici, jako jsou například kód, PINy a hesla. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Česká společnost pro jakost a mladá generace

Jedním ze strategických záměrů České společnosti pro jakost je spolupráce v oblasti kvality se všemi generacemi. Tento článek představuje aktivity zaměřené na generaci nejmladší – na studenty.

Cena Františka Egermayera

Česká společnost pro jakost v rámci akcí Listopadu – Měsíce kvality tradičně pořádá mezinárodní konferenci v Národním domě na Vinohradech zaměřenou na oblast kvality. Kromě toho, že ČSJ umožňuje studentům oborů zaměřených na kvalitu účast na této konferenci zdarma, probíhá v rámci slavnostního zahájení konference předávání Ceny Františka Egermayera za nejlepší studentské práce (odborné, bakalářské, diplomové, dizertační) v oblasti managementu kvality, ochrany životního prostředí, BOZP či společenské odpovědnosti. Úspěšní autoři obdrží plaketu a věcné ceny. Navíc mají příležitost prezentovat svoje díla v časopise Perspektivy kvality a dát tak o „sobě vědět“ odborné veřejnosti. Upozorňujeme studenty, že přihlášky do Ceny Františka Egermayera lze podávat do 15. 9. 2017, mezinárodní konference s vyhlášením výsledků proběhne 14. 11. 2017.

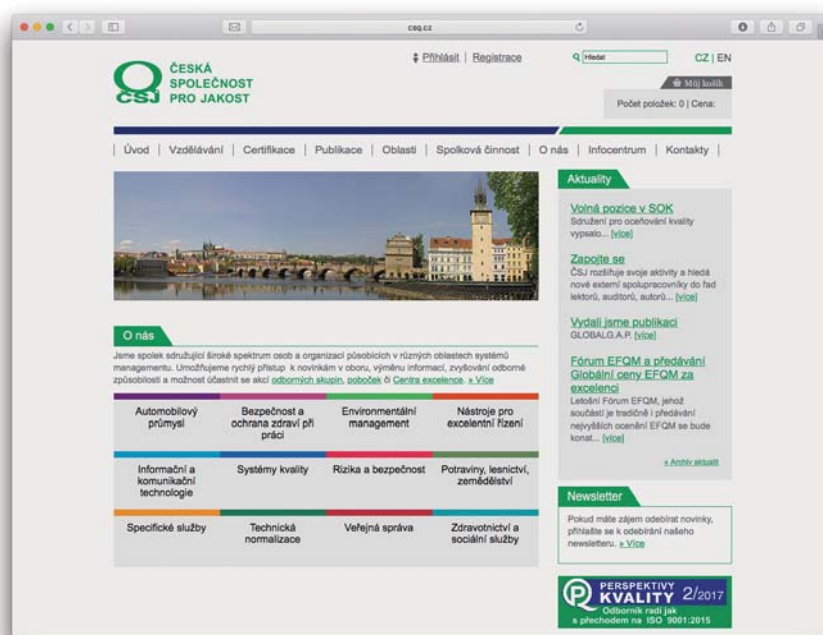
Zkoušky Manažer junior

Certifikační orgán ČSJ pro certifikaci osob provádí nejvíce personálních certifikací v oblasti

kvality. Držitel personálního certifikátu musí prokázat znalosti a zpravidla doložit odbornou praxi. Ale jak má doložit odbornou praxi student? Z tohoto důvodu byla zavedena personální certifikace Manažer kvality – junior. Pro tuto certifikaci není vyžadována praxe, ale čerství absolventi (či studenti vyšších ročníků) musí doložit absolvování příslušných odborných předmětů a samozřejmě musejí úspěšně zvládnout samotnou zkoušku. Certifikát Junior jim poté otevírá dveře k zajímavým zaměstnavatelům. První certifikace typu Junior proběhla na VOŠ Chotěboř již v roce 2004, následovalo rozšíření zkoušky o oblast bezpečnosti potravin, BOZP a CSR.

Granty pro studenty

Od roku 2014 vyhlašuje ČSJ přibližně jedenkrát za rok granty pro studenty vyšších odborných škol a vysokých škol za účelem financování výzkumných projektů zaměřených na oblast systémů managementu kvality a nástrojů kvality. Prvním úspěšným řešitelem projektů byla ekonomická fakulta Technologické univerzity v Liberci, která řešila dva výzkumné projekty – Vy-



užití 3D tisku v oblasti kvality a Aplikace modelu START EUROPE v průmyslovém podniku. Další výzva bude zveřejněna dne 15.11.2017 na webových stránkách ČSJ.

...a neformální setkání

Na konci června se v sídle České společnosti pro jakost uskutečnilo první neformální setkání mladých lidí participujících na kvalitě jako takové. Účast byla, i vzhledem k termínu avizova-

nému s poměrně krátkým předstihem, velmi dobrá, nakonec se sešlo 21 účastníků, a to jak současných studentů předmětů týkajících se managementu kvality, tak i mladých, začínajících profesionálů. V rámci prvního setkání byly prodiskutovány možnosti spolupráce z hlediska obsahu i organizačních záležitostí. Prozatím nedojde k obnovení formální odborné skupiny, která dříve při ČSJ existovala, nicméně je naplánováno uspořádat další podobné setkání v září, tentokrát již s odborným programem. Jedním z hlavních cílů této iniciativy nadále zůstává spojovat mladé odborníky, aby měli možnost si vyměňovat zkušenosti. Jak bylo řečeno již na prvním setkání, mnoho věcí již bylo vymyšleno, mnoho problémů již bylo někdy řešeno a nemá přidanou hodnotu znovu prošlapávat již prošlapanou cestu.

Informace o dalším setkání a aktivitách budou včas zveřejněny na internetových stránkách, Facebooku a LinkedIn ČSJ.

kollektiv autorů České společnosti pro jakost
www.csj.cz

INZERCE

Váš partner na cestě za vyšší kvalitou

QUALITY INNOVATION AWARD

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.

Pro rekvalifikační kurz se nejčastěji rozhodují lidé okolo 40 let, zaměstnavatelé často upřednostňují praxi před vzděláním

Muži ve středním věku či maminky po mateřské dovolené. To jsou jedny z nejčastějších skupin, které se rozhodnou absolvovat rekvalifikační kurzy. Jen v loňském roce jich však díky nízké nezaměstnanosti meziročně o 15 000 ubylo. Zaměstnavatelé i personalisté přitom uvádějí, že u přijímacího řízení často rozhoduje spíše dosavadní praxe než rekvalifikační kurz nebo jiná forma vzdělání.

Mezi absolventy rekvalifikačních kurzů nejčastěji patří dlouhodobě nezaměstnaní nebo lidé, kteří vystudovali obor, jemuž se už nadále nechtějí věnovat. Tato změna může nastat prakticky kdykoliv, podle údajů ministerstva práce a sociálních věcí se však pro rekvalifikaci nejčastěji rozhodují lidé okolo 40 let. V loňském roce byla z hlediska počtu osob, které Úřad práce zařadil do rekvalifikace, nejvíce zastoupena věková kategorie 35–39 let, na druhém místě následovali lidé ve věku 40–44 let. Třetí pak byly srovnatelné kategorie osob ve věku 50–54 let a 25–29 let.

„Loni byly nejčastěji realizovány rekvalifikační kurzy pro získání řidičských oprávnění včetně průkazů profesní způsobilosti řidiče, kurzy vedoucí k získání svářečských, strojnických a jiných odborných průkazů, kurzy ke zvýšení počítačové gramotnosti, účetnictví a pro pracovníky v sociálních službách,“ uvedl náměstek pro řízení sekce zaměstnanosti a nepojistných sociálních dávek ministerstva práce a sociálních věcí, Jiří Vaňásek.

Ačkoliv se v loňském roce rekvalifikovalo o více než 15 000 lidí méně než v roce 2015, podle Jiřího Vaňásky je zájem ze strany uchazečů o zaměstnání dlouhodobě srovnatelný. „Loňský meziroční pokles nelze přičíst menšímu zájmu o rekvalifikaci. Souvisí totiž se snižova-

váním počtu uchazečů o zaměstnání vedených v evidenci úřadu práce,“ doplnil Jiří Vaňásek. Klesající tendenci potvrdila i manažerka personální agentury Advantage Consulting Martina Látalová. „S absolventy rekvalifikačních kurzů se setkáváme stále méně. Souvisí to s velkým nedostatkem lidí na českém trhu práce.“

Pokud už uchazeč, který prošel rekvalifikačním kurzem, uspěje v přijímacím řízení, musí často počítat s počátkem nové kariéry na juniorní pozici. „Praxe se bohužel v některých oborech nedá nahradit pouhou rekvalifikací,“ poznamenala Martina Látalová. Právě na předchozí zkušenosti se zaměřuje i koncern ZKL, který je největším výrobcem speciálních a technologických ložisek ve střední Evropě. „Často je u nás klíčová dosavadní praxe, především pak u seniorních pozic. Nevyhodnocujeme, zda uchazeč prošel rekvalifikací, či nikoliv, daleko více nás dokáže oslovit snaživost či jeho zápal pro věc,“ řekla personální ředitelka koncernu, Lada Serreli. Touha zaměstnanců pracovat na sobě oslovuje i firmy v jiných odvětvích. „Jsme otevření všem snaživým uchazečům s chutí učit se. V takových případech hledíme na vzdělání, odbornost je až na druhém místě. Díky této dnes již osvědčené strategii jsme si vychovali řadu současných odborníků,“ uvedl generální ředitel společnosti CAREnt, Lubomír Hartman.

Nejpočetnější jsou mezi účastníky kurzů zastoupeni uchazeči s výučním listem, maturitou a základním vzděláním. V posledních letech se také rekvalifikuje více žen než mužů. „Například v loňském roce to bylo konkrétně 60 % žen z celkového počtu lidí, kteří absolvovali rekvalifikační kurzy. Podíl na tom má jistě i skutečnost, že se o rekvalifikaci velmi často zajímají maminky po mateřské dovolené, které se opět vrací do zaměstnání,“ uzavřela Martina Látalová. (tz)

Polovina českých firem sídlí v Praze, ale to není vše...

Skoro polovina tuzemských firem má sídlo v Praze, často však jde o virtuální adresy. Rekordmanem v metropoli je čtyřpatrový dům v ulici Rybná 24, kde své sídlo uvádí hned 3746 firem. Mezi adresy s největší koncentrací firem v Brně patří Lidická 19 s 1209 sídly. Datový tým nejobsáhlejší online databáze českých firem Merk.cz zjistil také to, které ulice jsou v dalších velkých českých městech firmami nejvíce žádané.

Ač je to možná na první pohled zvláštní, jedna adresa může poskytovat sídlo až pro tisíce firem. Nejde přitom o obrovskou kancelářskou budovu, ale o dům, nejčastěji dokonce pouze o jednu kancelář. Takovýchto míst má nejvíce Praha, dle databáze Merk.cz jich je přes 200.

Tři minuty chůze od Staroměstského náměstí, jednu minutu chůze od OC Palladium a v těsné blízkosti metra B (Náměstí republiky) se v pražské ulici Rybná v čp. 24 nachází nenápadný dům. Vypadá jako klasický nájemní. V přízemí se nacházejí prostory pro obchody a v patrech byty a kanceláře. A přesto je nečím jiný – jde totiž o dům s nejvíce sídly tuzemských firem – dle obchodního rejstříku tuto adresu uvádí hned 3746 firem. Papírové sídlo na této lukrativní adrese přijde na 199 Kč za měsíc. „Druhou nejčastěji využívanou adresou v metropoli najdeme v ulici Kaprova 14, kde je zapsaných 2732 společností. Pokud bychom ana-

TOP NEJUVEDĚNĚJŠÍ ČESKÉ FIREMNÍ ADRESY DLE MĚST				
město	1. místo	2. místo	3. místo	další ulice
Praha	Rybná	Kaprova	Sokolovská	Koněvova, Vinohradská, Kubelíkova, Korunní, Revoluční, Bořivojova, Jaurisova
Brno	Lidická	Příkop	Merhautova	Vídeňská, Oblá, Botanická, Palackého třída, Cejl, Údolní, Nové sady
Ostrava	28. října	Nádražní	Výškovická	Sokolská třída, Hlavní třída, Opavská, V Zátíší, Horní, Dr. Martínka, Volgogradská
Plzeň	Sokolovská	Žlutická	Klatovská třída	Tachovská, Rabštejnská, Koterovská, Kralovická, Manětínská, Brněnská, Lábkova
Olomouc	Olomoucká	Trnkova	Nádražní	Stiborova, Komenského, Foerstrova, Kmochova, Jiráskova, Sokolská, Lazecká
Hradec Králové	tř. Ed. Beneše	Štefánikova	Pod Zámečkem	Milady Horákové, Hradecká, Jungmannova, Pražská třída, Severní, Jana Masaryka, Čajkovského
České Budějovice	Lidická tř.	V. Volfa	J. Bendy	Plzeňská, Rudolfovska tř., Dlouhá, Větrná, Nová, Pražská tř., Čechova
Liberec	Dobiášova	Liberecká	Gagarinova	Aloisina výšina, Husova, Jáchymovská, Ruprechtická, Sametová, Na Pískovně, Haškova
Pardubice	náb. Závodu míru	Dašická	Erno Košťála	Pardubická, Bartoňova, Jana Zajíce, Bělehradská, Palackého třída, Lonkova, Na Drážce
Ústí nad Labem	Masarykova	Jizerská	Klíšská	Peškova, Kmochova, Keplerova, Žežická, Spartakiádní, Palachova, Nová

lyzovali celé ulice, potom nejvíce sídel je vedlejších opět v ulicích Rybná, Kaprova a následně Sokolovská. V Brně mezi domy s největší koncentrací firem patří Lidická 19 (s 1209 sídly), Příkop 4 (s 952 sídly) a Příkop 6 (s 651 sídly),“ řekl Tomáš Berger, zakladatel služby Merk.cz.

Virtuální sídla jsou v Česku stále populárnější. Každým rokem jich přibývá několik desí-

tek. Při splnění všech zákonných požadavků jsou plně legální variantou umístění sídla. Mezi tyto zákonné povinnosti patří správné označení sídla, zajištění přebírání písemností, zajištění kontaktu s veřejností a státními orgány. Firmy volí virtuální sídlo především kvůli možnosti získat lukrativní adresu za velmi výhodnou cenu a také kvůli nižšímu riziku finančních kon-

trol. Sídlo společnosti umístěné v anonymnějším prostředí většího města může také přinést větší klid k podnikání a rozvoji firmy.

Tyto a další statistiky, včetně heatmap, se nacházejí na stránce www.merk.cz/did-you-know/factoid/address-heatmaps. Na heatmapě je možné vidět místa s nejvyšší penetrací sídel firem. (tz)

Po třech letech intenzivních propadů inkasní trh mírně ožívá

Inkasní agentury zpracovaly během loňského roku v České republice pohledávky v objemu přes 23,7 miliardy Kč. Průměrná výše pohledávky řešená inkasní agenturou v roce 2016 poklesla o 539 Kč na 12 256 Kč. Pohledávky za domácnostmi činily 89 % počtu pohledávek předaných do správy inkasním agenturám v daném roce. Vyplývá to z výsledků pravidelného průzkumu trhu mimosoudního inkasa v České republice, provedeného Asociací inkasních agentur ve spolupráci se společností EY.

„Po velkém propadu v roce 2013 inkasní trh stagnoval. Ještě výsledky za rok 2015 měly stagnující tendenci. Inkasní agentury hledaly další možnosti svého uplatnění a některé se začaly orientovat na jiné oblasti působení.

Podle aktuálních výsledků za rok 2016, kdy vzrostlo na trhu jak množství nových pohledávek po splatnosti, tak i objem těchto pohledávek, je to takové malé blýskání na lepší časy. Mimosoudní inkaso pohledávek stále

naráží na svou legislativní neukotvenost a také na nové návrhy zákonů, které mají dopad do této oblasti. Neplatiči jsou zase o něco lépe vzdělaní v tom, na co mají nárok, a věřitelé získali mnoho nových povinností. Nejistota v rozhodování soudů přetrvává dlouhodobě,“ řekl Radek Laštovička, prezident Asociace inkasních agentur.

Inkasní agentury loni zpracovaly přibližně 1,92 milionu nových pohledávek v objemu zhru-

ba 23,7 miliardy Kč a vytváří více než 1050 pracovních míst. Průzkum ukázal, že většina pohledávek (92,9 %) je vymáhána pro třetí stranu. Ač by se inkasní agentury do odkupování pohledávek také rády zapojily, ve většině případů se vítězí výběrových řízení stávají nejrozumnější investoři.

„Meziročně inkasní trh přišel o dalších 260 pracovních míst. Počet pohledávek předaných inkasním agenturám v posledním roce však překvapil. Mimosoudní inkaso pohledávek je anticyklické, takže když se firmám daří, tato oblast zažívá útlum a opačně. Proto jsme očekávali spíše pokračování stagnace inkasního trhu. Přesto bych tento nárůst nepřeceňoval a považuji jej spíše za další projev všeobecného nedostatku pracovníků, který nutí české firmy více využívat outsourcing některých činností na specializované dodavatele,“ vysvětlil Marek

Jindra, partner oddělení transakčního poradenství společnosti EY. Průměrná výše tržeb z inkasní činnosti na jednu inkasní agenturu v roce 2016 byla 55,2 milionu Kč, počet zaměstnanců byl 35 a při zhruba 792 milionů Kč ročně přijatých pohledávek dokázala v průměru věřitelům zajistit navrácení téměř 172 milionů Kč.

„Vedle řady cílů v oblasti vhodného legislativního ukotvení inkasa pohledávek si Asociace inkasních agentur klade za cíl v následujícím období aktivněji ovlivňovat veřejné vnímání inkasa pohledávek. Ten, kdo naší společnosti škodí, přeci není dodavatel služby nebo zboží, který se oprávněně snaží dostat zaplacen, ale neplatič, který se zaplacení vyhýbá nebo si rovnou nakupuje něco, o čem ví, že to nebude schopen zaplatit,“ uvedl Radek Laštovička. (tz)

Proč jsou naše mzdy nižší než platy na Západě?



Mnoho lidí si v Česku stěžuje, že jsou jejich příjmy ve srovnání se západními sousedy o dost nižší. „Je to sice pravda, ale přímé srovnání nestačí. Když se na rozdíly mezi jednotlivými zeměmi podíváme zblízka, nevedeme si vůbec tak špatně, jak by se mohlo zdát,“ řekl Tomáš Surka, výkonný ředitel personálně-poradenské společnosti McROY pro střední a východní Evropu.

Komentoval pět důvodů, proč jsou v České republice mzdy nižší a proč si jen nestěžovat na nízké příjmy:

1. Kritici nízkých příjmů zapomínají na to, že cenová úroveň je mezi jednotlivými státy výrazně odlišná. Kdyby Češi začali vydělávat

například stejně jako Rakušané, vydělávali by vlastně mnohem více než pracovníci v Rakousku. Výrazně nižší jsou v Česku ceny bytů, nájmy, veškeré služby, ale i další zboží – například oblíbené pivo. Příkladem může být porovnání Prahy s Vídní. Podle statistik mají obyvatelé rakouského hlavního města příjmy vyšší o 94 %

- než Pražané. Kupní síla obyvatel Vídně je však vyšší jen o 32 %. Důvodem jsou například dvojnásobné ceny mnoha služeb nebo o polovinu vyšší nájem.
2. Každá země má jiný daňový systém. Znamená to, že z hrubého platu zůstává jiná částka na čistou mzdu a jinou daňovou sazbou jsou zatíženy nákupy. „Obzvláště vysoké daně platí lidé ve skandinávských zemích, ale také ve Francii nebo Itálii. Státy východní Evropy mají pro zaměstnance spíše nižší daňové zatížení,“ uvedl Tomáš Surka.
3. Je scestné si myslet, že když pracovník v Německu vydělává 3000 eur, má český dělník pracující pro stejnou firmu nárok na stejnou odměnu. To by si německá firma pobočku v Čechách nebo na Moravě možná vůbec neotevřela. Nebo by ji přesunula dále na východ.
4. Za nižší platy často může především celkově nižší produktivita české ekonomiky.

Neznamená to však, že na stejné pozici lidé v jedné zemi pracují více produktivně než v jiné. Skutečný význam nižší produktivity spočívá v tom, že výrobek, který se v Česku vyrobí, má často nižší průměrnou prodejní cenu než kupříkladu německý produkt. „Českou ekonomiku tvoří z velké části výroba s nižší přidanou hodnotou. V tuzemských továrnách vznikají mnohdy takzvané meziprodukty, které se odvázejí do firem, kde z nich teprve vyrobí dražší zboží,“ poznamenal Tomáš Surka.

5. Aby tuzemské platy rostly rychleji, je nutné pracovat na změně skladby ekonomiky a přilákat nové investice v oblasti výroby a služeb s vysokou přidanou hodnotou. „Tímto směrem by vláda měla upřít svoji pozornost, další monotónní změnu nepřinesou. Vyplatí se také systematická podpora českých podnikatelů, kteří nechávají právě výrobu s vyšší přidanou hodnotou v domácí ekonomice a své zisky zde reinvestují. Jimi vytvořená hodnota tak neodplouvá do jiných zemí,“ uzavřel Tomáš Surka. (tz)

Hackeri jdou po datech i vašich penězích



V polovině letošního května zasáhl masivní kybernetický útok tzv. ransomware stovky tisíc počítačů v nejméně 150 zemích. Škodlivý software WannaCry tyto počítače zablokoval a za jejich odblokování žádal výkupné. Jaké to má souvislosti?

Mnoho lidí má stále ještě jen mlhavou představu, co vlastně znamená výraz „kybernetický zločin“. Nebo nad tématem mávnou rukou s pocitem, že se jich to netýká. Kybernetický zločin ale může mít vážné dopady na každého z nás. A to nejen prostřednictvím ohrožení kritické infrastruktury a vyvoláním závažné celonárodní bezpečnostní situace. Kyberzločinci totiž mají zásluku na našich penězích. Ano, i na ty vaše. S rozvojem elektronického bankovníctví a finančních transakcí probíhajících online vzrůstá riziko, že se o naše účty a platby začne zajímat také nějaký ten hacker.

Ke kybernetickým útokům dochází stále častěji a způsobují větší škody. Podle zprávy společnosti Symantec (Internet Security Threat Report) došlo v roce 2016 k masivnímu rozvoji kybernetických útoků, zahrnujícímu mnohamilionové virtuální přepadení bank. Bangladéšská centrální banka například přišla o více než 80 milionů dolarů, když útočníci využili slabé stránky zabezpečení, infiltrovali její síť a skrze systém SWIFT provedli podvodné transakce. Podle zprávy 2016 Financial Industry Cybersecurity Report společnosti SecurityScorecard, zabývající se vyhodnocováním bezpečnostních rizik, se v minulém roce kybernetický zločin stal druhou nejčastěji hlášenou formou hospodářské kriminality. Finanční instituce jsou jeho primárními cíli a je nutné, aby využívaly řešení pro odhalování slabin v reálném čase.

Lupiči nechodí s punčochou na hlavě

Vykrádání bankovních účtů se, podobně jako zločin obecně, čím dál více přesouvá do kyberprostoru. Loupeží provedených s punčochou na hlavě ubývá a čím dál více zlodějů usiluje o získání našich peněz (nebo obecně cenných dat) z dálky, pohodlně usazených nad klávesnicí počítače. Vykrádání bankovních kont a digitální loupeže citlivých dat jsou stále sofistikovanější, a kdo dnes tvrdí, že se ho ochrana elektronické komunikace netýká, měl by se zamyslet ještě jednou.

„21. století přineslo prudký rozvoj bankovních služeb poskytovaných prostřednictvím elektronických médií a současně s tím se o bankovní sektor začali čím dál více zajímat kyberzločinci,“ vysvětlil Ing. Petr Budiš, Ph.D. MBA, předseda představenstva společnosti První certifikační autorita, lídra v oblasti bezpečnostních technologií a certifikačních autorit. „Jejich útoky jsou stále propracovanější a dnes se snadno můžete stát obětí virtuální krádeže kdekoli v do-

Česká společnost První certifikační autorita, a.s., český i evropský lídr v oblasti bezpečnostních technologií a certifikačních autorit s mnohaletou tradicí, se bezpečností elektronické komunikace začala zabývat již před dvaceti lety. I.CA peníze a data chrání před kyberzločinci pomocí moderních kryptografických nástrojů. Stará se o to, aby informace přenášené po síti byly bezpečné, data dorazila nedotčená tam, kam mají, a byla čitelná pouze pro zamýšleného adresáta.

sahu internetového připojení. Než třeba v obchodním centru s wifi zaplatíte kartou za nákup, může být váš bankovní účet úspěšně vybil.

Na konci minulého roku například postihla kybernetická loupež 20 000 běžných účtů britské Tesco Bank. A pokud se domníváte, že nejste-li boháči, riziko se vás netýká, bude pro vás asi zajímavé, že se podle mluvčího banky u jednotlivých účtů šlo o „relativně malé částky“.

Statistiky českému trhu chybí, i když data existují

Pokud byste chtěli získat detailnější přehled o tom, jak časté jsou hackerské útoky na bankovní účty a transakce, zjistíte, že souhrnná data a statistiky pro český trh nejsou, minimálně veřejně dostupné. „Takovou statistiku zatím nevedeme, jde ale o tak citlivé údaje, že bychom je ani neposkytli,“ sdělila Denisa Všetíčková z odboru komunikace České národní banky. To potvrzuje i Česká bankovní asociace. Banky si z pochopitelných důvodů informace tohoto typu chrání.

Ani Národní centrum kybernetické bezpečnosti Národního bezpečnostního úřadu neposkytuje žádné konkrétní údaje o subjektech, které spadají pod zákon o kybernetické bezpečnosti (181/2014 Sb.). Kybernetickou kriminalitu řeší Policie ČR, konkrétně Národní centrála proti organizovanému zločinu. Ani policie ovšem statistický přehled o kriminálních aktivitách tohoto typu nevede, byl by totiž

podle vyjádření NCOZ nepřesný a zavádějící. To však ještě neznamená, že data neexistují. A trend co nejlepšího přehledu se neustále rozvíjí. „Do budoucna plánujeme nasadit systém SIKI – sdílení kybernetických bezpečnostních incidentů, který nyní prochází legislativním procesem.

S touto právní úpravou, tedy povinností bank sdílet tyto informace, přichází novela zákona o bankách. Informace z tohoto systému ovšem nebudou veřejné. Budou dostupné bankám, pobočkám zahraničních bank a ČNB,“ upřesnila Denisa Všetíčková.

Na zabezpečení bankovních účtů, online plateb a všech informací přenášených po síti je logicky kladen stále větší důraz. Evropská unie například již v září roku 2014 vydala nařízení č. 910/2014 o elektronické identifikaci a důvěryhodných službách pro elektronické transakce na vnitřním evropském trhu (eIDAS). Účinné je od loňského léta a jednotlivá ustanovení budou nabývat účinnosti postupně v průběhu dvou let.

Na začátku minulého roku pak vstoupila v platnost nová směrnice o platebních službách na vnitřním trhu (PSD 2), kterou členské státy mají implementovat do národní legislativy do dvou let. Má přinést větší výběr a transparentnost platebních služeb, zefektivnit platební systém a zvýšit bezpečnost elektronických plateb a posílit ochranu spotřebitele.

„Regulační požadavky splníme v termínech daných regulací. Pracujeme také na nových službách, které regulace umožní. Nové služby musí být velmi jednoduché. Úspěch mohou jen takové, které nezatíží klienta,“ komentovala fakta tisková mluvčí ČSOB Pavla Hávová.

Ing. Petr Budiš z I.CA hodnotí přístup ČSOB k odpovědnosti v oblasti elektronické bezpečnosti pozitivně a zdůrazňuje nutnost toho, aby banky byly v souladu s platnou legislativou související s elektronickým transakcemi. „Zákazníci chtějí obvykle především pohodlný produkt, a to může vytvářet tlak na banky, aby činily kompromisy na úkor bezpečnosti,“ varoval.

Pohodlí není všechno

Ochrana elektronické komunikace přitom pro běžného zákazníka nemusí být nijak zásadně omezující nebo příliš komplikovaná.



Ing. Petr Budiš, Ph.D. MBA, předseda představenstva společnosti První certifikační autorita

Někdy právě naopak a přináší jen výhody, jako například z nařízení eIDAS vyplývající zrovnoprávnění papírového dokumentu s klasickým podpisem a elektronického dokumentu s takzvaným kvalifikovaným elektronickým podpisem.

„Některé banky mají odpovědnější přístup než jiné,“ dodal Ing. Petr Budiš. „Používají moderní technologie a neupřednostňují v rizikové míře uživatelský komfort před bezpečností.“ Například právě ČSOB, již je První certifikační autorita, a.s. dlouholetým partnerem v záležitostech spojených s autentizací a autorizací v oblasti elektronického bankovníctví, klade velký důraz jak na odpovědné chování uživatele, tak na vhodné hardwarové a softwarové vybavení. Pavla Hávová potvrdila, že spolupráce mezi bankou a I.CA se i nadále bude ještě prohlubovat.

Jak je vidno, i přes stále známější rizika a stoupající počet incidentů, mezi klienty bank stále převládá tendence upřednostňovat uživatelský komfort před bezpečností. Máme pocit, že o zabezpečení se má přeci starat banka a ochranná opatření vnímáme často jako zbytečná a otravná. A finanční instituce, jejichž obchodní strategie se samozřejmě řídí poptávkou, tak často volí kompromisní řešení. Bohužel mnohdy na úkor bezpečnosti.

Nepřipouštět si svůj podíl na odpovědnosti je zrádné. Jsou to přeci koneckonců naše peníze, a je tedy naším zájmem, aby byly v bezpečí před potenciálními útoky kyberzločinců. „Když si zjistíte, že také neprestanete zamykat dveře,“ řekl Petr Budiš. Prvním krokem k maximální ochraně našich bankovních účtů je volit takové fi-

Jak je vidno, i přes stále známější rizika a stoupající počet incidentů, mezi klienty bank stále převládá tendence upřednostňovat uživatelský komfort před bezpečností. Máme pocit, že o zabezpečení se má přeci starat banka a ochranná opatření vnímáme často jako zbytečná a otravná.

nanční instituce, které kladou důraz na bezpečnost. Zodpovědné banky se důsledně řídí platnou legislativou a používají moderní technologie pro ověření autentizačních mechanismů jako jsou elektronické podpisy, kvalifikované digitální certifikáty, elektronické pečeti a časová razítka, v nejvyšších dostupných standardech.

Sebeodpovědnější přístup banky však může přijít vně, pokud my sami, jakožto její klienti, nebudeme respektovat hlavní principy bezpečnosti elektronické komunikace. „Aby byla komunikace s vaší bankou opravdu bezpečná, je nezbytné věnovat péči dvěma oblastem. Jednou z nich jsou technologie, nebo jednodušeji hardwarové a softwarové vybavení, a druhou je chování uživatele,“ upozornil Petr Vosála, manažer bezpečnosti elektronických kanálů ČSOB. „I ty nejmodernější technologie mají slabý článek. Tím je nezodpovědný uživa-

tel,“ dodal a zdůraznil nutnost být při komunikaci s bankou obezřetný.

Hackeri používají celou, neustále se obměňující a rozšiřující řadu nástrojů, kterými se pokouší získat vaše citlivá data, a dostat se tak k vašim penězům. Například při takzvaném „farmarění“ je cílem přeměrovat oběť kybernetického útoku na škodlivou webovou stránku, která vypadá jako legitimní obsah. Tedy například napodobuje webovou stránku vaší banky nebo přímo přihlašovací stránku do internetového bankovníctví.

Budme pozorní a ostražití

Rozlišit podvodný e-mail od legitimní zprávy banky není těžké – stačí dávat pozor a respektovat bezpečnostní pravidla. „Zpráva od banky by vždy měla být elektronicky podepsaná, a ne anonymní,“ připomenul Petr Budiš. Rozhodně je pak zcela zbytečnou neopatrností otvírat jakékoli podezřelý e-mailové zprávy nebo dokonce jejich přílohy. Ty mohou obsahovat různý škodlivý software, který útočníkovi pomůže dostat se k vašim důležitým datům nebo přímo ovládnout váš počítač. Citlivé informace se navíc mohou hackeri pokusit získat i mimo kyberprostor, například po telefonu. „Hackerský útok není jen útok na IT systém, ale útok na informace,“ varoval renomovaný soukromý poradce v oblasti bezpečnosti Gen. Ing. Andor Šándor (v záloze). „Nezapomínejte, že ani po telefonu ani jiným způsobem nejste povinni sdělovat nějaké informace jen proto, že se někdo ptá. Buďte opatrní na své soukromí. Když vám někdo cizí zazvoní u dveří, tak ho hned nepozvete dál, tak proč byste otvírali pomyslné dveře v IT komunikaci?“

V minulém roce přišel německý koncern Leoni o přibližně 40 milionů eur kvůli sofistikovanému útoku, cílícím právě na největší bezpečnostní slabinu každého systému – člověka. Finanční ředitelka rumunské pobočky byla oklamána a sama provedla převod peněz v domnění, že následuje instrukce vedení.

„Úspěch hackerů závisí na slabínách těch, na které útočí. Klíčová je slabost zevnitř,“ podotkl Andor Šándor. Ochrana před kybernetickým zločinem musí být samozřejmě systémová, ale nesmíme zapomínat ani na odpovědnost jednotlivce. A to nejen klienta, ale každého, kdo je do procesu zapojen. „Je přirozené, že chceme nakládat se svými penězi co nejpočetněji,“ souhlasí Petr Budiš. „Pokud ale budeme nadále vytvářet v bankovním sektoru poptávku především po pohodlných produktech, bude jejich bezpečnostní stránka trpět.“

Helena Šebestová

Nejvíc najezdí škodovky

Největší prodejce ojetých aut ve střední Evropě AAA AUTO zpracoval statistiku průměrných nájездů aut rozdělených podle země, kde byla vyrobena. Statistika je založena na vozidlech, která prošla autocentry AAA AUTO od 1. 1. 2013 do 10. 5. 2017 v České republice a je rozdělena do pěti kategorií – mini a malé vozy, nižší střední třída, střední třída, SUV a MPV. Průměrný nájезд byl sledován u aut v pátém a osmém roce od výroby.

O tom, že vozy Škoda jsou v České republice mezi řidiči nejoblíbenější, dlouhodobě svědčí statistiky prodeje nových i ojetých aut. S jejich oblibou jde ruku v ruce i počet kilometrů, které škodovky v průběhu svého života urazí. Od mini vozů typu škoda Citigo, přes malé škody Fabia až po Octavie v nižší střední třídě je ze statistiky patrné, že za osm let provozu urazí průměrně největší porci kilometrů. Hned v závěsu se drží vozy německé provenience. Ty za zmiňovaných osm let ujedou jen nepatrně méně.

„Je zajímavé sledovat, jaký se v České republice stal ze škodovek fenomén. Po revoluci byl obrovský hlad v podstatě po jakémkoliv „západním“ autě. Škodovky ale i přesto držely pozici jedničky na trhu a jejich podíl je v podstatě neměnný. Nepochybně je to dáno kvalitou a trvanlivostí mladoboleslavských aut,“ komentuje oblibu škodovek provozní ředitel AAA AUTO Petr Vaněček.

Opakem v ujetých kilometrech jsou auta původem z asijských zemí. Ve srovnání s německými a francouzskými vozy ujedou zpravidla méně. Oproti škodovkám je rozdíl 20–30 % za stejné časové období. „Zejména japonská auta nebývají ve firemních flotilách. To je jeden z důvodů, proč s nimi majitelé najedou v průměru méně kilometrů,“ doplňuje Vaněček.

Výjimku tvoří pouze kategorie v současnosti nejvíce žádaných vozů SUV. Škoda doposud nabízela pouze model Yeti. Naproti tomu ostatní výrobci se sportovně užitkovým vozům věnují delší dobu. Jestliže chce zákazník kvalitní ojeté SUV s nízkým nájездem, pak je model Yeti správnou volbou. Do pěti let stárí má v průměru najeto 79 411 km.

Co poradit těm, kdo při výběru ojetého automobilu hodnotí také jeho bezpečnostní parametry? Určitě zvážit nákup vozidla mladšího data výroby s pokud možno největším počtem udělených hvězdiček podle metodiky NCAP. Laboratorní test, kdy se v přísných laboratorních podmínkách čelně střetla dvě podobná vozidla jedoucí rychlostí 60 km/h, jednoznačně

prokázal, že zatímco posádka se špičkovými bezpečnostními parametry má šanci vyvážnout ze střetu s minimálními následky, posádka druhého vozu s podprůměrným hodnocením (tedy jen dvěma udělenými hvězdičkami z maximálně pěti možných) bude vážně a možná i smrtelně zraněna.

„Výběr konkrétního modelu auta a jeho vybavení bezpečnostními prvky může být v případě vážnější nehody volbou mezi smrtí či životem. A berme jen auto se známou minulostí. Nekvalitně opravená karoserie po větší havárii může znamenat pro cestující při další nehodě zvýšené riziko vážného zranění či smrti,“ upozorňuje Roman Budský z Týmu silniční bezpečnosti. (tz)

Mini a malé vozy	Japonsko	Německo	Francie	Korea	Škoda
do 5 let	49 877	49 154	52 877	45 979	85 779
do 8 let	75 658	77 950	76 525	67 189	106 271
Nižší střední	Japonsko	Německo	Francie	Korea	Škoda
do 5 let	61 592	108 418	78 302	70 822	121 002
do 8 let	95 492	127 302	109 581	96 197	161 800
Střední třída	Japonsko	Německo	Francie	Korea	Škoda
do 5 let	120 099	131 659	124 695	91 637	130 331
do 8 let	139 544	166 034	151 158	102 186	161 132
SUV	Japonsko	Německo	Francie	Korea	Škoda
do 5 let	88 382	89 842	97 478	77 688	79 411
do 8 let	118 881	139 876	127 590	126 813	116 622
MPV	Japonsko	Německo	Francie	Korea	Škoda
do 5 let	88 923	111 192	119 016	60 725	73 695
do 8 let	103 747	123 105	123 731	102 094	113 758

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Jak probudit Česko
David Klimeš

Biz books Česká společnost začíná od roku 1989 nejúspěšnější a nejsvobodnější období své historie. Ale dosavadní sociální a ekonomický model nevyhnutelně krachuje. Mylně si namlouváme, že za vše mohou neschopní politici a snažíme se je nahradit novými a neokoukanými. Ale za politickými krizemi číhá čím dál jasnější úpadek dosavadního polistopadového konsenzu. Jak ale probudit Česko, aby přestalo jen přeshlapovat na místě a vykročilo k dalšímu čtvrtstoletí prosperity a úspěchů?

Síla správného okamžiku
Michael Breus

Biz books Víte, kdy je pro vás nejlepší pít kávu nebo si jít zaběhat? Je výhodnější brzy vstávat nebo pracovat dlouho do noci? Existuje ideální čas k milování? A je to večer nebo ráno? Udělejte si biočarový dotazník, v němž vám klinický psycholog a spánkový odborník pomůže určit osobní chronotyp. Ať už jste Medvěd, Lev, Delfin, anebo Vlk, další stránky nabídnou inspiraci, jak sladit více než 50 běžných aktivit s vašimi vnitřními hodinami a poskládat si tak rozvrh pro váš ideální den.

Trénink mozku pro děti
Tony Buzan

Biz books Rychle vezměte do ruky tužku, je na čase potrénovat si mozek. Tato kniha je plná zábavných věcí, které pomohou rozvíjet váš mozek a díky nimž se z vás stanou lidé, kteří se snadno učí po celý život. Ponořte se do rébusů a nedovolte, aby se v nich vaše mysl utopila. Odhalte všechny možné druhy chytáků, osmisměrek, pamětových her a myšlenkových map. Otestujte své přátele, vyzvěte rodiče a bavte se.

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

Začni vydělávat na tom, co tě baví
John Williams

Uznávaný autor a podnikatel vám za pouhých 30 dnů pomůže uskutečnit váš nápad a začít se jím živit – a to i v případě, že jste na nic skvělého doposud nepřišli! Stačí, když se budete svému nápadu věnovat jen 20 minut denně, a nemusíte opouštět ani své zaměstnání. Autor využívá nejaktuálnější myšlenkové trendy v dynamicky se rozvíjejících společnostech, jako jsou Facebook, Google, Zappos, Dropbox nebo Toyota.

Jak vést rozhovory s podřízenými pracovníky
František Bělohlávek

Zkušený autor, který jako manažer a konzultant osobně vedl tisíce pohovorů, vám poradí, jak postupovat a čeho se vyvarovat při nejčastějších rozhovorech s podřízenými pracovníky. Na komentovaných ukázkách uvidíte, jak vést motivační a hodnotící pohovory s různými typy lidí – od plachého pracovníka přes pohodáře až po člověka arogantního. Dozvíte se také, jak připravit a vést výběrové pohovory, jakými otázkami zjistit různé kompetence, přístup k práci a charakterové vlastnosti uchazeče.

Všímavost
Michael Sinclair, Josie Seydel

Všímavost je jednoduchá technika cvičení mysli, která nemusí zabrat více než pár minut denně, a přesto dokáže váš život naplnit, udělat vás spokojenějšími a zbavit vás podrážděnosti a neklidu. Jak na to se dozvíte v této knížce, která vás naučí využívat sílu všímavosti: zlepšíte svou výkonnost a schopnost soustředění. Posílíte své sebevědomí, odolnost a optimistický přístup. Získáte více času i energie, prohloubíte kreativitu, zvýšíte efektivitu. Autoři vám ukáží, jak praktikovat všímavost kdykoliv během dne, bez ohledu na to, kde právě jste nebo co děláte.

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

Zákon o zadávání veřejných zakázek.
Komentář

Dvořák, Machurek, Novotný, Šebesta a kol. Mnozí z autorského týmu byli spoluvůdci přechází právní úpravy a podíleli se na konzultační, poradenské, publikační a lektorské činnosti. Měli možnost se podílet na připomínkách a dovtváření textu nové právní úpravy i jeho následném výkladu. Podrobný komentář předkládá výklad, který autoři považují za aktuální a správný, popřípadě uvádějí ke sporným pasážím pro lepší ilustraci i určitou názorovou polemiku. Čtenáři lze doporučit, aby zejména ve sporných příkladech si ověřil aktuální výklad dané otázky. Předpokladem díla však je, že naplní alespoň částečně očekávání uživatelů, a přispěje tak k dalšímu rozvoji a kultivaci stále se vyvíjejícího a komplikovanějšího právního prostředí.

INZERCE



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

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

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

NAŠE KAVÁRNA

Komerční banku vede J. Juchelka

Novým předsedou představenstva a generálním ředitelem Komerční banky se stal Jan Juchelka, který posledních pět let působil v centrále mateřské banky Société Générale (SG) v oblasti korporátního a investičního bankovníctví. Nahradil Alberta Le Dirac’h, který strávil v čele banky poslední čtyři roky.

Končí rektor VŠO J. Ploch

Rektor Vysoké školy obchodní v Praze Jindřich Ploch dokončí působení v pozici rektora a statutárního ředitele vysoké školy. Po téměř třiletém úspěšném vedení VŠO dosáhl zadaných cílů včetně převedení školy do prostředí Akademického holdingu.

Ředitelem Ekospolu P. Valeš

Dlouhodobý lídr rezidenčního trhu EKOSPOL zřídil nový sektor technické přípravy staveb, který zastřešuje architektky společnosti a hlavní inženýry projektů. Jeho ředitelem se stal Petr Valeš.

V. Horák šéfem Home Creditu

Český Home Credit vede Václav Horák. Na postu CEO střídá Davida Bystrzyckého, který řídil společnost v uplynulých šesti letech.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Den s piráty i dárky

Začátkem června se vydali zástupci hotelové skupiny AccorHotels za „svými“ dětmi z dětských domovů Solenice a Vizina. Oba dětské domovy skupina pravidelně podporuje a Den dětí je ideální příležitostí jak udělat dětem radost. Zatímco ostravští kolegové připravili pro děti z dětského domova Vizina zábavný program v duchu Pirátů z Karibiku, děti z dětského domova Solenice dostaly od zástupců hotelů ibis dárky. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Jak si pojistit zdraví do ciziny

Vyjet do zahraničí bez cestovního pojištění přináší velké riziko. Lidé uzavřít pojistku zpravidla chtějí, ale často to nechávají na poslední chvíli. S jakým předstihem se musí uzavírat pojištění online a jak se hradí pojistné? „Pokud jste si zapomněli sjednat pojištění na cestu do ciziny, můžete si u naší dceřiné Pojišťovny VZP, a. s., sjednat cestovní pojištění online. Na webu www.pvzp.cz najdete interaktivní formulář k vyplnění a také všechny informace a dokumenty, včetně Informací pojistitele, Pojistných podmínek cestovního pojištění a Doplnkových pojistných podmínek,“ řekl vedoucí tiskového oddělení a tiskový mluvčí VZP Mgr. Oldřich Tichý. „Při sjednání cestovního pojištění online získáte 10% slevu, studenti ve věku 18–26 let pak navíc slevu dalších 20 %. Není ale možné uplatnit slevu ve výši 30 %, na kterou mají nárok členové našeho Klubu pevného zdraví – tu získáte jen při uzavření pojistné smlouvy na pracovišti VZP nebo PVZP,“ dodal. Podmínkou uzavření pojistné smlouvy je samozřejmě zaplacení pojistného. Jeho výši na webu vypočte kalkulačka po zadání příslušných údajů (druh cesty, cíl cesty, počet dnů, plánované aktivity atd.). Nabídně i různé varianty rozsahu pojištění v různých cenách. „Doporučujeme balíček OPTIMAL, který zahrnuje nejen pojištění léčebných výloh v zahraničí, ale také úrazové pojištění, pojištění osobních věcí a pojištění odpovědnosti za škodu,“ uvedl O. Tichý.

Pojistné může každý zaplatit elektronickou platební kartou VISA či MasterCard, pomocí elektronické peněženky PaySec a prostřednictvím elektronického bankovníctví České spořitelny, Komerční banky nebo Raiffeisen Bank. V případě, že odjezd je naplánován až za 3 dny a více, je možné zaplatit za pojištění také bankovním převodem z účtu. Jestliže úhradu pojistné smlouvy provedete platební kartou přes internet, vzniká pojištění v 00:00 hodin dne sjednaného jako počátek pojistné doby. Zaniká samozřejmě datem konce sjednané pojistné doby. V žádném případě se nelze pojistit zpětně! Nově lze pojištění sjednat i s platností od data sjednání (tedy téhož dne) – pak pojištění vzniká čtyři hodiny po zaplacení platební kartou přes internet. (tz)

Více než 81 000 českých firem přímo ovládají lidé či společnosti ze zahraničí

Více než 81 000 českých společností je přímo ovládáno jednotlivci či společnostmi ze zahraničí. Přes 13 000 přímých zahraničních vlastníků českých firem je z Ruska, téměř 10 000 ze Slovenska a téměř 9000 z Ukrajiny. Za poslední rok přibýlo nejvíce společností s majoritním zahraničním vlastníkem ze Slovenska, Velké Británie a z Ukrajiny. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau s využitím dat portálu www.informaceofirmach.cz.

Ruští vlastníci ovládají více než 16 % firem, které jsou vlastněny zahraničními právníky a fyzickými osobami, více než 12 % firem se zahraničním vlastníkem ovládají subjekty ze Slovenska, necelých 11 % tvoří ukrajinští vlastníci a 9 % němečtí vlastníci. Počet společností, které jsou přímo ovládány zahraničním vlastníkem, tedy těch, kde má zahraniční fyzická či právnická osoba podíl více než 50 %, meziročně vzrostl o 12 000, což je přibližně o 17 %. Největší podíl na tomto nárůstu měly společnosti s majoritním vlastníkem ze Slovenska, kterých meziročně přibýlo 1813, a dále z Velké Británie (+1123 společností) a z Ukrajiny (+806 společností).

„Pokud se podíváme na delší časové období let 2011 až 2017, zjistíme, že počet ruských vlastníků v posledních šesti letech již roste po-

maleji než počet vlastníků z jiných zemí a rozdíl v jejich počtu se tak mírně snižují. Za posledních šest let přibýlo 4995 společností ovládaných ze Slovenska, 2001 společností s ukrajinskými vlastníky a 1972 společností s polským majitelem, zatímco počet společností ovládaných ruskými osobami vzrostl o 1282,“ řekl Jan Cikler, vedoucí datového oddělení společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

Nejdynamičtěji rostl počet společností ovládaných rumunskými vlastníky, kterých je jedenáctkrát více než před šesti lety. Počet společností ovládaných z Bulharska vzrostl o 377 %, počet firem s polskými majiteli se zvýšil o 236 % a počet firem s maďarskými majiteli o 214 %. Za poslední rok také přibývaly nejrychleji společnosti s rumunskými vlastníky, jejichž počet se téměř zdvojnásobil na 1211 firem. O 55 % vzrostl počet společností s lucemburskými vlastníky a o polovinu počet firem ovládaných z Velké Británie.

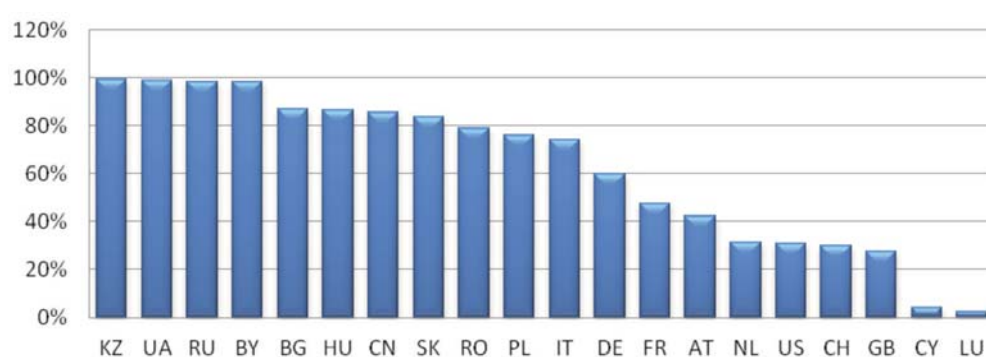
Zatímco zahraničními vlastníky z Ruska či Ukrajiny a dalších východních zemí jsou téměř výhradně fyzické osoby, u zahraničních vlastníků ze západních zemí častěji převládají právnické osoby. Mezi ukrajinskými, ruskými či běloruskými zahraničními vlastníky je více než 98 % fyzických osob, zatímco u vlastníků z daňových rájů jako Kypr či Lucembursko jsou to pouze 4 %, respektive 2 % všech majitelů z dané

země. Mezi další země, ve kterých mezi vlastníky českých společností výrazně převládají právnické osoby, patří například Velká Británie, Švýcarsko, Nizozemsko či Spojené státy americké.

Rozdíly mezi převažujícími formami vlastnictví jsou patrné také z absolutních počtů zahraničních fyzických a právnických osob, které ovládají české firmy. U fyzických osob jednoznačně převládají ruští vlastníci, kterých je 13 000. Následují vlastníci z Ukrajiny (8772), Slovenska (8244) a Německa (4428). Mezi právnickými osobami ovládajícími české firmy však převažují společnosti z Německa (2995) následované firmami se sídlem ve Velké Británii (2421), na Kypru (2134) či v Nizozemsku (1916).

„Především u společností z daňových rájů jako Kypr, Lucembursko či Nizozemsko, ale také například u společností z Velké Británie, však často nejde o společnosti, jejichž kapitál pochází z dané země. Často jde o offshore společnosti s českým kapitálem či společnosti s kapitálem ze třetí země. Jak například ukázala naše analýza konečných vlastníků firem, přibližně u poloviny britských vlastníků nejde o čistě britské firmy, ale o firmy s kapitálem ze třetí země či ČR. Mezi deseti největšími britskými firmami podle výše základního kapitálu, které v ČR působí, lze pouze u čtyř tvrdit nebo se alespoň domnívat, že jejich kapitál pochází přímo z Velké Británie,“ upozornil Jan Cikler. (tz)

PODÍL FYZICKÝCH OSOB NA VŠECH VLASTNÍCÍCH Z DANÉ ZEMĚ



PODÍL PŘÍMÝCH ZAHRAJINČNÍCH VLASTNÍKŮ (FO+PO)



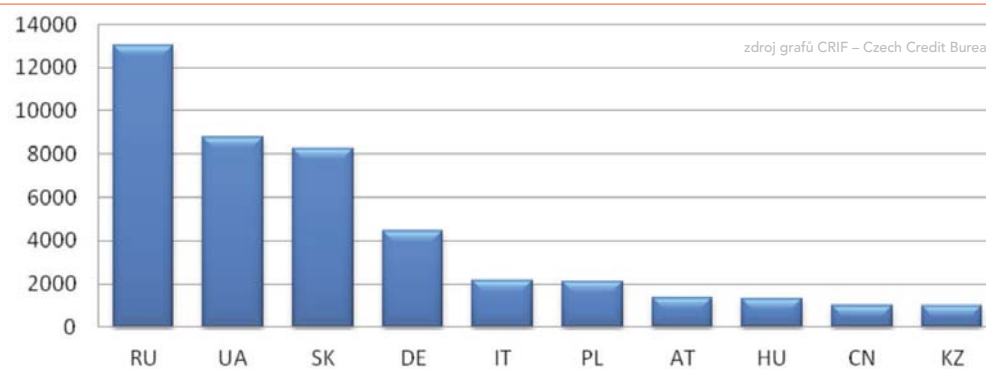
PODÍL PŘÍMÝCH ZAHRAJINČNÍCH VLASTNÍKŮ (FO)



POČET PRÁVNICKÝCH OSOB PŘÍMO OVLÁDAJÍCÍCH ČESKÉ FIRMY



POČET FYZICKÝCH OSOB PŘÍMO OVLÁDAJÍCÍCH ČESKÉ FIRMY



zdroj grafů CRIF – Czech Credit Bureau

CCV Informační systémy slaví úspěch 25 let na trhu

CCV Informační systémy působí jako dodavatel podnikových informačních systémů na trhu od roku 1992. V letošním roce firma překročila hranici 2000 zákazníků. První písemná zmínka o činnosti CCV v médiích je v technologických titulech už v roce 1989, kdy trojice zakladatelů firmy spustila projekt CCV pod VÚT Brno a publikovala vědecké výsledky své práce na systémech počítačového vidění (computer vision).

Od samotných začátků se firma soustředila na podnikové informační systémy (ERP) pro obchodní firmy, přičemž až do roku 2000 bylo klíčové vlastní řešení, systém pod produktovou značkou NPro, založený na agendách nákupu, prodeje, skladování, maloobchodu, vedení obchodních vztahů, zdrojů a financí.

V roce 2000 pak divize podnikových řešení přešla do dánské platformy Navision, kterou po dalších dvou letech posílila akvizice společnosti Microsoft. V roce 2009 bylo CCV třetím nejpreferovanějším dodavatelem podnikových řešení Microsoft Dynamics na českém trhu. Divize CCV Business Solutions nadále rozvíjí své podnikové řešení ERP a CRM řešení na platformě Microsoft Dynamics.

V roce 2001 přišlo CCV s řešením ORION EDI, které jako první na tuzemském trhu začalo dodávat na principu software formou služby (SaaS). Slouží pro bezpapírové zpracování nákupu i prodeje pomocí výměny strukturovaných dokladů v elektronické formě, kterou mohou využívat jak malí lokální výrobci, tak velké nadnárodní společnosti.

Od roku 2003 začala společnost CCV Informační systémy dodávat portálová řešení a spe-

ciální registry pro státní správy na platformě produktů Oracle. V roce 2006 pak spustilo Portál farmáře pro Ministerstvo zemědělství, následně poskytlo dodávky také pro další úřady jako Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (ÚKZÚZ) nebo od roku 2016 také pro Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci (SZPI).

Od roku 2003 dodává logistická řešení pro skladové hospodářství s prvními realizacemi průmyslových WMS systémů CCV Řízený sklad, které od roku 2014 rovněž poskytuje jako cloudové řešení WMS formou služby.

Spuštěním nové platformy ORION 2016 potvrdila společnost CCV Informační systémy dlouholetou pozici technologického lídra v oblasti elektronické výměny dat (EDI). Klienti získali zcela nový rozměr práce s elektronickými doklady. Prostřednictvím svého konsolidačního

centra ORION přenese každý měsíc miliony elektronických obchodních dokladů (EDI zpráv) tisícům protistran.

„Naše práce s technologiemi nás baví, jsme tím posedlí a dává nám to smysl. Není to jen způsob obživy, je to i zdroj radosti. Jsme tak trochu jako mimoni. Pracujeme pro klienty, které osobně známe a doručujeme jim užitek. To nás drží v realitě. Nejsme dokonalí, ale odpovědní, pracovití a pokorní. A tak nás naši klienti doporučují dál,“ dodal Dalibor Damborský, jednatel a ředitel společnosti.

CCV Informační systémy dnes patří k významným hráčům domácí scény oboru informačních systémů. Sídli v Brně (divize CCV Business Solutions, CCV Customer Services a CCV eGovernment), další pobočky má v Opavě (divize CCV eBusiness) a na Slovensku v Nitře (CCV Informační systémy). (tz)