



mARTina

Vánoční dárky s nápadem.
Pro firmy i jednotlivce.

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

INZERCE

Český podnikatel řeší produkt úžasným způsobem, ale neumí prodat

Agentura CzechInvest má za úkol vytvářet podmínky v mezinárodním obchodně investičním vyjednávání tak, aby motivovala zahraniční investory utrácet peníze právě v České republice. Není to úkol jednoduchý. Ukázat firmám zpravidla s globální působností, že jsme to právě my, kde se jejich prostředky dobře zúročí, že má smysl u nás stavět a vyrábět. Zahraniční kapitál má tvrdé požadavky. Prokázat, že jim vyhovíme, znamená být nejen přesvědčení, že tomu tak bude, ale tato tvrzení je nutné doložit fakty. CzechInvest je na to odborníkem. A zejména v investičních záležitostech podává pomocnou ruku také českým podnikatelům. Zpravidla tehdy, potřebují-li poradit, jak se svým nápadem či výrobkem uspět i na zahraničním trhu prostřednictvím ochotného investora. Neméně významná je jeho pozice v přeměně brownfieldů například v podnikatelská centra. O tom všem jsem hovořila s Mgr. Ing. Karlem Kučerou, generálním ředitelem agentury CzechInvest:



Mgr. Ing. Karel Kučera, generální ředitel Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest

Jak se dnes vlastně profiluje Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest?

Jako mezinárodní vyjednávací organizace vůči centrálám především nadnárodních společností. Máme na starost mezinárodní obchodní lobbing, a tedy komunikujeme s investory a s jejich zástupci po celém světě. Cílem je získávat informace, dodávat argumenty, a hlavně je naladit pro to, aby do České republiky směřovaly investice na zřízení podniků, kde by se vyráběly produkty s vyšší přidanou hodnotou. Abychom tu měli pracoviště, která se nebudou muset označovat jako montážní, ale budou trh zásobovat inovativním zbožím, kdy se při výrobě uplatní místní, česká invence.

Kdo utváří vizi a jak ji může generální ředitel ovlivnit?

Agentura je zřízena zákonem, zde tedy o vizi hovořit nelze. Pohybujeme se v mantinelech vládního zaměření, podle představ ekonomiky naší země. Vize a strategie se utváří v rámci agentury s tím, že ji schvaluje Ministerstvo průmyslu a obchodu a náš poradní sbor, který je tvořen zástupci

profesních uskupení jako je např. Svaz průmyslu a dopravy ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, jsou tam členové tripartity, členové ministerstev financí nebo zahraničních věcí. Dokumenty, které takto vznikají, jsou pak naší základní orientací s tím, že naše jednání cílíme na takové investory, kteří mají v hledáčku svého záberu projekty zaměřené na Hi-tech investice a Hi-tech finální produkty. Prioritu dáváme těm subjektům, které do ČR přinesou nová pracovní místa, kde je jasně zřetelný podíl vědy a výzkumu na nových technologiích, využití potenciálu vysokoškoláků. A i já jsem osobně součástí vyjednávání, často u klíčových sofistikovaných projektů. Jsem zodpovědný za to, aby všechny zúčastněné strany na české ekonomické scéně byly sladěny a správně chápaly motivaci a jednání partnerů. Také nemůžeme naše kroky medializovat, ctíme etiku a důvěrnost obchodních jednání, a nesloužíme lovcům senzací.

Kolik projektů ročně řešíte?

Průběžně jde o sto potenciálních projektů v různé fázi vyjednávání. Vezmeme však v potaz, že jen některé projekty dopadnou na jednič-

ku, další mají šanci a některé se ani nezačnou řešit. Ale rozpracovaných je průběžně zhruba sto takových projektů.

Žhavým tématem jsou stále brownfieldy přesto, že mnohé z nich již získaly své nové majitele, funkce i podobu. Jaké jsou podmínky toho, aby si firma nějaký opuštěný objekt či areál koupila? Lze koupit a nevyužívat? Koupit a za 10 let prodat? Anebo si brownfield může pořídit už jen obec, město, kraj?

Dnes máme v podstatě dvě kategorie brownfieldů. Jedny se nacházejí v lukrativním místě ve větších městech, v blízkosti center. Ty již mají soukromého majitele a čeká je v brzké době určité využití. Pokud ne, může se dané město pokusit od něj objekt odkoupit se záměrem brzkého využití. Jsou to často objekty zatížené někdejší výrobou, čekající na odstranění starších zátěží, jež vznikly z předchozího hospodaření. O to má stát samozřejmě zájem. V těchto případech lze čerpat dotace na rekonstrukci takových prostor. Pak jsou brownfieldy v místech, kde zatím nenašly využití, ekonomicky by se to nevyplatilo.

pokračování na straně 5

Umělá inteligence navýší světové HDP o 15,7 bilionu dolarů

Díky umělé inteligenci se do roku 2030 zvýší světové HDP o 14 %, tedy o 15,7 bilionu dolarů. Polovina tohoto nárůstu bude výsledkem zvýšení produktivity. V dnešní rychle se měnící ekonomice tak umělá inteligence podle studie společnosti PwC představuje největší obchodní příležitost.

Studie předpokládá, že za necelou polovinou veškerých výnosů z umělé inteligence v období 2016–2030 bude stát vylepšení produktivity práce. O zbývajících se postará zvýšená poptávka spotřebitelů po dokonalejších produktech umělé inteligence. Největší objem nárůstu zaznamená Čína (26% nárůst HDP) a Severní Amerika (14,5 %), což dohromady činí 70 % vlivu na světovou ekonomiku.

■ I Evropa a vyspělé oblasti Asie zaznamenají významné výnosy z umělé inteligence (9–12% nárůst HDP do 2030);

■ Z počátku zaznamená vyšší výnosy Severní Amerika, a to hlavně díky své připravenosti na její příchod a velkému množství pracovních pozic, které by mohly být nahrazeny výkonnějšími technologiemi;

■ Čína začne výnosy USA převyšovat během deseti let, tedy až získá nezbytné technologie i expertízu pro její zavedení;

■ Rozvojové země zaznamenají skromnější nárůst (méně než 6 % HDP), především díky mnohem nižším předpokladům k zavedení technologií tohoto odvětví (včetně Latinské Ameriky a Afriky).

„Umělá inteligence v sobě skýtá velký potenciál, ne-li větší než ten, který přinesla automatizace,“ řekl Anand Rao, světový lídr pro oblast umělé inteligence v PwC.

Obecně nejvyšší výnosy zaznamenají odvětví maloobchodu, finančnictví a zdravotní péče, kde zavedení umělé inteligence zvýší produktivitu, hodnotu produktů a spotřebu.

„K využití plného potenciálu, který umělá inteligence nabízí, je zapotřebí změnit i způsob řízení firem a obecně přijmout koncept, že složitá rozhodování může místu lidí vykonávat umělá inteligence. Tomuto modelu je nutné nejen přizpůsobit interní procesy a organizaci, ale také akceptovat nové typy rizik, která jsou s umělou inteligencí spojena, a naučit se s nimi pracovat,“ řekl Petr Ložek, partner v oddělení Poradenství PwC ČR. (tz)

SAFINA vyrábí stříbrné targety pro fasádní sklo se zrny menšími než 20 mikronů

Odborníci ze společnosti SAFINA a.s., jednoho z evropských leaderů ve výrobě a zpracování drahých kovů, dále zvyšují homogenitu a jemnost materiálové struktury stříbrných targetů pro nanášení velmi tenkých kovových vrstev na fasádní a okenní skla.

„V současnosti vyrábíme stříbrné targety s velmi homogenní strukturou a velikostí zrn pod 20 mikrometrů. Podle tohoto ukazatele je SAFINA a.s. světovým leaderem,“ uvedl Petr Koutský, generální ředitel společnosti SAFINA a.s. „Takto jemná struktura umožňuje nanášet vel-

mi tenké vrstvy stříbra na fasádní a okenní skla ve vysoké kvalitě“. Díky stříbrné vrstvě získává fasádní i okenní sklo potřebnou odrazivost a tepelně izolační vlastnosti. Takové sklo dokáže v létě ochránit interiér budovy před nadměrným přehříváním, a může tak ušetřit až třetinu nákladů na klimatizaci.

Společnost SAFINA a.s. patří k největším evropským dodavatelům naprašovacích targetů pro sklářský průmysl. SAFINA a.s. zahájila výrobu naprašovacích targetů pro nanášení kovových vrstev na různé druhy podkladových materiálů v roce 2001. Za tuto dobu se etablovala jako spolehlivý dodavatel těchto drahokovo-

vých komponent nejenom pro sklářský průmysl, ale i pro elektrotechniku a další oblasti průmyslu, které využívají vlastnosti tenkých kovových vrstev u svých výrobků. Pro SAFINU je výroba naprašovacích targetů z čistých drahých kovů a drahokovových slitin pro různé druhy konečného použití jednou z nejvýznamnějších oblastí její činnosti, a je dodavatelem největších světových výrobců plochého skla.

V současné době se společnost věnuje vývoji kovových slitin a naprašovacích targetů pro nově vznikající segment výroby skel s inteligentní elektrochromní vrstvou, která reaguje na intenzitu elektrického napětí. (tz)

NAJDETE UVNITŘ LISTU



Kvalitu je třeba standardizovat a řídit 3

Podnikatelé se stali dobrými partnery poštáků 5

Dobrá zpráva pro naše malé autodopravce 7



Značky Česká a Dětská chuťovka slouží především k rehabilitaci chuti jako jednoho z nejdůležitějších kvalitativních znaků každé potravin 8

Mezinárodní strojírenský veletrh Brno potvrzuje, že jsme nejprůmyslovější zemí Evropy 16

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 2. října 2017

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, e-mail: kacer@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 inzertent.

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.



TAK VY SI V PRÁCI MŮŽETE
OBČAS NĚCO UKRÁST?
A ŘÍKÁTE TOMU BENEFITY?

kresba: Miloš Krmášek

S TUŽKOU ZA UCHEM

I Česká pošta může být chválena

Nestává se to často, ale i pro Českou poštu máme pochvalu. Onehdy jsem pracovala z domova, pošťák zazvonil a přivezl dva balíky. Viděl, že mám poraněnou ruku a opatrně se zeptal, jestli na mne ta zásilka nebude těžká, zda nepotřebuji pomoc, že mi rád vyjde vstříc. Inu, to se počítá. Protože jsem netušila, že druhý balík dostaneme ve stejný den jako ten první, a vydala jsem se ráno z, jak se říká, posledních peněz, musela jsem se domluvit na tom, aby balík zavezl na poštu, že si pro něj druhý den přijdu. Omluvila jsem se, bylo mi to nepříjemné, mohla jsem mít po starostech stejně jako pošťák. Odvětil, že se nic neděje, že je vše v pořádku, a sdělil, kdy balík na poštu asi dopraví. Usmál se a odjel. Tak bych si službu, která potěší, představovala. Vlídlost a slušnost, ohleduplnost navzájem. Hodnoty, které znova objevujeme.

Eva Brixí

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Pošťák je vítaný partner

Podnikat je těžké, podnikat na venkově ještě těžší. Proto není divu, že se lidé stahují do měst, kde mají přece jenom pohodlnější život. Avšak ne každý chce a může užívat městského pohodlí, navíc vesnice nabízí zase jiné přednosti. Malé firmy, ať už existují kdekoli, potřebují vhodné zázemí a fungující služby. K nim pošta patří především. Aby poštovních úřadů neubývalo, vznikl projekt, v němž si lidé navzájem podávají ruce. Koncept má název Pošta Partner. Ať už živnostník, obec, nebo kdokoli další, každý může poskytovat poštovní služby v obci, kde se samotná pošta nebo malý krámkec sotva uživí, společně pod jednou střechou a jedním provozovatelem však ano. Tisková konference Asociace malých a středních podniků ČR, která se minulý měsíc uskutečnila v Praze, představila průzkum, podle něhož si veřejnost Poštu Partner chválí. Aby ne, jedna je víc než nula!

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 I. 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
18. Všešarské cibulové slavnosti

Hospodářská komora zjišťuje, jak se daří podnikatelům

Jak se vyvíjí obrat vaší firmy? Zaměstnáte nové pracovníky, nebo naopak budete propouštět? Zvýšíte ceny? Jaký očekáváte ve druhé polovině roku 2017 celkový vývoj pro vaši firmu? A jakým problémům zřejmě budete čelit v roce 2018? Tyto a další otázky položila podnikatelům v anketě Hospodářská komora ČR. Svými postřehy mohli zájemci přispívat do 8. září. Komorový barometr přináší každý rok informace reflektující každodenní problémy podnikání i všeobecnou ekonomickou situaci v zemi. Anketa je organizována

s půlroční periodicitou v 15 000 členské základně Hospodářské komory ČR a výsledky průzkumu budou využity při činnosti Hospodářské komory ČR ve vztahu k orgánům státní správy, evropským podnikatelským reprezentacím a také k představitelům Evropské komise. Dále budou využity při predikci statistických výsledků výkonnosti české a evropské ekonomiky. Minulá analýza z února 2017 například ukázala, že dobré výsledky podniků pocítili také jejich zaměstnanci na svých výplatních páskách. Dvě třetiny všech firem v loň-

ském roce zvyšovaly svým zaměstnancům mzdy. Pětina firem přidávala více než 5 % a každá desátá firma zvyšovala mzdy o více než 7 %. Mzdy zvyšovaly hlavně střední a velké firmy (přes 80 %). Dvě pětiny všech firem navíc odpověděly, že svým zaměstnancům na konci roku 2016 vyplatily 13. plat či mimořádnou odměnu v podobné výši. Takového benefitu se dočkali především zaměstnanci středních, a zejména velkých firem. Právě u firem nad 250 zaměstnanců 13. plat poskytlo dokonce 70 % všech respondentů. (tz)

Zelenější online nákupy, Češi vyhledávají přírodní produkty

Ekologický trend nakupování se už projevuje také na internetu. Až 34 % zákazníků při nákupu vyhledává zdravější produkty bez chemikálií šetrné k přírodě. Na 30 % dotazovaných vyhledává místo zahraničních značek ty české, lokální. A téměř 90 % nakupujících vždy sleduje složení a materiál, ze kterého je zboží vyrobené.

Vyplývá to z průzkumu e-shopu VEMZU.cz, kterého se v červenci účastnila tisícovka respondentů. Podle 88 % zákazníků se také mění k lepšímu celkové vnímání módy a designu u Čechů. Přesto si ale dvě třetiny myslí, že vytříbený vkus má v Česku jen úzká skupina lidí. „Zákazníci už mnohem více zjišťují složení a původ zboží, které kupují. Starají se také o recyklovatelné obaly a celkově více přemýšlejí o dopadu na životní prostředí. Mají rádi zajímavé značky s příběhem, které tyto požadavky splňují. Je to třeba kosmetika Stop water while using me, která nabádá k šetrné spotřebě vody nebo mýdla Mylo balená do recyklovatelného papíru,“ řekla produktová manažerka e-shopu VEMZU.cz Simona Harvišová. Při koupi se zákazníci nechávají ovlivňovat několika faktory.

Pro většinu z nich je rozhodující kvalita zboží, následuje cena a potom rychlost doručení. Výrobky, které jsou skladem, preferuje 43 % nakupujících, 31 % si na zboží počká maximálně týden. Pokud jsou se službami a zbožím spokojeni, na e-shopu nakupují pravidelně.

Nakupování na módních e-shopech zůstává doménou žen. Ty také uvádějí, že je zajímavé zahraniční trendy, aby se udržely na aktuální módní vlně. Sledují proto nabídky e-shopů, a to českých i zahraničních, neboť ty podle nich rychleji reagují na aktuální trendy než kamenné prodejny. „Lidé u nás začínají mít vkus, nespokojí se s nudným a obyčejným zbožím. Mladí sledují módní trendy na zahraničních webech a vyzádují, aby zboží bylo dostupné i v ČR s co nejmenším časovým zpožděním. Proto se také stále častěji uchylují k nákupu online,“ sdělila portfolio manažerka e-shopu VEMZU.cz Barbora Bibková.

E-shop VEMZU.cz vznikl loni v říjnu, zaměřuje se na módu, kosmetiku, design a bytové doplňky. Letos plánuje tržby 25 milionů korun, jeho prodeje rostou měsíčně v průměru o 55 %. Nakupuje na něm už přes 8000 zákazníků a na sociálních sítích nasbíral více než 20 000 fanoušků a sledujících. (tz)

Kvalitu je třeba standardizovat a řídit

Chceme žít spokojeně a plnohodnotně, mít radost ze všeho, co děláme. Jinými slovy, jde nám o kvalitu všude kolem nás. Dvojnásob to platí pro náš domov, pro město nebo obec, kde se máme cítit nejlépe. Proto je tak důležité, aby dobře fungovaly městské a obecní úřady, aby tu byly pro nás, občany. Benešov patří k těm vzorovým. Lidé na radnici získali za svou práci řadu ocenění, naposledy v programu START EUROPE Národní ceny kvality ČR. Co se za tím skrývá, naznačí rozhovor, v němž jsme zpozřídali vedoucí Odboru vnitřních věcí a právnicka Městského úřadu v Benešově Mgr. Magdu Zacharievu.

Proč se město zapojilo do projektu START EUROPE? Šlo o první aktivitu v oblasti kvality, nebo jde o logické pokračování dlouhodobého procesu?

Město Benešov je od roku 2007 zapojeno do Benchmarkingové iniciativy, v rámci které má možnost vyhodnocovat své výsledky v jednotlivých sledovaných ukazatelích a srovnávat je s výsledky jiných měst. Tento manažerský nástroj nás přivedl na myšlenku, že přesto, že dosahujeme výborných výsledků, je třeba kvalitu standardizovat a řídit. V této souvislosti se nabízela možnost projít certifikací podle ČSN EN ISO 9001:2008. Město Benešov a jeho městský úřad získalo tuto certifikaci v roce 2014 a úspěšně absolvovalo dohledové audity v letech 2015 a 2016. V tomto roce, v měsíci červnu, jsme jako jedni z prvních v oblasti veřejné správy získali certifikaci novou normou ČSN EN ISO 9001:2015. Národní cenu kvality v modelu excellence EFQM v programu START město obdrželo v roce 2015 a navázalo získáním ocenění v následujícím roce

Mgr. Magda Zacharieva

se narodila v roce 1969 v Brně, kde vystudovala Právnickou fakultu Masarykovy univerzity. Pro město Benešov pracuje od roku 2010, nejprve jako správce pohledávek, později jako městský právník, od roku 2015 vede Odbor vnitřních věcí. V současné době zastupuje ve výkonu pravomocí tajemnici městského řádu.

v programu START EUROPE. V roce 2016 jsme se také zapojili do projektu místní Agenda 21. Od roku 2016 se město Benešov zaměřuje na řízení kvality městem Benešov zřízených příspěvkových organizací, a to prostřednictvím pravidel a řídicích dokumentů upravujících určité klíčové oblasti a zavedením komunikačního portálu a pracovního nástroje – Portálu příspěvkových organizací. Vzhledem k tomu, že naše aktivity na poli managementu kvality jsou široké, vytvořili jsme integrovaný systém managementu, v němž je vzájemně propojen a sladěný systém managementu kvality dle normy ČSN EN ISO 9001:2015 s modelem EFQM a místní Agendou 21. Tento systém zohledňuje i Metodické doporučení k řízení kvality v územních samosprávných celcích vydané MV ČR. Město Benešov se tedy kvalitě věnuje dlouhodobě a plánovaně, o čemž svědčí neustálé a nové aktivity v této oblasti.

Jak vnímáte funkci kvality ve veřejné správě, jakými nástroji se zavádí do každodenního života v úřadu, čím pro projekt získáváte spolupracovníky?

Kvalita ve veřejné správě byla donedávna neznámým pojmem, mnoho metod bylo určeno pouze pro podnikatelské prostředí a nebylo lehké je plně realizovat v podmínkách veřejné správy. V rámci organizační struktury našeho městského úřadu bylo vytvořeno specializované oddělení, do kterého byli soustředěni odborníci z oblasti ICT, managementu kvality, projektového řízení, procesního řízení a public relations. Dále existuje pracovní skupina managementu kvality, ve které jsou zařazeni na základě jejich zájmu pracovníci z různých odborů úřadu, a užší pracovní skupina složená z tajemnice, vedoucí Odboru vnitřních věcí a dvou projektových manažerek. Dle potřeby byly pořádány schůzky s politický-



Mgr. Magda Zacharieva, vedoucí Odboru vnitřních věcí a právnicka Městského úřadu v Benešově

mi představiteli města. Letos jsme obdrželi finanční podporu z Operačního programu Zaměstnanost, Evropského sociálního fondu, pro projekt „Podpora optimalizace a řízení kvality na Městském úřadě Benešov“ a z níž byly a budou financovány některé aktivity a spolupracovníci právě v rámci managementu kvality.

Pozná i občan, že se úředníci zapojili do programu kvality?

Pevně věříme, že právě občané a klienti úřadu i města pociťují zlepšování kvality v oblasti služeb, a že díky tomu Městský úřad Benešov získal 1. místo v soutěži o nejpřívětivější úřad ve Středočeském kraji za rok 2017. V předchozím roce byl oceněn třetím místem. Toto ocenění uděluje Ministerstvo vnitra a jeho cílem je mapovat a hodnotit kvalitu a přívětivost služeb nabízených městskými úřady obcí s rozšířenou působností. Klienti úřadu mohou podněty a připomínky předávat prostřednictvím dotazníků, které jsou určeny k vyplnění a odevzdání do sběrných boxů rozmístěných v budovách úřadů nebo prostřednictvím anket uveřejňovaných na webových stránkách města. Tyto podněty jsou průběžně vyhodnocovány a projednávány. Vloni jsme na základě těchto podnětů dosáhli zlepšení v oblasti rozsahu, dostupnosti i transparentnosti služeb. Také bylo zlepšeno informování občanů, a to díky novým webovým stránkám, které získaly ocenění Zlatý erb, službě a aplikaci Mobilní rozhlas, vydávání měsíčníku Benešovské radniční listy a prostřednictvím facebookového účtu města. Kvalitu služeb si samozřejmě ověřujeme i jinými nástroji jako např. metodou Mystery client. Realizace tohoto šetření potvrdila vysoký standard poskytovaných služeb a profesionalitu našich zaměstnanců.

Myslíte si, že Benešov a obce bývalého okresu jsou „nejlepším místem pro život“?

Benešovsko má výbornou polohu, je v dobré dojezdové vzdálenosti do Prahy, ale současně je zasazeno do nádherné krajiny, plné přírodních i kulturních pamětihodností. Máme zde řeku Sázu pro vodáky, Slapskou přehradu pro rybáře a rekreanty, Konopiště a Jemniště pro milovníky historie. Město Benešov stále vylepšuje občanskou vybavenost, například v říjnu 2017 se otevřel zbrusu nová mateřská škola Na Spořilově, pro jejíž stavbu byla zvolena unikátní stavební technologie. Město připravuje i další nové projekty jako třeba volnočasový sportovní areál Sladovka, dopravní terminál propojující vlakové a autobusové nádraží nebo rekonstrukci městské obchodní třídy, Týršovy ulice. Benešov je město s jednou z nejnižších měr kriminality a nezaměstnanosti v České republice, je to klidné a dobře vybavené místo k životu. Město Benešov je rovněž zapojeno do projektu Krajského ředitelství policie Středočeského kraje Bezpečné město.

Co vás v práci nejvíc těší, čím se ráda pochlubíte, když mluvíte o svém městě?

Nejvíce mě těší, když jsou mí spolupracovníci v práci spokojení a klidní, jsou to totiž lidé, kteří

tod kvality a nástrojů řízení kvality právě ve veřejné správě, nebo oceněním Dobrá praxe od Národní sítě Zdravých měst v oblasti metod kvality za rok 2016. Za získáním všech cen je nesmírná píle a práce nejen těch, co se managementem kvality přímo zabývají, ale všech našich zaměstnanců a vedení města. Samosprávné vedení města totiž všechny naše aktivity podporuje a aktivně se do nich zapojuje.

Jaké priority v současnosti řešíte, co tvoří páteř volebního programu na radnici?

Mezi priority patří modernizace i elektronizace a s tím samozřejmě související zvyšování kvality služeb úřadu i města. Byl vypracován projekt Efektivní a transparentní úřad, Efektivní řízení organizací města a Elektronické služby města Benešov. Na financování projektů bylo požádáno o podporu z Integrovaného regionálního operačního programu a dva projekty již podporu obdržely. V současné době na úřadě řešíme podmínky pro splnění zákonných povinností v souladu s nařízením eIDAS, zákonem o registru smluv nebo novým nařízením k ochraně osobních údajů GDPR. Mezi priority volebního programu patří zejména akce investičního charakteru, pro úřad to znamená velmi dobře organizovat jejich projektovou přípravu a koordinovat jejich realizaci. S tím souvisí například nastavení strategického a procesního řízení, kterým se nyní také intenzivně zabýváme. Zavádíme jednotný systém procesního řízení na úřadě, tzv. Referenční model řízení městského úřadu, který vyvíjíme a připravujeme ve spolupráci s Ministerstvem vnitra a společností CIEM, s ním související Městský model řízení veřejných služeb, a také připravujeme nový strategický plán. Prostě a jednoduše, stále je v čem se zlepšovat.

hodně úspěchů městu a spokojenost občanům Benešova popřál Pavel Kačer

INZERCE



GASCONTROL, společnost s r. o. - výrobce plynových a energetických zařízení, investičních celků, technologických zařízení na výrobu elektrické energie, tepla, chladu a dodávky plynových technologií na stlačený zemní plyn



Naše činnosti

- Dodávky a servis plynárenských zařízení
- Regulace a měření plynu, odorizace, dálkové měření odorantu
 - Plynové expanzní turbíny
- Důlní investiční technologické celky
- Průmyslové klimatizace a chladicí systémy
- Plynovody a jiné produktovody, uzavírání potrubí pod tlakem
 - Výzkum a vývoj v oblasti energií a plastů
 - Inovace produktů a technologických procesů
- Dodávky bioplynových stanic od 20 kW do 5 MWe včetně výstavby
 - Dodávky turbin CAPSTONE do 5 MWe a ORC zařízení
 - Náhradní zásobování formou CNG a LNG
- Výstavby, dodávky plynových technologií a servis CNG stanic
 - Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů
- Výstavby a rekonstrukce kotelen a výměňkových stanic

GASCONTROL, společnost s r.o.
Nový Svět 1407/59a
735 64 Havířov-Prostřední Suchá
tel.: +420 596 496 411
e-mail: gascontrol@gascontrol.cz



Firmy hladoví po inovacích, mají těžkosti s digitálním marketingem a poznávají přínosy diverzity

Světové i české firmy věří, že hlavním tahounem ekonomiky v blízké budoucnosti budou inovace a digitální technologie. Mají však problémy tvořit inovační týmy a jen pomalu budují kompetence v online marketingu. Vyplývá to z výzkumu mezi 600 manažery firem po celém světě, který realizovala společnost Stanton Chase, zabývající se vyhledáváním řídicích pracovníků (Executive Search).

Výzkumu se zúčastnilo přes šest stovek respondentů, kteří působí na úrovni vedoucích manažerů a členů správních orgánů i specialistů na klíčových pozicích. Výzkum oslovil celé spektrum firem, tedy těch o hodnotě menší než sto milionů dolarů i větší než pět miliard dolarů, soukromé podniky i veřejné obchodovatelné na burze, zhruba v desítkách sektorů.

Naprostá většina, 84 % respondentů, vidí jako nejdůležitější faktor, který zásadně ovlivní jejich podnikání, právě digitalizaci a nakupování v e-shopech. Dostupnost zboží a služeb kdykoliv a kdekoliv na světě, na dosah několika kliknutí, vystavuje firmy nebývalému tlaku odlišit se od své konkurence, získat, a především udržet dostatek zákazníků. „Tento tlak se projevuje i personálně. Firmy zpravidla mají špičkové odborníky na výrobní procesy, vývoj nových produktů a personální záležitosti, ale tápou ve skládání týmů v oblasti inovací a v digitálním

online marketingu,“ řekl Jan Martin, partner české kanceláře Stanton Chase. Pouhých 29 % respondentů je spokojeno s mírou inovací ve své firmě.

E-shopy: z okrajového doplňku úhelným kamenem businessu

Podle respondentů chybí současným firemním lídrům podnikavost a strategické uvažování. Přesně tyto vlastnosti nyní nejvíce poptávají u nových manažerů a vedoucích týmů. Naopak oborové zkušenosti a know-how z konkrétních sektorů jsou na seznamu požadovaných charakteristik až v dolní polovině.

„To svědčí o tom, že se firmy snaží podněcovat kreativní myšlení mimo zavedené oborové škatulky. Více také aktivně vyhledávají nové lidi, které postrádají ve svém vedení,“ sdělil dále Jan Martin ze společnosti Stanton Chase. „Z vlastní zkušenosti víme, že firmy méně hledají specialisty, kteří jim pomohou vyřešit krátkodobý problém, a raději chtějí lídry, kteří firmu za tři až pět let dovedou do předem vytyčeného bodu.“

V Česku v oblasti rychloobrátkového zboží platí, že bez inovací nelze nejen získat, ale ani udržet stávající pozici na trhu. Lidé rádi zkoušejí novinky a obchodní partneři očekávají individuální přístup. Pro vedoucí poboček mezinárodních firem to znamená jediné: musejí být schopni přesvědčit mateřské firmy, aby jim ino-



kresba Pixabay

vovat umožnily. Zvláště na českém trhu se objevila potřeba řešit co nejrychleji digitální marketing. Manažeři mají pocit, že jim ujíždí vlak, protože na trhu chybějí lidé se specifickými kompetencemi v oblasti digitálních technologií. Opožděně reagovaly i mezinárodní firmy, které digitální marketing berou vážně až v posledních dvou letech. „Budují regionální online marketingové týmy a učí se za pochodu,“ dodal Jan Martin.

Nedostatek moderních lídrů

Ukazuje se, že najít a získat správného lídra je pro firmy stále těžší. Téměř polovina manaže-

rů ve výzkumu uvedla, že mají problém kýžené talenty najít. Podle výzkumu je nábor talentů větším kamenem úrazu než těžkosti spojené například se změnami chování zákazníků, tvrdými finančními podmínkami nebo vyostřující se konkurencí v podnikatelském prostředí. I to je důvod, proč 73 % dotazovaných hodlá v následujícím roce světit nábor společností specializovaných na Executive Search (přímé vyhledávání vrcholových manažerů).

Drtivá většina, celých 90 % respondentů, přiznává, že mají rezervy, co se týče větší diverzity v personálním složení. Nicméně jen 64 % dotazovaných vidí v rozvoji diverzity zásadní cíl a pouhých 18 % odměňuje nějakým způsobem management, pokud tento úkol splní.

„Firmy chtějí na měnící se podmínky digitalizovaného světa reagovat inovacemi, ale jen zřídka si uvědomují, že inovace se nejlépe rodí v různorodých týmech, spojených jedním cílem a filozofií,“ doplnil Jan Martin.

Na základě analýzy výzkumu společnost Stanton Chase doporučuje zaměřit se na podporu diverzity a vytváření týmů složených z mužů a žen různého věku, specializace a původu. Druhým doporučením je, aby se firmy nebály získávat čerstvý pohled na věc od lidí z jiných odvětví a dávaly při posuzování kandidátů přednost kreativitě před zkušenostmi v daném sektoru. (tz)



foto Pixabay

VÝVOJ OBJEMU MAĎARSKÉHO KAPITÁLU V ČESKÝCH FIRMÁCH

rok	kapitál v Kč	počet firem s maďarským vlastníkem
aktuálně 2017	5 304 823 582	1781
2016	3 435 703 903	1661
2015	5 087 837 782	1373
2014	5 093 425 985	1179
2013	4 986 003 770	897

Zdroj: Bisnode

Nízké daně v Maďarsku neučarovaly...

Maďarského vlastníka má aktuálně 1781 českých firem, což je o 120 více než koncem loňského roku a jednou tolik než v roce 2013. Objem maďarského kapitálu upsaného v základním jmění českých firem přesáhl 5,3 miliardy korun, což je historické maximum. Vyplývá to z analýzy poradenské společnosti Bisnode.

„Korporátní daň ve výši 9 %, která platí od začátku letošního roku, udělala z Maďarska daňový ráj v srdci EU. Cílem maďarské vlády bylo přilákat zahraniční kapitál a dosáhnout hospodářského růstu. Nicméně masivní odliv společností do Maďarska, které by se přesouvaly sídla

za účelem daňové optimalizace, se zatím nekoná, a to přes to, že má Maďarsko nejnížší daň ze zisků firem v EU. Počet českých firem, které mají maďarského vlastníka, letos přibývá nejpomaleji za poslední čtyři roky. Zdá se, že nízké daně nejsou všechno,“ řekla analytička Bisnode Petra Štěpánová.

V pomyslném žebříčku nejčastějších zahraničních majitelů českých firem, který sestavuje Bisnode, Maďarsku patří 14. příčka.

Výrazněji než počty firem se letos zvyšoval objem maďarského kapitálu upsaného v základním jmění českých firem. Objem maďarského kapitálu upsaného v základním jmění českých firem přesáhl 5,3 miliardy korun, což je o 1,9 miliardy víc než v roce 2016. (tz)

ElectroPark na Mezinárodním strojírenském veletrhu 2017

Expozice Elektrotechnické asociace České republiky je již dlouhá léta tradičním místem setkání odborníků a představitelů států. V loňském roce ji navštívila vládní delegace s předsedou vlády Bohuslavem Sobotkou a předsedou senátu Milanem Štěchem. Velkoryse pojatý stánek v pavilonu Z každým rokem představuje návštěvníkům sbírku historických přístrojů ze začátku dvacátého století v kontrastu s nejmodernějšími technologiemi používanými v současných strojírenských provozech, jejichž ukázky konkrétních aplikací budou opět k vidění v přílehlém ElectroParku (Pavilon Z, stánek č. 43).

ABB: školící centrum

Společnost ABB, technologicky průkopník a přední světový dodavatel v oblasti elektrotechnických výrobků, robotiky a pohonu, průmyslové automatizace a energetiky, představí v Electro Parku školící robotické pracoviště. Tento školící set představuje efektivní výukovou pomůcku s reálným průmyslovým zařízením, robotem IRB120 s řídicí systémem IRC5, a byl vyvinut Školícím centrem jednotky ABB Robotika speciálně pro výuku ve školách, ale i pro školení zaměstnanců výrobních podniků.

ATAS: expozice ukáže elektromotory pohánějící výtahové dveře

Kompaktní pohon výtahových dveří společnosti Stroj-on-výtahy s.r.o., splňující již dnes

nové evropské výtahové normy EN 81-20 a EN 81-50 a šetřící prostor a energii. Pohon se skládá z mechanických částí Stroj-on-výtahy s.r.o., řídicí desky VTA-OOR/CAN 2 PT1 firmy Beta Control, s. r. o., a BLDC elektromotoru G162YG394 společnosti ATAS elektromotory Náchod a.s. Inovací pohonu klesla výška řídicí desky na 50 %, délka motoru na 40 %, spotřeba energie na 40 %.

ELCOM: vizualizace online zpracování rozsáhlých souborů dat v elektroenergetice

Společnost ELCOM je dlouholetým dodavatelem měřicích systémů v energetice. Portfolio produktů a know-how sahá od globálních měřicích systémů pro monitoring fázorů (WAMS) pokrývajících například střední Evropu, přes

měření a komplexní vyhodnocování kvality dodávané elektřiny v rámci celé republiky, po detailní energetický monitoring průmyslového podniku až na úrovni spotřeb jednotlivých strojů. Společnost ELCOM se vývoji speciálních měřicích přístrojů, distribuovaného software a komplexním dodávkám věnuje již 25 let a je v této oblasti na světové úrovni s úspěšnými dodávkami na téměř všech kontinentech.

SOPO: hnací jednotka Pendix – revoluční řešení v oblasti elektro-cyklistiky

Jedním z produktů, pro který dodává SOPO s.r.o. vinutí, je vysoce výkonná hnací jednotka Pendix. Ať už máte kolo pro město, trekking, nebo horské kolo – hnací jednotku můžete namontovat na téměř jakýkoli model rámu. Během 30 minut můžete změnit jakékoli jízdní kolo do podoby vysoce výkonného elektrického kola. Tento hnací komponent představuje revoluční řešení v oblasti elektro-cyklistiky.

TES Vsetín: Hot Crimping

Zařízení určené k tepelnému krimpování vývodů (drátů) do kabelových ok satorů nebo propojek. Ve srovnání s podobnými stroji, které



jsou na trhu k dispozici, nabízí výrobek nadstandardní výkon a flexibilitu. Díky vysokému výkonu je dosaženo velmi krátkých procesních časů, které nemůže nabídnout žádný běžný konkurenční produkt na trhu. Stroj umožňuje krimpování Cu a Al vodičů a je schopen pracovat s kabelovými elementy, které mohou mít až 100 mm² v průřezu. Nabízena je i varianta se systémem umožňujícím kompletní vyhodnocování všech důležitých parametrů v průběhu krimpovacího procesu. (tz)

Stali se dobrými partnery pošťáků

Moderní služby musí fungovat nejen ve městech, ale i na venkově. K nezákladnějším a nejžádanějším patří pošta. Aby se podařilo udržet v nějaké podobě poštovní úřad v menších obcích, tomu napomáhají státnímu podniku Česká pošta, s.p., starostové a podnikatelé. Partnerské pošty rostou v poslední době jako houby po dešti. Hovořili jsme o tom s ředitelem divize obchod a marketing České pošty Ing. Janem Foubíkem.

Co si představit pod projektem Pošta Partner?

Prakticky je to provozování pobočky České pošty smluvním zástupcem. To znamená, že ČP mu předá know-how, vybaví mu provozovnu, zaškolí v poskytování poštovních služeb. Smluvní zástupce pak poskytuje tyto služby ve stejném rozsahu. Pro běžného občana může pobočka dál fungovat ve shodných prostorách a uživatel často ani nepozná, zda ho obsloužila pošta naše, nebo partnerská. Ve třetině případů přechází dokonce náš zaměstnanec z pobočky ČP na Poštu Partner, tedy obec nebo podnikatel ani nemá problém se zaškolením.



Ing. Jan Foubík, ředitel divize obchod a marketing České pošty, s.p.

Kdo se nejčastěji stává vaším partnerem?

Nadpoloviční většinu tvoří obce, pak jsou to malí a střední podnikatelé, včetně družstev COOP a podobně.

Jak dynamicky se rozvíjí zájem o partnerství?

Roste poměrně významně. My jsme mezi lety 2009 a 2014 vytvořili cca 50 Pošt Partner. Od té doby jsme se do dneška dostali až na 384. Věřím,

že do konce tohoto roku jich ještě asi 60 přibude, takže se dostaneme až na počet 450 provozovaných partnerských míst. V roce 2014 jsme provedli kompletní revizi projektu. Na základě zadání generálního ředitele ČP Martina Elkána jsme se podívali na to, jak celý systém běží, jaká je výše odměn a jak složitý je koncept. Usoudili jsme, že smluvní dokumentace je příliš komplikovaná a odměny jsou poměrně nízké. Zatraktivnili jsme projekt jak finančně, tak provozně, vše jsme zjednodušili, odstranili spoustu sankcí tak, aby se toho ani nejmenší podnikatelé, případně starostové, nebáli.

Co konkrétně dostane podnikatel od České pošty, pokud se rozhodne do společného projektu jít?

Uhradíme veškeré náklady na poštovní přepážku. Vybavíme ji moderní IT technikou a zaškolíme pracovníka.

Partnerské pošty mívají i doplňkové služby. Které to bývají?

Nejčastěji tam najdete běžné obchody s potravinami, protože jiný specializovaný obchod se na venkově neužívá.

Rád bych se zeptal i na kvalitu služeb. Poznám, že mě obsluhuje Česká pošta, nebo partnerská?

Pokud jde o kvalitu, určitě rozdíly nepoznáte. Nechodí nám ani žádné stížnosti na provozování víc než 380 partnerských pošt. Pokud jde o sortiment, každý se může rozhodnout, jaký rozsah nabídne. Musí obsáhnout základní poštovní a finanční služby, po nichž je velká poptávka, protože v menších obcích žádná jiná banka není. Jsme schopni zajistit i kolky, dálniční známky a další zboží, pokud o ně partner projeví zájem. Získá tak další provizi z prodeje.

Sbíráte i zpětnou vazbu? Zajímáte se o to, jak jsou veřejnost a partneři spokojeni a co by ještě od pobočky očekávali?

Spokojeni jsou. Pravidelně jednáme se Svazem měst a obcí, Sdružením místních samospráv, Spolkem pro obnovu venkova, ale i se samotnými starosty a občany. A co by ještě očekávali? Další zjednodušení služeb. Uvědomte si, že poštovní služby bývají poměrně komplikované. V polovině letošního roku jsme nasadili jednodušší systém, ale v tomto směru musíme ještě dál pracovat.

připravil Pavel Kačer

Český podnikatel řeší produkt úžasným způsobem...

dokončení ze strany 1

Takových nemovitostí by se rád stát zbavil, nebo lépe řečeno, vytvořil z nich objekty, jež by pronajímal drobnějším podnikatelům, živnostníkům. Existuje k tomu speciální program MPO a CI na regeneraci, aby tato místa ožila a podpořilo se i podnikání místních lidí tím, že za zvýhodněných podmínek si plochu budou moci pronajmout a provozovat tam třeba kadeřnictví, autoopravnu nebo půjčovnu lyží. Snaha je takto rozhybat objekty v lokalitách, kde se například dříve těžilo uhlí nebo rudy, kde je nízká zaměstnanost nebo jiné společensko-ekonomické problémy. Jde nám to o to, aby se zvedla zaměstnanost a povzbudila podnikavost na úrovni obce. Majitelem takových objektů by mělo být město, kraj, obec.

Kteří podnikatelé a s jakými otázkami se na CzechInvest mohou obrátit?

Například tehdy, pokud jde o investiční záležitosti. Dejme tomu, že má určitá firma partnera, který by do ní rád zainvestoval. Jak může stát, reprezentovaný ChzechInvestem, pomoci? Můžeme například dát stanovisko, co je potřeba vzít v úvahu při takovém kroku, co je nutné při tomto záměru ohlídat, kam takovou investici umístit apod. Je jedno, zda jde o investora českého, nebo třeba rakouského.

Můžeme rovněž podpořit rozvojové projekty v rámci dané firmy, kdy se řeší většinou nějaká úskalí, jako jsou složité povolení, komunikace se státními úřady apod. Firma, která potřebuje informace, se na nás může obrátit. Pokud jsme schopni vyjít vstříc, pak danou záležitost řeší buď naše pražská centrála, nebo regionální kancelář. Klíčem je pro nás navést daného tazatele na to, co má udělat, jak vyřídit vízové povolení, jak postupovat v projektu týkajícího se vědy a výzkumu, jak se orientovat v otázce dotací (i když se CzechInvest již dotacemi nezabývá). Dále podporujeme podnikatele v tom, aby se zapojili do nadnárodních řetězců, aby se jejich sortiment stal součástí dodávek například do leteckého průmyslu. Je to díky našim kontaktům s centrály, které v zahraničí rozhodují o investicích, vybírají vytipované destinace.

V poslední řadě službu můžeme prokázat rovněž začínajícímu podnikateli. Může se na nás obrátit, pokud potřebuje specifické informace, zjistit, zda existuje možnost nějaké podpory s prosazením jeho nápadu apod. Můžeme pomoci s otestováním, zda je jeho produkt uplatnitelný jen na domácím trhu, nebo zda má

šanci uspět i na zahraničním. Zaměřujeme se na startupové firmy, těm zejména pomáháme v tom, aby se prosadily za hranicemi naší republiky. Aby měla taková firma zabezpečen business jak po právní stránce, z hlediska patentové ochrany, aby i její účetnictví bylo v naprostém pořádku, pomáháme jí v rámci zvláštních programů, a to včetně prošlapání cesty k soukromému kapitálu v cizině.

Mají příležitost obrátit se na vás i mikrofirmy?

Určitě ano, jde zejména o start upy se speciálně zaměřenými programy, jednáme s desítkami firem ročně. Zde bych rád upozornil, že na rozdíl od jiných subjektů poskytujeme naše poradenství bezplatně.

Jsou podle vašich zkušeností české start upy záležitostí mladších lidí, nebo spíše těch ostřílenějších s určitými zkušenostmi z businessu?

Skoro bych si troufnul tvrdit, že jde o zástupce mladší generace, kteří se pro něco nadchlí a chtějí za tím jít – velmi často jde o internetové technologie, aplikace apod. Na druhé straně často však start upy zakládají ti, kterým je více než 35 let. Tedy lidé s určitou zkušeností z podnikání, kteří dokáží odhalit mezery na trhu, umí zúročit své dosavadní zkušenosti a kontakty a nejsou to zkrátka žádní nováčci.

Podporujete spolupráci firem prostřednictvím klastrů a technologických platform. Jaká je praxe? Je zájem utvářet nová uskupení hledající cesty k inovacím nebo k optimalizaci sil k prosazení se na mezinárodním trhu?

Podporujeme a máme zájem na tom, aby se tvořily další klastry. Hlavně v oborech, které vychází z našich tradičních odvětví, jako je automobilový průmysl, strojírenství, letecký průmysl apod. Šance mají uskupení firem, které se zapojí do leteckého a kosmického průmyslu. Naše firmy mají kompetence a schopnost něco velice dobře vyvinout a vyrobit. Výhodou také je, že nejde o transport velkých kusů výrobků. Celosvětový zájem o tento druh výrobků je obrovský, české firmy by toho měly využít. Nyní je žhavou otázkou například letectví – jedná se o to, aby se české firmy staly subdodavateli pro GE. My bychom rádi k tomuto účelu podpořili zapojení nových, mladých českých firem i těch, které již mají tradici a zkušenosti z jiných oborů.



Je šance, aby vznikl například klastr ryze rodinných firem, které by byly neoborově schopny řešit jisté zadání?

V minulosti jsem se v roli poradce mezi rodinnými firmami dosti pohyboval, vím, že mají v porovnání s jinými subjekty mnoho předností, například jsou flexibilnější v rozhodování, myslí v dlouhodobější perspektivě apod. Avšak jako pojítka k založení klastru se mi to zdá nešikovné. Klastr je nástroj oborový, má podpořit tah na branku v zakázkách v určitém odvětví. Ale rodinné firmy s různým zaměřením – to mi nedává smysl. Mají jiné zákazníky a také jiné problémy, takže málo společných témat.

V čem jsou čeští podnikatelé ve svém inovačním potenciálu napřed před zahraničím?

Určitě v technických dovednostech a schopnosti řešit problém. Český člověk má ideální míru kreativity a zároveň schopnost dotahovat věci do konce. Má dar věci vytvořit, dát jim strukturu, je schopen improvizovat, poradit si za všech okolností. Toto vše dohromady jsou obrovské přednosti. Také se umí nedržet jen vymezených pravidel, rád je překračuje, hledá jiné cesty. Jinými slovy: český podnikatel řeší produkt úžasným způsobem, ale zapomíná na to, že ho musí prodát. Neumí vysvětlit zákazníkovi, že to, co vymyslel a vyrobil, má nadčasovou hodnotu, smysl, a že to klient potřebuje. Čech rozumí technickému jádru věci, ale rozený obchodník není.

Když srovnáte své zkušenosti ze zahraničních cest a misí, dá se tvrdit, že Česká republika podnikání reguluje přespříliš, anebo jsme světovým průměrem?

Neřekl bych, že je u nás přeregulováno, spíše se o tom moc mluví. Což vytváří dojem, že je business opravdu nadměrně svázaný. V cizině je to

mu často naopak – regulace je vyšší a pravidla hry se důsledně dodržují, a nediskutuje se o tom.

Byl jste mezi nominovanými osobnostmi prestižní soutěže MANAŽER ROKU 2016 za své úspěšné řízení agentury. Co nového jste během svého působení v pozici generálního ředitele CzechInvestu prosadil?

Za pozitivní považuji naši současnou roli – posunuli jsme se na pozici oficiálního hráče na mezinárodní scéně investic, a to má pro Českou republiku velký potenciál. V řadě případů jsme se stali rovnocenným partnerem při vyjednávání, a to dříve CzechInvest nebýval. Prosadil jsem změny v organizaci tak, aby bylo dvakrát více našich pracovníků v kontaktu se zákazníky. S dalšími manažery mého týmu se povedlo změnit a zmodernizovat image agentury, dnes nás v zahraničí vnímají jako plnohodnotného reprezentanta pro vyjednávání na mezinárodní úrovni v oblasti nejnovějších technologií.

A co k tomu přispělo? Jsem jedním z nejdéle sloužících generálních ředitelů CzechInvestu, jsem na pozici již třetím rokem, měl jsem tedy čas změny realizovat. Také mi jednoznačně pomohlo to, že naše současná vláda jeví zájem o ekonomický rozvoj země a agentura má prostor ukázat, že má její práce smysl. Že přispíváme k rozvoji české ekonomiky.

A jaké trendy v businessu lze v České republice mapovat, například u generace Y? Pokud vím, tyto lidé se do podnikání příliš nehrnou, riziko a odpovědnost jsou podle nich největší překážkou. Také podnikání nemíní obětovat osobní život či zdraví, na rozdíl od jejich rodičů...

Když jsem četl články o generaci Y v médiích, tak jsem si říkal, co si počnu, až mi tyto lidé přijdou do agentury a budu je muset řídit. A pak jsem se podíval na náš věkový průměr a zjistil jsem, že už je zaměstnáváme. Takže články o nich беру s rezervou. Každopádně podstatně více řeší, ne kolik si vydělají, ale jestli je práce bude bavit. Chtějí dělat něco, čemu věří, v čem vidí budoucnost, smysl, co je zajímavé. K tomu jen dodatek – u nás v CzechInvestu mají obrovský potenciál růstu. Nedívají se tedy na svět očima svých rodičů, možná proto, že existenční záležitosti mají vyřešené tím, že vyšší životní úroveň a spousta věcí je samozřejmá. Více si hlídají osobní čas, vztahy, potřebují radost ze života. Chtějí-li pracovat, mají hodně možností, a práce by jim měla posloužit k osobnímu rozvoji...

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Šéfové českých podniků jsou k sociálním sítím rezervovaní, polovinu vůbec nezajímají

Přestože na webu je dnes již prakticky každá firma a téměř každá významnější má profil alespoň na některé sociální síti, pokud jde o jejich nejvyšší vedení, je přístup k těmto moderním formám komunikace velmi vlažný. Nejvíce, přibližně třetina (36 %) šéfů českých firem je na LinkedInu, na Facebooku jich je ve jménu své firmy jen 6 % a na Twitteru pouhých 4 %. Jen jeden český generální ředitel ze sta píše blog. Ukázal to průzkum PwC mezi více než stovkou vedoucích představitelů významných společností napříč obory, které působí na českém trhu.



„Důležité je třeba sociální síť alespoň monitorovat a následně vhodně využívat při budování značky zaměstnavatele, v rámci náboru a při komunikaci, a to jak zákaznické, tak i náborové, s nastupující generací Z, která již příliš nerozlišuje mezi reálným životem a sociálními sítěmi,“ řekla Andrea Linhartová Palánová, odborník na řízení lidských zdrojů, PwC ČR. Nejpřekvapivějším výsledkem průzkumu PwC je však to, že 20 % šéfů českých firem sociální síť vůbec nezajímá. Vedle nich je zde 44 % dotázaných, kteří sice na sociálních sítích nejsou aktivní, ale aspoň je sledují. „Do budoucna se dá v ČR očekávat rozšíření Twitteru, po vzoru západních zemí. Na úkor třeba i LikedInu,“ dodala Andrea Linhartová Palánová. (tz)

INZERCE



Vzdělávání
otevřít
X možnosti



Employer branding – staňte se magnetem na talenty

1. 11. 2017; 9:00–16:00

Jáchym Důjka (odborník na Employer Branding)

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

Kdo umí řídit sám sebe, umí řídit ostatní

6. 11. 2017; 9:00–16:00

Ing. Bc. Zuzana Hekelová (lektorka, publicistka a konzultantka)

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

Působivé prezentační dovednosti jako cesta k úspěšnému sebeprosazení, zásady rétoriky a neverbální komunikace

7. – 8. 11. 2017; 9:00–16:00

Mgr. Jana Wiesner

(psycholožka, vysokoškolská pedagožka, poradkyně LARRA CZ s.r.o.)

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

Efektivní time management a stress management

14. 11. 2017; 9:00–16:00

Mgr. Jana Wiesner

(psycholožka, vysokoškolská pedagožka, poradkyně LARRA CZ s.r.o.)

Cena: 3 790 Kč bez DPH / 4 586 Kč vč. 21 % DPH

Pracovní právo v praxi

22. – 23. 11. 2017; 9:00–16:00

Mgr. Vladimír Černý

(lektor a poradce v oblasti pracovněprávních vztahů a kolektivního vyjednávání)

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

Efektivní využití MS Office v práci asistentky

29. 11. – 1. 12. 2017; 9:00–16:00

Ing. Jaroslav Nedoma (lektor kancelářských aplikací MS Office)

Cena: 9 850 Kč bez DPH / 11 919 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

Stanovisko ČBA ke spouštění zvýhodněných úvěrů pro podnikatele

Česká bankovní asociace (ČBA) zaznamenala v nedávné době mediální informace o připravovaných programech zvýhodněných úvěrů, které by měly navázat na dosavadní podporu pomocí dotací a v budoucnu i některé dotace zcela nahradit. ČBA dlouhodobě nabízí sdílení zkušeností a odborné konzultace ze strany finančního sektoru působícího v České republice (ČR) všem relevantním orgánům státní správy.

Zvýhodněné úvěry patří do skupiny tzv. finančních nástrojů. Jde o typ veřejné podpory z evropských finančních zdrojů, který má již v současném programovacím období 2014–2020 doplňovat klasické nevratné dotace a v budoucnu je má v některých oblastech (například podpora podnikání) nahradit zcela. V současném programovacím období 2014–2020 se předpokládá, že zhruba 10 % celkové alokace ČR bude využito právě formou finančních nástrojů. Hlavním cílem finančních nástrojů je doplňovat ze strany státu a EU klasické tržní financování (v podmínkách ČR tedy především bankovní financování) a pomáhat financovat ty projekty, které by na klasické financování nedosáhly. Dalším z cílů je tzv. multiplikační efekt, kdy by jedna koruna česká investovaná v rámci finančního nástroje měla mobilizovat minimálně několik dalších korun českých investovaných do stejného projektu ze soukromých zdrojů.



foto Pixabay

Zvýhodněné úvěry (tzn. například úvěry s nulovou nebo sníženou úrokovou sazbou, případně s odkladem splátek) nejsou jedinou možnou formou finančních nástrojů. Mezi další velmi frekventované formy patří např. záruky za úvěry, kapitálové vstupy nebo podřízené úvěry. Je třeba vždy správně volit ten typ, který nejlépe naplňuje hlavní cíl finančních nástrojů v aktuální tržní situaci. Aktuální tržní situace v ČR je charakteristická velkým množstvím levné likvidity, což znamená především velmi nízké úrokové sazby pro konečné příjemce úvěrů. Správným nástrojem nabízeným v současné době ze strany státu by mohlo být především poskytování záruk, které umožní financovat i subjekty s horším rizikovým profilem.

Zvýhodněné úvěry ve stávající podobě navíc nemají prakticky žádný (a pokud tak pouze minimální) multiplikační efekt na rozdíl od záruk.

Spuštěním úvěrových finančních nástrojů je sice účetním využitím prostředků z Evropských fondů pro tento účel, nemění však nic na pochybnostech o průchodnosti, o potenciálních přínosech a o výhodách jejich alokace konkrétním příjemcům v současné tržní situaci. Bankovní asociace je nadále, stejně jako v předchozích letech, připravena sdílet se státní správou bohaté zkušenosti a expertní názory na to, jak co neefektivněji využít prostředky Evropských fondů tak, aby byl optimálně naplněn jejich účel a multiplikační potenciál. (tz)

Poradenská společnost BDO založila investiční fond se zaměřením na průmyslové společnosti a firmy vyvíjející technologické inovace

BDO Investment SICAV a.s., tak se jmenuje nový investiční fond s proměnným základním kapitálem založený nadnárodní auditorskou a poradenskou společností BDO. Rozdělen je na dva majetkové a účetně oddělené podfondy. Podfond Industry se zaměřuje na investice do zavedených průmyslových podniků střední velikosti a podfond Technology se specializuje na rychle se rozvíjející obory a firmy, které nabízející zajímavé inovativní technologie. Očekávaný výnos fondu je 10 až 20 % p.a. Investice fondu nebude široce rozprostřena do likvidních aktiv, ale jen do vybraných firem, které fond nebude jen pasivně sledovat, ale naopak aktivně směřovat ke stanoveným cílům.

Nový fond je určen pro kvalifikované investory, není určen pro drobné strádatele. Minimální výše investice je 125 000 eur s tím, že bude ve fondu vázána zhruba pět let. Fond podléhá dohledu České národní banky. „V poslední době se na nás obracelo hodně našich klientů s tím, že neví, kam investovat. Mnozí z nich nedávno prodali svůj podíl ve firmách a přemýšlejí, jak získané peníze zhodnotit. Proto jsme přišli s řešením, o kterém se domníváme, že je odpovědí na aktuální otázky dnešních investorů,“ uvedl Petr Kymlička, partner auditorské a poradenské společnosti BDO.

Fond se zaměřuje výhradně jen na omezený počet vybraných průmyslových či technologických firem. Investice budou rozprostřeny do likvidních aktiv, jako jsou peněžní trh, dluhopisy, měny nebo vysoce likvidní akcie. Jedním z hlavních cílů fondu je aktivně určovat směřování vybraných firem, do nichž bude vložena investice na dobu kolem pěti let. „Standardní pasivní investiční nástroje, jako jsou termínované vklady, dluhopisy a po-

dobně, nenabízejí kvůli nízkým úrokovým sazbám rozumný výnos a nekonvenční investiční produkty jsou příliš rizikové. Investiční fond s pětiletou fixací vložených prostředků je vhodným řešením otázky, jakým způsobem za současných podmínek zhodnotit své peníze,“ dodal Vlastimil Hokr, senior partner BDO.

Strategií fondu jsou investice typu private-equity. To znamená přímé, časově omezené investice soukromého kapitálu do společností, kde kromě kapitálu je možné přispět i zkušenostmi v rámci odborné specializace BDO, posunout firmu do další fáze rozvoje restrukturalizací nebo akcelerací růstu a následně zhodnotit vstupní investici prodejem podílu vhodnému investorovi. Vzhledem k tomu, že plánovaný výnos je poměrně vysoký, pojí se s ním i určitá míra rizika. Fond, stejně jako fondy podobného typu, negarantuje minimální výnos.

Auditorská a poradenská společnost BDO má v Česku velmi dobrý přehled o tom, které firmy jsou na prodej a kteří investoři chtějí nakupovat. Zkušený od-

borný tým BDO je schopný vyhledat vhodnou investiční příležitost, vyhodnotit její potenciál i rizika, navrhnout vhodnou strukturu transakce, nastavit strategii a způsob řízení zainvestované společnosti, včetně žádoucí angažovanosti jejího managementu, dohlízet na naplňování dohodnuté strategie po dobu života investice, připravit strategii výstupu z investice, vyhledat vhodného investora a v závěrečné fázi zrealizovat odprodej podílu.

Nový fond BDO Investment SICAV a.s. je nesamosprávný fond. Kvůli co nejeefektivnějšímu spravování finančních prostředků klientů se BDO spojila s profesionálním správcem fondů AMISTA investiční společnost a.s., která je tuzemskou jedničkou v množství spravovaných fondů podobného typu. AMISTA je zodpovědná za administraci fondu, tj. poskytování služeb provozní povahy, jako je vedení evidence investorů, zajišťování účetnictví apod.

Odborné služby portfolio manažera zajišťuje poradenská společnost BDO Advisory s.r.o. Odpovědná je za vyhledávání, hodnocení, předkládání a realizaci investičních příležitostí, stejně jako následnou supervizi a monitoring investice a přípravu a realizaci jejího odprodeje. Depozitářem fondu je Česká spořitelna, auditorem nadnárodní společnost TPA Audit s.r.o.

Detailní informace o novém fondu obsahuje statut fondu i statuty podfondů, které jsou k dispozici na vyžádání. Informace je možné čerpat i na webové adrese www.amista.cz/bdoinvestment. (tz)

Dobrá zpráva pro naše malé autodopravce

Transcentrum, a.s.
centrum služeb pro autodopravce

O aktivitách Společenství autodopravců Čech a Moravy (SAČM) jsme vás již v minulosti nejednou informovali. Novinkou je skutečnost, že akciová společnost Transcentrum, která byla se SAČM úzce propojena, změnila majitele, avšak hodlá ve spolupráci se Společenstvím nadále pokračovat. Nově se jediným akcionářem Transcentrum, a. s., stala firma CZ FUEL s. r. o., a proto jsme k besedě o další etapě vztahů obou protagonistů pozvali spolu s 1. místopředsedou SAČM Dr. Lubomírem Ondrouškem také předsedu nového představenstva Transcentrum, a. s., Radima Donát.

O co jde především ve spolupráci SAČM s akciovou společností Transcentrum?

L. Ondroušek: Vztahy a spolupráce SAČM s akciovou společností Transcentrum se datují již od roku 1997 a de facto tato akciovka vytvářela pro SAČM určité servisní středisko zaměřené jak na zajišťování provozního chodu Společenství, tak především na poskytování služeb pro malé dopravní firmy a jednotlivé soukromé autodopravce. Především šlo o prodej pohonných hmot, pojišťování, finanční služby a poradenství.

Co podstatného se vlastně změnilo?

R. Donát: Stručně řečeno, v polovině roku jsme jako firma CZ FUEL s. r. o. zakoupili společnost Transcentrum, a. s., s tím, abychom perspektivně, na ještě vyšší úrovni, navázali na řadu dosavadních aktivit zaměřených na poskytování služeb pro členy SAČM, ale i další malé a střední dopravní firmy. Vstupem společnosti CZ FUEL s. r. o. dojde postupně k rozšíření naší sítě čerpacích stanic, to přináší našim zákazníkům garanci nejlepších cen. Ve vybraných lokalitách pak plánujeme také plnicí stanice CNG a dobíjecí stanice elektromobilů; tyto alternativy budou v následujících letech právě pro malé dopravce stále aktuálnější. Dále budeme rozvíjet oblast pojišťovnictví a ve spolupráci se SAČM i poradenství pro malé a středně velké firmy i jednotlivé podnikatele v autodopravě. Hlavní úsilí však zaměříme na rozvoj finančního produktu předfinancování faktur dopravců PFD, který zásadně pomáhá mnoha našim zákazníkům překonávat dlouhé splatnosti faktur jejich odběratelů.

Co malé firmy a samostatné podnikatele v dopravě v současnosti nejvíce znepokojuje?

L. Ondroušek: Již jsme mnohokrát na stránkách Prosperity poukazovali na situaci, kdy

některé země EU začaly v případě poskytování dopravních služeb v zahraničí vyžadovat od našich zaměstnavatelů kromě přepočtu průměrných mezd v daných zemích (SRN, Rakousko, Francie aj.) pro české řidiče také spoustu administrativních povinností, včetně například zřízení zástupce české dopravní firmy ve Francii, pokud tam česká firma bude uskutečňovat přepravy atd.

Dalším problémem je, že některé státy, jako SRN, Francie či Belgie, pro nás mimochodem velmi důležité, zakazují týdenní odpočinky řidičů v kabině, což opět ztěžuje podnikání v této oblasti. Je zcela zřejmé, co se za těmito snahami vlastně skrývá – omezení konkurence, kterou pro západoevropské země představují dopravci z východoevropských států. Ale to snad bylo jasné již při jejich vstupu do EU, že ekonomické a jiné podmínky jsou nesrovnatelně odlišné. Velkým problémem je rovněž úbytek řidičů a nemožnost je za současných podmínek vychovat; zbývá pouze snaha získat je ze zahraničí, například z Ukrajiny.

Předpokládáte, že se po všech vámi iniciovaných snahách přeci jen něco změní?

L. Ondroušek: Byli bychom samozřejmě rádi, kdyby naši zaměstnavatelé byli schopni poskytnout svým zaměstnancům lepší platy, aniž by to negativně ovlivnilo jejich ekonomiku. Tady by se muselo mnohé změnit v tom, že by mateřské evropské firmy stojící za přepravami zboží, byly s to našim autodopravcům nabídnout stejné či podobné finanční podmínky za přepravu, jakou mají naši „západní“ kolegové. V tom především tkví základ všeho, o čem se zde dnes převážně bavíme. Že zde něco není v pořádku, již obecně naznačuje i aktuálně Evropskou komisí řešená kauza kolem dvojí skladby některých potravin; kvalitní pro domácí trh a odlišné pro východoevropské země.

R. Donát: Že by se něco v dohledné době zásadně změnilo, o tom nejsme příliš přesvědčeni. Vliv našich politiků na změny evropské legislativy je v tuto chvíli řekněme nevýznamný a veškerá jednání jsou spíše určitou snahou o dosažení kompromisů.

Shrňte si, co tvoří nejzákladnější aktuální problémy v dopravě, jak se konkrétně promítají do každodenní praxe našich autodopravců...

L. Ondroušek: Podle mne i přes to, že se ekonomice daří, u nás stále existují velmi nízké ceny za přepravu. Dalším obrovským problémem, zvláště pro malé autodopravce – jak si to jen dokážeme představit – je neúměrně dlouhá splatnost faktur. Ta představuje minimálně 60 až 90 dní, přičemž výjimkou nejsou i mnohem delší lhůty. Pro velké dopravce, kteří mají dostatečný provozní kapitál, je to sice nepřijemné, ale ve srovnání s malými firmami a jednotliv-



Dr. Lubomír Ondroušek, 1. místopředseda Společenství autodopravců Čech a Moravy

mi autodopravci to není až tak zásadní problém. Pro ty druhé jmenované je to však otázka existenční...

R. Donát: Těch problémů je zde samozřejmě více, ale tady musím s prvním místopředsedou SAČM naprosto souhlasit, protože jde o prvořadou věc. Dlouhé splatnosti, vysoké náklady na pořízení vozového parku a další nároky kladené EU mohou být pro malé autodopravce likvidační. Proto je velmi důležité, aby existovalo sdružení, jako je SAČM, které v zásadních otázkách fungování malých a středních dopravců může významně pomoci. Pokud nebudeme společně těmito podnikatelům pomáhat, nelze vyloučit, že v důsledku jejich krachu porostou ceny dopravy, a tím i zboží, zatímco pro druhou stranu ubude konkurence spočívající v českých autodopravcích.

Naznačili jste, že nyní by se s novým Transcentrem a prohloubením spolupráce se SAČM mělo mnohé změnit. Co by to mělo být především?

L. Ondroušek: Pokud bych to měl ve stručnosti vyjádřit, tak v nejbližších měsících půjde o to, abychom díky Transcentru jako provozovateli sítě čerpacích stanic nabídli našim členům a malým dopravním firmám úsporu nákladů při koupi PHM, pomohli jim překonat stávající až 90denní splatnost faktur tím, že jim bude nabídnuto předfinancování faktur dopravce (PFD), aby mohli fungovat, aniž by jim chybějící kapitál z včas nezaplacených faktur, jak se říká, srazil vaz.

R. Donát: Pokud jde o Transcentrum, tak kromě již zmíněných rozšíření služeb a aktivit nabídneme dopravcům ve spolupráci se SAČM možnost, která bude respektovat jejich nelehké postavení, ať již se to týká eliminování problémů druhotné platební neschopnosti vznikající z opožděných plateb faktur za přepravu, nebo potíže způsobené nárokováním speciálních podmínek při zaměstnávání našich řidičů v přepravě v některých západoevropských zemích, s nimiž dosud nikdo příliš nic podstatného neudělal. Tady budeme se SAČM skutečnými partnery malých autodopravců, kterým chceme pomáhat. Škoda, že řada politiků, kteří jsou obeznámeni s aktuálními problémy v české i mezinárodní dopravě dotýkající se českých dopravců, se ve svých předvolebních aktivitách v tomto směru příliš neangažuje.

Jak předfinancování faktur dopravce funguje?

R. Donát: Mnoho dopravců neustále bojuje s dlouhými splatnostmi faktur za přepravní služby, a to od třiceti až do 120 dní... Mnoho z nich proto spíše podnikatelsky přežívá, často nevyužívá naplno potenciál svého vozového parku právě proto, že nejsou schopni přistoupit na takové platební podmínky. Dostatečný provozní úvěr je většinou nereálný a případná



Radim Donát, předseda představenstva společnosti Transcentrum, a.s.

tzv. sconta nabízená odběrateli nevýhodná. V případě našeho řešení – tedy předfinancování faktur – jde o možnost postupovat nám faktury či pohledávky z obchodního styku se splatností až 120 dnů. Prakticky prostřednictvím PFD autodopravce získá 80 % fakturované částky do tří dnů od postoupení faktury a zbylých 20 % je mu vyplaceno v řádném termínu splatnosti. Nedílnou součástí předfinancování faktur dopravce je podle Smlouvy o PFD také upominání, vymáhání a inkaso postoupených pohledávek, čímž Transcentrum poskytuje malým autodopravcům téměř 100% ochranu fakturovaných finančních prostředků. Snad dodám, že největší výhody mají samozřejmě členové SAČM.

Malí autodopravci jistě ocení také výhodnější pojistné produkty, co jim zde můžete nabídnout?

R. Donát: Bude to například finančně výhodné pojištění nákladu, životní pojištění, kompletní pojištění vozidel a ve spolupráci se SAČM i poradenství. Vždyť aktuálně se do oblasti dopravy promítá opravdu spousta problémů, což většinou negativně ovlivňuje podmínky pro podnikání zejména malých firem a OSVČ působících v dopravě.

Zmínili jste nutnost lepší informovanosti malých autodopravců, jak toho chcete dosáhnout?

R. Donát: Především jsme za tímto účelem vytvořili nové webové stránky, kde chceme kromě jiného poskytovat ve spolupráci se SAČM aktuální a pro malé dopravní firmy a OSVČ v dopravě nanejvýš důležité informace. A nejen to. Budeme se snažit i v rámci poradenství nastiňovat možnosti, jak na nové skutečnosti reagovat a v praxi se chovat.

L. Ondroušek: Rovněž SAČM počítá s tím, že upraví svoje webové stránky, aby odpovídaly novým podmínkám, a propojí se s již zmíněným webem Transcentrum, a.s.

Jaké má tedy nástupnická firma Transcentrum, a. s., ambice?

R. Donát: Naším dlouhodobým plánem a cílem je budovat silnou a stabilní společnost, která svými službami a těsnou spoluprací se SAČM bude oslovovat zmíněné spektrum firem a pomáhat malým a středním dopravcům, kteří jako jednotlivci nemají příliš velkou šanci získávat dostatek informací o aktuálním dění v dopravě, zejména změnách v legislativě. Chceme jim poskytovat ve spolupráci s našimi partnery ty nejlepší možné podmínky, například, jak již bylo zmíněno, při nákupu pohonných hmot, pojištění, účetním a právním poradenství. Zásadní pomocí, jež nabídne mnohým možnost rozvoje podnikání, je náš specifický produkt předfinancování faktur PFD.

připravil Jiří Novotný



K lepší orientaci při nákupu



K lepší orientaci při nákupu slouží spotřebitelům i tzv. značky kvality potravin. A je-li chuť potraviny je jedním z jejích nejdůležitějších kvalitativních znaků – chuť nepochybně každou potravinu

korunuje – má také své vlastní značky: Českou chuťovku a Dětskou chuťovku. Obě zákazníkovi napoví, že potravina pochází od českého výrobce, byla vyrobena na území České republiky a prošla náročným senzoričným hodnocením potravinářských odborníků či dětí, kterým zachutnala natolik, že se jejich poroty na tom většinou shodly. Což zároveň znamená, že oceněná potravina byla vyrobena z kvalitních surovin a šetrnou technologií, jinak se totiž vynikající chuti ani dosáhnout nedá.

Letošní již 9. ročník stále populárnější soutěže o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka a Dětská chuťovka svědčí o tom, že si obě značky již našly své pevné místo v povědomí výrobců a spotřebitelů, a to zejména díky tomu, že si na nic nehrají.

Česká chuťovka vznikla na základě spontánní iniciativy renomovaných potravinářských odborníků s cílem zviditelnit a podpořit právě ty české výrobce, kteří si na kvalitě a chuti svých poctivých potravin zakládají.

Postupně tak přibývají příznivci obou značek jak mezi zákazníky, tak i mezi výrobci – od počátku obou soutěží již bylo uděleno českým potravinám 505 Českých chuťovek a 125 Dětských chuťovek, což už je docela pěkný výběr těch nejchutnějších českých dobrot.

Úroveň a prestiž soutěže podtrhuje odborná garance Vysoké školy chemicko-technologické v Praze, která spojuje dlouholetou tradici s progresivními směry a obory ve vědě a výzkumu, včetně potravinářského. Vedle ní je

dalším odborným garantem i VOŠ, SPŠ a SOŠ Podskalská, kde na konci září probíhala i veškerá hodnocení přihlášených výrobků. Odborným patronem soutěže je současně rektor VŠCHT prof. Ing. Karel Melzoch, CSc.

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

Soutěž se opět koná pod záštitou předsedy Senátu Milana Štěcha a ministra zemědělství Mariana Jurečky. Nově udělila záštitu celému projektu také Stálá komise Senátu pro rozvoj venkova, která podle slov jejího předsedy senátora Miroslava Nenutla na tiskové konferenci uspořádané 5. září považuje projekt Česká chuťovka a Dětská chuťovka za další vhodnou

a prospěšnou příležitost, jak podpořit české výrobce kvalitních, tradičních a chutných potravin v jednotlivých regionech. Uzávěrka přihlášek do letošní soutěže byla 15. září. Slavnostní předávání ocenění se uskuteční 19. října opět v reprezentativní atmosféře historických prostor Valdštejnského paláce. Přítomní novináři tam i letos na základě vlastní ochutnávky předají třem z oceněných plaketu Cena novinářů – Česká chuťovka 2017 a již popáté bude také jedna výrazná osobnost českého potravinářství slavnostně poctěna titulem Rytíř české chuti. Organizátorem slavnostního předávání ocenění je Česká cesta – Via Bohemica, z.s.

Generálním partnerem České chuťovky je již tradičně skupina Ahold. Partnerem soutěže je i letos Hasičská vzájemná pojišťovna, která opět připravila zvýhodněnou nabídku pojištění, jak pro soukromé pojištění účastníků soutěže, tak i pro pojištění jejich podnikatelských aktivit. Jako partner soutěže poskytne účastníkům soutěže také 15% slevu na pojištění soukromého majetku, odpovědnosti a pojištění úrazu. Pěti nejlépe hodnoceným účastníkům bude poskytnuta dle umístění 10–50% sleva na pojištění podnikatelských rizik. (tz)

Značky Česká a Dětská chuťovka slouží především k rehabilitaci chuti jako jednoho z nejdůležitějších kvalitativních znaků každé potraviny

Česká chuťovka nemá symbolizovat jen soutěž, která se blíží k prvním velkým 10. narozeninám v roce 2018. Jejím posláním je také povzbudit české výrobce potravin, propagovat jejich um a tvořivost, odvahu oslovit trh novinkami nebo výrobky připravenými podle takřka zapomenutých receptur. Každoroční klání rovněž hledá další souvislosti, třeba se snaží upozornit na fakt, že kořeny kvality a gurmánského zážitku jsou i u nás silné a inspirující. O tom všem Ing. Josef Sléha, CSc., ředitel projektu Česká chuťovka, jednatel firmy SYMPEX GROUP s.r.o.:

V říjnu vyvrcholí 9. ročník soutěže Česká chuťovka. Čím se ten letošní bude lišit od předchozích?

Doufám, že ničím podstatným. Očekáváme opět velký zájem českých výrobců o získání značky Česká chuťovka nebo Dětská chuťovka a stejně tak další potvrzení trendu soustavného zvyšování kvality českých potravin, a potažmo i zlepšování jejich chuťových parametrů. Z pohledu výrobců zasílaných do naší soutěže rozhodně nejsme žádnou „popelnicí Evropy“, jak se kdysi tradovalo, a naši potravináři se mají opravdu čím chlubit a spotřebitelé na čem si pochutnat.

Podle čeho se jednotlivé firmy rozhodují, zda se přihlásí, či ne? Co je nejvíce láká?

U každého jsou ty důvody a očekávání asi poněkud jiné, každá firma má svou specifickou marketingovou strategii vycházející z jejích vlastních potřeb. My sázíme na to, že obě značky, jak Česká chuťovka, tak i Dětská chuťovka, jsou natolik sdělné zákazníkům samy o sobě, že je jen na kreativitu každého výrobce, jak tento jejich potenciál dokáže využít.

Vzhledem k tomu, že řada potravinářů – těch velkých i menších – se do soutěže pravidelně se svými novinkami vrací, zřejmě ví proč. A je tomu tak nejspíš i kvůli neopakovatelné atmosféře, která každoroční přebírání ocenění v Senátu provází a kdy i v takto důstojném prostředí je vždy už na první pohled zřejmé, že Česká chuťovka je značka, která si na nic nehraje. Tento slogan je už, myslím, pro naši soutěž víc než typický, a možná i to na ní výrobci oceňují.

Součástí soutěže je Dětská chuťovka, kategorie, která nemá ve světových kláních obdoby. Víte, že jste na ni náležitě hrdí a že výrobci si právě této kategorie a ocenění v ní nesmírně považují. Kdo bude o přízeň dětské poroty tentokrát usilovat?

Z toho, že se Dětská chuťovka, jejíž vznik iniciovala před lety Dětská tisková agentura, již

pevně uchytila, máme opravdu radost, ale přesto si myslím, že její potenciál stále ještě není úplně doceněn. Nejspíš tomu neprospívají i různé dirigistické snahy, jako je například tzv. pamlsková vyhláška, které mohou u výrobců vyvolávat přehnanou opatrnost. O přízeň dětí přitom zdaleka neusilují jen výrobci sladkostí, jak by si někdo mohl myslet. Dětské porotci i letos budou posuzovat chuť celého spektra výrobků – od pečárenských přes masné až třeba po pudinky. A pod odborným vedením to dělají opravdu nezávisle a zodpovědně, sladká chuť u nich rozhodně není v nějaké výhodě vůči ostatním. Přitom jejich chuťové preference se od dospělých často liší, to nám zkušenosti jednoznačně potvrzují.

A již po páté se bude udělovat i novinářská cena. Proč myslíte, že představitelé stojí i o toto ocenění?

Troufám si odhadnout, že to bude i pro to, že novináři je mohou udělit pouhým třem výrobkům ze všech v daném roce oceněných, kterých například loni bylo celkem 154. To už je přece nějaká prestiž pro toho, kdo takovou cenu získá! Však to víte sama, jak je těžké ze všech těch úžasných dobrot vybrat pouhé tři, když jste předsedkyní novinářské poroty. Rozhodně vám ten každoroční úkol nezávidím! Je to asi stejné, jako chtít vybrat z řady krásných žen na soutěži MISS tu jedinou nejkrásnější. Tohle asi nebude nikdy úplně spravedlivé, ale k atmosféře naší soutěže i tohle patří – už jen proto, že verdikt vaší poroty nikdo z přítomných nezná až do samotného vyhlášení na konci slavnostního ceremoniálu, a je to tak spojeno s jistým tajemnem i napětím. A to máme přece všichni rádi.

Co vás osobně přesvědčuje o tom, že soutěž má význam, že čeští potravináři mají zákazníkovi co nabídnout?

Podívejte se kolem sebe, o čem se dnes v souvislosti s potravinami všude nejvíce píše a hovoří. O původu potravin, o jejich složení, o tom, co je



Ing. Josef Sléha, CSc., ředitel projektu Česká chuťovka při vyhlášení vítězů v roce 2016

zdravé, či nezdravé apod. Většina spotřebitelů se přitom ve všech těch údajích ani pořádně nevyzná a éterem se šíří spousty i protichůdných mýtů, na nichž se dobře přizívají všelijací tzv. znalci a poradci, z nichž jen někteří mají odpovídající kvalifikaci. Nic proti tomu, aby si každý vybíral podle svých dispozic a zdravotních potřeb – je ale smutné a komické zároveň, že se přitom často zapomíná na to, co každou potravinu korunuje, na její chuť. Nevím jak vy, ale já si chci na jídle především pochutnat. A značky Česká a Dětská chuťovka slouží především k rehabilitaci chuti jako jednoho z nejdůležitějších kvalitativních znaků každé potraviny, ne-li toho úplně nejdůležitějšího. Aby i u nás bylo na lidích vidět, že si umí život opravdu vychutnat jako třeba Francouzi – a to bez chutného jídla zkrátka nejde.

Ano, Chuťovka je o tom, na čem si lze pochutnat. Je český národ už tak trochu i národem gurmánů?

Tak trochu možná, ale ještě ne docela. Vlastně jsem se toho dotkl už v předchozí odpovědi. Určitě se přitom můžeme opřít i o naše tradice, a zejména um našich potravinářů. Ten se našťástí nevytratil, a naopak právě i v naší soutěži vidíme naprosto přesvědčivě, že právě zažívá

velký rozkvět. Když to tak půjde dál, jsme jistě na dobré cestě.

Neuvažujete do budoucna o určité podkategorii, která se zaměří na zdravou výživu? Možná by to přilákalo další skupinu soutěžících...

Nebráním se žádným nápadům, budu o tom vážně přemýšlet jako o zajímavém námětu. Chtěl bych jen upozornit, že s označením potraviny za zdravou či nezdravou je potřeba zacházet hodně obezřetně. V našich obchodech totiž standardně nemohou být nezdravé potraviny, to hlídají všemožné předpisy a instituce, včetně přísných kontrol. Jsou tak jen nezdravá množství, která případně konzumujeme. Aperitiv zdravému člověku jistě před obědem nijak neublíží, stejně jako dětem nějaký ten pamlsk jednou za čas. A to už je právě otázka zdravé výživy, jak jste to správně označila. Někteří méně kvalifikovaní novináři, ale nejen oni, nám občas hlavně zpočátku chtěli podsouvat, že propagujeme i nezdravé potraviny. Prostě si pletli takřkající pojmy s dojmy, stejně jako si je občas pletou všelijací poradci. Jak se v tom pak má laická veřejnost vyznat, že? Možná bychom i zde mohli něco udělat pro lepší osvětu, vysoce kvalifikované odborníky na to v soutěži máme – tak uvidíme.

ptala se Eva Brixí

GDPR zasáhne dvě třetiny podnikatelů

Evropské nařízení o nakládání s osobními údaji, které vejde v platnost 28. května 2018, bude mít dopad na mimořádný počet podnikatelů. Podle průzkumu Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) se 64 % menších a středních firem chystá s ohledem na novou legislativu provést změny zabezpečení svých dat. O tom, že podnikatelé nenechávají nic náhodě, svědčí i skutečnost, že čtvrtina z nich již provedla analýzu svých systémů a procesů. Šetření prováděla pro asociaci agentura Ipsos, za podpory Komerční banky. AMSP ČR při té příležitosti představila na tiskové konferenci podnikatelský portál pro orientaci zejména malých a středních podniků a živnostníků v GDPR www.GDPRbezobav.cz.

Průzkum se uskutečnil letos v létě na vzorku 450 malých a středních firem. Z něj vyplývá, že 93 % podnikatelů pracuje s daty svých zaměstnanců a plných 67 % s údaji o svých obchodních partnerech. Při správě zákaznických dat převládá činnost spojená s obchodními nabídkami, následuje vyhodnocování spolupráce se zákazníky a marketingová činnost spojená s vylepšováním nabízených produktů.

Menší a střední firmy jsou konzervativnější a stále spíše sázejí na interní správu dat. Devět z deseti podniků řeší ukládání dat interně, externí řešení volí 15 % podnikatelů a tzv. cloudová řešení využívá 13 % firem. Zatímco 18 % firem data po určité době systematicky maže, čtvrtina podnikatelů si veškerá data trvale ponechává. Polovina firem si ponechává jen důležitá data.

Šetření ukazuje, že nové nařízení změni chování firem a dotkne se více podnikových útvarů. Na 74 % firem se chystá na GDPR pro-

školit své zaměstnance, 70 % se připravuje na aktualizaci dokumentů a směrnic a plných 62 % malých a středních podniků se chystá zabezpečit ochranu osobních údajů v součinnosti s externími dodavateli, například IT firmami. Zdeněk Tomíček, člen představenstva AMSP ČR, odpovědný za problematiku GDPR, k tomu uvedl: „Proaktivní přístup našich členů vítáme a svědčí to o jejich velmi dobrém právním povědomí a přijímání odpovědnosti za své podnikání. GDPR je třeba brát velmi vážně. Přestože si o rozsahu a metodikách daného nařízení, které jsou zřejmě přísnější než kdekoli jinde na světě, včetně USA, můžeme myslet své, nelze založit podnikání na principu nedodržování zákonů a víře, že „mne zrovna nechytí“. AMSP ČR se proto malým a středním podnikatelům snaží maximálně pomoci a zřízením portálu „GDPR bez obav“ průběžně otevírat nejen aktuální témata implementace, ale v případě zájmu i poradit v konkrétních případech.“

Zatímco u podnikatelů s ročním obrátem do pěti milionů korun se chystá provést analýzu stavu správy dat necelá polovina z nich, tak u firem s obrátem mezi 500 mil. až jednou miliardou korun připravuje analýzu 84 % podniků. Potvrzuje to fakt, že malé firmy obecně přistupují k novým opatřením spíše intuitivněji, zatímco střední a větší podniky pracují více systémově a pro svá rozhodnutí využívají analýzy. Součástí průzkumu bylo rovněž zjistit zkušenost podniků s kybernetickým útokem. Tu potvrdily čtyři firmy z deseti. To, že jde o navýsost aktuální hrozbu, dosvědčuje fakt, že třetina z oslovených podnikatelů se s ním setkala v posledním roce. Potvrzuje se, že kybernetické útoky se stávají běžnou praxí, nejčastěji jde o podvodné e-maily, žádosti o podvodné platby, ale překvapivé je i to, že téměř třetina z postižených firem má zkušenosti



přímo s hackerským útokem. Firmy neberou kybernetické hrozby na lehkou váhu, podle průzkumu osm z deseti dotazovaných má nastaveny základní procesy pro eliminaci rizika. Nejlepší reputaci má z hlediska kybernetické bezpečnosti s velkým odstupem Komerční banka.

„Své klienty aktivně chráníme a bezpečnost dlouhodobě vnímáme jako nedílnou součást svých služeb. Těší nás, že firmy tuto přidanou hodnotou KB oceňují – naši klienti bezplatně využívají bezpečnostní software IBM Trusteer pro internetové i mobilní bankovníctví a řadu dalších nástrojů pro zabezpečení financí. Informovanost o aktuálních hrozbách, která je základem vhodné prevence, podporujeme prostřednictvím webových stránek www.kb.cz/bezpecnost. Vedle toho existuje také ochrana, kterou klient nevidí – detekce přístupu do internetového bankovníctví ze zavirovaného klientského počítače, vyhodnocování rizikovitosti transakcí a mnohé další,“ dodal Leoš Souček, zástupce výkonného ředitele Marketingu a Komunikace KB.

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR ve spolupráci s Českou asociací

ochrany osobních údajů připravily pro menší a střední firmy rozsáhlý bezplatný portál www.GDPRbezobav.cz, kde srozumitelnou formou představují, jak se GDPR dotkne malých podniků, které firmy opatření nemine, co musí podnikatelé učinit a jaké postihy reálně mohou očekávat. Součástí portálu je i odborná poradna.

Karel Havlíček, předseda AMSP ČR, k připravenosti našich firem ke GDPR, sdělil: „Vycházíme-li z toho, že je u nás 450 000 aktivních právnických subjektů a další milion osob samostatně výdělečně činných, potom je zřejmé, že se nové evropské nařízení bude týkat několikanásobně více subjektů než například EET. Proto již nyní začínáme s masivním informačním servisem a připravujeme firmy na změny. Současně ale varujeme podnikatele před unáhlenými kroky a vysokými investicemi do správy dat. Proto poskytujeme od září bezplatný informační servis, otevřeli jsme největší odborný GDPR portál a plánujeme desítky konferencí v regionech. Chceme důsledně dohlédnout, že na firmách nebudou parazitovat předražení poradci a dodavatelé.“ (tz)

Konica Minolta vstoupila na trh cloudových služeb

Konica Minolta rozšířila svou nabídku IT služeb v oblasti poskytování infrastruktury, cloudových nástrojů a zálohování dat. Díky spolupráci se společností Dataspring zákazníkům nově nabídne například kompletní zajištění provozu serverů, správu databází, platformu pro běh a řízení aplikací či možnosti zálohování a obnovy dat. Po akvizici firmy Webcom jde o další významný krok Konica Minolta v rámci transformace společnosti v poskytovatele komplexních IT služeb.

„Reagujeme na aktuální trendy snižování investic a provozních nákladů do IT při současném zvýšení nároků na flexibilitu práce a zabezpečení dat. Propojení s Dataspringem významně

urychlilo náš vstup do oblasti poskytování online a cloudových služeb,“ řekl Pavel Štěpán, obchodní ředitel Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodal: „Produkty Dataspringu do

budoucnosti využijeme také v kombinaci s naší inovativní centralizovanou platformou Workplace Hub. Na český trh ji uvedeme v horizontu několika měsíců.“

Dataspring provozuje v ČR dvě geograficky oddělená datová centra, která nabízejí vysokou míru dostupnosti a zabezpečení dat garantovanou formou certifikace TIER III a ISO 27 001. Kromě silného zabezpečení jsou nové služby charakteristické rovněž maximální flexibilitou. Dlouhodobým cílem Konica Minolta v rámci

uzavřené spolupráce je také společný vývoj nových služeb a další rozšiřování portfolia.

Konica Minolta je nyní konkrétně schopná poskytnout služby úložišť, výpočetních kapacit nebo aplikací. Ty jsou zákazníkům k dispozici bez vysokých jednorázových investic do podnikového IT. „V rámci služeb se staráme o celý provoz, včetně instalací a pravidelných aktualizací. Zákazníci platí měsíčně pouze za skutečně využívané prostředky, výpočetní výkon, prostor či počet licencí,“ doplnil Pavel Štěpán. (tz)

INZERCE

NABÍZÍME POJIŠTĚNÍ:

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



PRÁVNICKÝM OSOBÁM:

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



Situace ve školství? Stále horší

Nedostatek kvalifikovaných učitelů je ever-greenem konce prázdnin již několik let, ale situace se bohužel stále zhoršuje. Z mnoha škol jsou slyšet hlasy, že personální problémy jim neumožní zajistit kvalitní výuku a že pokračuje odliv učitelů do soukromého sektoru. Jaká je situace ve školství podle údajů pracovního portálu Profesia.cz?

V polovině letošního června vydal Institut pro demokracii a ekonomickou analýzu studii, ve které upozorňuje, že čeští učitelé jsou placeni nejhůř ze všech vyspělých zemí sdružených v OECD. Podle dat této organizace mají příjmy na úrovni 56 % průměru platu vysokoškolsky vzdělaných lidí, průměr OECD je nad 80 %.

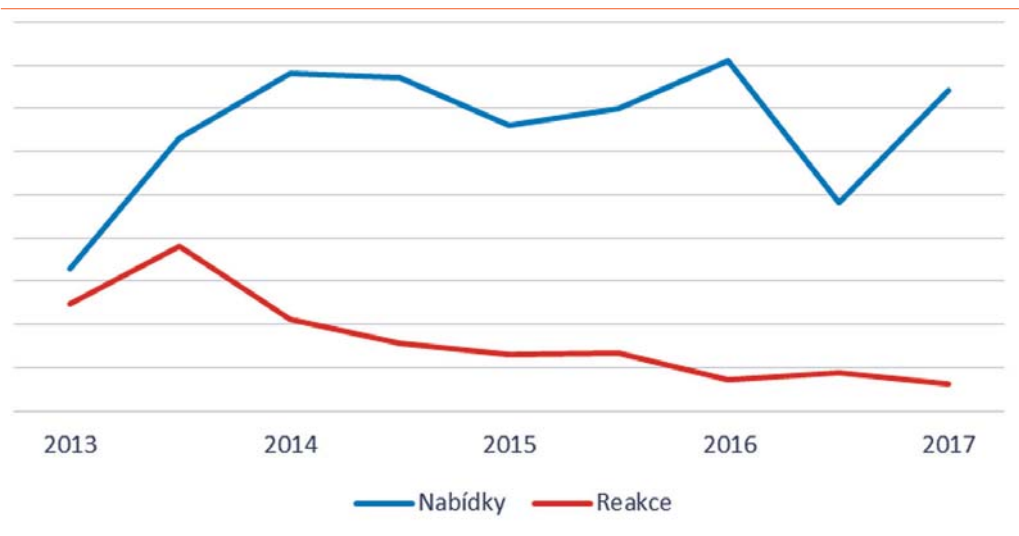
„Za špatnou situaci ale stojí i odklad řešení kariérního řádu ve školství,“ řekla Zuzana Lincová, ředitelka pracovního portálu Profesia.cz. „Mladí učitelé tak hledají lepší perspektivu mimo obor. Z veřejně přístupných údajů UK a ČSÚ vyplývá, že do škol nastupuje necelá polovina absolventů pedagogických fakult a více než čtvrtina jich do pěti let ze školství odchází.“

Pokud se na situaci podíváme z pohledu počtu pracovních nabídek, vidíme, že zatímco oproti loňsku jejich množství většinou neklesá nebo roste, počet reakcí na ně klesá. V oboru učitel bylo nabídek v první polovině letošního roku stejně jako v předcházejícím roce, o asistenty a vychovatele byl zájem dokonce násobně větší. Zájem o nabízená místa byl výrazně nižší jak ze strany učitelů (o 13 %), tak zejména vychovatelů (o 37 %), asistentů (o 52 %) a speciálních pedagogů (o 55 %). Situace se poněkud liší v Praze, kde se počet reakcí na nabízená místa nezmenšil.

Ale ještě jednou k platům ve školství – jednoznačné celorepublikové porovnání platové úrovně ve školství je značně problematické. Zatímco oficiální zdroje uvádějí, že v porovnání s celostátní úrovní se učitelé pohybují na 105 až 110 % průměrné mzdy, podle údajů pedagogické komory jsou dokonce pod její úrovní. Obojí je velmi málo s ohledem na to, že většina českých zaměstnanců nemá vysokoškolské vzdělání, které učitelé podle zákona mít musejí.

Představu o reálných platech ve školství nám poskytnou údaje portálu Platy.cz, kam informace o svých hrubých mzdách, včetně odměn, zadáva-

VÝVOJ POČTU NABÍDEK VE ŠKOLSTVÍ A REAKCÍ NA NĚ



jí jednotliví návštěvníci. Z pohledu regionů jsou na tom nejlépe učitelé v Praze, Středočeském, Karlovarském a Ústeckém kraji, kde je průměrný plat 25 000 Kč a více. Na opačném konci žebříčku

jsou kraje Jihočeský, Vysočina, Královéhradecký a Olomoucký, kde se průměr pohybuje mezi 22 500 a 23 500 Kč (uvádíme medián průměrných hrubých platů). (tz)

Situace podnikatelů se nelepší

Zprávu o vývoji malého a středního podnikání vydanou ministerstvem průmyslu a obchodu, kterou na začátku září projednala vláda, považuje Hospodářská komora ČR za sice popisný a faktografický dokument, který však neobsahuje odpovědi na základní otázku. A sice, jak stát malé a střední podnikatele a živnostníky podpoří.

Materiál téměř vůbec nehodnotí efektivnost uskutečněné podpory ani podrobněji neanalyzuje jednotlivá konkrétní opatření. Místo toho, aby předložený dokument dokladoval a rozebral, jak podnikatelům pomohl, přináší jen obšáhrou mozaiku informací o různých formách

a možnostech podpory malého a středního podnikání v roce 2016.

Zpráva také obsahuje kapitolu o pokračujícím snižování byrokratické zátěže. Takový vývoj je ale podle Hospodářské komory ČR v době rostoucí regulace podnikatelského prostředí

spekulativní. „Tato vláda o snižování byrokracie a papírování hovoří jen ve velmi obecných frázích a formou příslibů. Konkrétní kroky nicméně podnikatelé a živnostníci, bohužel, nepocítili,“ řekl viceprezident Hospodářské komory ČR Roman Pommer.

Právě na byrokratickou zátěž poukazuje Hospodářská komora dlouhodobě a vládu za její nečinnost dlouhodobě kritizuje. „Firmy se i nadále potýkají s enormní záplavou všelijakých formulářů, evidencí a vůbec administrativy místo toho, aby se věnovaly svému předmětu podnikání. K tomu jim kabinet na bedra nakládá další problémy, spojené například s novými sociálními dávkami. Jedni podnikatelé se musejí vyrovnat se snížením výdajových paušálů, druzí s nařízeným růstem minimálních a zaru-

čených mezd. Podmínky pro podnikání se bohužel až příliš často mění a prostředí se stává stále nepřehlednějším,“ řekl ředitel Odboru legislativy, práva a analýz Hospodářské komory ČR Ladislav Minčíč.

Další aspekt, který Hospodářská komora v souvislosti s podporou drobných podnikatelů postrádá, je jakákoliv zmínka o mistrovské zkoušce, kterou Hospodářská komora ČR považuje pro další rozvoj drobného podnikání a řemesla za stěžejní. „Právě mistrovskou zkoušku považují za klíčovou součást systému zejména pro drobné podnikatele a živnostníky. Přinese větší prestiž řemeslu, tedy oboru, který v posledních letech nemůže najít kvalifikovanou pracovní sílu,“ dodal viceprezident Hospodářské komory Roman Pommer. (tz)

innogy pokrývá dodávky plynu pro zákazníky zkrachovalých obchodníků

innogy oznámila, že je připravena zahájit dodávky zemního plynu všem dotčeným zákazníkům končícího dodavatele plynu Enwox Energy. Od začátku letošního roku jde už o druhý případ, kdy innogy podává pomocnou ruku zákazníkům prostřednictvím záchranného režimu dodavatele poslední instance.

Jen v letošním roce innogy touto cestou převzala několik set zákazníků. „Řada z nich se k nám po této nepříjemné zkušlosti ráda vrací. Pouze z 15 % jde o úplně nové zákazníky, tedy o novou akvizici. Jsme rádi, že můžeme potvrdit a prokázat i v krizových situacích naši spolehlivost,“ uvedl David Konvalina, ředitel innogy pro maloobchod a marketing.

Zákazníkům, kteří se v této nepříjemné situaci ocitnou, se snažíme maximálně pomoci. Hned na začátku jim zasiláme dopis, ve kterém najdou veškeré instrukce, jak dále postupovat. Pokud zákazník nereaguje, připomínáme mu nutnost volby nového dodavatele ještě dvakrát – dva měsíce a jeden měsíc před ukončením dodávek v režimu dodavatele poslední instance.

Z našich zkušeností vyplývá, že kromě ceny u zákazníků čím dál více nabývají na důležitosti další parametry dodávky jako úroveň obsluhy a zákaznický servis nebo právě bezpečnost dodávek. Jistě k tomu přispělo i několik krachů menších dodavatelů v posledních dvou letech. Lidé více vnímají, že spolehlivé a bezpečné dodávky energie nemusejí být samozřejmostí. Nechtějí se vystavovat riziku, že se ocitnou bez dodavatele životně důležité energie. (tz)

Chytrá ekologická opatření prospívají businessu i planetě

Úsporné žárovky, elektronické faktury, auta na plyn, zateplení budov – tato a další opatření šetří nejenom životní prostředí, ale také rozpočty podniků a podnikatelů. Roční úspory se pohybují v řádech statisíců korun. Některá opatření jsou nasnadě, například výměna klasických žárovek za jejich LED varianty nebo přechod z tištěných faktur na elektronické. S těmi skrytějšími může firmám pomoci energetický manažer.

Ten pomáhá optimalizovat energetickou spotřebu, zajišťuje vhodné produkty na dodávku energie i správné sazby a je prospěšný v rozhodování o případných inovacích nebo využívání obnovitelných zdrojů. Firmy si jej často najímají jako externího konzultanta. Snížení energetické náročnosti ve výrobě a celkové úspory energií dnes zajišťuje i legislativa. Průmyslovou a podnikatelskou sféru kontrolují energetičtí auditoři.

Elektronické faktury

Při tisku faktur spotřebuje firma velké množství papíru, nemluvě o nákladech spojených s jejich rozesílkou. Stále více firem se proto začíná přiklánět k fakturám elektronickým. „V jednom měsíci jsme díky elektronické fakturaci uspořili 2286 kg papíru, včetně obálky. Tato měsíční úspora zachrání 42 stromů. Při přepočtu na rok jde o záchranu 504 stromů, které denně pokryjí spotřebu kyslíku 25 200 lidí,“ řekla Anna Hroudová ze společnosti T-Mobile Czech Republic.

LED žárovka vydrží až 15krát déle

Využitím LED osvětlení lze ušetřit až 80 % z celkové spotřeby energie. Za ekvivalent běžné 100W žárovky se bere LED žárovka se světelným tokem 1350 lumenů a spotřebou 15 W. Mezi další výhody LED žárovek rozhodně patří i jejich velmi dlouhá životnost – měly by vy-

držet svítit více než 15 000 hodin, což je 15krát více, než zvládne obyčejná žárovka. Jsou odolné vůči nešetrnému zacházení a nárazům a neobsahují rtuť. Výhodou LED světelných zdrojů jsou také mnohem nižší nároky na průběžnou údržbu. Podnikatelům často nabízejí pomocnou ruku dodavatelé energií. Například E.ON zajistí komplexní projekt výměny osvětlení ve firemních provozech, a to od analýzy současného stavu přes návrh optimálního systému osvětlení až po realizaci navržených opatření.

CNG je o 50 % levnější než benzin nebo nafta

V posledních letech jsou z hlediska úspor ve firmách na vzestupu alternativní pohony aut, zejména pak dnes již poměrně rozšířené CNG. Na stlačený zemní plyn jezdí nejenom osobní automobily či dodávky, ale například i vysokozdvizné vozíky. Zatímco cena benzínu se v současnosti pohybuje kolem 27–30 korun za litr, cena plynu za m³ činí pouze zhruba 17 korun. Kromě ekonomické výhodnosti může majitele firem hrát vědomí, že auta na zemní plyn vypouštějí do ovzduší mnohem méně emisí než vozy na benzin či naftu. „Vysokozdvizné vozíky na CNG představují pro firmy nejekologičtější a zároveň nejekonomičtější variantu, kterou lze používat ve výrobních halách i venku. Zákazníci spo- le-

nosti E.ON mohou navíc využít montážní služby při pořízení vozíků. Dosažená roční úspora na pohonných hmotách plně pokrývá výšku měsíční splátky na leasing nebo úvěr,“ uvedl Vít Koška ze společnosti E.ON Energie, a. s.

Na zateplení přispívá stát

U starších kancelářských budov nebo výrobních hal se vyplácí investovat do kvalitního zateplení, jež sníží účty za energie až o 45 %. Jednorázová výměna oken nebo dveří, zateplení fasády, střechy a základů budov znamená pro firmu úspory až poloviny nákladů. Opatření ve stavebních konstrukcích by měla provázet i rekonstrukce otopné soustavy a využívání regulačních prvků. Firmy mohou na úpravy žádat o finanční příspěvek z dotačního programu Nová zelená úsporám. Mezi společnostmi, které využívají nové technologie pro ekologičtější a úspornější firemní provoz, patří například obchodní řetězec Lidl. „V našich obchodech jsme aktivovali betonové jádro, zavedli podlahové vytápění i chlazení a napojili je na tepelná čerpadla se zpětným získáváním tepla,“ popsal změny v prodejnách Martin Molnár ze společnosti Lidl.

S energiemi pomůže slunce

Ohřev teplé vody a výrobu elektřiny si firmy mohou zajistit pořízením fotovoltaických panelů, které nejčastěji umísťují na střechy budov. Fotovoltaické systémy pro ohřev vody se vyplácí hlavně v provozech s vysokými nároky na teplou vodu – využívají je například hotely a penziony, wellness centra nebo prádelny. I v případě solárních systémů je možné využít dotačních programů. (tz)

„Sluníčka“ garantují kvalitu potravin



Víme, co jíme? O tom se vedou mezi lidmi nekončící debaty. Názory se různí, ale jedno mají společné. Chceme jíst kvalitní, chutné potraviny. Ale jak je v obchodech vybrat? Dobrým vodítkem bývá značení na obalech. Vedle už léta používaných a osvědčených, k nimž patří zejména Klasa, přibýly i evropské značky, lidově zvané „sluníčka“. Především o nich jsme hovořili s ředitelem Potravinářské komory ČR pro programování a strategii Ing. Miroslavem Kobernou, CSc.

Co je smyslem evropského značení na výrobcích?

Jde v první řadě o zachování kulturního dědictví. Značka garantuje, že potravina má historii, vyrábí se podle stanovené receptury, z daných surovin. Snahou je zakonzervovat hlavní charakteristiky produktu, aby pod trvalým tlakem na cenu nedocházelo k jeho úplné degradaci. A ono to funguje. Na druhou stranu nemluvíme o úplně „zabetonovaném výrobním postupu“. Když je k tomu závažný důvod, např. z důvodu nejnovějších výživových poznatků, může se požádat o změnu zapsané receptury. Ale nebývá to jednoduché a neděje se to často. Jinými slovy: Jako máme chráněná krajinná území a národní parky, máme i chráněné potraviny.

Jak dokážou potravináři s evropskými značkami pracovat?

Ti zahraniční velice dobře. Když se podíváte na trh v Itálii, Řecku, Španělsku, Francii, najdete tam spoustu takto označeného zboží. Pramení to z dlouhé doby užívání, mají tam registrovány stovky produktů. A spotřebitel ví, že se značkou kupuje určitou zaručenou kvalitu. Mnohokrát jsem se o tom přesvědčil. Například v italském supermarketu si můžete nakoupit parmskou šunku, která se „tváří“ naprosto stejně jako podobný výrobek od místního řezníka, ale nemá chráněné označení. Ale rozdíl v kvalitě je určitě mnohem větší než v ceně, kterou zaplatíte.



Ing. Miroslav Koberna, CSc., ředitel Potravinářské komory ČR pro programování a strategii

Přicházejí na výhody značení i čeští uživatelé?

Ano, i v českých zemích začínají výrobci konečně chápat, že dostávají do rukou prostředek,

www.oznaceni.eu



POTRAVINÁŘSKÁ KOMORA ČESKÉ REPUBLIKY



Kampaň financována z prostředků Evropské unie a České republiky

EVROPSKÁ UNIE PODPORUJE KAMPAŇ ZAMĚŘENOU NA PROPAGACI TRADIC



jímž se mohou chránit. I proti Bruselu, protože za hlavního devastátora kvality považují unijní administrativu. Podíváme-li se, co se děje kolem některých výrobních postupů, pak tomu lépe porozumíme. Vezměte si kupříkladu označení České pivo. Chtěli jsme si jím pojistit recepturu vaření tradičního českého piva se spodním kvašením. Tato technologie je energeticky náročnější než u výroby s vrchním kvašením a hrozilo nebezpečí, že ji Evropská unie zakáže, pokud receptura nebude chráněna.

Reagují na evropské značky, lidově zvané „sluníčka“, i spotřebitelé?

Z průzkumů zjišťujeme, že veřejnost už začíná značení vnímat a orientovat se podle něho. Sám ho používám jako vodítko kvality. Například bez značky bych si v Česku nikdy nekoupil ocet balsamico. Mohou ho používat i domácí firmy, které nakupují originál v sudech a doma ho stáčí. Rozhodně není pravda, že označení jakosti a původu na obalech vůbec zákazníka nezajímá. Ale je to otázka další výchovy.

Akceptují spotřebitelé vyšší cenu u značkových potravin?

Asi ano. Ptal jsem se kolegů ve Španělsku a Itálii na cenové poměry a podle nich bývá rozdíl podle typu výrobku 15 až 30 %. Mírně dražší

zboží pak kupující přijme. Vytváří se tam tlak na obchodníky, aby kvalitnější nabídka byla prodávána s nižší marží. U nás to úplně nefunguje, bývá to spíš naopak. Marže bývají v ČR vyšší a řada výrobků může být pro běžné kupující méně dostupná, může mít charakter luxusního zboží.

A jdou dohromady evropské a české značky kvality?

Určitě to dohromady jde. My máme jeden notifikovaný systém kvality, což je Klasa. Na mléko vzniká další systém QCZ. V Německu se používá 90 systémů kvality, v Itálii 140. A každý se odlišuje logem. Na trhu se pohybují stovky různých log a nikdo se nad tím nepohoršuje. Nechápu, proč se odborníci u nás zlobí, že máme už deset značek jakosti. V Irsku jsem kupříkladu viděl jogurt s osmi logy. Většina Irů prý pozná nejméně polovinu z nich, někteří znají všechny značky kvality. Je to o výchově a investicích.

Na závěr: jak funguje značka Český výrobek – garantováno Potravinářskou komorou?

Funguje velmi dobře. Máme u značky určité přechodné období. A vyjednáváme s firmami, že si toto označení podrží i do budoucna.

připravil Pavel Kačer

V ČR je přímý prodej stále populárnější, roste třikrát rychleji než ve světě

Češi využívají přímý prodej k nakupování, tedy prodej mimo kamenné obchody, stále více. Za loňský rok vzrostl v ČR obrát v této oblasti o 6,7 %, tedy třikrát rychleji než je celosvětový průměr (1,9 %). Češi nakoupili od distributorů zboží hlavně z oblasti kosmetiky a osobní péče za celkem 6,8 miliardy korun. Vyplyvá to ze statistiky Světové federace přímého prodeje (WFDSA) a Evropské asociace přímého prodeje (SELDIA).

Za uplynulý rok zaznamenal globální trh přímého prodeje obrát ve výši 182,6 miliardy dolarů. První příčku mezi firmami přímého prodeje obhájila společnost Amway, výrobce a distributor produktů pro domácnost, kosmetiky a výživových doplňků, jejíž tržby činily 8,8 miliardy dolarů. Z průzkumu dále vyplynulo, že po ce-

lém světě se přímým obchodem zabývá více než 107 milionů prodejců, přičemž v ČR jich působí přibližně 288 000. „Vloni v ČR rostly obraty v přímém prodeji třikrát rychleji, než je celosvětový průměr. Patrný je zejména rostoucí zájem spotřebitelů o produkty na podporu zdraví a krásu ve všech věkových skupinách,“ sdělila

předsedkyně představenstva Asociace osobního prodeje Ildiko Dikošová a dodala: „Přímý prodej se ukázal být důvěryhodným kanálem pro spotřebitele, kteří preferují osobní přístup, plný servis a mají zájem o vysoce kvalitní výrobky denní i dlouhodobé spotřeby.“

Přestože v ČR osobní prodej dynamicky roste, mezi hlavní trhy, kde se odehrává 80 % celosvětového obrátu těchto firem, patří USA, Čína a Jižní Korea. V Evropě, kde se obrát meziročně zvýšil o 3 % na přibližně 36,5 miliardy dolarů, se přímému prodeji nejvíce daří v Německu, Francii, Anglii, Itálii a Polsku. „Jsme rádi, že vidíme pozitivní vývoj přímého prodeje v Evro-

pě,“ řekla ředitelka Evropské asociace přímého prodeje Katarina Molinová a dodala: „Zatímco maloobchod zůstává velmi konkurenceschopným sektorem, kde poptávka a výběr spotřebitelů nadále pokračuje, růst přímého prodeje ukazuje, že prodejní kanál, který nabízí spotřebitelům přímé a osobní doporučení, je vysoce ceněným způsobem nakupování.“

Poprvé od roku 2013 byl v EU největší zájem o wellness produkty (32 %), následované kosmetikou a osobní péčí (25 %). V ČR byl největší zájem o kosmetické výrobky a produkty osobní péče (41 %), domácnost a trvanlivé zboží (26 %) a wellness produkty (25 %). (tz)

Tchibo otevřelo své největší distribuční centrum ve střední a východní Evropě

Společnost Tchibo Praha po dokončení druhé části výstavby v Panattoni Parku Cheb slavnostně otevřela rozšířené distribuční centrum pro svůj e-shop. Pronajimatelná plocha vzrostla z 39 000 m² na 73 000 m². V Chebu tak vyrostla druhá největší logistická hala v ČR a největší distribuční centrum společnosti Tchibo ve střední a východní Evropě. Provoz první části haly byl zahájen 2. prosince loňského roku a právě v těchto dnech padla hranice jednoho milionu odeslaných zásilek.

Investice ve výši 1,6 miliardy korun patří mezi nejvyšší v regionu a reprezentuje významný impulz pro rozvoj Karlovarského kraje, který vláda zařadila mezi strukturálně postižené oblasti. Jeden z nejvýznamnějších světových producentů kávy a lídr českého online prodeje v kategorii oblečení díky svým aktivitám v Chebu umožnil vytvoření 348 nových pracovních míst. Společnost Geis, která pro Tchibo provoz celého distribučního centra zajišťuje, tyto zaměstnance zatím zařadila do šestidenního dvousměnného

provozu. Distribuční centrum vybudoval developer Panattoni Europe ve spolupráci se skupinou Accolade specializovanou na investice do průmyslových nemovitostí.

„Nejlepší zprávou pro českého zákazníka je výrazné zkrácení dodacích lhůt. Zatímco z Brém k němu putovalo zboží v rozmezí 4–6 dnů, z Chebu mu přijde jen za 1–3 dny. Chebské distribuční centrum už přitom v současnosti zajišťuje nejen český trh, ale také slovenský, polský, maďarský, rakouský, švýcarský a jihoněmecký. Průměrně nyní rozesíláme 25 000 zásilek denně,“ řekl generální ředitel společnosti Tchibo Praha Richard Hodul.

„Velice si vážím toho, že jeden z nejvýznamnějších maloobchodních řetězců zvolil pro výstavbu velkého distribučního centra právě Cheb, který má mimořádně výhodné dopravní spojení do Německa. Dokončení této výstavby pro společnost Tchibo s sebou nese hned několik nej. Dostavěním druhé fáze se stává tato budova druhou největší logistickou halou v České republice a chebská průmyslová zóna je na nejlepší cestě stát se největším industriálním parkem střední Evropy,“ sdělil Pavel

Sovička, generální ředitel Panattoni Europe pro ČR a Slovensko.

„Stavbu budovy, ve které distribuční centrum sídlí, financovala skupina Accolade. Nyní si ji společnost Tchibo od nás pronajímá. Samotná budova má hodnotu jedné miliardy korun,“ vysvětlil Milan Kratina, CEO skupiny Accolade. „Jen tato budova představuje čtvrtinu veškeré nové nájemní plochy pro lehký průmysl a logistiku, která byla v České republice za letošní pololetí postavená.“

„V následujících měsících budeme nabírat další zaměstnance, a to především do dělnických profesí. Distribuční centrum v Chebu je jedním z nejmodernějších skladových prostor, ale, možná překvapivě, je spíše než na automatizaci či robotizaci založeno na klasické manuální práci. Tok zboží je nastaven tak, že každá položka prochází dvojnásobnou až trojnásobnou kontrolou, což vede k nižší chybovosti a vyšší flexibilitě při ladění kapacity celého distribučního centra,“ uvedl generální ředitel Dr. Johannes Söllner ze společnosti Geis.

Nové distribuční centrum společnosti Tchibo v Chebu se specializuje na B2C online busi-

ness. Uvnitř se tedy skládá, třídí, připravuje, balí a rozesílá zboží, které si objednali zákazníci na webových stránkách e-shopu. Díky rozšíření v rámci druhé fáze výstavby budova disponuje velkorysou kapacitou 30 500 paletových míst, a měla by tedy zvládnout i nejnáročnější špičkové období před Vánoci.

Tchibo je německý obchodní řetězec, který původně nabízel pouze kávu a kávové speciality. Dnes prodává také spotřební zboží, jehož nabídka se mění každý týden a tematicky je velmi pestrá, od vybavení domácnosti a kuchyně přes módu, sport, elektroniku, hračky, šperky až po zahrady. Svým sortimentem Tchibo pokrývá více než 75 % všech kategorií spotřebního zboží. V roce 2015 byla firma vyhlášena lídrem online prodeje oblečení v ČR. Online prodej představuje 30 % jejích celkových tržeb.

Chebská průmyslová zóna aktuálně zabírá na 40 hektarů a celkový počet zaměstnanců se již nyní blíží k hranici 3000. Díky rychlému příchodu nových investorů v posledních dvou letech se Panattoni Park Cheb stal nejrychleji rostoucím industriálním parkem ve střední Evropě. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Novinky (nejen) pro kvalitáře opět zazní na listopadové konferenci

Jednou z nejvýznamnějších odborných akcí Listopadu – Měsíce kvality je mezinárodní konference určená všem odborníkům, kteří se zabývají systémy managementu kvality a příbuznými oblastmi. Letošní konference, s podtitulem Kvalita mění, se uskuteční 14. listopadu, 2017 v Národním domě na Vinohradech v Praze. Proč se jí zúčastnit? Přinese mnoho zajímavých informací i podnětných myšlenek.

Konference pořádaná Českou společností pro jakost bude tradičně zahájena plenárním zasedáním, které je svým širším tematickým pojetím určena tzv. pro všechny. Cílem pořadatelů je vždy pozvat takové odborníky, kteří dokáží svoje téma podat popularizační formou posluchačům z různých oborů.

Ze zahraničních hostů vystoupí Zugmund Bluvband, emeritní prezident Izraelské společnosti pro kvalitu. Tato osobnost se v oblasti kvality pohybuje 40 let, je autorem devět knih a deset patentů. Na konferenci vystoupí s přednáškou Human and Non-Human Failures. O důležitosti ošetření průmyslových práv promluví Josef Dvornák z Úřadu průmyslového vlastnictví.

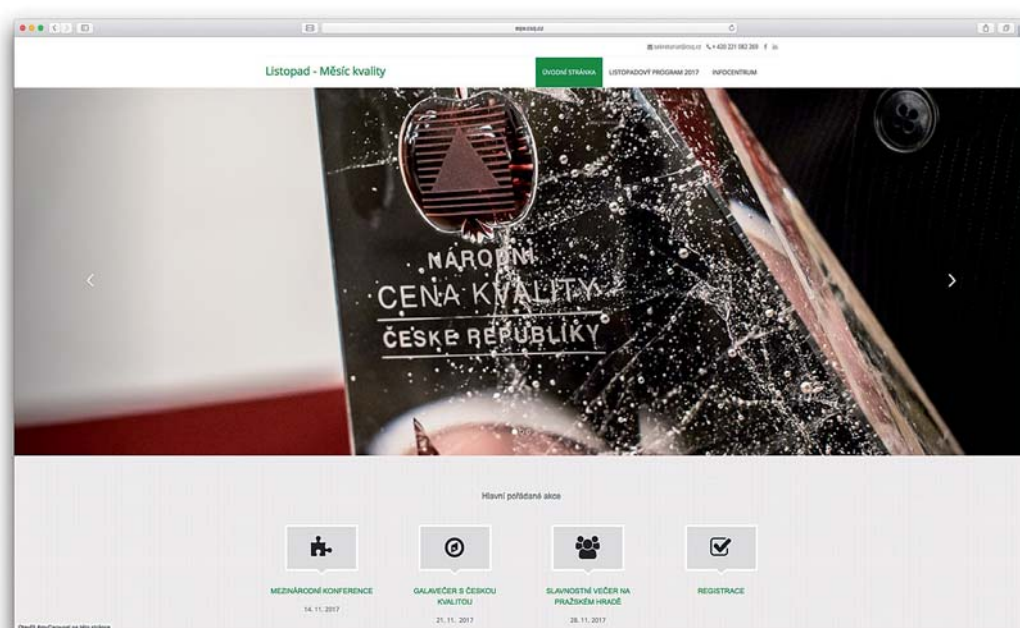
Je potěšující, že odborníci ze společnosti Škoda Auto, která patří k lídrům na poli kvality nejen v České republice, i letos vystoupí se svými příspěvky; jedním z nich je příspěvek s názvem

Inovace a nové trendy v oblasti kvality. S ohledem na skutečnost, že se napříč všemi obory čím dál více uplatňují informační a komunikační technologie, bude pozornost věnována i oblasti zajištění kvality softwaru a s tím souvisejícím otázkám – např. Jaké kvalitativní parametry by měl SW vykazovat? Jak jej testovat? Jak řídit vývoj SW? Jaká dokumentace je k SW potřebná? Co mám zjišťovat, když audituji SW?

V rámci plenárního zasedání budou rovněž vyhlášeny výsledky studentské soutěže o Cenu Františka Egermayera. Oceněny budou závěrečné práce studentů vyšších odborných škol a vysokých škol. Je vhodné zdůraznit, že pro zájemce z řad pedagogů a studentů je (s přihlédnutím na kapacitu) umožněn bezplatný vstup na konferenci.

Po plenárním zasedání bude odborný program probíhat ve třech různých sekcích. V rámci sekce Audity v novém budou rekapitulovány zkušenosti s auditováním podle nových norem ISO 9001 a ISO 14001. Zazní informace o připravované normě ISO 19001, která upravuje postupy auditování a o které by měl mít pojetí každý auditor.

Není tajemstvím, že dodavatelský řetězec automobilového průmyslu přistupuje k otázkám zajištění kvality (a bezpečnosti) velmi zodpovědně a že v tomto oboru existuje mnoho specifických norem. Proto se bude hovořit o nových požadavcích VDA 6.3:2016 a Formel Q Způsobilost 8.0.



Z důvodu, že „kvalita“ nepatří pouze do podnikatelského sektoru, byla letos do programu zařazena sekce Veřejná správa – kvalita pro občany, která bude zaměřena jak na kvalitu v oblasti státní správy, tak v oblasti územní veřejné správy. Poslední, interaktivní sekci, bude kulatý stůl s názvem Dobrovolnosti k excelenci, který bude prakticky zaměřen na Model excellence EFQM a principy společenské odpovědnosti CSR.

Více informací o pořádaných listopadových akcích, ke kterým kromě konference patří i Galavečer s Českou kvalitou (21. listopadu 2017) a předávání Národní ceny kvality na Pražském hradě (28. listopadu 2017) je k dispozici na stránce eqw.csq.cz.

Těšíme se na setkání s vámi!

Ing. Petr Koten,
výkonný ředitel České společnosti pro jakost

INZERCE

LISTOPAD 2017

MĚSÍC KVALITY V ČESKÉ REPUBLICE

Více na www.csq.cz, www.npj.cz, www.sokcr.cz

14. 11. 2017 – Mezinárodní konference „KVALITA MĚNÍ“
Národní dům na Vinohradech, náměstí Míru 9, Praha 2

Program:

- Kvalita softwaru, inovace, lidský faktor
- Audity v novém (ISO 19011, ISO 9001, ISO 14001, VDA 6.3, IATF 16949)
- Veřejná správa – Kvalita pro občana
- Dobrovolnost k excelenci (EFQM, CSR)

Hlavní partneri ČSQ: CHARRVÁT, TP Consulting

21. 11. 2017 – Galavečer s Českou kvalitou
Švandovo divadlo na Smíchově, Štefánikova 57, Praha 5

Program: Předání značek kvality, zařazené do Programu Česká kvalita, garantovaného vládou ČR:

- QZ – Zaručená kvalita
- Zdravotně nezávadná obuv – bota pro Vaše dítě „ŽIRAFA“
- Bezpečné hračky
- Osvědčeno pro stavbu
- Hřiště-sportoviště-tělocvična-ověřený provoz
- Česká kvalita Nábytek
- Značka kvality v sociálních službách
- ITC certifikovaná kvalita
- Spolehlivá veřejně prospěšná organizace
- Komfortní obuv
- Životnost plus

Generální partner Galavečera: ITC, albert, IPM

28. 11. 2017 – Slavnostní předávání Národní ceny kvality ČR a Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj na Pražském hradě

Program: Předání následujících ocenění:

- Národní cena kvality ČR – programy START PLUS, CAF, EXCELENCE
- Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj
- Cena za společenskou odpovědnost „Podnikáme odpovědně“
- Cena Anežky Žaludové za přínos v oblasti managementu kvality
- Titul Manažer kvality roku 2017
- Cena za návrat do života
- Cena za publicistický přínos v oblasti kvality
- Program Česká kvalita – předání značek kvality, Ekologicky šetrný výrobek, Ekologicky šetrná služba

Partneri Národních cen: SOK, Continental, ENTRA-STAU, CRA

Česko je na 5. místě v naplňování SDGs

Asociace společenské odpovědnosti spolu s agenturou Ipsos provedla v červnu výzkum, ve kterém sledovala, jak lidé v ČR vnímají Cíle udržitelného rozvoje (SDGs) od OSN. Oproti minulému roku se povědomí o SDGs mezi českou populací zvýšilo na 35 %. Lidé považují za nejdůležitější Cíle Zdraví a kvalitní život, Ekonomický růst a Život na souši.

Jsou to téměř dva roky, co všechny členské státy OSN přijaly tzv. Cíle udržitelného rozvoje (SDGs = Sustainable Development Goals). V létě 44 zemí světa, včetně České republiky, prezentovalo aktuální pokrok v naplňování SDGs na zasedání Politického fóra na vysoké úrovni o udržitelném rozvoji (HLPF), které proběhlo v OSN v New Yorku. Během tohoto setkání byla zveřejněna celosvětová studie SDG Index, která posuzuje pokrok jednotlivých zemí s ohledem na dosažení Cílů udržitelného rozvoje.

Ze 157 hodnocených zemí je Česko na 5. místě hned za skandinávskými zeměmi. ČR dosáhla indexu 81,9, což je nadprůměr celosvětově i v rámci regionu, kde je průměr 77,7. Studie oceňuje posun Česka především v otázce chudoby (SDG 1), zdraví a kvalitního života (SDG 3), přístupu k pitné vodě (SDG 6), ekonomického růstu (SDG 8) a života na souši (SDG 15). Naopak prostor pro zlepšení identifikovala v partnerství mezi sektory (SDG 17) a inovacích (SDG 9).

Česká republika se aktivně staví k implementaci SDGs, gesce pro implementaci je zakotvena na Úřadu vlády. Hlavní platformou pro přenos Cílů udržitelného rozvoje je strategický rámec ČR 2030. Jde o dokument, který udává směr rozvoje naší země na příští desetiletí. Jeho naplnění zvýší kvalitu života ve všech regionech a nasměruje Česko k rozvoji, který je udržitelný po sociální, ekonomické i environmentální stránce.

Smyslem výzkumu od agentury Ipsos bylo zjistit názory české populace právě na SDGs a odhalit, které Cíle považuje česká veřejnost za nejdůležitější, včetně toho, jakou by v jejich řešení měla hrát česká vláda, soukromé firmy nebo jed-

notlivci. Výzkum navazuje na studii z dubna 2016. Oproti minulému roku se povědomí o SDGs mezi českou populací zvýšilo na 35 %. „Je vidět, že se o udržitelnost zajímají stále více mladí lidé. Oproti roku 2016 významně narostlo povědomí o Cílech i ve věkové skupině mezi 35 a 44 lety, konkrétně z 18 % na 31 %“, dodala Lucie Mádllová, výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti. O SDGs slyšeli oproti průměru významně častěji mladí lidé mezi 18 a 24 lety (50 %) spolu s lidmi s vyšším vzděláním (46 %). Mezi hlavní zdroje informací o Cílech patří internet (68 %), 31 % lidí se o SDGs dočetlo v tisku. Celkem 40 % lidí zaznamenalo i komunikaci veřejné správy k tomuto tématu.

Češi přikládají největší význam SDG 3 = Zdraví a kvalitní život (42 %), poté SDG 8 = Důstojná práce a ekonomický růst (39 %), a jako třetí SDG 15 = Život na souši (38 %). „Přestože už lidé oceňují aktivity i v ČR, které se věnují těmto tématům, tak zároveň mají vysoká očekávání nadále. Je to logické, pro každého člověka je nejdůležitější zdraví, práce a životní prostředí kolem sebe. Nejvíce by se podle lidí měla do naplňování SDGs zapojit vláda a mezinárodní organizace“, dodal k výsledkům výzkumu Tomáš Macků, Research & Communication Director agentury Ipsos.

Richard Brabec, ministr životního prostředí, výsledky výzkumu komentoval takto: „Osobně vnímám jako pozitivní trend vzrůstající zájem veřejnosti o udržitelný rozvoj naší společnosti. Zároveň je jasné, že tři roky trvající sucho, se kterým se v České republice potýkáme, reálně stojí za vzrůstem povědomí o zdrojích pitné vody i o tématu klimatické změny. Není pochyb, že téma dostupnosti a kvality vody je aktuální a ještě bude.“

Z hlediska vnímání významu jednotlivých SDGs je v porovnání s rokem 2016 možné nalézt dva rozdíly: posílení významu SDG 6 = Pitná voda a kanalizace narostly o 8 p. b. a SDG 8 = Důstojná práce a ekonomický růst narostly o 6 p. b. Obě tato témata jsou v ČR velmi aktuální – jednak díky nízké úrovni českých mezd, a také v důsledku zavádějících opatření proti suchu, která by měla pomoci chránit vodní zdroje. (tz)

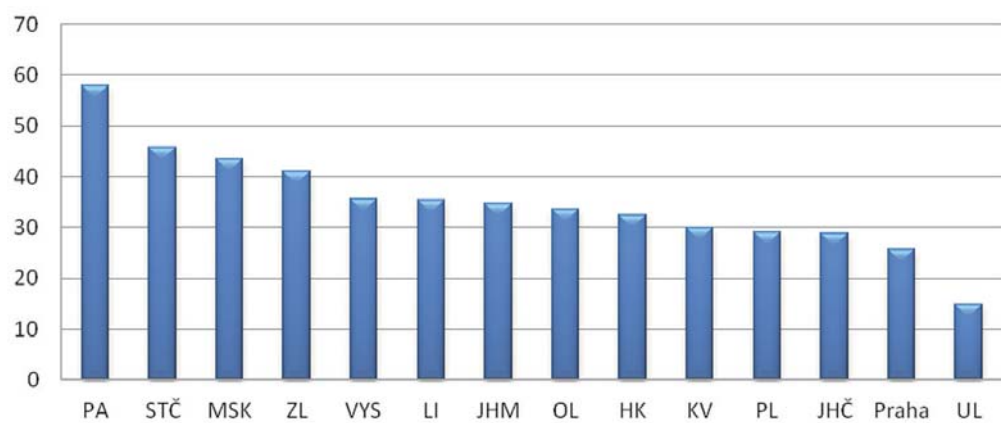
Za pololetí vzniklo 16 686 firem, nejvíce v historii

V červnu letošního roku vzniklo v České republice 1910 obchodních společností a zároveň zaniklo 819 obchodních společností. V červnu tak přibýlo 1091 obchodních společností. Během celého 1. pololetí 2017 však vzniklo v ČR 16 686 obchodních společností a 5592 jich zaniklo. V obou případech jde o nejvyšší pololetní počet v historii ČR. Čistý přírůstek ve výši 11 094 je nejvyšší od roku 2010. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau s využitím dat portálu www.informaceofirmach.cz.

Počet nových obchodních společností se v červnu meziměsíčně snížil o 736, zatímco počet zaniklých společností o více než 100. Čistý přírůstek obchodních společností se tak oproti květnu snížil o více než 600. Zatímco počet nově vzniklých obchodních společností byl nejnižší od července 2016, jejich čistý přírůstek byl dokonce nejnižší za posledních šest let.

Během celého prvního pololetí roku 2017 vzniklo v České republice celkem 16 686 obchodních společností, což je o 2814 více než v prvním pololetí minulého roku. Jde přitom o nejvíce nových firem vzniklých během jednoho pololetí v celé historii České republiky. Podobně rekordní bylo první pololetí i co do zániku obchodních společností, když jich během této doby ukončilo svoji činnost 5592, tedy o 1572 více než ve stejném období minulého roku. Čistý přírůstek obchodních společností potom činil v prvním pololetí 2017 celkem 11 094 OS, o 1242 více než v prvním pololetí 2016 a záro-

POČET NOVĚ VZNIKLYCH OS NA JEDNU ZANIKLOU (6. m. 2017)



veň nejvíce od začátku roku 2010. „Rekordně vysoká čísla za první pololetí jsou výsledkem vysoké aktivity v oblasti zakládání a rušení firem, která započala ve 4. čtvrtletí minulého roku a pokračovala až do května tohoto roku. Červnová čísla ukazují na možný mírný útlum této aktivity, který bude pokračovat pravděpodobně i nadále,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau s tím, že v červnu vzniklo nejméně společností za jeden měsíc letošního roku.

Nejvíce obchodních společností v červnu vzniklo i zaniklo tradičně v Praze, na kterou připadlo přibližně polovina všech vzniklých a zaniklých společností. Čistý přírůstek činil v Praze 430 společností. Následoval Jihomoravský kraj (238 nových a 63 zaniklých společností)

a Středočeský kraj (171 nových a 60 zaniklých společností). V Jihomoravském kraji tak přibýlo 175 OS a ve Středočeském kraji 111 OS. Naopak nejméně společností přibýlo v Karlovarském kraji, kde na 24 vzniklých společností připadlo 15 zaniklých a čistý přírůstek činil pouze devět společností.

Největší relativní růst obchodních společností zaznamenal v červnu Jihomoravský kraj, kde na každých 10 zaniklých obchodních společností vzniklo 38 nových. Následoval Zlínský kraj (33 nových OS na 10 zaniklých) a Jihočeský kraj (31 nových OS na 10 zaniklých). Nejpomaleji rostl počet nových obchodních společností v Ústeckém kraji (15 vzniklých na 10 zaniklých) a v Karlovarském kraji (16 vzniklých OS na 10 zaniklých). V prvním pololetí 2017 vzniklo

nejvíce obchodních společností v Praze (7146) a v Jihomoravském kraji (2165). Naopak nejméně společností v prvních šesti měsících letošního roku vzniklo v Karlovarském kraji (252 společností), v kraji Vysočina (343) a v Libereckém kraji (354). Nejvíce společností zaniklo opět v Praze (2793) a v Jihomoravském kraji (625). Nejméně potom v Pardubickém kraji (76), Karlovarském kraji (84) a na Vysočině (96).

Během prvního pololetí přibýlo nejvíce obchodních společností opět v Praze (4353). Více než 1000 společností přibýlo ještě v Jihomoravském kraji (1540 OS), v Moravskoslezském kraji (1067 OS) a ve Středočeském kraji (1021 OS). Nejvíce nových obchodních společností v poměru k počtu zaniklých OS vzniklo v Pardubickém kraji (58 nových na 10 zaniklých OS), ve Středočeském kraji (46 nových na 10 zaniklých OS) a v Moravskoslezském kraji (44 nových na 10 zaniklých OS). Nejméně nových společností na deset zaniklých vzniklo v Ústeckém kraji (15), v Praze (26) a v Jihočeském a Plzeňském kraji (29).

V červnu letošního roku vzniklo nejvíce obchodních společností v odvětví profesní, vědecké a technické činnosti (479), v obchodu (334) a v odvětví nakládání s nemovitostmi (274). Nejvíce jich zaniklo v odvětví obchod (279), nakládání s nemovitostmi (171) a profesní, vědecké a technické činnosti (94).

V prvním pololetí roku 2017 vzniklo nejvíce společností v odvětví obchod (3926), v odvětví profesní, vědecké a technické činnosti (3593) a v nakládání s nemovitostmi (1986). Zaniklo jich rovněž nejvíce v obchodu (2000) a v odvětví nakládání s nemovitostmi (1113). (tz)

Zájem fyzických osob o podnikání klesá, v prvním pololetí letošního roku jich přibýlo pouze 2811

V prvním pololetí roku 2017 přibýlo v České republice 2811 fyzických osob podnikatelů, když jich 29 142 zahájilo svoji činnost a 26 331 jich naopak svoji činnost ukončilo. V jednotlivých krajích přitom panují velké rozdíly v oblíbenosti této formy podnikání. Zatímco Praha stále zaznamenává silný přírůstek fyzických osob podnikatelů (FOP), v Karlovarském či Ústeckém kraji více lidí podnikatelskou činnost ukončilo, než zahájilo. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau s tím, že ve druhé polovině roku tradičně přibývá méně FOP, především z důvodu rušení podnikatelských oprávnění ke konci roku.

„Podle Registru ekonomických subjektů došlo v letech 2013, 2009 a 1993 k výrazným poklesům počtu fyzických osob podnikatelů, které však byly způsobeny čištěním a aktualizací dat v tomto registru. Pokud tedy od těchto tří let odhlédneme, přibýlo v prvním pololetí 2017 vůbec nejméně fyzických osob podnikatelů za všechna první pololetí od vzniku samostatné České republiky,“ sdělila Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau s tím, že ve druhé polovině roku tradičně přibývá méně FOP, především z důvodu rušení podnikatelských oprávnění ke konci roku.

Mezi jednotlivými kraji přitom panovaly velké rozdíly v poměru počtu vzniklých i zaniklých podnikatelských oprávnění pro fyzické osoby. Zatímco v Praze za první pololetí 2017 vzniklo na každých 10 zaniklých FOP 16 nových a na Vysočině 13, v Karlovarském kraji to bylo pouze 7 nových FOP na 10 zaniklých a v Ústeckém kraji potom 9 nových FOP na 10 zaniklých. V dalších krajích počet fyzických osob podnikatelů stagnoval nebo se mírně zvyšoval.

Zajímavý je rostoucí zájem o specializované a vědecké profese. V prvním pololetí 2017 v odvětví informační a komunikační činnosti vzniklo čtyřnásobně více FOP, než kolik jich zaniklo

(43 vzniklých na 10 zaniklých). Následují profesní, vědecké a technické činnosti s 18 vzniklými FOP na 10 zaniklých. Naopak v obchodě, ubytování a stravování, dopravě či stavebnictví se počet FOP snížil.

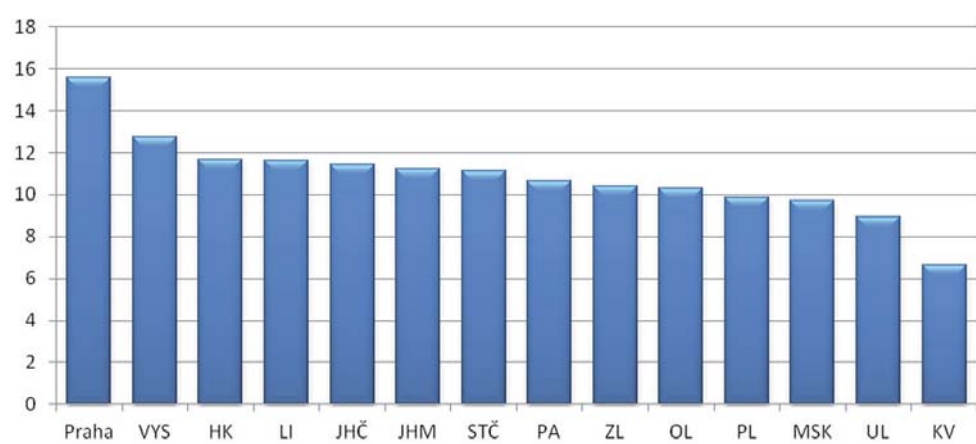
Z pohledu absolutních čísel vzniklo během prvního pololetí roku 2017 nejvíce fyzických osob podnikatelů v odvětví obchod (téměř 6000), a v profesních, vědeckých a technických činnostech (téměř 5000). V témže období zaniklo nejvíce FOP v odvětví obchod (téměř 8000) a ve stavebnictví (kolem 4000).

Během prvního pololetí roku 2017 začalo nejvíce fyzických osob podnikat opět v Praze (4595), ve Středočeském kraji (3863) a v Jihomoravském kraji (3248). Nejméně potom v Karlovarském kraji (646 nových FOP). Nejvíce jich naopak ukončilo svoji činnost ve Středočeském kraji (3473), v Moravskoslezském kraji (3203) a v Praze (2944). Nejvyšší čistý přírůstek fyzických osob podnikatelů zaznamenala v prvním pololetí 2017 Praha (1651), Středočeský kraj (390) a Jihomoravský kraj (353). Počet podnikatelů se snížil v Karlovarském kraji (o 324), Ústeckém kraji (o 243), Moravskoslezském kraji (o 91) a v Plzeňském kraji (o 17).

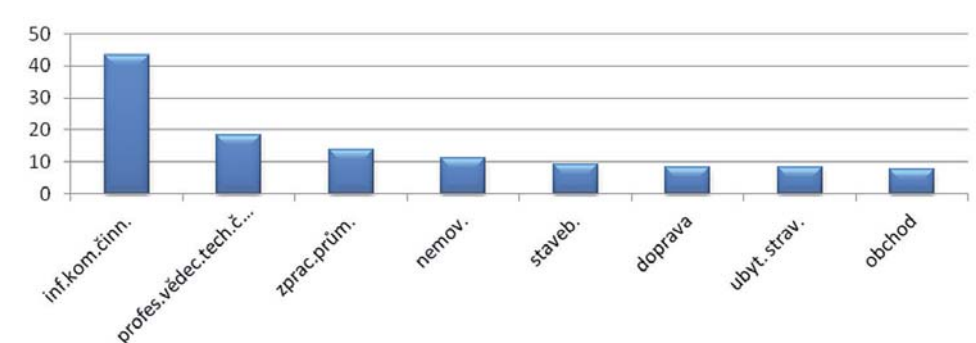
Nejčastěji s podnikáním v prvním pololetí začínali mladí lidé ve věku 18–30 let (48 %) následovaní třicátníky. Na 75 % nových fyzických osob podnikatelů byli lidé mladší 40 let. Lidé nad šedesát let se do podnikání příliš nehrnou, na vzniklých FOP se tato věková kategorie podílela jen 2 %, zato na zaniklých hned 40 %. Naopak FOP ve věku mezi 18 a 30 lety podnikání často neruší, z celkového počtu zaniklých tvořili pouhých 9 %. Téměř dvě třetiny zaniklých podnikatelských oprávnění byly založeny před rokem 2000, a na trhu tak působily déle než 16 let.

Muži se pouštěli do podnikání častěji než ženy (v poměru 62:38), mnohem více však své podnikání také rušili (75 % zaniklých FOP nále-

POČET VZNIKLYCH FOP NA DESET ZANIKLYCH (1. pol. 2017)



POČET VZNIKLYCH FOP NA DESET ZANIKLYCH (červen 2017)



želo mužům). Podíl žen mezi FOP se tak v prvním pololetí letošního roku mírně zvýšil.

V červnu letošního roku vzniklo 2331 fyzických osob podnikatelů (o 2500 méně než v předchozím měsíci) a zároveň jich 2880 zaniklo (o 421 méně než v předchozím měsíci). V červnu se počet fyzických osob podnikatelů snížil, na 10 zaniklých fyzických osob podnika-

telů připadlo pouze 8 nových. Nejvíce fyzických osob začalo v červnu letošního roku podnikat v Praze (376) a ve Středočeském kraji (332), nejméně to bylo v Karlovarském kraji (52), v Libereckém a Pardubickém kraji (shodně 85). Nejvíce FOP zaniklo v Moravskoslezském kraji (397), ve Středočeském kraji (392) a v Jihomoravském kraji (316). (tz)

Vývoz za první pololetí letošního roku dosáhl nejvyšších hodnot v historii

Český export za posledních pět let konstantně roste. Ve srovnání s údaji za rok 2012 se to na celkových tržbách projevilo téměř třetinovým nárůstem, konkrétně na rekordních 3,97 bilionu korun. Z hlediska kontinentů stále jasně dominuje Evropa, největší procentuální nárůst však za posledních pět let zaregistrovaly Austrálie a Afrika. Naopak mírný pokles zaznamenaly zámořské státy.

Tržby z českého exportu vyrostly za posledních pět let o necelý bilion korun, procentuálně tak jde o téměř třetinový nárůst. Za sledované období se zvýšilo i množství vyváženého zboží. Zatímco v roce 2012 se do světa vyvezlo přes 66 milionů tun zboží, o pět let později to bylo už o téměř 10 % více, a to 72,5 milionu tun.

Právě u množství vyváženého zboží lze největší procentuální nárůst spatřit v případě australského kontinentu a přilehlých ostrovů

a souostroví. Do této oblasti totiž loni zamířilo o více než 40 % více zboží než v roce 2012. Z hlediska tržeb lze procentuálně zaznamenat největší nárůst u afrických zemí, které za české výrobky zaplatily o 43 % více než v roce 2012. Naopak z hlediska absolutních čísel stále jasně dominuje Evropa, vyvezeného zboží bylo v roce 2016 zhruba o šest milionů tun více než před pěti lety. Projevilo se to i na celkových tržbách, které za sledované období vzrostly o více než 800 miliard korun. Potvrzuje to koncern ZKL, který se zabývá výrobou ložisek a jehož export reprezentuje více než 80 % celkových tržeb. „Absolutně nejvyšší nárůst tržeb jsme v poslední době zaznamenali ve Španělsku a Rusku. Tradičně velmi silné je také Německo,“ uvedl výkonný ředitel společnosti, Jiří Prášil mladší.

Naopak mírný pokles zaznamenal za posledních pět let export do zámoří, českých výrobků zde vloni skončilo přibližně o 20 000 tun méně. Na celkových tržbách se to však negativ-



foto Pixabay

ně neprojevilo, neboť ty zaznamenaly čtvrtinový nárůst. „Jižní Amerika vykazuje v naší exportní bilanci stabilní meziroční růst zhruba 5–8 %, největší podíl na tom má především Argentina. Letos jsme však získali zastoupení

i v Chile. Jednou z oblastí, kterou se snažíme aktuálně nejvíce rozvíjet, je trh v Severní Americe, kam jsme již dodali zboží více než šesti distributorům a dodávky z hlediska objemu rostou,“ dodal Jiří Prášil.

Analytici předpokládají, že pozitivní trend z hlediska exportu bude pokračovat i nadále. „Vzhledem k tomu, že vývoz za první pololetí letošního roku dosáhl nejvyšších hodnot v historii, lze očekávat, že výsledky českého exportu budou letos velmi pozitivní. Exportéři mohou profitovat ze zlepšujících se ekonomických podmínek eurozóny, na druhé straně ale musejí čelit větší cenové konkurenci po uvolnění kurzu koruny,“ uvedla analytička společnosti Bossa Michala Moravcová. O nárůst by se přitom měly zasloužit především země mimo Evropskou unii. „Například do Ruska se za prvních pět měsíců letošního roku vyvezlo meziročně o 21 % víc. Export letos rychle roste též v případě Číny,“ sdělila Michala Moravcová. (tz)

I správný dárek může být klíčem k uzavření dobrého obchodu

Dodržování obchodního protokolu a etikety patří mezi základní věci, bez kterých dnes podnikatel, manažer či obchodník dříve do světa neudělá. Díky správnému chování a vnímání kulturních odlišností může dosáhnout pevných vztahů, a mnohdy také rychlejší spolupráce s potenciálním obchodním partnerem. A právě i výměna vhodných dáreků může být klíčem k uzavření toho nejlepšího obchodu v životě. Nejde však pouze o to dárek věnovat, ale i o načasování a formu předání daru, nebo naopak reakci na dar přijatý.

Vhodným dárkem můžete dostat obchodní vztahy na novou úroveň. Obchodnímu partnerovi tak vyjádříte svou úctu a náklonnost, vybudujete přátelské vztahy a posílíte společné vazby. Zvyklosti darování se však vždy odvíjí od kultury a geologické polohy. Obecně lze říci, že v arabských, asijských a latinskoamerických zemích bez daru v podstatě nezapůsobíte. V těchto státech je dražší prezent nutností a jeho absence může mít velký dopad na výsledek jednání.



Naopak u nás v Evropě si lidé na obdarování při uzavírání obchodu tolik nepotrpí. Často stačí dovést menší pozornost, na jejíž ceně až tak zásadně nezáleží, to však neznamená, že byste neměli na našem kontinentu věnovat koupí daru žádnou péči.

„Každá země má své kulturní základy a různá specifika, proto se dárek musí vybírat i podle nich. Je vhodné volit předměty, které nějakým způsobem akcentují Českou republiku nebo tradiční české značky, mající v zahraničí dobré jméno,“ doporučil Jiří Grund, předseda české Asociace exportérů. Mezi univerzální prezenty, kterými rozhodně nikoho neurazíte, patří například kvalitní český porcelán, sklo a křišťál. Tyto výrobky mají v českých zemích dlouhou tradici a v zahraničí skvělé jméno.

„České sklářské výrobky jsou v zahraničí velice dobře známy, takže váš obchodní protějšek bude okamžitě vědět, že mu nedáváte zájce v pytlí, ale to nejlepší z naší země. Myslím si, že české sklo je jedním z nejvhodnějších dáreků vůbec, protože v sobě odráží nejen tradici, ale i pečlivost českých sklářů a poctivou práci,“ potvrdil Lukáš Jabůrek, umělecký ředitel sklárny Moser,



a dodal: „Jsme zvyklí vyrábět klientům pro jejich obchodní partnery výrobky přímo na míru.“

Dříve se nedoporučovalo vozit jako součást obchodní návštěvy alkohol. Ovšem časy se mění a z praxe je jasné, že jedním z nejčastějších darů, které Češi vozí svým obchodním protějškům, jsou právě tuzemské lihoviny. Pokud se pro ně rozhodneme, měly by být té nejvyšší kvality. Mezi ty ikonické a nejčastěji vyvážené patří jednoznačně i karlovarská Becherovka. „Becherovka je tradiční český bylinný likér, který se podle originální a tajné receptury vyrábí už po 210 let. Vhodným dárkem pro obchodní partnery je i díky své jedinečnosti. Napříč všemi kontinenty totiž nenajdete nápoj, který by se jí chuťově byl jen přiblížil,“ sdělil Martin Pučálík, obchodní ředitel společnosti Jan Becher Pernod Ricard, a doplnil: „Reprezentativním darem je už i samotná láhev Becherovky. Ta si drží svou tradiční podobu po mnoho let. K dispozici jsou ale i limitované edice, které mají zároveň i sběratelskou hodnotu.“ S lihovinovými dary buďte však opatrní. „Dárky alkoholového typu se logicky nehodí dovážet do muslimských zemí, kde je alkohol tabu. Také je potřeba vyvarovat se dárkům, které by mohly obchodnímu partnerovi připomenout nepříjemné historické či jiné události,“ poukázal na okolnosti Jiří Grund.

Co se týká času a místa předání dárku, platí v různých zemích různé zvyklosti. Všeobecně lze však říci, že v evropských zemích je vhodné rozbalit dárek okamžitě po jeho obdržení. Naopak v Asii nečekejte, že si váš partner dárek před vámi rozbalí. Dar zároveň předávejte vždy v takové hodnotě, ve které víte, že vám ho mohou oplátit. V případě příliš cenného daru se například v Evropě můžete dočkat i jeho odmítnutí či navrácení. (tz)

CO ZAJÍMAVÉHO ČEŠTÍ STÁTNÍCI DAROVALI?

■ Angela Merkelová loni od prezidenta Miloše Zemana obdržela německou verzi tradiční české knihy Osudy dobrého vojáka Švejka.

■ Prezident Miloš Zeman nechal pro čínského prezidenta Si Ťin-pchinga při příležitosti jeho návštěvy v Česku v roce 2016 vyrobit nevšední dar – tři páry bot značky Baťa. Čínskému prezidentovi potěšil i sadou luxusního broušeného skla značky Moser.

■ Prezident Václav Havel v roce 2009 daroval Baracku Obamovi voskový portrét, na kterém je právě americký prezident vyobrazen. Dílo bylo malováno speciální technologií horkého vosku a má rozměry 2 x 1,5 m.

CO ZAJÍMAVÉHO ČEŠTÍ STÁTNÍCI OBDRŽELI?

■ Prezident Miloš Zeman na státní návštěvě v Arménii v roce 2016 dostal 400l sud 72leté arménské brandy značky Aráráť. Tato várka byla založena ve stejném roce, ve kterém se Miloš Zeman narodil. Dárek má prezident uložen v likérce nad Jerevanem mezi ostatními sudy, které byly věnovány státníkům po celém světě.

■ Prezident Václav Havel v roce 2009 od prezidenta Baracka Obamy obdržel masivní skleněný talíř o průměru asi 50 centimetrů, na němž byla zlatě vyryta část textu americké ústavy.

■ Prezident Miloš Zeman při krajských cestách letos dostal velké množství kuriózních darů, mezi které patří například pláčečka na mouchy, lavička, zářivkové těleso, sánky nebo tanková střela.

Tuzemské firmy hledají cestu jak expandovat do Alžírsko

Hospodářská komora ČR připravuje v alžírském hlavním městě a v městě Oran 450 km západně od Alžíru podnikatelská fóra, během kterých se setkají čeští a alžírští podnikatelé. Komora si od těchto akcí slibuje návrat české značky do této frankofonní země, která spolu s Egyptem a Libyí byla už od dob První republiky po desetiletí tradičním obchodním partnerem Československa.

Firmy si uvědomily, že Alžírsko patří mezi trhy s vysokým prodejním potenciálem, navíc vzájemné vztahy s Alžírskem v obchodně ekonomické oblasti se opírají o dlouholetou tradici spolupráce. ČR si v teritoriu vybudovala velmi dobré jméno jako strojírenská velmoc. Pomáhá i fakt, že řada současných představitelů alžírské státní správy, státních podniků a soukromých firem stu-

dovala v 70. a 80. letech v Československu. Uspěla na více než 40milionovém trhu Alžírska, jehož páté je ropa a zemní plyn, by mohly firmy z oblasti zpracování surovin a energetiky, strojírenství, zdravotnictví, sklářství, textilního a obuvnického průmyslu, zemědělství, potravinářství, ale i obranného průmyslu. Ostatně spolupráce ozbrojených sil obou zemí jak v oblasti

hmotných dodávek, tak v oblasti výuky a přípravy specialistů, má bohatou tradici. Do Alžírska v minulosti mířily zbrojní dodávky i v podobě tanků, ale také řada alžírských pilotů a techniků studovala právě v Československu.

Obchodní výměna dosahovala největších objemů v 80. letech minulého století, kdy Československo poskytl Alžírsku významné úvěry na nákup vojenské techniky a výstavbu investičních celků. K prudkému poklesu obchodní výměny došlo v 90. letech. České firmy do Alžírska v roce 2016 vyvezly zboží jen za 143 mil. USD, dovoz činil 2 mil. USD. V alžírském městě Relizane před několika dny otevřela svou 15. továrnu také automobilka Škoda.

Vstup zahraničního kapitálu do Alžírska je omezen na společné podniky s alžírskými partnery a s předkupním právem alžírského státu na zahraniční podíl za 49 %. Trvalé zastoupení společnosti v teritoriu je ale neúčinnější formou budování obchodní pozice na alžírském trhu. Osobní kontakt má v Alžírsku totiž větší význam, než je tomu v evropských poměrech.

Podnikatelská fóra se uskuteční v rámci obchodní mise, během níž delegace podnikatelů doprovodí na přelomu září a října náměstka ministra zahraničních věcí Miloslava Staška na jeho pracovní cestě do Alžírska. Do mise se může přihlásit kterákoli tuzemská firma zvažující expanzi na alžírský trh. (tz)

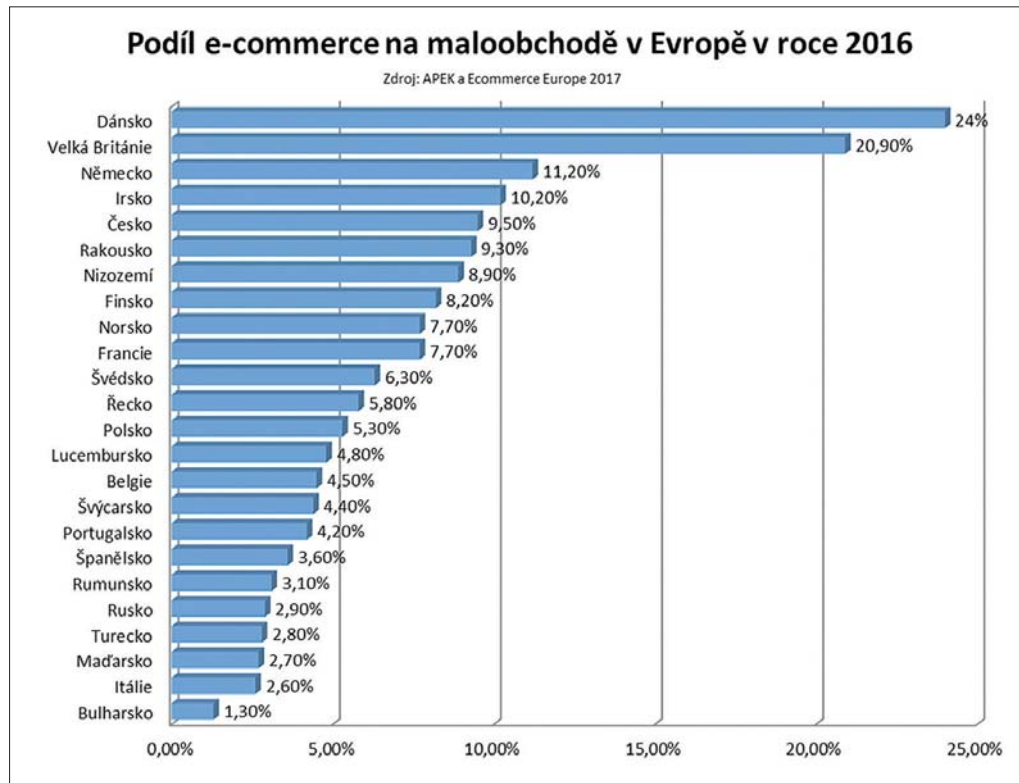
E-shopy se prosazují na úkor kamenných obchodů

Význam e-commerce roste ve světě každým rokem. V České republice dosáhly v roce 2016 celkové obraty jen za prodej zboží hodnoty 98 mld. korun. Díky takto úspěšným výsledkům se tak již prodej po internetu podílel na celém českém maloobchodě 9,5 %. A jak si tedy vede česká e-commerce v porovnání s ostatními evropskými státy? Více než dobře! Řadí se mezi pět zemí s nejvyšším podílem prodeje po internetu na maloobchodě v rámci celé EU, jak potvrzují údaje Asociace pro elektronickou komerci (APEK) a Ecommerce Europe.

„Na českou e-commerce jsme se dívali vždy především z pohledu celkových obrátů, počtu e-shopů či jednotlivých kategorií. Tentokrát jsme se rozhodli za pomoci dat, které jsme získali prostřednictvím nadnárodní asociace Ecommerce Europe, porovnat, jak si naše internetové obchody vedou z pohledu celkového významu v retailu oproti ostatním státům EU,“ komentoval situaci výkonný ředitel APEK Jan Vetyška.

Vůbec nejlépe si v tomto směru vede možná trochu překvapivě severské Dánsko, ve kterém dosahuje podíl e-commerce na maloobchodě výjimečných 24 %. Při bližším pohledu však pochopíme, že podmínky v tomto nepříliš velkém státě jsou pro internetový prodej optimální. „V Dánsku žije ve věku 15+ 4,7 milionu obyvatel. Z toho 4,6 milionu je uživatelů internetu. Z nich pak 3,7 milionu nakupuje pravidelně na internetu,“ uvedl Jan Vetyška.

Podle očekávání hraje e-commerce významnou roli ve Velké Británii, kde se podílí na



maloobchodních tržbách 20,9 %. Velká Británie patří dlouhodobě na absolutní vrchol evropského online prodeje a je také často inspirací ostatním obchodníkům v Evropě. S poměrně velkým odstupem pak dosáhlo třetího nejlepšího výsledku Německo, ve kterém internetový prodejci dosáhli podílu svého odvětví ve výši 11,2 %. Čtvrtý je následně Island s 10,2 % a pak již Česká republika s 9,5 %. Naopak nejméně významné jsou zatím z pohledu celé ekonomiky

e-shopy v Bulharsku (1,3 %), Itálii (2,6 %) a Maďarsku (2,7 %).

„Internetové obchody a jejich služby jsou u nás na špičkové úrovni. Navíc nabízejí stále širší sortiment. Proto očekáváme, že význam e-commerce bude i nadále stoupat. Již v roce 2017 by měly obraty e-shopů dosahovat k 115 miliardám korun, a tím zřejmě překonají hranici 10% podílu na českém maloobchodě,“ uzavírá Jan Vetyška. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Mozková posilovna

Phil Dobson

Kniha je založená na nejnovějších vědeckých poznatcích a je plná praktických tipů a technik. Naučíte se, jak zlepšit svou schopnost soustředit se, jak zvýšit svou produktivitu, jak vylepšit kreativní schopnosti a jak podpořit svou paměť.

Ze Strahova do NASA

Martin Kroupa, Veronika Vaněčková

K tomu dostat se do NASA nestačila jen vynikající vědecká erudice Martina, který nyní jako jedinečný specialista přispívá k výpravám astronautů do vesmíru. Bez zarpullosti Veroniky by se k trvalému pracovnímu pobytu v USA nedopracovali. Jejich cesta za štěstím byla opravdu dobrodružná!

Šedý smysl

Joshua Cooper Ramo

Kniha je o tom, co vidí a cítí úspěšní lidé: síly, které jsou pro většinu z nás skryté, ale stojí za vším. Tajemství se skrývá ve fenoménu dnešní doby, kterým jsou sítě (nejen internet, ale také sítě obchodů, financí ad.). Autor vychází ze svých zkušeností a bere čtenáře do samého srdce dnešních v mžiku propojených systémů.

Jak se vyrábí dnešní svět

Václav Smil

Současný svět je závislý na tocích materiálů. Dnes dokonce nemusí ani neefektivnější výrobní procesy a nejdokonalejší způsoby recyklace stačit k tomu, aby se dosáhlo dematerializace v takovém rozsahu, že bude potlačen vliv rostoucí poptávky po materiálech způsobené pokračujícím populačním růstem a zvyšující se životní úroveň. Kolik nás tato závislost bude stát?



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

Jak se naučit 100 slovíček za hodinu

Jakub Pok

Zapomeňte na biflování slovíček, jde to i jinak. S novou revoluční metodou slovíček v přiběhích se budete učit cizí jazyky efektivně, a ještě se u toho pobavíte. Pokud nechcete trávit stovky hodin nad učebnicemi bez valných výsledků, je tato metoda přesně pro vás!

Marketingový výzkum

Radek Tahal a kolektiv

Nová kniha o marketingovém výzkumu nemá svou praktičnost a aktuálnost poznatků na trhu konkurenci. Publikace je určena všem, kdo marketingový výzkum využívají – od pracovníků marketingu firem a jiných organizací přes realizátory výzkumných projektů až po vysokoškolské studenty. Autoři v knize reflektují moderní technologie a postupy a jednotlivá témata pojímají prakticky s ohledem na české podmínky. Seznámíte se s úlohou marketingového výzkumu, se zásadami správných formulací při zadávání výzkumných projektů a s konkrétními metodami a technikami kvantitativního a kvalitativního výzkumu.

Manipulace a propaganda

Jozef Ftorek

Autor odkrývá současnou praxi ovlivňování veřejného mínění pomocí mediální manipulace a propagandy. Nabízí čtenáři řešení, jak hodnotit události tak, aby se nestal obětí informační války, a řeší otázku, proč jinak rozumní lidé často zcela iracionálně souhlasí s politikou, která jde proti jejich občanským, politickým i ekonomickým zájmům. Kniha by neměla uniknout lidem, kterým není lhostejné, co se ve společnosti kolem nich děje, ale i těm, kteří se zabývají sběrem, distribucí, analýzou a výkladem informací – novinářům, specialistům vztahů s veřejností (PR), pedagogům a studentům společenských věd.



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

Finanční analýza organizace z pohledu zájmových skupin

Jindřich Špička

Kniha rozšiřuje dosud vnímané pojetí finanční analýzy o nové aspekty. Kromě přehledu metod a hodnocení silných a slabých stránek jejich použití ukazuje vazbu finanční analýzy na strategickou analýzu a strategické řízení podniku. Větší měrou se soustředí na metody mezipodnikového srovnání, benchmarking a stanovení doporučených hodnot pro jednotlivé sektory hospodářství. V porovnání s jinými knihami o finanční analýze je na hodnocení finanční situace organizace pohlíženo jiným způsobem, a to z pohledu zájmových skupin, bez jejichž podpory by organizace přestala existovat (tzv. stakeholders, např. akcionáři, manažeři, zaměstnanci, dodavatelé, zákazníci, banky, orgány státní správy).

INZERCE



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

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

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

NAŠE KAVÁRNA

Ferrero vede A. Keselj

Novým generálním ředitelem společnosti Ferrero Česká je Alex Keselj. Střídá Antonellu Sottero, která se přesouvá do Španělska.

Ředitelem v Bance CREDITAS je J. Jeřábek

Ředitelem Úseku retailového bankovníctví Banky CREDITAS se stal Jan Jeřábek. Nahradil Radima Synka, který má na starosti strategické a investiční projekty celé skupiny UNICAPITAL.

Nový tým komunikace ČSOB

Pozici tiskového mluvčího ČSOB nově zastává Patrik Madle místo Pavly Hárové, jež odchází na mateřskou dovolenou. Externí komunikace posílila i Michaela Průchová, jejíž agendou budou specifické projekty skupiny ČSOB a komunikace dceřiných společností.

Nemovistosti ROSSMANN vede O. Vrátný

Sít drogerií parfumerií ROSSMANN provozující v ČR v současnosti 131 prodejen s více než 750 zaměstnanci nového šéfa oddělení property a expanze. Stal se jím Ing. Ondřej Vrátný.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

VZP dává miliony na sportovní kroužky

Pokud jsou školáci klienty VZP, nabízí jim pojišťovna dohromady až 1000 korun na nejrůznější pohybové aktivity. V posledních letech tuto možnost vítá stále více lidí – letos ji jen za první pololetí využilo 63 458 zájemců, kteří na sportovní kroužky a podobné aktivity získali přes 31 milionů korun. Pohyb dětí a mládeže podporuje VZP ve snaze vést své klienty už od mládí ke zdravému životnímu stylu. Nedostatek pohybu a s ním související nadváha či obezita jsou spojeny s mnoha zdravotními problémy. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Příručku a seminář o ochraně dat přichystala HK ČR

V roce 2018 začne platit evropské nařízení, které podnikatelům ukládá nové povinnosti a přísnější pravidla pro zacházení s osobními údaji. Kdo podle GDPR (General Data Protection Regulation) do té doby nezeviduje své informační systémy a postupy nakládání s osobními údaji, hrozí mu astronomické pokuty. Hospodářská komora v rámci informační kampaně o GDPR nyní vydala pro podnikatele praktickou příručku s informacemi, jak mají postupovat. Je zdarma ke stažení na webu komory. Zároveň připravuje na 23. listopadu v Praze celodenní konferenci GDPR – Týká se i vás!, která podnikatele s novými povinnostmi seznámí. „Nová regulace zacházení s osobními údaji souvisí přímo s nástroji, které dnes a denně podnikatelé používají. Dodržování GDPR bude muset povětom každý správce i zpracovatel osobních údajů prokazatelně doložit po celou dobu zpracování. Přibude mu tím samozřejmě velká administrativní zátěž, protože bude muset například dokumentovat, že zpracovává pouze ta data, která jsou ke konkrétnímu účelu nezbytná. Novinka si zároveň vyžádá nemalé časové a finanční investice,“ uvedl prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý. Hospodářská komora podnikatele také upozorňuje, že vyhnout se nové regulaci nebude možné. Nařízení totiž zavádí princip tzv. zodpovědnosti. Ten spočívá v povinnosti správců a zpracovatelů údajů bez ohledu na jejich velikost nebo počet zaměstnanců zavést technická, organizační a procesní opatření za účelem prokázání souladu s principy GDPR. Podnikatelé tak budou muset zajistit implementaci záměrné a nezbytné ochrany dat, vypracování posouzení vlivu na ochranu osobních údajů, jmenovat pověřence pro ochranu osobních údajů neboli DPO (Data Protection Officer), zavést tzv. pseudonymizaci osobních údajů a vést záznamy o činnostech zpracování a konzultovat je s dozorovým orgánem před samotným zpracováním osobních údajů. (tz)

Mezinárodní strojírenský veletrh Brno

potvrzuje, že jsme nejprůmyslovější zemí Evropy

Moravská metropole se od 9. do 13. října 2017 stane hlavním městem světového průmyslu. V tomto termínu se uskuteční už 59. Mezinárodní strojírenský veletrh Brno. O významné události jsme hovořili s Jiřím Erlebachem, manažerem PR a reklamy veletrhu MSV.

Co ukázal loňský ročník MSV? Skončil po všech stránkách úspěchem?

Loňský ročník patří k nejúspěšnějším v celé téměř šedesátileté historii veletrhu. Vystavovalo přes 1700 firem, polovina z nich zahraničních, a nabídku zhlédlo více než 84 000 návštěvníků. Ale nejde jen o čísla, veletrh měl výbornou atmosféru, byl cítit velký zájem o nové technologie a chuť nakupovat. Potvrdily to také průzkumy, podle nichž vzrostla spokojenost vystavovatelů i návštěvníků na rekordně vysoké hodnoty. Velmi pozitivně byla hodnocena zejména zahraniční účast a množství uzavřených obchodů. Loňský ročník ukázal, že se české ekonomice daří, ale zároveň i to, že průmysl tento veletrh opravdu potřebuje.

Centrální expozice Indie letos obsadí téměř celý pavilon A1 a bude obdobně impozantní jako loni čínská. Připravuje ji asociace Engineering Export Promotion Council, která sdružuje více než 14 000 indických převážně malých a středních firem.

Bude 59. ročník Mezinárodního strojírenského veletrhu navazovat na témata, o něž byl největší zájem loni?

Ani nemůže jinak, témata veletrhu určuje právě poptávka a nové trendy, které se ve výrobě objevují a prosazují. Už třetím rokem zdůrazňujeme jako klíčové téma Průmysl 4.0, který se nyní dostává do širšího povědomí a většina průmyslových firem je považuje za přelomovou strategii do budoucna. Žijeme v převratné době a MSV je příležitostí ukázat progresivní směry vývoje, ať už je to digitalizace, robotizace, 3D tisk, internet věcí. V tomto všem samozřejmě budeme dále pokračovat, a to jak na stáncích vystavovatelů, tak v odborném doprovodném programu.

Čím bude letošní setkání průmyslníků originální a neopakovatelné?

Každý ročník je jedinečný především nabídkou exponátů, takže nechme se překvapit. Pokud jde o skladbu letošního ročníku, jako pořadatelé biennálně střídáme specializované veletrhy, které MSV doprovázejí a zviditelňují konkrétní obory. Letos už poosmý proběhne veletrh Transport a Logistika, který svou náplní navazuje na zvyrazněné téma Průmysl 4.0, protože k „chytré

výrobě“ patří také „chytré sklady“ a digitalizované logistické a dopravní služby. Jen jednou za dva roky se koná také veletrh technologií pro ochranu životního prostředí ENVITECH. Letos proběhne podruhé a jeho vystavovatelé představí technologie pro čištění vody i vzduchu, moderní metody zpracování odpadů nebo technologie pro snižování ekologické zátěže v průmyslových provozech.

Jaký je dosud zájem vystavovatelů?

Opět velmi vysoký, nejžádanější plochy byly vypřádány už několik měsíců předem. Ve srovnání s rokem 2015, kdy měl veletrh stejnou skladbu, očekáváme až o sto firem více. Přibližně polovina vystavovatelů opět přijede ze zahraničí, nejvíce jako tradičně z Německa. Zajímavé je, že téměř pětina německých firem bude na MSV vystavovat poprvé. Z pohledu oborů mají největší zájem o účast dodavatelé obráběcích a tvářecích strojů, strojírenských materiálů či komponentů a technologií pro zpracování plastů.

Platí, že se tentokrát stane Indie partnerskou zemí?

Ano, bude to opět Indie. Jedna z největších a nejrychleji rostoucích ekonomik světa, která byla partnerskou zemí již v roce 2012. Velkolepá India Show tehdy představila 135 indických průmyslových firem, šlo o historicky největší přehlídku indického průmyslu v zemích střední a východní Evropy. Náš region a právě Česká republika jsou pro Indii významným partnerem s potenciálem dalšího růstu, na obou stranách přibývá vzájemných investic a dceřiných společností. V České republice investovaly firmy jako Arcelor Mittal, Infosys nebo Tata, příkladem českých investic v Indii jsou podniky společností Škoda Auto, Bonatrans či Zetor Brno. Centrální expozice Indie letos obsadí téměř celý pavilon A1 a bude obdobně impozantní jako loni čínská. Připravuje ji asociace Engineering Export Promotion Council, která sdružuje přes 14 000 indických převážně malých a středních firem.

Loni zaujala obrovská účast čínských vystavovatelů. Přijedou do Brna i nyní?

Velmi nás těší, že si Čína zvolila právě MSV za platformu pro rozvoj své obchodní a technologické spolupráce v zemích střední a východní Evropy. Nejlépe to ukázal minulý ročník, ale významná účast čínských firem dále pokračuje. Vedle stánek jednotlivých vystavovatelů se opět otevře oficiální čínská expozice, kterou zaštiťuje čínská Rada pro podporu mezinárodního obchodu.

Čím je daná vysoká odborná úroveň největší veletržní akce v ČR?

Odbornost každého veletrhu určují návštěvníci. MSV svojí nabídkou oslovuje odborné publi-



Jiří Erlebach (vlevo), manažer PR a reklamy Mezinárodního strojírenského veletrhu

kum, které je právě v České republice jako nejprůmyslovější zemi Evropy velmi široké. Máme vysoký počet technicky vzdělaných obyvatel a také velké množství firem, které jsou potenciálními zákazníky vystavovatelů MSV. Dlouhodobé statistiky ukazují, že 70 % návštěvníků MSV ovlivňuje rozhodování o investicích ve svých firmách a třetina patří k vrcholovému managementu. To jsou skutečně vysoká čísla, která ještě více vyniknou při celkovém počtu přibližně 80 000 návštěvníků, a vděčíme za ně právě průmyslovému charakteru naší země.

Žijeme v převratné době a MSV je příležitostí ukázat progresivní směry vývoje, ať už je to digitalizace, robotizace, 3D tisk, internet věcí.

Nebudou ani v tomto roce chybět převratné novinky a nečekaná překvapení?

Určitě nebudou, ale většinu z nich vystavovatelé zatím tají. Předem ohlášeny jsou například 3D tiskárny pro profesionální průmyslové využití nebo systém pro nejrychlejší značení výrobků na světě. Několik firem nabídne inovace v oblasti řezání laserem. A opět jsou očekávány záj-

mavé novinky v robotice, mezi nimi třeba výjimečně rychlý a přesný malý robot Kuka nebo nejsilnější robot na světě od firmy Fanuc, který uzvedne až 2,3 tuny.

Lze očekávat od doprovodných výstav a odborných akcí přinejmenším stejnou atraktivitu jako v roce 2016?

Doprovodný program bude tradičně bohatý a tematicky široký. Ke klíčovým akcím opět patří Sněm Svazu průmyslu a dopravy ČR, dvou denní setkání podnikatelů Kontakt-Kontrakt, konference Vize v automatizaci – Industry 4.0, Meeting Point CzechTrade, konference o 3D tisku a další. Nově se chystá například Česko-indické podnikatelské fórum, diskuze na téma Budoucnost strojírenského inženýrství v Česku, Fórum průmyslu a vysokých škol nebo seminář na téma Brexit. Podrobný seznam akcí je k dispozici na www.bvv.cz/msv.

Co byste letošnímu „strojíráku“ popřál závěrem?

Stejně velký zájem návštěvníků jako v minulém roce a neméně úspěšné obchody. Přijměte mé pozvání na brněnské výstaviště!

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

