

Čistá mobilita je pro Hyundai dlouhodobě zcela zásadní téma



Mít auto s nízkými náklady na provoz, šetřit jeho jízdou životní prostředí, radovat se z designu karoserie i vnitřního vybavení, vyžadovat čas strávený za volantem bez nadbytečného stresu díky bezpečnostním prvkům vozidla, to je asi přáním každého odpovědného řidiče. Trend udržitelnosti i touha člověka užívat si dne prostřednictvím pozitivních emocí se prosazuje do všedních pracovních povinností vývojářů a konstruktérů i povědomí stále širšího spektra zákazníků, tedy i těch, kteří míří do showroomů a vybírají auto svých snů. Jak záležitosti týkající se nastíněného tématu vnímá importér značky Hyundai, firma Hyundai Motor Czech s.r.o.? O tom jsme hovořili s Ing. Vladimírem Vošickým, generálním ředitelem:

Udržitelnost, společenská odpovědnost, smart projekty, čistá mobilita, to jsou pojmy, které hýbou světem. Ukazuje se, že business nemůže být jen o zisku a snech akcionářů, ale musí stále zřetelněji respektovat i zákonitosti života na naší planetě. Pak získává další rozměr, nový smysl. Pro značku Hyundai je to velké téma...

To je pravda. U nás to je velké téma a bude i nadále. V rámci ekologické strategie budeme do roku 2025 prodávat celkem 18 ekologicky šetrných vozů. Z toho osm hybridních, čtyři plug-in hybridních, pět elektromobilů a jeden vodíkový elektromobil. V roce 2021 tak bude 60 % našich produktů dostupných v ekologické verzi. Ochrana životního prostředí je zcela zásadní a čistá mobilita je pro nás stěžejním cílem, které-

mu jdeme naproti. Obrovskou část našich investic směřujeme právě na vývoj vozů s nulovými emisemi a jsem přesvědčen o tom, že v současné době není žádný výrobce automobilů tak úspěšný v produkci ekologicky šetrných vozů jako právě Hyundai. Připomeňme modelovou řadu IONIQ, se kterou jsme stále jedinou automobilkou, která nabízí všechny důležité elektrifikované alternativní pohony v sériovém provedení. V polovině letošního roku uvedeme na český trh nový model Kona Electric – první kompaktní SUV elektromobil na evropském trhu s dojezdem 482 kilometrů. Dále jsme v letošním roce představili již druhou generaci vodíkového elektromobilu Hyundai NEXO s dojezdem až 800 km, který posouvá vodíkovou technologii na zcela novou úroveň, a zatímco Tesla a její Model 3 prochází produkčním peklem, německé automobilky produkují pouze sliby, koncepty či vize do vzdálené budoucnosti, Hyundai přináší čistou mobilitu na ulice již dnes.

Kam podle vašeho názoru směřuje vývoj v pohonech automobilů?

V Evropě můžeme pozorovat ústup diesellových motorů již od roku 2011. Začátek postupného konce však odstartoval až skandál Diesel Gate koncernu Volkswagen a předpokládám, že propad podílu naftových motorů bude pokračovat i nadále. Velké metropole, jako například Paříž, Madrid, Mnichov a řada dalších, vážně plánují

zákaz vjezdu diesellových motorů do center měst. Podle ochránců životního prostředí z organizace Deutsche Umwelthilfe by zakazy vjezdu naftových aut do měst mohly v Německu přijít už letos. Předpokládám, že ve střednědobém horizontu bude mít velký význam jak hybrid, včetně plug-in, tak elektromobil. Budou-

nost však vidím ve vozech s pohonem na vodík ve spojení s krátkým časem tankování a nulovými emisemi. V Hyundai jsme jako jediní připraveni na všechny alternativy již v současné době, a to včetně vodíkových elektromobilů. V mezidobí nabízíme samozřejmě také kompletní řadu klasických motorů, včetně úsporných benzinových variant a výkonných i šetrných diesellových agregátů. Tím, že skupina VW čisté diesely neumí, se vzedmula obrovská vlna zájmu veřejnosti o poznání, kdo vyrábí nejpokrokovější auta. A to nám dává ještě větší prostor ukázat, jak moc jsme ve vývoji před našimi konkurenty.

Hyundai je členem Rady pro vodík, která byla založena na světovém ekonomickém fóru v Davosu v roce 2017. Co je cílem a co z toho se promítá do vašich aktivit v ČR?

Ano, rozšiřování vodíkové infrastruktury aktivně podporujeme, a to nejen na národní, ale jak jste správně zmínila, tak i mezinárodní úrovni.

AČTO významně k obslužnosti venkova



Asociace českého tradičního obchodu byla přizvána k jednání Zemědělského výboru PSP ČR o dvou závažných tématech, obchodní obslužnosti venkova a nekalých praktikách, poškozujících český maloobchod a potravinářskou výrobu. Po obsáhlé diskuzi přijal výbor usnesení, která by mohla situaci venkovského maloobchodu zlepšit.

K projednání závažných témat, přímo souvisejících s dalším vývojem českého nezávislého maloobchodu, byly přizvány zainteresované organizace, konkrétně Asociace českého tradičního obchodu, Spolek pro obnovu venkova, Potravinářská komora ČR i Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, dále pak Úřad pro ochranu hospodářské soutěže a rovněž byli přizváni zástupci klíčových ministerstev zemědělství, průmyslu a obchodu a financí.

Po obeznámení se s aktuální situací přijal zemědělský výbor ve věci obchodní obslužnosti venkova sérii usnesení a vyzval podvýbor zemědělského výboru pro rozvoj venkova, aby se touto situací důsledně zabýval, dále pak požádal ministryni financí, ministryni pro místní rozvoj, ministra průmyslu a obchodu a ministra zemědělství, aby při své práci brali v potaz nutnost zachování obchodní obslužnosti venkova a zároveň výše jmenované ministry požádal, aby do konce června 2018 předložili zemědělskému výboru PS PČR návrhy na konkrétní opatření na zlepšení obchodní obslužnosti venkova.

Ve věci nekalých obchodních praktik pak zemědělský výbor požádal ministra zemědělství a ministra a průmyslu a obchodu, aby ve spolupráci s podvýborem pro potravinářství, veterinární činnost a živočišnou výrobu a jím zřízenou Skupinou pro dohled nad dodržováním zákona o významné tržní síle, sbírali poznatky a podněty o dodržování tohoto zákona, tyto posléze vyhodnotili a případně připravili novelu zákona o významné tržní síle. (tz)

Najdete uvnitř listu



Z hlediska kvality a nákladovosti jsme schopni konkurovat ve všech komoditách **3**



Česká republika má Manažery čtvrtstoletí **4**

České květiny v řeči čísel **7**



Chceme, aby vláda pracovala **11**

Jak na kvalitu potravin ve prospěch spotřebitele: spolupráce odborníků, úvahy o GMO i výměna zkušeností **12**

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: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 17. května 2018

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, e-mail: kacera@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

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

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

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
Pražákova 876/66, 639 00 Brno

Časopis je v roce 2018 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností Anopress IT, a. s.

ANOPRESS IT

www.anopress.cz

■ s konsorciem Gascontrol Group
www.gascontrol.cz

Spolupracujeme a hledíme ta nejlepší řešení pro vás.

Píšeme s chutí o tom, co se vám podařilo
a co umíte.

Vážíme si vašich úspěchů.

Sdílíme vaši radost.

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
BUSINESS**
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
TIME**
PROSPERITA

www.freshtime.cz

Kontakty na náš tým najdete v tiráži.

S tužkou za uchem

Když se vypnou mikrofony

Tiskové konference bývají místem, kde se dozvíte novinky k aktuálním událostem a dostanete prostor i k položení vlastních dotazů. Úroveň tiskovek je proměnlivá, ale většinou účast na nich nelze považovat za promarněný čas. Stejně jako samotné informace k danému tématu láká novináře i možnost popovídat si s odborníky o věcech mimo téma, na něž si chtějí ujasnit názor. K tomu slouží volná diskuze po skončení oficiální části, když už jsou mikrofony vypnuty. Koncem minulého měsíce pozvala ČSOB zástupce médií v Praze k představení výsledků Indexu očekávání firem v ČR. Když skončila prezentace výzkumu a padla poslední novinářská otázka, měl jsem příležitost popovídat si s hlavním ekonomem této banky Martinem Kupkou na trochu filozofičtější téma. Hovořili jsme o vyčerpaných zdrojích růstu, o úloze robotů a umělé inteligence ve společnosti, o nečekaných překvapeních, která nám mohou připravit nové technologie. Mám taková neformální setkání rád, i když z nich bezprostředně nebudu publikovat ani řádek. K mé práci patří a příjemně ji obohacují. Znamenají pro mne někdy takřka víc než to, co bylo hlavní náplní tiskové konference. Inspirují mne jít dál... **Pavel Kačer**

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Business, který baví

Dubnové počasí nás pobídlo k návštěvě Parku Mirakulum v Milovicích. Nebyla to typická tisková konference, jež se zde uskutečnila, ale příjemné setkání s Jiřím Antošem, majitelem tohoto místa plného zábavy, autorem úžasného projektu, který nechce jen podnikat, ale také si hrát. Myslím, že právě proto je úspěšný. Vsadil na dva koně: mistrnou organizaci a odvahou dělat business, který baví. Jeho i tisíce příchozích. Novináři se měli nač dívat i nač se ptát. **Eva Brixí**

Mediální partnerství v roce 2018

1. Manažer roku
2. Akce České manažerské asociace
3. Marketér roku
4. Akce společnosti 1. VOX, a. s.
5. Konference Kvalita – Quality
6. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas Ladies Club
7. Soutěž Česká chuťovka
8. Projekt Ocenění českých podnikatelek
9. Mezinárodní strojírenský veletrh
10. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
11. E.ON ENERGY GLOBE 2018
12. Konference ISSS
13. GERnétic na májových vlnách
14. Inspiromat Lenky Tomešové
15. Konference From Farm to Fork

Redakční rada pracuje ve složení:

- Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s.
- Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Ing. Irena Vlčková, manager pro cestovní ruch, sociální dialog a PR Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR
- Ing. Rudolf Skuhra, CSc., majitel společnosti INVESTA TRAVEL, spol. s r. o.
- Ing. Ivo Gajdoš, výkonný ředitel České manažerské asociace
- Ing. Jan Taraba, poradce Národního střediska podpory kvality
- Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA, místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- Ing. Pavel Ráliš, MBA, obchodní ředitel společnosti Artesa, spořitelni družstvo
- Ing. Hugo Kysilka, poradce
- Ing. Vít Pěkný, konzultant
- Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., vedoucí sekce kvality a výrobních procesů na Vysoké škole podnikání a práva, a.s.
- Ing. Andrea Trčková, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- Jarmila Janurová, zkladatelka Jaja Pardubice, s. r. o.
- Ing. Zdeněk Juračka, předseda představenstva Asociace českého tradičního obchodu
- Jiří Souček, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- Ing. Tomáš Milich, ředitel a jednatel OVUS – podnik živočišné výroby, spol. s r.o.
- Mgr. Olga Stanley, manažer kounikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- Ing. Vladimíra Ondráková, předsedkyně představenstva a obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.

V4DIS 2018 – společně s ISSS již popatnácté

Patnáctý ročník konference V4DIS (Visegrad Four for Developing Information Society), který se uskutečnil ve dnech 9. a 10. dubna 2018 souběžně s národní konferencí ISSS, letos oficiálně podpořil i Mezinárodní vise-grádský fond.

Na dvoudenní konferenci v Hradci Králové se setkali zástupci veřejné správy zemí Visegrádské čtyřky, kteří se věnují problematice informatizace společnosti, rozvoji e-governmentu a reformě veřejné správy, s tuzemskými i zahraničními odborníky na tuto problematiku.

Mezi hlavními tématy konference V4DIS 2018 nechyběly informace o klíčových projektech, které se podařilo rozpracovat nebo dokončit, představily se příklady dobré praxe a diskutovalo se také o hlavních výzvách v oblasti informatizace veřejné správy a digitalizace života. Mezi důležitá témata patřily stav e-governmentu na lokální

úrovni a jeho další rozvoj, koncept „smart cities“ a „smart regionů“ nebo využití ICT v propagaci turisticky zajímavých lokalit, a to vše především z pohledu regionu V4. Zajímavé byly i přednášky týkající se dalšího rozvoje přeshraniční spolupráce, využití geoinformací či zkušeností z implementace moderních technologií v širokém spektru oblastí souvisejících s veřejnou správou.

Hlavním organizátorem konference V4DIS byl tradičně spolek Český zavináč, spolupořadatelem opět Kraj Vysočina, který byl před dvěma lety hlavním realizátorem rozsáhlého projektu LDA-V4 mapujícího stav informatizace veřejné správy v regionu V4, a na celkové koncepci akce se významně podílela města Hradec Králové a Praha. Součástí programu V4DIS 2018 byly vedle obvyklých doprovodných akcí konference ISSS i tradiční nedělní VIP večer v Klicperově divadle či ocenění účastníků soutěže mladých talentů JuniorErb, kteří obdrželi pamětní listy z rukou zástupců Senátu Parlamentu ČR. **(pk)**

1700 hospodářských komor v Evropě burcuje k zajištění práv a potřeb podnikatelů

Na 1700 obchodních, průmyslových a hospodářských komor sdružujících stovky tisíc živnostníků, malých a středních podniků i strategicky důležitých firem působících v Evropě vydalo v dubnu společně prohlášení, v němž vyzývají k tomu, aby se začalo kromě práv zaměstnanců vážně hovořit také o právech podnikatelů. Burcují k tomu, aby politici a úředníci byli aktivnější v zajišťování potřeb podnikatelů. Na prohlášení Eurochambres se významně podílí i Hospodářská komora České republiky.

V prohlášení o podnikatelských právech vydávaném při příležitosti oslav 60. výročí vzniku asociace Eurochambres podnikatelské organizace upozorňují, že od svého počátku byl projekt evropské integrace postaven na modelu sociálního tržního hospodářství, který kombinuje volný trh s rozsáhlým systémem sociálního zabezpečení, přičemž pro udržitelné fungování tohoto modelu je ale klíčová rovnováha sociálního a ekonomického faktoru. „Sociální podpora nemůže být zajištěna bez dynamického trhu, poháněného životaschopnými, zdravými podniky. Rozhodli jsme se proto s dalšími komorami vloni přijatý pilíř EU v oblasti sociálních práv vyvážit tímto

prohlášením, v němž stanovujeme klíčová doporučení pro takové reformy a opatření, které by měly být realizovány během nadcházejícího volebního období 2019–2024,“ uvedl prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý. Ten byl v únoru zvolen předsedou výboru „Budoucnost Evropy“ Evropské asociace obchodních a průmyslových komor Eurochambres. Novým úkolem prezidenta Hospodářské komory tak je moderovat diskuzi, kam by měla EU v budoucích letech směřovat.

Komory se v 12 artikulech mj. zaměřují na kvalifikaci pracovní síly, stimulaci inovací či na kvalitní digitální infrastrukturu a cenově dostupnou energii, ale i na nesamozřejmou stálou péči o fungování jednotného vnitřního trhu. Podle komor by zaměstnatelnost nově měla být jedním z kritérií pro měření účinnosti vysokoškolských institucí. Jejich cílem je zajistit, aby učební osnovy byly zaměřené na uplatnění absolventů na trhu práce. Komory se soustředí i na vztahy s Velkou Británií po brexitu. Ty se podle nich musí důrazně zaměřit na omezení škod u podnikatelských subjektů EU 27, které mají přímé nebo nepřímé obchodní vztahy s Velkou Británií, a na minimalizaci případných netarifních bariér, zejména celních požadavků a regulačních rozdílů. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

generální partner:

GC®
GASCONTROL

hlavní partneři:

**VARNSDORF
TOS**

KRKONOŠSKÉ OBÁLKY

partneři plus:

T-SOFT
Top Solution For Tomorrow

**HASIČSKÁ
VZÁJEMNÁ
POJIŠTOVNA, a.s.**

**E.ON
ENERGY
GLOBE**
ÚSPORY | EKOLOGIE | INOVACE

partneři:

GRADA

**centrum
andragogiky**

dto
DTO CZ, s.r.o.
Vzdělávání jak má být

odborní partneři:

**ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST**

NÁRODNÍ ASOCIACE OBČANŮ

SOCR ČR
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

KZPS

AČTO
HOSPODÁŘSKÉ TRŽNÍ OBCHODNÍ

MA

**POJISTOVNA
ČESKÝCH
ROZVOJŮ**

**SVAZ KVĚTINÁŘŮ A FLORISTŮ
ČESKÉ REPUBLIKY**

ČM s M

caim

Prosperita vás provází děním v businessu už 20 let!

Z hlediska kvality a nákladovosti jsme schopni konkurovat ve všech komoditách

25 AGRÁRNÍ KOMORA
1993–2018
České republiky

i důsledek chyb, jimiž se učíme a jejichž nápravou se posunujeme dál. Úloha zemědělství se v chápání souvislosti života širokou veřejností dostává, troufám si tvrdit, po letech temna na odpovídající úroveň. Když už nic jiného, lidé chtějí kvalitní čerstvé ovoce a zeleninu, mléko, maso, sýry i pečivo. Bez zemědělců by tato přání neměla šanci být splněna. Jak tyto záležitosti vidí prezident Agrární komory ČR, Ing. Zdeněk Jandejsek, CSc.? A jak na tom jsou čeští zemědělci? O tom je následující rozhovor:

Kdysi bývala naše země v zemědělské produkci takřka soběstačná. Jak je tomu dnes?

Ano, bývali jsme soběstační ve všech komoditách, které patří do našeho mírného klimatického pásma. Současná situace je velmi špatná, přestože máme relativní dostatek srážek, pole vhodná pro produkci, v podnicích špičkovou techniku a technologie i nejlepší dostupnou genetiku jak v rostlinné, tak živočišné výrobě. V rostlinné výrobě je například soběstačnost v ovoci a zelenině asi 50 %. V živočišné výrobě pak dosahujeme u vepřového masa úrovně pouze 38 % naší produkce, u drůbežího masa a vajec podle vývoje trhu 54–62 %. U mléka pak po započtení všech mléčných produktů asi 85 %. Soběstační jsme v hovězím mase, ale je potřeba si uvědomit, že je to jen díky razantnímu poklesu jeho spotřeby. Jestliže jsme v roce 1990 snědli 26 kilogramů hovězího na osobu a rok, tak v roce 2017 to bylo již jen 7,8 kg.

Čím se liší podmínky zemědělské výroby u nás od podmínek jiných zemí v EU?

Výrobní podmínky máme stejné jako například sousední Německo. To však vyrábí na 100 hektarů zemědělské půdy 2,3krát více mléka, 5,3krát více vepřového masa a 3,4krát více hovězího masa. Přestože jsou přírodní podmínky stejné a naše náklady, leckdy i o něco nižší, nemáme šanci konkurovat cenám k nám dovážené produkce. Důvodem jsou podpory z národních rozpočtů zemí původní EU 15, které směřují k místním sedlákům a jsou na jednotku produkce zhruba 3–4krát vyšší než u nás. Síla národních rozpočtů těchto zemí postupně likviduje naši zemědělskou a potravinářskou výrobu. My pak vyvážíme téměř polovinu vyprodukovaného obilí bez zhodnocení, což je ale například základní surovina pro živočišnou produkci. S tímto obilím odchází z naší země také deficitní fosfor a chybí i organická hmota ze živočišné výroby, která je základním faktorem pro udržení úrodnosti a struktury půdy. Živá a na živiny bohatá půda pak dokáže dlouhodobě vázat větší množství vody, což se dnes ukazuje jako stále významnější faktor hospodaření.

Máme čím konkurovat?

Z hlediska kvality a nákladovosti jsme schopni konkurovat ve všech komoditách, jelikož naše výrobní výsledky jsou srovnatelné se státy EU15. Díky otevření trhu máme stejné vybavení, logistiku, podobné metody řízení, ale i vzdělání pracovníků. Není ale možno konkurovat národním podporám a pak ani síle obchodních řetězců, které ovládají koncovou distribuci a vedle masivních dovozů také tlačí tuzecké dodavatele k prodeji pod výrobními náklady, což ve svém důsledku přispívá k naší likvidaci.

Oč usiluje Agrární komora ČR v roce 2018? Co je prvořadým tématem?

Naše aktuální činnost nesměruje pouze k národnímu rámci a prioritám, ale zcela zásadně se soustředujeme také na jednání k podobě Společné zemědělské politiky EU pro leta 2021–2028, která se momentálně v evropských institucích formuluje. Zde odmítáme zastropování plateb na obdělávané hektary, kde by více než 80 % vy-

O skutečných hodnotách pro život člověka se hovoří stále častěji. O čem to svědčí? O větší touze po harmonii, jiném stylu práce, soběstačnosti v produkci potravin, zdravém životním stylu, pohodě místo stresu, o potřebě jistoty? Ano i ne. Možná je to

ráběné produkce přišlo o podpory, díky čemuž by došlo k dalšímu snížení soběstačnosti. Rádi bychom rovněž prosadili sjednocení úrovně národních podpor ve všech zemích EU tak, aby byl tento trh skutečně jednotný a rovný. Nezbytné je vyřešit otázku nákupních cen obchodních řetězců, protože přece nelze vyžadovat produkci od českých zemědělců a potravinářů pod úroveň jejich výrobních nákladů. Stále se mluví o nízké ceně potravin, ale tyto ceny od roku 1989 stouply v průměru o 60 %, ale náklady se zvýšily minimálně 3–5násobně. Při tom cena produkce v jiných odvětvích vzrostla až o 500–1000 % a hodnota vstupů je pro všechny sektory stejná.

Na nedávné tiskové konferenci týkající se produkce drůbežího masa a vajec jste prezentovali zajímavé údaje o používání antibiotik a dalších látek, vyšlo z toho, že čeští chovatelé jsou v nasazování léčiv velmi střídmi a obezřetní. Jak si tedy stojíme v porovnání se světem?

Česká republika ctí ve věci antibiotik odpovědný přístup a má plně funkční dozor nad jejich spotřebou, včetně distribuce, evidence a dohledatelnosti. Léčba antibiotiky je povolena pouze v oprávněných případech, to znamená pro snížení utrpení nebo omezení ztrát. Antibiotika se rozhodně nemohou nasazovat v situacích, kdy by hrozil zásah do potravinového řetězce. Například u kuřat je jejich užití možné, pokud se vyskytne onemocnění u nejmladších kategorií tak,

Ano, bývali jsme soběstační ve všech komoditách, které patří do našeho mírného klimatického pásma. Současná situace je velmi špatná, přestože máme relativní dostatek srážek, pole vhodná pro produkci, v podnicích špičkovou techniku a technologie i nejlepší dostupnou genetiku jak v rostlinné, tak živočišné výrobě.

aby byly dodrženy přísné ochranné lhůty před jejich zpracováním pro výrobu potravin. Ostatně to vše je v souladu s národním plánem pro snižování jejich spotřeby v humánní i veterinární medicíně. Z porovnání veřejných dat jasně vyplývá, že úroveň spotřeby antibiotik v České republice je například oproti Polsku, ale i Belgii či Španělsku na jednotku produkce na poloviční úrovni. Z toho lze odvodit, že naše aplikace jsou nejenom nižší, ale zároveň cílenější.

Přibývá farem, kde se chovají ovce, kozy, daňci, králíci? O čem to svědčí? Trh je hladový po specialitách? Zákazník chce již více než vepřo-knedlo-zelo?

Jde o současný trend, kdy se rozšiřuje záběr zemědělství, což je pozitivní směr a současně se rozrůstá sortiment potravin. Chovy by ale měly vznikat tam, kde jsou odpovídající podmínky a zároveň vedle malých chovů by měly vznikat i ty střední, na které může vhodné a lépe navázané efektivní zpracování produkce, které je pak se svými výstupy konkurenceschopné, to je model osvědčený v zahraničí. Každopádně taková specializace bude vždy jen doplňkovou produkcí a není možné na ní stavět soběstačnost v živočišných komoditách.

Jak si vedou domácí pěstitelé zeleniny a ovoce? Mají šanci se uživit?

Producenti ovoce dosahují z pohledu kvality i výnosu z jednoho hektaru velmi dobrých výsledků, ale celkové výměry jsou jen na 30–40 % roku 1990 a jako v ostatních případech i zde jde o dlouhodobě nerovnovážné postavení k zahraniční konkurenci. Podpory intenzivních sadů ani podpory skladování a odbytu ovoce nebyly téměř žádné, což vedlo k likvidaci dvou třetin ploch sadů. Nehledě na to, že jde o značné vstupní investice s dlouhodobou návratností a pracností. Obdobný stav je také u zeleniny. Nejvíce chybí podpora při nákupu speciálního vybavení při setí, sázení a sklizni. Tato odvětví by měla být maximálně podporována, jelikož jde o intenzivní výroby s vysokou přidanou hodnotou, s vysokým podílem lidské práce, a hlavně s dlouhodobou tradicí u řady druhů ovoce i zeleniny.

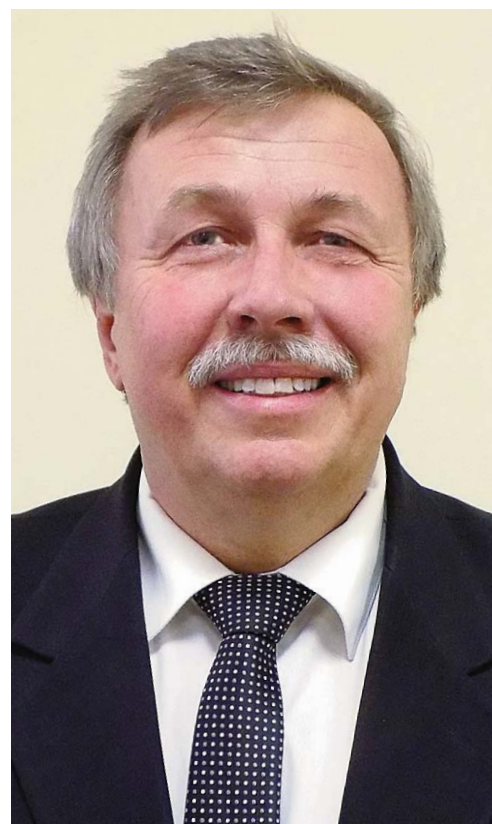
Hodně se hovoří o tom, že ubývá orné půdy, že mizí voda, že se území České republiky stává pouští. Je stále příliš monokulturních porostů, smrkové lesy zdaleka nezadržují tolik vody jako smíšené a listnaté, velká pole bez remízků vyhnala zvěř do neznáma. Používá se příliš chemikálií, aby narostla libivá mrkev, obří jablka, šlechtí se nové odrůdy, které jsou z výživového hlediska podřadné. Co s tím? A je to pravda?

Odpověď bych rozdělil do více rovin. Předně tedy problematika půdy, kde je tristní stav se řešením záborů kvalitní zemědělské půdy. Zde měl už dávno být vydán zákaz výstavby a další zábor by měly být podmíněny několikanásobným odvodem vycházejícím z bonity půdy tak, aby se záměry stavět přesměrovaly na využití starých a opuštěných zástaveb. Jednoduše tak, aby se již nevyplátilo stavět na zelené louce.

Nedostatek vody není jen dílem vyšších teplot a jiného rozložení srážek v posledních letech, ale souvisí také se špatnou motivací farmářů a zemědělců k vyvážené produkci rostlinné a živočišné výroby vycházející z kdysi nesmyslně nastavených dotačních pravidel, které umožňují hospodařit bez finální produkce. Díky tomu dnes máme pouze 29 % dojníc a 25 % skotu či 28 % prasnic ke stavům v roce 1990. A opět se tím dostáváme k nedostatku produkce statkových hnojiv, provázaných na absenci organické hmoty v půdě. Nevhodné jsou rovněž úzké osevní postupy, tedy střídání pouhých tří plodin, bez zařazení jetelů, vojtěšky či luskovin. Z pohledu úrodnosti půdy, její struktury, udržení živin a vody jde o cestu do pekla. Dostatek humusu v půdě by v zemědělské krajině rovnoměrně zadržel mnohem více vody než například plánované přehradby.

Co se týká lesů, tak největším problémem je nedostatečná aktivita a přednostní likvidace kůrovce, který intenzivně napadá dlouhodobě zatížené a oslabené lesní porosty. To může poškodit nejenom sektor lesního hospodářství, ale v provázanosti na význam lesů v zadržování vody v krajině se opět dostáváme i k této problematice. Se zvěří je situace trochu jiná. Chybí nám drobná zvěř, jako jsou bažanti, koroptve, nebo zajáci, ale takový je stav v celé Evropě, což pramení ze všeobecných civilizačních tlaků na takzvanou kulturní krajinu. V poslední době se prosadila snaha podstatně omezovat lovy drobné zvěře a postupně zajišťovat podmínky pro její navyšování. U jelena, daňky, srnčí a divokých prasat je situace opačná a jejich stavy je nezbytné regulovat na rozumnou úroveň a tyto pak dlouhodobě držet.

Rozhodně se nemohu ztotožnit s poslední částí otázky k chemikáliím, šlechtění a výživovým hodnotám ovoce. Dovoluji si tvrdit, že objem využívaných chemikálií se snižuje, dochází k cílené a přesné aplikaci v objemu i v čase, zemědělci jsou pod důslednou kontrolou, využívají se šetrnější prostředky, a třeba i agrotechnické postupy, které chemii šetří. Samozřejmě je nezbytné dodržovat technologickou



Ing. Zdeněk Jandejsek, CSc.,
prezident Agrární komory ČR

kázeň, ale při současné úrovni techniky a moderních aplikací jde o víceméně standardní záležitost.

Šlechtění nových odrůd plodin i zlepšování genetické hodnoty hybridů hospodářských zvířat určitě nevede ke snižování kvality. Je to naopak, směřuje se k co nejlepšímu užitému vlastnostem, a například i k optimalizaci výživy. Možná bych zde upozornil na to, že nepříliš pozitivně působí šlechtění směřující k prodloužení trvanlivosti a odolnosti k přepravě, jako je například silnější slupka u jablek. Proto je vhodné pěstovat plodiny a chovat zvířata doma, kde jsou velmi dobré podmínky, jíst vše čerstvé, a hlavně vědět, i přímo vidět jak výroba a zpracování probíhá. Pomůžeme tím snížit i kamionovou zátěž životního prostředí.

Co naše zemědělství potřebuje a co ho čeká?

Zemědělství z pohledu významu produkce potravin, což jsou vedle vody a energie základní prvky existence lidstva, u nás potřebuje celkem málo, a tím je motivace zemědělců a zpracovatelů k produkci živočišné výroby. Nejen pro to, abychom zužitkovali svou základní produkci a posléze jedli místní potraviny, ale také z důvodu péče o kvalitu a úrodnost půdy a její schopnost dlouhodobě zadržovat vodu, jak jsme si vysvětlili výše. Dále potřebujeme nastavit skutečně „jednotný trh“ společně EU, vycházející ze stejné úrovně národních i unijských podpor, aby země se slabší ekonomikou nebyly v oblasti potravin likvidovány a ovládány. Profity v zemědělsko-potravinové vertikále musí být nastaveny vyvážené. Prvovýrobce přece nemůže pracovat se ztrátou a omezovat svou výrobu, když konečný prodejci slušně prosperují. Za současného stavu není možné trvale očekávat, že pokles cen potravin, když vstupy stále rostou. Zcela zásadní pro náš rozvoj pak také bude dojednání podmínek a celého rámce Společné zemědělské politiky po roce 2020, která bude formovat náš agrární sektor, výrobní podmínky, péči o krajinu i zaměstnanost obyvatel venkova.

Jaké sny má poctivý český zemědělec?

Myslím, že jich ani nemá moc. Předně chce hospodařit za stejných podmínek jako jeho konkurence v okolních státech EU – nebojím se v této souvislosti ani říct, že bych podpořil úplné zrušení podpor, a tím naprosto volnou soutěž, což by nám v pohledu k okolnímu světu nakonec i pomohlo. Ale jsem si zároveň vědom, že tato logika je pro staré země EU nepřijatelná. Dále chceme mít ze svého podnikání přiměřený zisk, který zajistí rozvoj společností investicemi do inovací, do zvyšování produktivity práce a do konkurenceschopnosti. Chceme prodávat potraviny, které uspokojí naše obyvatele svou kvalitou i chutí. A samozřejmě také chceme vedle intenzivní výroby zajistit péči o krajinu a venkov, kde se budeme všichni cítit dobře a na výsledky své práce budeme hledět s respektem a úctou.

otázky připravila Eva Brixí

Česká republika má Manažery čtvrtstoletí

Česká republika zná své Manažery čtvrtstoletí. Top 10 manažerských osobností vybrala Česká manažerská asociace u příležitosti jubilejních 25 let prestižní soutěže MANAŽER ROKU, kterou vyhláší a organizuje, a 100 let vzniku Československa.

Titulem Manažer čtvrtstoletí byly jmenovány manažerské ikony, jako je Zbyněk Frolík (LINET), Vladimír Feix (Český porcelán), Zdeněk Pelc (GZ Media, dříve Gramofonové závody v Loděnicích), Bořivoj Kačena (Eurovia CS, dříve Stavby silnic a železnic), Štěpán Popovič (Gla-verbel, dříve Sklounion Teplice), Jan Rýdl (TOS Varnsdorf), Lubomír Stoklásek (Agrostroj Pelhřimov), Daniel Beneš (ČEZ), Jiří Cienciala (Třinecké železářny, ministr, vládní zmocněnec pro tři kraje). Mezi Top 10 je Manažerka čtvrtstoletí Jaroslava Valová (SIKO KOUPELNY).

Jmenování přebírali ocenění 19. dubna ve Španělském sále Pražského hradu na slavnostním shromáždění za účasti téměř tři set podnikatelů a manažerů. Oceněné manažery pozdravil a ceny předal premiér v demisi Andrej Babiš a členové jeho vlády. Na galavečer zavítal z Bruselu na pozvání ČMA prezident Evropské asociace manažerů Ludger Ramme. Záštitu nad oceněním Manažerů čtvrtstoletí převzal prezident republiky Miloš Zeman.

„Dlouhodobě oceňujeme mimořádné manažerské osobnosti. Řada z nich vybudovala business na zelené louce, mnozí zachránili a dokázali úspěšně vést velké podniky. Dnes oceňovaná generace manažerů je nositelem bezprecedentní transformace české ekonomiky z plánované na tržní,“ uvedl k udělení cen prezident ČMA Pavel Kafka. O seznamu oceněných rozhodla Národní komise ČMA, složená z odborníků, která vybírala v konkurenci 1500 finalistů soutěže MANAŽER ROKU a šesti desítek vítězů jednotlivých ročníků. „Za 25 let soutěže

MANAŽER ROKU ocenila mnoho osobností. To je další důkaz, že máme dost schopných manažerů a podnikatelů. Je však třeba pokračovat v hledání příkladů nejlepší praxe, pokud se celkově chceme přibližovat nejlepšímu. Růstu české ekonomiky bohužel v posledních letech chybí kvalita,“ poznamenal Pavel Kafka.

K udělení titulu a k tomu, jak se stát úspěšným manažerem, odpověděli na otázku čtyři reprezentanti:

„Měl by být vzdělaný ve svém oboru a mít vůli se celý život dále učit a vzdělávat. Poslouchat rady starších a zkušenějších a vhodně je používat při svém rozhodování a řídicí práci. Být pokorný a jednat vždy slušně a poctivě s podřízenými i nadřízenými a ostatními partnery,“ uvedl **Bořivoj Kačena**.

„Byl jsem důsledný, detailně jsem poznal trh, na kterém chci uspět. A ještě hlouběji jsem poznal produkt, se kterým chci prorazit. Nepochyboval jsem ani na vteřinu, že se musím učit, a vždy to pro mě bylo obohacující. Ovšem bez šikovných lidí kolem sebe by ani to nestačilo. Já měl na lidi fakt štěstí. Díky tomu všemu jsme s Linetem vždy rostli,“ sdělil **Zbyněk Frolík**.

„Jako podnikatel spojovat odvahu s opatrností, být stále připraven na méně příznivá období, jít urputně za svou vizí, poctivost se vyplatí. Jako manažer být zároveň psychologem, nepovyšovat se, být za každé situace příkladem a všechny kolem sebe učit myslet na druhého v řadě,“ potvrdila **Jaroslava Valová**.

„V první řadě to musí mít člověk v genech. Samozřejmě musí mít rád lidi, není to jen o tom rozdělovat jim práci, ale také umět naslouchat, a hlavně jim věřit. A v neposlední řadě sám intenzivně pracovat a stále se učit,“ řekl **Jiří Cienciala**.



Bořivoj Frýbert a Vladimír Feix, významné manažerské osobnosti, v přítomnosti Andreje Babiše, předsedy vlády v demisi

ČMA letos v rámci oslav 25 let soutěže MANAŽER ROKU udělila ocenění ještě ve speciálních kategoriích:

- **Mladý manažerský talent:** Aleš Gothard, hlavní stavbyvedoucí, Metrostav
- **Malá/střední firma:** Jana Malá, Moravská ústředna Brno
- **Zemědělství:** Jiří Zelenka, předseda představenstva, Zemědělské družstvo Krásná Hora
- **Aplikovaný výzkum:** Miroslav Václavík, generální ředitel, Výzkumný ústav technických strojů Liberec
- **Regionální rozvoj:** Jan Hůda, předseda představenstva Rybářství Třeboň

- **Veřejná správa:** Věra Palkovská, starostka města Třinec
- **Zdravotnictví:** Vladimír Beneš, přednosta Neurochirurgické kliniky 1. lékařské fakulty Ústřední vojenské nemocnice v Praze
- **Vzdělávání:** Tomáš Zima, rektor Univerzity Karlovy
- **Společenská odpovědnost:** Viliam Sivek, Kateřina Siveková, Modré dveře
- **Cena České podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj (CBCSD) – Inovace pro udržitelný rozvoj 2018:** Pavel Podruh, zakladatel a jednatel společnosti Český ostrovní dům a Lenka Mynářová za projekt Hydal PHA, NAFIGATE Corporation. (tz)



Na slavnostním večeru byl přítomen prezident Evropské asociace manažerů Ludger Ramme



Jan Rýdl se vždy snažil dát manažerské práci velkou přidanou hodnotu

Prosperita byla oceněna jako letitý mediální partner soutěže MANAŽER ROKU

V rámci 25. ročníku prestižní soutěže MANAŽER ROKU byla vybraným médiím předána ocenění za dlouhodobou podporu projektu. Prosperita s přílohami Madam Business a Fresh Time i naše tři portály iprosperita.cz, madambusiness.cz a freshtime.cz byly oceněny diplomem za popularizaci manažerských osobností a managementu i za spolupráci při propagaci soutěže.

Potěšilo nás, že naše snaha prezentovat informace týkající se tohoto úctyhodného klání nese své ovoce. Za ta léta, během kterých jsme soutěž na našich stránkách provázeli a provázíme, se našim čtenářům představila pěkná řádka žen i mužů, kteří svým umem, talentem, nadšením měnit vše kolem sebe ve smysluplnější a lepší, posunuli českou ekonomiku, styl řízení i vnímání manažerské profese k dokonalosti. Na těchto výjimečných lidech si vážíme jejich vztahu k práci, nadhledu, kreativity a síly tvořit, také jejich smyslu pro humor při hledání východisek někdy z takřka neřešitelných situací. Přejeme všem, ať se jim vše daří a ať je jejich životní energie stále inspirací ostatním.

redakce měsíčníku Prosperita



Eva Brixí, šéfredaktorka Prosperity a příloh Madam Business a Fresh Time, přebírá diplom. Na snímku s Ivo Gajdošem, Rostislavem Dvořákem a Pavlem Kafkou, reprezentanty soutěže

Podnikatelé nejraději zakládají firmy s prvotním kapitálem do 1000 korun

Více než 26 000 společností s ručením omezeným, tedy přes 84 %, které vznikly v roce 2017, má základní kapitál nižší než 200 000 korun. To umožnil zákon o obchodních korporacích platný od roku 2014, na základě kterého lze zakládat společnosti s ručením omezeným s minimálním vstupním kapitálem. Podnikatelé této možnosti hojně využívají. Informace vyplývají z databázi a výpočtů poradenské společnosti Bisnode.

„Lze jednoznačně potvrdit, že popularita firem s nízkým základním kapitálem je stále na vzestupu. Mezi lety 2016 a 2017 se podíl počtu nově založených firem s kapitálem nižším než 200 000 korun zvýšil téměř o tři procentní body na 84 %. Díky možnosti začít podnikat s minimálním vkladem do základního kapitálu, zrychlení a zlevnění procesu založení firmy, se společnosti s ručením omezeným stávají čím dál víc atraktivnější alternativou k podnikání prostřednictvím živnostenského listu,“ řekla

analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že v roce 2017 byl mezi nově založenými firmami nejčastější základní kapitál ve výši 1000 korun. S tímto základním kapitálem byla loni založena téměř pětina společností s ručením omezeným. Do základního kapitálu nových společností s ručením omezeným v roce 2017 podnikatelé investovali 5,89 miliardy korun, průměrný základní kapitál jedné firmy tak mírně přesahuje 188 600 korun. Více než 84 % firem, které byly zaregistrovány v loňském roce, má základní ka-

pitál nižší než 200 000 korun, zatímco v polovině roku 2014 bylo takových firem 64 %. V rámci skupiny firem se základním kapitálem do 200 000 korun podnikatelé loni nejčastěji volili jednu z šesti hodnot základního kapitálu: nejoblíbenější částkou je 1000 korun (18,1 % nových firem), 10 000 korun (15,6 %), 100 000 ko-

run (13,4 %), s odstupem následuje 20 000 korun (7,6 %), 50 000 korun (6,4 %) a jedna koruna (4,6 %).

Základní kapitál ve výši 200 000 korun má zhruba 12 % firem založených v uplynulém roce a jen 3,7 % společností s ručením omezeným má základní kapitál vyšší než 200 000 korun. (tz)

Základní kapitál v nově vzniklých s.r.o. (1. pol. 2014–2017, v %)

základní kapitál	1H 2014	2014	1H 2015	2015	1H 2016	2016	1H 2017	2017
1 Kč	8,31	7,41	5,51	5,52	4,29	4,49	4,81	4,58
2–199 999 Kč	55,99	61,47	70,29	72,57	76,09	76,93	79,28	79,50
nižší než 200 000 Kč celkem	64,30	68,88	75,80	78,09	80,38	81,42	84,10	84,08
200 000 Kč	32,14	25,00	18,07	17,96	16,06	14,68	12,52	12,20
vyšší než 200 000 Kč	3,56	6,12	6,13	3,95	3,56	3,90	3,41	3,72

zdroj: Bisnode

Čistá mobilita je pro Hyundai dlouhodobě zcela zásadní téma

dokončení ze strany 1

Cílem této mezinárodní iniciativy je zrychlit podíl investic do rozvoje vodíkových technologií a palivových článků. Stejně tak jsme se zapojili do vládní skupiny v České republice, jejímž cílem je realizovat budování národní vodíkové infrastruktury. Inspirací nám může být celá řada západoevropských zemí. Například ve Frankfurtu byla před pár lety pouze jedna plnicí vodíková stanice a dnes tam nalezneme hned čtyři.

Jaké ještě výhody kromě ohleduplnosti vůči životnímu prostředí vnímáte u automobilů s alternativními pohony?

Výhod vozidel s alternativními pohony existuje celá řada, a pokud jde o zákazníka, je tu jeden opravdu velký benefit, a sice provozní náklady, které spotřebitel vnímá každým dnem. Vozy s alternativními pohony v průzkumech pravidelně obhajují první příčky, co se týče hospodárnosti vozidla. Například nedávno provedl nezávislý portál Sust-i-it rozsáhlý průzkum, ve kterém hodnotil provozní náklady u více než 65 000 modelů na evropském trhu. První příčku obsadil náš první elektromobil Hyundai IONIQ Electric, u kterého byly spočítány celoroční náklady na pouhých 385,49 eura. Modely s alternativními pohony mají navíc tu výhodu, že mohou například parkovat v metropolích buď za velice výhodnou částku, nebo úplně zdarma. Čistá mobilita se tedy ukazuje jako budoucnost nejen pro životní prostředí, ale i naše peněženky.

V dubnu byl poprvé v ČR k vidění vodíkový elektromobil Hyundai NEXO, a to při příležitosti konference Čistá mobilita. Jaký měl ohlas?

Ohlas byl opravdu veliký. Hyundai NEXO je naše druhá generace vodíkového elektromobilu a udivuje širokou veřejnost již od světové

premiéry. Hyundai NEXO disponuje řadou nejmodernějších asistenčních systémů, dojezd až 800 km a z výfuku místo škodlivých emisí vychází dokonce ještě čistší vzduch, než který NEXO nasává. S modelem NEXO Hyundai také jako první na světě realizoval autonomní jízdu čtvrté úrovně u elektromobilu s vodíkovými palivovými články. Demonstrační autonomní jízda se uskutečnila na trase ze Soulu do Pchjongčchangu dlouhé 190 km a model NEXO se v autonomním režimu bez jakýchkoliv problémů dokázal zařadit do zcela běžného provozu – tedy předjíždět pomalejší vozy, projíždět mytými branami či projíždět místy bez signálu GPS apod. Není proto divu, že ohlas je obrovský všude, kamkoliv tento povedený model zavítá. Ať už to bylo na ženevském autosalonu, či na domácí půdě v České republice.

Budou takové automobily jezdit i na našich silnicích?

My pevně věříme, že ano. V tomto ohledu je však Hyundai daleko připravenější než tuzemská infrastruktura vodíkových plnicích stanic. V současné době existuje v České republice pouze jedna plnicí stanice, a ta je ještě k tomu neveřejná. Vodíková mobilita je budoucností mobility a je škoda, že infrastruktura plnicích stanic není v České republice na stejné nebo alespoň podobné úrovni jako v zahraničí. Podle námi dostupných informací by však u nás měly vznikat nové stanice už v příštím roce.

Na jakém principu vodíkový automobil vlastně „pracuje“?

Vodíkový elektromobil si vytváří elektrickou energii úplně sám, a to v palivovém článku prostřednictvím reakcí vodíku se vzduchem. Jediným vedlejším produktem pak z této reakce zůstává čistá voda.

Vaše značka získala mezi českými motoristy velkou oblibu. Hyundai jsou pohodlná, přívětivá auta, jež se hodí k jakékoli příležitosti. Jak vnímáte váš vývoj v minulosti a jak předpokládáte, že bude pokračovat?

Hyundai je dlouhodobě nejdynamičtější automobilovou značkou v České republice a tento

status hodláme obhajovat i nadále. Prodeje společnosti kontinuálně rostou již osm let v řadě a úspěchem začal i letošní rok, kdy se během prvních měsíců stal model i30 neprodávanejším vozem

pro soukromé osoby ve třídě velkých rodinných vozů. Zároveň jsme se mohli na evropském trhu pochlubit nejlepšími čtvrtletními výsledky v historii.

Plánujete pro rok 2018 nějaké další novinky?

Určitě ano. Z ekologicky šetrných vozů je to již zmiňovaný vodíkový elektromobil NEXO a první kompaktní SUV elektromobil Kona Electric. Kromě vozidel s alternativními pohony v letošním roce zahájíme prodej nové generace Santa Fe a řady modernizovaných verzí již nabízených modelů – Tucson, i20, i40 a H-1. V polovině roku 2018 tak bude 90 % našich produktů mladších dvou let.

Pro klienta u nás jsou stále zásadním měřítkem při rozhodování o koupi ceny. Ty držíte na velmi přijatelné úrovni. Je to jedna z vašich strategií?

Nenazýval bych to cenovou strategií. Na tuzemském trhu zkrátka nabízíme to, co nikdo jiný – špičkovou kvalitu s prodlouženou pětiletou zárukou, nejmodernější asistenční systémy a nej-

lepší poměr cena/výkon. Jsme držiteli Národní ceny kvality 2017 a naše vozy pravidelně vyhrávají prestižní ocenění za design na mezinárodní úrovni jako iF Design Award či Red Dot Design Award. Zároveň jsou naše produkty ohodnocovány maximálním počtem pěti hvězdiček v bezpečnostních testech nezávislého konsorcia EuroNCAP. Politikou naší společnosti není vnútit zákazníkovi předražený vehíkl, ale nabídnout mu vůz, který je kvalitní, bezpečný, moderní, a má tedy skutečnou hodnotu. Zároveň to nekončí pouze prodaným kusem. O své zákazníky se staráme i po prodeji.

Firemní vůz je v České republice brán jako jeden z nejoblíbenějších benefitů. V současné době se zvyšuje také zájem o operativní leasing. Co všechno můžete tímto způsobem nabídnout?

To je pravda a není se čemu divit. Firemní vůz se podle statistik zdá být opravdu čím dál více váženým benefitem a s tím souvisí také poptávka po operativním leasingu. Protože nabízíme automobily se skutečnou hodnotou za investici, která je bezkonkurenční, můžeme tak v Hyundai nabídnout úsporu jak pro firmy, které vozy nakupují, tak pro zaměstnance, kteří je následně využívají. Například při koupi jednoho z našich neúspěšnějších modelů Hyundai i30 ušetří firma oproti konkurenční nabídce přes 100 000 korun. Zaměstnanec zase výhodu vozů Hyundai i30 ocení na své výplatní pásce, kde se mu strhává 1 % z pořizovací ceny vozu, a za rok tak oproti konkurenci uspoří několik tisíc korun. Co se týče operativních leasingů, tak i zde máme jedinečnou nabídku v porovnání s konkurencí. Pokud srovnáme například nový model Hyundai i30 kombi a Škoda Octavia kombi ve stejné motorizaci, vyjde Hyundai i30 kombi měsíčně levnější zhruba o 1500 Kč, a ještě k tomu je náš model v lepší výbavě. Tyto informace a variabilní modelové situace výhod služeb Hyundai si lze ověřit na www.lepsifiremniuvuz.cz.

otázky připravila Eva Brix



Světovým dnem akreditace je 9. červen



Česká republika se prostřednictvím Českého institutu pro akreditaci, o.p.s., (ČIA) připojuje k významné mezinárodní iniciativě, Světovému dni akreditace, který připadá na 9. června. Letošním tématem je bezpečnější svět. Nejen o významu akreditace jako nástroje k posílení bezpečnosti budeme na následujících řádcích hovořit s ředitelem Českého institutu pro akreditaci, o.p.s., Ing. Jiřím Růžičkou, MBA, Ph.D.

Jaká je hlavní myšlenka této iniciativy a kdo stál u jejího zrodu?

Cílem a hlavní myšlenkou je podpora významu akreditace. Datum 9. června bylo vyhlášeno Světovým dnem akreditace dvěma globálními organizacemi, které se akreditací zabývají: Mezinárodním akreditačním fórem (International Accreditation Forum) a Mezinárodní spoluprací v oblasti akreditace laboratorů (International Laboratory Accreditation Cooperation). Český institut pro akreditaci, o.p.s., (ČIA), jako národní akreditační orgán České republiky notifikovaný u Evropské komise, je členem obou těchto významných organizací. Každý rok se Světový den akreditace zaměřuje na jinou oblast lidské činnosti. Akreditace je často zmiňována jako nástroj k odstraňování překážek obchodu a souvisejícímu tzv. prokázání odborné způsobilosti subjektů, kterými mohou být např. zkušební nebo zdravotnické laboratoře, inspekční orgány, certifikační orgány, ověřovatelé výkazů emisí skleníkových plynů nebo výrobci referenčních materiálů. Podstatným významem akreditace je také bezpečnost, která se v konečném důsledku dotýká každého spotřebitele služeb a produktů dostupných na trhu.

Jakou podobu má akreditace ČIA a jak souvisí s bezpečností nás všech?

ČIA je jedinou autoritou, která v České republice může vydávat osvědčení o akreditaci, kterým garantuje, že subjekt posouzený při akreditaci poskytuje své služby nebo vydává své nálezy v souladu s platnými normami a právními předpisy, které stanoví požadavky na tyto služby. Tým odborníků zahájí proces samotné akreditace, která je završena vydáním osvědčení o akreditaci. Na našich internetových stránkách je zveřejněna aktuální databáze všech akreditovaných subjektů i s přílohami, ve kterých se jasné konkretizuje, pro jakou činnost byla akreditace udělena.

Souvislost akreditace s bezpečností je skutečně namístě. Shrňme si aktuální informace, které zveřejnilo Mezinárodní akreditační fórum. Každý rok je 2,78 milionu úmrtí způsobeno pracovním úrazem nebo nemocí z povolání. Ročně je zaznamenáno 374 milionů pracovních úrazů a onemocnění, z nichž mnoho vyústilo v dlouhodobou pracovní neschopnost. Ekonomický dopad nedostatečného zajištění bezpečnosti práce a zdraví je odhadován na 3,94 % celosvětového HDP. Akreditace je důležitým faktorem, proč tato čísla nejsou

mnohem horší. A co víc, akreditace má potenciál tyto smutné statistiky významně ovlivnit k lepšímu. Za předpokladu, že bude akreditace více vyžadována a využívána jako nástroj zvyšující bezpečnost výrobků, pracovního prostředí nebo služeb.

Můžete uvést příklady odvětví, ve kterých akreditace přispívá ke zvýšení bezpečnosti?

V naší zemi je již standardem předpokládat, že potraviny nejsou kontaminované, a vzduch, který dýcháme, je bez škodlivin. Očekáváme, že celá veřejná infrastruktura, včetně mostů a dálnic, je bezpečná nebo že budeme moci využívat zdroje energie bez riskování zranění. Taková očekávání si můžeme dovolit tehdy, pokud výrobky a služby budou prověřeny podle normalizovaných postupů tzv. subjekty posuzování shody. Tyto subjekty mohou od ČIA získat osvědčení o akreditaci. Akreditace se uplatňuje prakticky ve všech odvětvích obchodu, průmyslu a v některých oblastech působnosti orgánů státní správy. České firmy si již uvědomují výhody mezinárodně uznané akreditace. Vzhledem k tématu je dobré zmínit, že akreditaci rozumíme průběžný proces, který zaručuje způsobilost akreditovaných subjektů. Naše práce vydáním osvědčení nekončí, u subjektů provádíme dozorové návštěvy, abychom garantovali požadovanou kvalitu po celou dobu platnosti osvědčení.

Jak se akreditace uplatňuje vzhledem k bezpečnému pracovnímu prostředí?

Zaměstnavatelé mají zodpovědnost zajistit pro zaměstnance bezpečné pracovní prostředí a vytvořit jim vhodné pracovní podmínky pro jejich psychické, fyzické a sociální zdraví. Akreditace poskytuje nástroje pro posouzení a kontrolu ri-



Ing. Jiří Růžička, MBA, Ph.D., ředitel Českého institutu pro akreditaci, o.p.s.

zik. Při využití tohoto systému mohou mít zaměstnavatelé, tedy i zaměstnanci důvěru, že jejich pracovní prostředí je bezpečné.

Platí stejná pravidla pro všechny státy, kde funguje akreditační systém?

Ano. Akreditace je srovnatelná na celém světě, díky využívání stejných ISO norem. V Evropské unii je umožněno, aby jedno osvědčení bylo platné ve všech členských státech, které jsou signatáři mnohostranné dohody o uznávání. Prověřené výrobky i certifikované služby mohou být všude přijaty se stejnou důvěrou. Akreditace tak představuje významnou konkurenční výhodu.

připravil Kiril Christov

INZERCE



Leader – Manager – Coach™

20. – 21. 6. 2018; 9:00–16:00

PhDr. Peter Benkovič (konzultant, kouč, lektor)

Cena: 6 890 Kč bez DPH / 8 337 Kč vč. DPH

Emoční inteligence a její využití v profesním a osobním životě

21. – 22. 6. 2018; 9:00–16:00

Stanislava Vávrová (lektorka a konzultantka)

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

Time management a zvládání stresu

25. – 26. 6. 2018; 9:00–16:00

Stanislava Vávrová (lektorka a konzultantka)

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

Padesát barev padesátky aneb jak zaujmout zaměstnavatele svými zkušenostmi, spolehlivostí a nadhledem

25. 6. 2018; 9:00–16:00

Pavla Svobodová (lektorka, cvičitelka, konzultantka)

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

Delegování – umění, které vám bude pomáhat každý den

26. 6. 2018; 9:00–16:00

Olga Franců (poradkyně HR, koučka, lektorka)

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

Letní škola Excelu

12. – 13. 7. a 19. – 20. 7. 2018; 9:00–16:00

Ing. Jaroslav Nedoma (lektor kancelářských aplikací MS Office)

Cena: 9 870 Kč bez DPH / 11 943 Kč vč. 21 % DPH

Employer branding – staňte se magnetem na talenty

19. 7. 2018; 9:00–16:00

Jáchym Důjka (odborník na HR marketing a Employer Branding)

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

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

vox@vox-kurzy.cz | 777 741 777

Lidé s vysokými příjmy zažívají v práci více stresu

Čím více peněz lidé vydělávají, tím více trpí v práci stresem. Vyplývá to z nejnovější studie jedné z největších profesních sociálních sítí LinkedIn, dle které téměř sedm z deseti lidí vydělávajících více než čtyři miliony korun ročně pociťuje silný stres v práci. Tato skupina zaměstnanců je navíc i méně spokojena s prací.

Z aktuálního výzkumu, do kterého se zapojilo více než 1000 členů sítě LinkedIn, vyplývá, že 68 % lidí s vysokým příjmem zažívá silný stres v práci v porovnání se 47 % těch, jejichž roční výdělek se pohybuje zhruba mezi 700 000 korun a milionem korun, a 38 % lidí, kteří vydělávají více než milion korun ročně.

Kromě toho, že zaměstnanci s nejvyšším příjmem zažívají největší stres, nejsou navíc podle průzkumu spokojeni se svou prací. Oproti tomu absolutně největší pracovní spokojenost (81 %) pak vykazují zaměstnanci s platem pohybujícím se mezi milionem a milionem a půl korun ročně. „Lidé, kteří vydělávají více než milion korun ročně, pracují často na vyšších manažerských či jiných specializovaných pozicích, mají tedy v práci větší zodpovědnost a kompetence, což logicky přináší více stresu, řekla personalistka Gabriela Kodenková ze společnosti Talentica.cz specializující se na nábor technicky zaměřených pracovníků.

Stres v práci vnímají podle studie různé věkové skupiny zaměstnanců jinak. Zatímco ve věkové skupině 37 až 52 let potvrdilo stres při práci 57 % lidí, ze skupiny tzv. Baby Boomers (ve věku 53 a více let) to bylo 52 % zaměstnanců, a v rámci



foto Pixabay

skupiny tzv. mileniálů (dnešních třicátníků) to bylo pouze 44 %. Přestože mileniálové vykazují nejnižší míru stresu v práci, nejnižší zůstává i jejich pracovní spokojenost. Spokojen je totiž každý sedmý mladý zaměstnanec v porovnání s pracovníky ve středním věku (76 %) a Baby Boomers (78 %).

„Mileniálové jsou obecně v práci náročnější než jejich předchůdci. Jsou ambiciózní, chtějí se rozvíjet, rychle růst a vydělávat peníze. Mileniálové si navíc uvědomují, že budou pracovat velmi dlouho. Dnešní třicátníci počítají s tím, že do důchodu půjdou mnohem později než jejich rodiče. Proto je pochopitelné, že už teď hledají ve svém pracovním životě prostor pro soukromý čas a méně často

chtějí dělat kompromisy,“ vysvětlila Gabriela Kodenková.

Nedávná studie publikovaná v časopise Nature Human Behavior navíc zjistila, že vyšší příjmy souvisejí se snížením spokojenosti s životem jako takovým. Analýza společnosti Gallup-Healthways potvrdila, že vysoký příjem lidem sice může zajistit životní spokojenost, ale ne štěstí. Podle psychologů má totiž bohatství a majetek anti společenský charakter. Získávání bohatství a obecně majetku psychologicky signalizuje vysoký stav, tedy podvědomě nutí lidi, aby se vzdálili od ostatních. Může to být kvůli pocitu konkurence a sobeckosti, která se právě zakládá na získání bohatství nebo statusu. (tz)

České květiny v řeči čísel

Květiny neslouží jen k tomu, aby svou krásou sytily oči a čich. Mnohé také živí jejich pěstování, prodej a aranžé. Jak se jim vedlo, o tom jsme si povídali s předsedou Svazu květinářů a floristů ČR Ing. Jiřím Horákem.

Když se ohlédnete nazpět za uplynulým obdobím v oboru, můžete být jako podnikatel spokojen?

Náš svaz sdružuje dvě skupiny členů; floristy, pracující a tvořící s vypěstovanými květinami, a květináře – pěstitele květín. V roce 2017 se objem tuzemské květinářské produkce opět mírně zvýšil. Celková produkce činila přibližně 2,254 miliardy Kč, a tak tvořila 2,8 % rostlinné výroby. Přesto je dovoz květín do ČR nadále významný. Zemí, odkud se tradičně dováží nejvíc květín, zůstává stále Nizozemsko s objemem zboží 2,044 miliardy Kč. Tato částka tvoří bezmála 61 % z celkového množství dovezených květín a představuje za rok 2017 v případě Nizozemska meziroční pokles o 8 %. Celkově však objem dovozu zůstává proti roku 2016 víceméně stejný, nárůst o 1,5 % je kompenzován růstem cen v nákupu a zlevněním eura. Mezi další významné partnery České republiky pro dovoz květín patří například Dánsko, Izrael, Kolumbie nebo Itálie. Z výše uvedeného vyplývá velmi mírný optimismus, ale spokojen být rozhodně nemohu.

Zmínili jste se o mírném zdražení produkce. Daří se vám tedy už dosahovat přiměřeného zisku?

Nutností pro zachování kontinuity v podnikání v oblasti květinářství je i mírné zvýšení cen výpěstků. Květináři ale určitě nepatří do skupiny podnikatelů, kteří ihned promítají zvýšené náklady do cen svých produktů. Nedovoluje jim to totiž situace na trhu, kde je vždy limitní právě výše prodejní ceny ovlivněná dovozem produkce z ciziny, často na hranici výrobních cen či dumpingu. Problémem se

produkce, a nelze proto investovat do moderních technologií.

Co brání tomu, aby květiny přinášely víc radosti i podnikatelům?

V loňském roce se vedle extenzivnějších technologií pěstování rostlin novým limitujícím faktorem produkce stal nedostatek pracovních sil. I nadále se potýkáme se zastaralými skleníky a dalšími stavbami. Na druhou stranu se několik firem modernizovalo a mají moderní stavby a technologie. Z minulého období přetrvává jistá diskriminace oproti ostatním členským státům v oblasti používání přípravků na ochranu rostlin, výrazně narůstá administrativa.

Hospodaříte více či méně pod širým nebem, v každém případě jste závislí na přízni Sv. Petra. Jak ten vám přál?

Ano, klíčovým prvkem ovlivňujícím květinářskou výrobu je samozřejmě počasí. Rok 2017 byl díky mírné zimě ekonomicky příhodnější než v jiných letech, ale s ochlazením v dubnu došlo k výraznému propadu tržeb. A květen, který je obchodně velmi důležitý, výpadek pouze vyrovnal. Zářijové větrné počasí způsobilo značné škody na sklenících. V letošním roce byly problémem velmi nízké únorové teploty, které trvaly i v březnu a oddálily nástup jara, kdy se předjarní zbo-



zde stává i posilující koruna a mírné zlevnění dovozů. Prodejní ceny pokrývají náklady spíše v lepších případech těsně na úrovni prosté re-



Ing. Jiří Horák, předseda Svazu květinářů a floristů ČR

ží, jako například primulky a macešky, neprodávalo nejlépe.

Co pro milovníky živé krásy chystáte v nejbližší době?

SKF ČR připravuje v letošním roce několik významných akcí pro příznivce květín a floristiky. K nejvýznamnějším patří již 47. ročník Mistrovství floristů ČR – Děčínská kotva, který se uskuteční na děčínském zámku 16. a 17. května, s výstavou pro veřejnost od 18. do 20. května. Po několikaleté přestávce květinami vyzdobíme průvod a zorganizujeme soutěž květinových soch při akci Havířov v květech 2018, to je nachystáno na 16. června.

Účastníme se zahradnických výstav a veletrhů na výstavištích v Olomouci, Lysé nad Labem a mezinárodním profesním veletrhu Zelený svět na výstavišti BVV v Brně. Bude i mnoho dalších akcí, na něž najdete upozornění na našich webových stránkách www.svazkvetinaruafloristu.cz.

ptal se Pavel Kačer

Nezávislý domácí trh v minulém roce utrpěl těžké ztráty, skončilo přes tisíc malých prodejen

Odhady Asociace českého tradičního obchodu (AČTO) aktuálně potvrzují nejnovější čísla o vývoji českého maloobchodu za rok 2017. Trend zanikání malých, především venkovských prodejen, zrychlil tempo. V minulém roce ukončilo svou činnost celkem 1082 prodejen o velikosti do 400 m².

V roce 2017 zaniklo podle nezávislého šetření společnosti AC Nielsen v České republice 1082 maloobchodních prodejen o velikosti do 400 m², přičemž je z tohoto čísla 759 nejmenších obchodů o prodejní ploše do 50 m². Oproti roku 2016, kdy v této kategorii zaniklo 396 prodejen, je to tak téměř dvojnásobek. Naopak velké prodejny nad 400 m² posílily o 39 maloobchodních jednotek. Je tedy patrné, že zatímco nejmenší venkovské obchody zanikají, rostou nové supermarkety.

„Před tímto stavem varujeme už řadu let. S otevřením každého supermarketu, byť ho v dané lokalitě ani není zapotřebí, dojde k zásadnímu ohrožení existence ryze českých prodejen v okruhu i dvaceti kilometrů. Přesto tento neblahý stav nikdo neřeší nebo jej pod tlakem situace řeší velmi liknavě. Zatímco občanská vybavenost venkova, ale i malých měst zmizí a řada lidí na venkově nemá kde nakoupit, pokračují zahraniční řetězce v neřízené a bez-

ohledné expanzi,“ komentoval situaci Zdeněk Juračka, předseda Asociace českého tradičního obchodu, která zastupuje na 7000 českých nezávislých prodejen.

Podíváme-li se na vývoj za posledních deset let, jsou čísla ještě výmluvnější. Od roku 2017 zaniklo 3923 prodejen o velikosti do 400 m², zatímco nad tuto hranici přibýlo 236 super a hypermarketů po celé České republice. Přesto dále vznikají nové a dochází k nesmyslné kumulaci prodejen především zahraničních řetězců. Jako příklad lze uvést dvanáctitisícovou východočeskou Jaroměř, kde nedaleko od sebe stojí hned pět velkých prodejen zahraničních řetězců. Dopad na menší prodejny v okolí, v kombinaci s nekalými praktikami, např. hojným využívá-

ním podhodnocování cen v letákových akcích, tzv. podnákupních cen, je zřejmý.

AČTO se problematikou zániku malých českých prodejen dlouhodobě zabývá a k tématu obchodní obslužnosti venkova zpracovala i podrobný materiál, který dala k dispozici. AČTO navrhuje definovat za jasných podmínek provozování obchodu v nejmenších obcích jako službu ve veřejném zájmu a systém podpory venkovských prodejen. Druhou možností, jak rychle a efektivně pomoci zachovat občanskou vybavenost venkova, vidí AČTO v navýšení rozpočtu obcí v rámci rozpočtového určení daní. V obou případech by rozhodující slovo při hledání finálního řešení a systému realizace případné podpory měla mít obec. (tz)

Lidé si sjednávají pojistné limity, které nepokryjí všechny škody podle nového občanského zákoníku

Ani po čtyřech letech od nabytí účinnosti nového občanského zákoníku, který upravil částky pro odškodnění pozůstalých v případě usmrcení či zaviněných následků na zdraví, si lidé nesjednávají dostatečně vysoké limity pojištění. Polovinu nejzávažnějších škod tak podle aktuální analýzy České asociace pojišťoven musí nedostatečně pojištění klienti hradit ze svého. V jeho souvislosti přitom průměrná výše tohoto odškodnění z jedné škody narostla na dvojnásobek (přibližně dva miliony Kč) ve srovnání se situací před platností nového zákona.

„Přestože v posledních letech docházelo k určitému navyšování propojitelnosti, jak z hlediska počtu pojištěných, tak i objemu pojistného, aktuální hodnota průměrného pojistného – ve výši 449 Kč – je stále velmi nízká a tento mírný ná-

růst nemůže výrazně ovlivnit průměrnou výši limitu pojistného plnění na škody na zdraví,“ uvedl Petr Jedlička, hlavní analytik České asociace pojišťoven.

Z důvodu navýšení závazků novým občanským zákoníkem platí, že limit plnění v hodnotě jednoho milionu korun na škody na zdraví, jenž představuje nejčastěji sjednáváný limit pojištění plnění u obecné odpovědnosti, již ani nestačí na průměrné odškodnění pozůstalých v případě zaviněného usmrcení. „Dříve byly stanoveny pevné částky pro jednotlivé kategorie škod na zdraví. Nový zákon zavedl individuálnější náhrady poškozeným na základě posouzení konkrétní situace újmou pro pozůstalé i pro zraněného. Je např. rozdíl, pokud riskantní jízdou na kole srazíte běžného chodce, nebo vrcholového tenistu – a zlomíte mu ruku,“ vysvětluje Lucie Žulavská, specialistka na neživotní pojištění České asociace pojišťoven.

Pojištění odpovědnosti občanů by tak nemělo být podceňováno nejen v případě provozu vozidla, ale ani při dalších běžných aktivitách, jako je např. jízda na kole a na kolečkových bruslích, lyžování..., stejně jako by se neměly podceňovat škody způsobené zvířetem apod. Každý z nás může přivodit někomu jinému škodu s enormním rozsahem – a je více než zřejmé, že limity v řádech desítek milionů Kč budou v těchto situacích nezbytné. „Česká republika by se měla v tomto ohledu časem srovnat s běžnou praxí v okolních zemích, kde výše limitů koresponduje s výší limitů v rámci povinného ručení. Ty se pohybují na úrovni 1 200 000 euro a dostačují pro odškodnění v případě majetkových škod i škod na zdraví,“ dodala Lucie Žulavská.

„Nabídka pojištění se v tomto ohledu výrazně rozšířila a možnosti klientů pořídit si produkt s výrazně vyššími limity odškodnění u škod na zdraví v řádu desítek milionů Kč je

znatelně pestřejší, než tomu bylo před dvěma lety. Nicméně na straně poptávky klientů je posun vnímání velmi pozvolný a produkty s vyššími limity jsou u pojištění obecné odpovědnosti využívány pouze velmi částečně,“ doplnil Petr Jedlička. Jestliže by limit sjednáváného pojistného plnění na škody na zdraví dosahoval hodnoty deseti milionů korun a více, lze jím pokrýt i závazky z trvalých následků v případě nutnosti vyplácet rentu. Jde např. o ztráty na výdělku nebo o výpomoc v domácnosti, na které limity jeden až dva miliony korun nemohou stačit.

Celkový posun v navýšení limitů pojištění odpovědnosti má zásadní význam v pomoci klientům i poškozeným osobám. V životě mohou nastat situace, kdy člověk odpovědný za nešťastnou událost nebude způsobilý své závazky samostatně pokrýt – a dopady na něj i na poškozené, pokud jim vznikla škoda z důvodu neschopnosti viníka ji uhradit, mohou být obrovské. (tz)

Malá česká firma z Pardubicka

vyrábí vysoce odolné high-tech materiály pro vesmírné satelity

Do přístrojů na výzkum a vývoj zcela unikátních high-tech materiálů, které se využívají v kosmickém a leteckém průmyslu, investovala česká společnost TOSEDA čtyři miliony korun. S polovinou nákladů jí pomohla dotace z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK) 2014–2020. Ta společnosti umožní další rozvoj a příležitost soutěžit s předními světovými lidry v oblasti výroby nanomateriálů – Japonskem, Čínou a USA.

Vakuová sušárna, skenovací elektronový mikroskop, analytické váhy, univerzální trhač stroj a speciální přístroje, které testují vlastnosti vyvíjených nanomateriálů. To jsou příklady vybavení, které společnost TOSEDA s pomocí evropské dotace pořídila. Přístroje přispějí k dalšímu vývoji, testování a výrobě speciálních materiálů, které musí obstát v extrémním kosmickém prostředí. Jde o materiály, ze kterých se vyrábí například zrcadla satelitů či nádrže na kapalná paliva. Výsledky výzkumu a vývoje společnosti však najdou uplatnění i v automobi-



lovém, stavebním a obranném průmyslu. „Spolupracujeme s Evropskou kosmickou agenturou a největšími evropskými výrobci kosmických

zařízení. O naše materiály má zájem Airbus, Thales Alenia Space či MT Aerospace. Vyrábíme ale i gumárenské materiály pro automobilo-

vý průmysl, vysoce odolné membrány pro čerpadla nebo výrobky chránící před chemickými látkami a radioaktivitou. A naše poznatky budou aplikovatelné dokonce i v medicíně, například při léčbě rakoviny,“ uvedl Jiří Zelenka, jednatel společnosti TOSEDA.

Dotaci na nákup nového přístrojového zařízení získala společnost TOSEDA z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK) 2014–2020, z programu Potenciál. „V první výzvě programu Potenciál bylo vydáno celkem sto rozhodnutí o poskytnutí dotace v celkové hodnotě přesahující 1,6 miliardy korun, přičemž projekt společnosti TOSEDA byl v této výzvě jedním z prvních úspěšně zrealizovaných,“ podotkl Lukáš Vymětal, generální ředitel Agentury pro podnikání a inovace, která operační program administruje a podnikatelům s procesem žádosti o dotace pomáhá.

Firma TOSEDA je malou technologickou společností sídlící v TechnoParku Pardubice ve Starých Čivčích. Specializuje se na výzkum, vývoj a výrobu speciálních polymerních systémů pro high-tech aplikace, což jsou materiály s vysokou přidanou hodnotou. (tz)

Za ekologičtějšími pekařskými pecemi z jižní Moravy jsou i evropské dotace

Po několika letech vlastního vývoje v oblasti využití alternativních zdrojů tepla zahájila jihomoravská firma Kornfeil výrobu inovovaných pekařských pecí a kotlů. Do nových výrobních strojů investovala rodinná společnost přes 24 milionů korun. S více než třetinou nákladů, 8,5 milionu korun, jí pomohla dotace z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK) 2014–2020.

Firma Kornfeil s pomocí evropské dotace pořídila obráběcí stroje, ohraňovací lisy a laserové řezací technologie, které slouží k výrobě tenkých i silných žáruvzdorných plechů. Z těch se

vyrábějí speciální pece a kotle, které spalují ekologická paliva, jako je například biomasa, dřevní štěpka a pelety. Přístroje disponují nejmodernějším řídicím systémem, zajišťují nejvyšší možnou přesnost a rychlost obrábění a minimalizují spotřebu výrobního materiálu.

„Novým výrobkem reagujeme na poptávku zákazníků, malých, středních i průmyslových pekáren. Upřednostňují využívání obnovitelných zdrojů energie před fosilními palivy a zároveň chtějí svou činností přispět k udržení a zkvalitnění čistoty ovzduší a životního prostředí,“ řekl Marek Směřička, ekonom společnosti Kornfeil. „Nové technologie jsou sice dražší, ale jejich ekonomická návratost je velmi rychlá. Počítáme se zvýšeným zájmem od ně-

meckých, rakouských, polských a také ruských zákazníků,“ doplnil.

Dotaci na nákup nového přístrojového zařízení získala společnost Kornfeil z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK) 2014–2020, konkrétně programu Inovace. „Podporu ve výši bezmála tři miliardy korun z tohoto programu získalo celkem 228 projektů. Projekt společnosti Kornfeil je důkazem toho, že inovace podporované z OP PIK mohou mít také jednoznačně pozitivní dopad na životní prostředí,“ sdělil Lukáš Vymětal, generální ředitel Agentury pro podnikání a inovace, která operační program administruje a podnikatelům s procesem žádosti o dotace pomáhá.



Česká firma Kornfeil je rodinnou společností sídlící v obci Čejč na jižní Moravě. V současné době má přes 140 zaměstnanců. Zabývá se výrobou a inovacemi pekařských technologií, zejména pecí, kynáren a dalšího výrobního vybavení, které dodává zákazníkům po celém světě. (tz)

Nové zaměstnance získáte novým přístupem



Sehnat techniky, specialisty, ale i dělnické profese je pro řadu firem noční můrou, zvláště pokud nemají vlastní personální oddělení či HR specialistu. Na úřadech práce vhodné kandidáty nenajdete a na inzeráty téměř nikdo nereaguje. Dá se přetahovat zaměstnance vyšším platem, ale to si každý nemůže dovolit. Jak tedy získat kvalitní zájemce, aniž byste ztratili nervy

a důstojnost? Lze dosáhnout toho, aby se vám ti nejlepší ozývali sami od sebe? Ano, jde to. Mohli se o tom přesvědčit účastníci workshopů, které uspořádala Česká asociace interim managementu ve spolupráci s Asociací poskytovatelů personálních služeb a regionálními hospodářskými komorami. V Pardubicích a Hradci Králové byly slyšet zkušenosti, prezentovaly se statistiky i praktické rady.

Dříve stačilo zadat inzerce, počkat na životopisy a dát nabídku vybraným. Dnes je nutné složitě vyhledávat vhodné kandidáty, vymýšlet strategii jak je oslovit a zvýšit atraktivitu firmy, aby vůbec někdo získala. „Někdy stačí vybrat a oslovit desítky lidí, ale při hledání odborníků musíme kontaktovat stovky lidí, abychom nakonec pro danou pozici získali jednoho vhodného,“ popsala Marcela Moravcová ze společnosti GoodCall aktuální situaci na trhu práce. Asi nejjednodušší cestou je obrátit se na dobrou personální agenturu. Ale jsou i další možnosti.

Můžete například vyzkoušet moderní způsob angažování zkušených manažerů na určitou dobu. „Interim manažeri mohou zastoupit ve firmě chybějícího vedoucího pracovníka či odborníka nebo pomáhat s vyhledáváním klíčo-

vých pracovníků. Interim manažeri umí také nezaujatě vyhodnotit stávající procesy ve firmě a najít způsoby zefektivnění, které nebudou potřebovat tolik pracovní síly,“ vysvětlila Iva Hovadová z České asociace interim managementu, která sdružuje bezmála stovku interim manažerů a providerů.

Pokud se chcete vydat vlastní cestou a hledat nové pracovníky vlastními silami, musíte zapomenout na zažité postupy a hledat netradiční nástroje. Začít se dá tím, že zatraktivíte své firemní webové stránky, aby navozovaly dojem, že zaměstnanci jsou v této firmě tím nejcenějším, co má, a o nové příchozí projevuje velký zájem. Jinými slovy kariérní stránky musí být přitažlivé a funkční, doplněné o příběhy zaměstnanců a aktuality z „interního“ života firmy

(akce pro zaměstnance a jejich rodiny apod.). Dobré je využít k hledání vhodných kandidátů i sociální sítě.

Inzerce, billboardy a podobné nástroje se používají stále pro oslovení nových pracovníků, ale dnes už nikoho nezískáte pouhým konstatováním, že máte příjemné pracovní prostředí a dobré platové podmínky. Chce to něco originálního. Fotka talíře s pořádným řízkem a k tomu slogan: Každý čtvrtek máme řízek! – tak lálala jedna firma skladníky. Samozřejmě připsala i plat, příspěvek na dopravu a oběd za 20 Kč. Není to žádné kouzlo, jde o to zaměřit se na cílovou skupinu – koho chcete získat a co by na něj mohlo platit.

Když už pokročíte k pohovorům, i tady je potřeba věnovat maximální pozornost zájemcům. První dojem uděláte jen jednou, to platí oboustranně. Když se firma předvede jen formálně bez zájmu, neorganizovaně nebo váhavě, může nadějný zájemce ztratit. „Jedna ze tří nejčastějších otázek kandidátů při pohovoru je: Kdo bude můj šéf? Neshody s nadřazeným, případně se spolupracovníky, totiž bývají jedním z hlavních důvodů změny zaměstnání,“ upozornila Marcela Moravcová. Dalšími motivačními faktory při rozhodování jsou: smysluplnost práce, osobní rozvoj a flexibilita, resp. svoboda. Ale pozor, různé věkové kategorie vykazují poměrně velké odlišnosti. Například dnešní čtyřicátníci

a padesátníci jsou ochotni pracovat i 12 hodin denně a obětovat víkendy, třicátníci však odmítají časově náročnou práci a preferují práci z domova. Mladí lidé jsou ochotni se hodně učit, ale svůj individualismus a svobodu si vzít nenechají. S tím vším je potřeba při lákání nových zaměstnanců počítat a zároveň působit důvěryhodně.

Podle dostupných údajů je náchylných ke změně práce až 44 % zaměstnanců, kteří nejsou spokojeni nebo dostatečně motivováni. „To znamená, že šance získat nové zaměstnance z jiných firem tady je, ale na druhé straně je potřeba si uvědomit, že musí každá firma pečovat o své zaměstnance, aby jí neodešli třeba ke konkurenci. To už vyžaduje promyšlené nástroje, nebo-li personální marketing,“ dodala Zdeňka Procházková, specialista na HR z České asociace interim managementu.

Na významu nabývají nejen vztahy na pracovišti, rovné zacházení, spravedlivé a transparentní odměňování nebo péče o vzdělání a rozvoj zaměstnanců, ale i dobré jméno firmy, její perspektiva, firemní kultura a sociální zodpovědnost. Všechny tyto aspekty ovlivňují rozhodování nově příchozích zaměstnanců i těch dlouholetých. Angažování zaměstnanců nejen nemají tendenci odejít jinam, ale mají také pozitivní vliv na produktivitu, stabilitu a výnosy firmy.

Jana Dronská,
Česká asociace interim managementu

Máte špatnou pověst?

Pak počítejte s vyššími náklady na zaměstnance

Firmy se špatnou pověstí mají až o 10 % vyšší náklady na zaměstnance než jejich konkurenti s dobrou značkou zaměstnavatele. Společnosti s pozitivní pověstí také dostávají dvakrát více žádostí o práci. Vyplývá to z nedávného průzkumu zaměstnaneckých preferencí, který zrealizovala personálně poradenská společnost Randstad. Dle tohoto průzkumu považují zaměstnanci za nejatraktivnějšího českého zaměstnavatele Microsoft.

Polovina uchazečů o zaměstnání tvrdí, že by nepracovala pro firmu se špatnou pověstí, a to i kdyby dostávala vyšší plat. „Investice do budování značky zaměstnavatele se s klesající nezaměstnaností a bojem o talenty stávají pro firmy doslova nutností. Kdo na své dobré pověsti aktivně nepracuje, kdo nebuduje přátelskou firemní kulturu, ten nejenže nesežene lidi, ale zároveň mu porostou náklady. A to jak v oblasti nábory, tak i mezd,“ okomentovala Alžběta Honsová, marketingová manažerka společnosti Randstad. S tímto názorem souhlasí již většina českých firem. Dle průzkumu se dokonce 80 % vedoucích pracovníků shoduje na tom, že značka zaměstnavatele zásadně ovlivňuje jejich schopnost přimnout vynikající pracovníky.

Jak náboroví pracovníci, tak uchazeči o zaměstnání zároveň uvádějí, že podniková kultura je jedním z nejdůležitějších faktorů při výběru zaměstnavatele. Zejména uchazeči z generace tzv. mileniálů aktivně zkoumají podnikovou kulturu firem, aby zjistili, zda se do firmy hodí. Na 88 % uchazečů z této generace souhlasí, že je pro ně opravdu důležité, aby byli součástí správné podnikové kultury. Kolem 96 % uchazečů napříč věkovými kategoriemi pak souhlasí s tím, že sladění osobních hodnot s podnikovou kulturou je klíčovým faktorem ke spokojenosti v práci. „Pokud uchazeči o zaměstnání na stránkách firmy či jinde na internetu vidí pozitivní ohlasy zaměstnanců a jiných uchazečů, existuje vyšší pravděpodobnost, že této firmě zašlou svůj životopis nebo za-

reagují na její inzerát,“ řekla Alžběta Honsová s tím, že z průzkumu dokonce vyplynulo, že 87 % lidí začalo pracovat pro firmu výhradně na základě podnikové kultury a 80 % lidí firmu výhradně kvůli její podnikové kultuře opustilo. Informace o firmě a její kultuře a pověsti přitom uchazeči ve více než 60 % hledají na sociálních sítích.

Právě změna firemní kultury přispěla ke zlepšení pověsti zaměstnavatele společnosti Microsoft, která byla v rámci průzkumu Randstad Employer Brand Research označena za nejatraktivnějšího zaměstnavatele v ČR: „Ocenění si velice vážíme a děkujeme všem kolegům, kteří se podíleli na zásadní změně firemní kultury – zavedení nového světa práce, která započala před více než čtyřmi lety. Věříme, že flexibilní pracovní prostředí postavené na důvěře, otevřenosti a osobní zodpovědnosti za výsledky je tím nejdůležitějším benefitem, který firma může svým lidem nabídnout, a těší nás, že si to myslí i tisíce lidí, kteří nám v průzkumu Randstad dali svůj hlas,“ uvedl Martin Hasinec, HR manažer společnosti Microsoft Česká republika a Slovensko.

„Pozitivní pověst a firemní kultura fungují u kandidátů jako první hledisko, dle kterého třídí pracovní nabídky. O konkrétním zaměstnavateli se pak rozhodují na základě dalších kritérií, z nichž nejdůležitější představuje stále finanční ohodnocení,“ vysvětlila Alžběta Honsová a dodala, že mzdu považují čeští kandidáti za důležitější aspekt než jinde v regionu EMEA.

Průzkum zaměstnaneckých preferencí Randstad Employer Brand Research, který globálně probíhá již 17 let, je největším celosvětovým průzkumem úrovně atraktivnosti zaměstnavatelů. Průzkum zkoumá atraktivitu největších zaměstnavatelů pro potenciální zaměstnance a dále to, co je pro zaměstnance důležité při výběru zaměstnavatele. V ČR se do průzkumu zapojilo téměř 7500 zaměstnanců, kteří hodnotili atraktivitu 150 největších českých zaměstnavatelů z privátního sektoru. Celkově je do průzkumu zapojeno 30 zemí a více než 175 000 respondentů a 5755 dotazovaných firem. (tz)

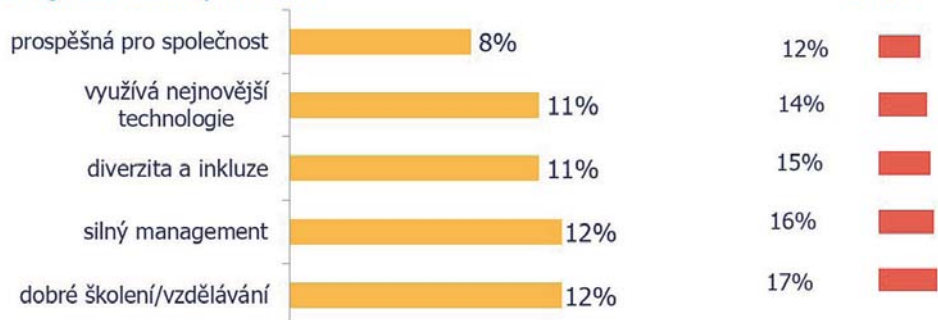


Co potenciální zaměstnanci (ne)chtějí, když si vybírají zaměstnavatele

5 nejdůležitějších kritérií

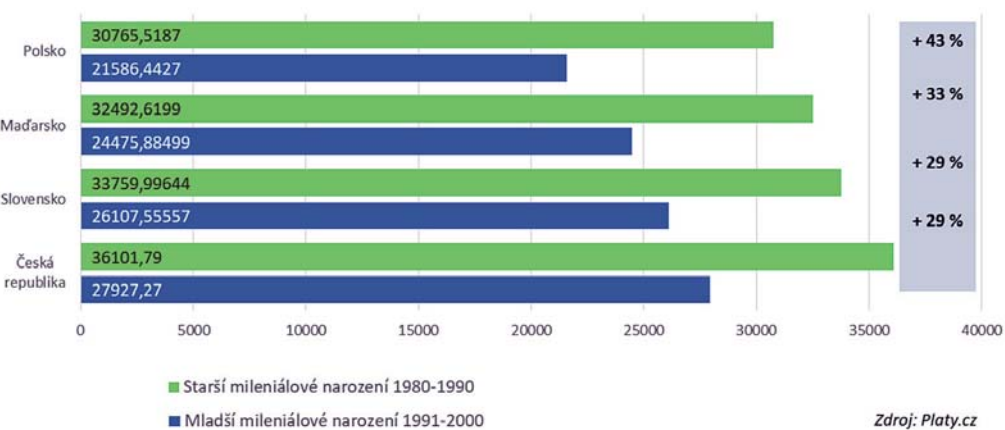


5 nejméně důležitých kritérií



Jak rychle rostou platy mileniálů u nás v porovnání s okolními zeměmi?

Porovnání hrubých mezd mileniálů v zemích V4



Mileniálové, či jinak řečeno generace Y, jsou lidé přibližně ve věku 18 až 35 let. Jde o cílovou skupinu zajímavou pro mnoho firem. Mezinárodní platový portál Paylab se proto rozhodl podívat blíže, jaké jsou příjmy této skupiny lidí.

Analýza českých mileniálů vychází z údajů platového portálu Platy.cz. Generaci Y rozdělujeme na dvě skupiny: mladší narozené v letech 1991–2000 a starší v období 1980–1990. V první skupině jde převážně o lidi vstupující na pracovní trh, v druhé už jsou ti, kteří mohou většinou prokázat pracovní zkušenosti. Mezi nimi je samozřejmě výrazný platový rozdíl. Ukazuje se ale, že v jiných zemích V4 je větší. Situace u nás je srovnatelná se Slovenskem, v obou zemích jde o 29 %. V Maďarsku je to

ale 33 %, v Polsku dokonce 43 %. Zajímavé je, že průměrná hrubá mzda skupiny od 18 do 26 let, na kterou cílí kampaně řady marketérů a je vnímaná z pohledu mnoha značek jako stěžejní, je v průměru jen 27 900 Kč, zatímco u starší části generace Y je to 36 102 Kč. Je ale pravda, že poměrně velké množství mladších mileniálů ještě neplatí některé z běžných výdajů na život. Podle Eurostatu je průměrný věk, v němž se mladí lidé stěhují v ČR od rodičů, 26,3 roku (u mužů je to dokonce 27,7 roku). Jejich reálná koupěschopnost proto může být díky této situaci často vyšší, než je tomu u starších mileniálů. Analýza také ukázala, že čím vyšší jsou kvalifikační požadavky na danou pracovní pozici, tím je u mileniálů větší i platový progres. Jestliže mzdový rozdíl mezi dětmi 80. a 90. let je u pomocných zaměstnanců téměř nulový, u nižšího středního managementu je to 34 %. (tz)

Lidé přicházejí na chuť novým formám investování, vedou P2P půjčky

Myšlení českých drobných investorů se postupně mění. Podle nejnovějšího průzkumu společnosti Bondster plánuje 80 % Čechů v letošním roce investovat nějaké peníze. Téměř čtvrtina lidí k tomu chce použít alespoň 50 000 korun. Dle průzkumu stále více lidí hledá nové alternativní formy ukládání peněz. Stále populárnější je investování do půjček známé jako P2P.

Podle průzkumu, který si nechala vypracovat společnost Bondster, plánují lidé investovat zpravidla menší částky v řádech desítek tisíc. Konkrétně 31 % dotázaných kolem 10 000 korun, naopak pouze 8 % lidí plánuje investovat více než 200 000 korun. Největší finanční částky

lidé investují do nemovitostí a půdy. Nejmenší částky investují do kryptoměn a alkoholu.

Lidé plánují v příštím roce investovat spíše nižší částky, proto získávají na popularitě investice do půjček, kde se dá investovat již od malých částek. Dle výzkumu podporuje oblibu in-

vestic do půjček jejich jednoduchost a přijatelný poměr mezi možným výnosem a případným rizikem. Průzkum realizovala agentura Ipsos Marketing na reprezentativním vzorku 1500 respondentů.

Téměř polovina populace ví nebo si umí představit, co je investování do půjček. V poslední době získává tato novinka oblibu i mezi lidmi, kteří se dříve o investování nezajímali, nebo jim přišlo příliš složité a rizikové. Právě díky možnosti jednoduše investovat do zajištěných půjček přilákala nová služba Bondster

tisíce investorů během prvního roku své existence.

„Bondster funguje jako trh investic. Propojujeme investory z řad široké veřejnosti s důvěryhodnými poskytovateli půjček. Naši investoři tak mohou jednoduše a bez znalostí finančního trhu dosáhnout slušných výnosů. Přitom vždy klademe velký důraz na bezpečnost a likviditu finančních prostředků investorů. Pro snížení rizika jsou půjčky obvykle zajištěny např. nemovitostí,“ uvedl ředitel Bondster Robert Hluchník. (tz)

Čeští i slovenští manažeři mezi nejhoršími na světě v tolerování korupčních praktik



Korupce ve svém důsledku výrazně ovlivňuje podnikání, sílu ekonomiky i sebevědomí společnosti. Problematika korupce ve veřejném sektoru i v každodenním životě se úzce prolíná s fungováním firem na trhu, ale i s mírou korupce a podvodů uvnitř firem. Již 15. ročník mezinárodního průzkumu společnosti EY Global Fraud Survey zaměřeného na podvody a korupci ukazuje, že 36 % respondentů z celého světa považuje podvody a korupci za riziko pro své podnikání.

Riziko podvodu považují respondenti celosvětově za nejzávažnější hned za riziky spojenými s vývojem makroekonomického prostředí (42 %) a za změnami legislativy upravující podnikání (43 %). Průměrná hodnota 36 % nicméně ukrývá velké rozdíly. Zatímco v rozvinutých zemích považuje korupci za problém pouze 20 % manažerů, ve střední a východní Evropě je to 47 % a v Latinské Americe dokonce 74 % respondentů. V České republice je toto číslo oproti průměru výrazně vyšší, v korupci vidí vysoké riziko pro podnikání 48 % respondentů. Společně se Slovenskem, kde hodnota dosahuje 54 %, se tak v této oblasti pohybujeme na vrcholu žebříčku evropských zemí. Toto číslo dlouhodobě neklesá, a to i přes to, že regulační orgány ve světě udělily firmám za korupci pokuty ve výši 11 miliard amerických dolarů.

„Firmy si rizika korupce a podvodů a význam etiky a integrity ve svém podnikání velmi dobře uvědomují. Průzkum EY ale ukazuje, že často nedokáží tento postoj převést do zavedení praktických opatření,“ řekl Tomáš Kafka, partner oddělení investigativních služeb a řešení sporů společnosti EY pro Českou a Slovenskou republiku.

Rozdíly mezi Českem a Slovenskem jsou překvapivě vysoké

Výročí 25 let samostatného fungování České a Slovenské republiky nabízí vhodnou příležitost k porovnání v oblasti vnímání a boje proti korupci. Rozdíly mezi Českem a Slovenskem v ochotě uplácet v businessu jsou překvapivě vysoké. Nejmarkantnějším rozdílem je, že za účelem získání či udržení zakázky v dobách ekonomického poklesu je připraveno uplácet 44 % slovenských manažerů. Horší výsledek zaznamenaly pouze Saúdská Arábie (54 %) a Indonésie a Malajsie (46 %). V České republice dosahuje tato hodnota 12 %, celosvětový průměr je 13 %.

Některou z forem neetických obchodních praktik (úplatky, drahé dárky či výlety za zábavou) je připraveno využít až 82 % slovenských a 64 % českých manažerů. Slovensko se dokonce v této kategorii umístilo globálně na prvním místě, a to před Malajsií (76 %) a Indonésií (74 %). Průměr pro střední a východní Evropu je přitom pouze 40 %, v západních zemích dokonce jen 29 %. V ochotě poskytnout obchodním partnerům zábavu jako nástroj získání kontraktu si jsou Česká a Slovenská republika naopak stále velmi blízké. Tuto formu připouští 60 % českých a 66 % slovenských respondentů, v obou případech tedy daleko více, než je celosvětový průměr (21 %).

Rozdíl mezi Českou a Slovenskou republikou panuje i ve znalosti obecného nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR). Zatímco

dobrou znalost GDPR uvádí pouze 54 % českých respondentů, na Slovensku je to 74 %, což je šestý nejlepší výsledek. Na druhém konci žebříčku je např. Rusko, kde nařízení znají 4 % firem, ze zemí EU pak Rumunsko s 38 %.

Společně pro obě země je i podcenění rizika kyberútoků a jejich dopadů na podnikání. V Česku hrozbu kyberútoku jako vysokého rizika pro podnikání označilo 26 % respondentů, což je nejméně v Evropě. Na Slovensku je to pak stále podprůměrných 32 % respondentů.

„Přes velké rozdíly v řadě postojů mají Češi a Slováci bohužel jedno společné. Jde o vysokou toleranci k využití neetických nástrojů v podnikání, ať jde o přímý úplatek, nebo poskytování drahých dáreků a zábavy obchodním partnerům,“ komentoval Tomáš Kafka.

ČR od roku 2014 vykázala největší zlepšení ze všech zkoumaných zemí

O tom, že korupce je v podnikání běžně rozšířena, je přesvědčeno 56 % českých manažerů, což je stále vysoko nad průměrem dotazovaných zemí (38 %). Ze zemí střední a jihovýchodní Evropy jsou na tom hůře jen Slovensko a Maďarsko (obě země 66 %) a Ukrajina (74 %). Česká republika ale zároveň vykázala od roku 2014 největší zlepšení ze všech sledovaných zemí, a to o 13 procentních bodů. Slovensko se naopak v této kategorii oproti roku 2014 o 10 procentních bodů zhoršilo.

Zavádění a vymáhání protikorupčních opatření může mít v různých zemích odlišné dopady. Stejně výsledky ukazují výrazné zhoršení u zemí, jako je Velká Británie, kde počet respondentů přesvědčených, že korupce je v tuzemském podnikání široce rozšířena, stoupl ze 14 % na 34 %. Obdobné zhoršení vnímání problematiky korupce můžeme zaznamenat např. v Kanadě (nárůst ze 14 % na 30 % či v Austrálii a na Novém Zélandu ze 14 % na 38 %).

„Vnímání korupční situace není jednoznačná záležitost. V některých zemích střední a východní Evropy si vlády korupční problémy uvědomují, přicházejí s opatřeními a v lepším případě je také vymáhají. Ve vyspělých zemích může ale efektivní vymáhání vést k odkrytí reality a zhoršení vnímání korupce,“ dodal Radim Bureš, manažer oddělení investigativních služeb a řešení sporů společnosti EY se zaměřením na veřejný sektor.

Lze podvody ve firmách odhalit?

V otázce, zda se firma stala obětí závažného podvodu v posledních dvou letech, dosahuje Česko i Slovensko překvapivě dobrých výsledků. Evidenci spáchaného podvodu potvrzuje pouze 6 % českých a 4 % slovenských firem. Například v Belgii je to 20 %, v Německu a Dánsku 18 % firem.

Jak respondenti průzkumu vnímají korupci

Následující tabulka uvádí procentuální podíl respondentů průzkumu, kteří považují korupci v podnikatelské sféře ve svém státě/regionu za rozšířený jev. Není-li uvedeno jinak, výsledky se týkají vzorku 50 respondentů z každého státu/regionu.

Otázka: Je korupce ve vašem státě/regionu v podnikatelské sféře rozšířeným jevem?

pořadí 2018	stát/region	% 2018	% 2012	pořadí L4L ¹	pořadí 2012
1	Brazílie	96	84	1	2
2	Kolumbie	94	92	2	1
3	Nigérie	90	72	3	7
4	Keňa	88	76	4	5
5	Peru	82	N/A	N/A	N/A
6	Jihoafrická republika	80	64	5	14
7	Kypr	80	N/A	N/A	N/A
8	Mexiko	70	60	6	15
9	Ukrajina*	70	84	7	3
10	Argentina	68	68	8	10
11	Itálie	68	74	9	6
12	Maďarsko	66	58	10	17
13	Slovensko	66	N/A	N/A	N/A
14	Bulharsko	60	N/A	N/A	N/A
15	Česká republika	56	80	11	4
16	Malajsie	56	44	12	20
17	Filipíny	54	N/A	N/A	N/A
18	Řecko	46	68	13	11
19	Portugalsko	46	N/A	N/A	N/A
20	Saúdská Arábie	46	N/A	N/A	N/A
21	Izrael*	44	N/A	N/A	N/A
22	Litva	44	N/A	N/A	N/A
23	Indonésie	42	72	14	8
24	Indie	40	70	15	9
25	Austrálie a Nový Zéland**	38	14 ²	16 ²	29 ²
26	Blízký východ	38	44	17	21
27	Chile	34	24	18	25
28	Rumunsko	34	30	19	24
29	Velká Británie	34	14	20	30
30	Turecko	32	52	21	18
31	Kanada	30	14	22	31
32	Rusko	28	48	23	19
33	Španělsko	22	34	24	23
34	Belgie	20	10	25	37
35	Francie	20	16	26	28
36	Polsko	20	20	27	26
37	Jižní Korea	18	N/A	N/A	N/A
38	Lucembursko	18	N/A	N/A	N/A
39	USA	18	14	28	32
40	Čína	16	14 ³	29 ³	36 ³
41	Hongkong	14	14 ³	29 ³	36 ³
42	Japonsko	12	14	30	33
43	Irsko	10	14	31	34
44	Norsko	10	14	32	35
45	Singapur	10	4	33	39
46	Rakousko	6	20	34	27
47	Dánsko	6	N/A	N/A	N/A
48	Nizozemsko	6	6	35	38
49	Tchaj-wan	6	N/A	N/A	N/A
50	Finsko	4	N/A	N/A	N/A
51	Švédsko	4	4	36	40
52	Švýcarsko	2	0	37	42
53	Německo	2	2	38	41

¹ L4L = Like for Like – země, které se zúčastnily průzkumu v roce 2012 i v roce 2018

² V roce 2012 se průzkumu zúčastnila pouze Austrálie

³ V roce 2012 Čína zahrnovala rovněž Hongkong

* Ukrajina a Izrael 25 respondentů

** Austrálie 40 respondentů, Nový Zéland 10 respondentů

zdroj: Globální průzkum EY o podvodech a korupci 2018 Integrity in the spotlight – The future of compliance

„Nízký počet odhalených podvodů v českých a slovenských firmách není důkazem vyšší integrity. Naopak ukazuje, že naše firmy stále neumí podvody správně detekovat. Relativně malé náklady na zavedení preventivních a detekčních mechanismů mohou později firmám ušetřit velké prostředky,“ vysvětlil Radim Bureš.

Reakce firem – rozdíl mezi vnímáním problému a konkrétními opatřeními

Naprostá většina firem (až 97 %) považuje za důležité postupovat s vysokou mírou integrity a firmám záleží na tom, aby si toho byli vědomi i zákazníci, což má své opodstatnění. Podniky zařazené mezi „firmy s nejvyšší mírou etiky“

dosahují o 10 % lepších tržních výsledků než průměr. V tom se české firmy neliší od světového trendu, význam integrity uznává 98 % českých respondentů. To výrazně kontrastuje s ochotou neferově bojovat o zakázky. Konkrétní opatření často chybí. Systematický přístup k prověřování rizik vyplývajících ze smluvních vztahů s třetími stranami má pouze 28 % českých a 40 % slovenských firem, oproti celosvětovému průměru 59 %. Podobně podprůměrné jsou i výsledky v sankcionování porušení pravidel ze strany zaměstnanců. Za porušení pravidel sankcionuje zaměstnance jen 46 % českých a 50 % slovenských firem, celosvětově je to pak průměrně 57 %.

(tz)

Chceme, aby vláda pracovala

Zatímco se domácí ekonomika dynamicky rozvíjí, velká politika, zdá se, stále přeskakuje na místě. Podnikatelskou sféru politikaření nezajímá, přeje si však fungující stát. O tom a věcech, které s tímto problémem souvisí, jsme hovořili s prezidentem Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR Janem Wiesnerem.

Co zaměstnavatelé v tuto chvíli nejvíc požadují od státu?

Přejeme si hlavně, aby už se ustanovila vláda, protože naléhavě potřebujeme jednat s partnery v jednotlivých rezortech. Ale v obsazení některých ministerstev stále není jasno, lidé se ještě budou měnit, a podle toho vypadá už řada měsíců pracovní morálka v těchto úřadech. Nikdo nic neřeší, úkoly se odkládají, čeká se na nový vládní program... Podnikatelská sféra však vyžaduje, aby státní správa fungovala. Už se přitom ztratilo hodně času, a navíc se blíží letní dovolené, takže hrozí další odklad jednání.

A co vláda především musí řešit?

Ve všech oblastech vládního programu čeká řada úkolů. V poslední době se často hovoří především o dvou tématech – o zvyšování minimální mzdy a karenční době. Obě záležitosti ohrožují další ekonomický rozvoj a stabilitu podnikatelského prostředí v zemi. Naše stanovisko ke karenční době je jasné: nesouhlasíme s navrhovanými změnami. Jak známo, dosud první tři dny nemoci si zaměstnanec financuje sám. Díky zrušení odvodu na nemocenskou by k tomu měl mít i prostředky. Ke zrušení odvodu zaměstnance na nemocenské pojištění došlo při zavedení karenční doby na základě rozhodnutí Ústavního soudu. Dalších 14 dnů pak povinnost

přechází na zaměstnavatele. Pokud si vzpomínáte, my jsme tento institut nenavrhovali, přišla s ním tehdejší vláda. Nebylo totiž v silách státu, aby svými kontrolními mechanismy zabránil zneužívání nemocenských dávek a nemocnost nesmírně stoupla. Pokud už by se teď na karenční době mělo něco měnit, potom jediné v návaznosti na zavedení elektronické neschopenky. Ministerstvo práce a sociálních věcí slibovalo, že bude fungovat od poloviny letošního roku zkušební a v plném rozsahu od počátku roku 2019. Tím se umožní, aby zaměstnavatel dostal včas informaci o pracovní neschopnosti svého pracovníka. My teď vidíme snahu vše opět hodit na podnikatelskou sféru, ať se postará. Stát od toho chce dát ruce pryč. Přitom úředníků má víc než dost, a měl by tedy sám konat.

Minimální mzda zůstává dalším jablkem sváru v tripartitě. Budou vytvořena jasná pravidla pro její stanovení?

Tématem se bude zabývat červnová Rada hospodářské a sociální dohody. Očekáváme, že vláda k mechanismu utváření minimální mzdy připraví jasná pravidla. Máme představu, že růst bude navázán na vývoj produktivity práce a další ekonomické ukazatele. Slib jsme dostali, tak uvidíme. Jde o minimální mzdu v příštím roce a dalších letech. Současná situace nás znepokojuje z několika důvodů. Nevadí nám, že rychle stoupá odměňování v bezpečnostních a dalších výkonných složkách, ale nelíbí se nám prudké zvyšování platů úředníků. A ještě k tomu plošně. Považujeme to za špatné populistické a nesystémové řešení. Ano, ve firmách jde vývoj mezd taky strmě vzhůru, ale tam musí být

a je podložen hospodářskými výsledky. Každý podnikatel musí na mzdy vydělat. Silné podniky nemají většinou problém lidi dobře zaplatit. Ale ti, kteří vystupují jako subdodavatelé, pracují ve mzdě, se dostali mzdovým tlakem na hranu přežití. Proto taky voláme i po větším sepečí výzkumu s praxí a větší spolupráci výzkumných pracovišť s podniky, pro daleko větší podporu aplikovaného výzkumu. Budou-li mít



Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

naši výrobci vlastní produkt, budou moci určovat jeho cenu a bude se jim pak ekonomicky lépe dýchat. Musí dojít k restrukturalizaci výroby s vyšším podílem přidané hodnoty.

Po každé nastupující vládě požadujeme změny v celém vzdělávacím systému od základních přes střední až po vysoké školy. Víme, že reformy nejsou záležitostí jednoho dvou let, když se u nás tak dlouho vůbec nic nedělo. Podpora přípravy kvalifikovaných pracovníků v požadovaných oborech je pro udržení a rozvoj ekonomiky nezbytná. Zatím však neustále per-

sonální změny na ministerstvech jen řešení odhalují, a není to jen na MŠMT, ale i na většině dalších ministerstev. Přijímají se provizorní opatření na zmírnění nerovnováhy na trhu práce, spoléhá na dovoz cizích zaměstnanců. Ale nedovedu si například vůbec představit, že se menší firmy vydají do světa, kde v zemích s jinou kulturou budou hledat vhodné pracovníky. Je tedy zásadním úkolem vlády a státní správy konečně realizovat slibované reformy jak školství, tak zjednodušením daňového systému, mnoha slibovaných zákonů, např. týkajících se výstavby infrastruktury a dalších, jež ovlivňují konkurenceschopnost našich firem.

Moc důvodů ke spokojenosti nemáte. Co byste naopak pochválil?

Je jasné, že stát prostě nefunguje. Chybí mu jasná hospodářská strategie, aby mohl řešit problémy, například v souvislosti s demografickým vývojem a potřebou výrobních podniků s předstihem, a ne hasit požáry, když je pozdě. Na druhou stranu musím vyzdvihnout komunikaci v regionech. Máme za spoluúčasti Svazu průmyslu a dopravy ČR i Hospodářské komory ČR spolupráci s krajskými tripartitami. S krajskými úřady, s hejtmany, lidmi z úřadů práce i školských odborů, zdravotních i dopravních odborů spolupracujeme na konkrétních úkolech a potřebách průmyslu a služeb v daném místě. Velice proto oceňujeme hejtmany a jejich spolupracovníky, kteří mají snahu konstruktivně jednat a řešit společně se zaměstnavateli a podnikateli hlavní problémy, což se samozřejmě projeví ve spokojenosti občanů a ekonomickém růstu.

rozhovor připravil Pavel Kačer

SAPELI má za sebou rekordní rok

Společnost SAPELI, jednička na českém trhu interiérových dveří a zárubní, má za sebou rekordní rok. V roce 2017 se obrát firmy vyhouplul na 990 milionů korun a zisk EBITDA dosáhl 78 milionů korun. Ve svých závodech v Jihlavě a v Polné vyrobila na 300 000 kusů dveří a zárubní a zaměstnala 363 lidí. Celý loňský rok se nesl ve znamení zásadních investic. Díky akvizici brněnského zpracovatele skla SiO2 získala společnost SAPELI vlastní výrobu celoskleněných dveří a stěn, investice do výrobních technologií dosahovaly 50 milionů korun. Letos bude SAPELI v modernizaci výrobních kapacit pokračovat, a to s plánovanou investicí 80 milionů korun.



„Výsledky hospodaření za loňský rok potvrdily správnost nově nastaveného směřování společnosti, které nastalo po změně majetkové struktury v roce 2016. Z hlediska obrátu jsme největší výrobce dveří a zárubní v České republice s 34% podílem na českém trhu, což je v širokém zástupu konkurenčních firem velmi pozitivní výsledek. Díky akvizicím patří do koncernu SAPELI nyní deset dceřiných firem, a to včetně brněnského výrobce a zpracovatele skla SiO2, další v letošním roce přibudou,“ uvedl Ing. Václav Bradáč, generální ředitel SAPELI.

Investice v celkové výši 50 milionů korun mířily v roce 2017 do závodu v Polné, kde bylo

potřeba modernizovat část starších strojů. Rozšířena byla technologie na povrchové úpravy bílých dveří o technologii navalované barvy, pořízen byl nový olepovací stroj na hrany dveří. Investovalo se také do zakázkové výroby na míru a výroby dveří se speciálními vlastnostmi.

Klíčovým krokem se stal majoritní podíl v brněnské společnosti SiO2. „Díky této akvizici jsme získali vlastní výrobu celoskleněných dveří a stěn v rámci sortimentu značky SAPGLASS. V tomto segmentu vidíme obrovský potenciál, a to jak v soukromých, tak v komerčních projektech. Rozšířili jsme nabídku o nové vzory, nová technická řešení, a nadále ji chceme rozvíjet,“ komentoval Václav Bradáč.

Největší zájem v uplynulém roce projevil zákazníci o bílé dveře, které svou univerzálností tvoří obecně třetinu trhu. Mezi nejpopulárnější dekory dále patří dub sukutý, borovice šedá a borovice bílá.

I v letošním roce počítá SAPELI s významnou modernizací výroby, proinvestovat plánuje 80 milionů korun především do závodu v Polné. Na jaře proběhla další rekonstrukce jednoho z největších SAPELI Center, v Praze na Černém Mostě, které je třetí v řadě s novým designem a prodejním konceptem přívětivějším pro zákazníka. Prodejna nově nabízí ukázkou celoskleněných stěn a skleněných dveří SAPGLASS a samozřejmě nejmodernější dveře ve skrytých zárubních a pouzdech. Na podzim 2018 představí SAPELI zcela nový koncept prodeje prémiového segmentu.

(tz)

INZERCE

ČESKÉ SKLO

Willesd

Metroline

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

Agentura CzechTrade pomáhá při vstupu na zahraniční trhy nejen velkým českým exportérům, ale její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné také malým a středním firmám, aby i ony mohly v cizině uspět.

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

Krásné české sklo zase září v Londýně na Oxford Street.

Lukáš Polák, Clartés Bohemia

CzechTrade EXPERT NA VÁŠ EXPORT

www.czechtrade.cz



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Jak na kvalitu potravin ve prospěch spotřebitele: spolupráce odborníků, úvahy o GMO i výměna zkušeností

Geneticky modifikované organismy, o nichž se v současnosti hovoří víc než kdy jindy, představují pro současnou civilizaci dvě možné cesty. Někteří tyto produkty rostlinné či živočišné říše vidí jako směr k dostatku kvalitních potravin pro celou planetu, jiní v nich spatřují hrozbu. A jaký postoj k nim zastává česká odborná veřejnost? To bude jedním z témat konference From Farm to Fork (Spolupráce zainteresovaných stran v potravinovém řetězci ve prospěch spotřebitelů) pořádané Českou společností pro jakost ve spolupráci s Agrární komorou ČR, Potravinářskou komorou ČR a Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR. Konference bude uspořádána pod záštitou ministra zemědělství České republiky Jiřího Milka 5. června 2018 v Praze v sídle České společnosti pro jakost.

Odborníci se ve svých názorech na GMO rozcházejí. Někteří vidí rizika. Tvrdí například, že geneticky neupravované organismy mohou být při pěstování poblíž GMO kontaminovány jejich genofondem. Mohou být problematické z hlediska rezistence vůči antibioteickým látkám, což by mohlo mít zásadní důsledky pro lidské zdraví. Takové geneticky modifikované organismy by však dnes neměly být pěstovány, jelikož zákon přesně vymezuje jaké a za jakých podmínek se v zemědělské výrobě objevit mohou. Otázkou do diskuze zůstává jejich případný alergenní vliv, nicméně v současnosti podléhají GMO daleko přísnějšímu testování na vyvolávání alergických reakcí, než je tomu u plodin, do jejichž DNA zasáhlo nebylo. Paradoxně se tak ukazuje, že některé GMO jsou v tomto ohledu pro lidský organizmus šetrnější. Odpůrce znepokojuje také to, že každá

evoluce u jednoho druhu s sebou přináší i tu u jiného. Nepřinese genetická modifikace plodin například odolnější škůdce? Nové choroby? Nezdevastuje další ekosystémy? Nepromění ráz Země?

Lidstvo čelí mnoha problémům a jedním z nich je nerovnoměrná distribuce potravin – ať už k tomu dochází kvůli vlivům klimatickým, politickým, ekonomickým. GMO by mohlo být jedním z řešení, jak mít na planetě potravin dostatek. Díky zásahu do genomu plodin mají vyšší výnosnost a upravuje se údajně rovněž jejich imunitní systém, který lépe odolává nejrůznějším nemocem – například plísňovým onemocněním, jež mohou zcela zlikvidovat úrodu. Proto by nemuselo být nutné používat tolik pesticidů, fungicidů a herbicidů, čímž by se mohla také rapidně zlepšit kvalita půdy, alespoň takovým směrem se některé úvahy vedou. Klesla by produkce i obsah toxických látek, jež jako rezidua v přírodě i hospodářsky obdělávané krajině mohou přetrvávat.

V GMO se může zvyšovat obsah požadovaných látek díky využití sofistikovaných biotechnologií. Prodlouží se pravděpodobně životnost takových organismů a trvanlivost plodin. Může být upravována jejich kvalita, například odstraněním alergenů či toxických složek. Další z výhod spočívá v tom, že implementací konkrétních genů se zemědělské rostliny přizpůsobují na míru určitým klimatickým oblastem a rostle jejich schopnost přežít a plodit i v nepříznivých podmínkách. To je jeden z významných argumentů, zvláště nyní, kdy se nám před očima mění planeta – na území České republiky dochází ke ztenčování zásob povrchových i podpovrchových vod, ubývá pravidelných srážek, prodlužují se období sucha, půda při prudkých a krátkých lijácích, jež nemají čas se vsřebat, podléhá erozi. Jak tedy or-

ganizmy učinit odolnější? Negativní vliv GMO nebyl zatím jednoznačně prokázán. Tato biotechnologie je však zatím stále velmi mladá a krátce využívaná. Jako každá lidská aktivita přináší řadu důsledků, jež bude možno hodnotit až s časovým odstupem.

Certifikace „Bez GMO“

Česká společnost pro jakost je jako jeden z mála certifikačních orgánů oprávněných nově certifikovat „Bez GMO“. Výrobci a distributoři potravin certifikací prokazují, že dodávané produkty nebyly vyrobeny z komponent obsahujících genetickou modifikaci GMO. Toto dobrovolné certifikační schéma vytvořil Spolek pro krmiva a komodity. Kontrola a certifikace probíhá v celém řetězci, od produkce použitých osiv, pěstování obilovin, olejnin a jiných surovin a výroby krmných směsí přes přepravu potravinářských surovin až po zpracování jednotlivých potravinářských produktů.

Od legislativy a drobných dodavatelů až po školní stravování

Program konference bude více než pestrá mozaikou faktů, názorů, prezentace výsledků a zkušeností. Pomůže rozkrýt žhavá témata, jakými jsou například výživa člověka, možnosti kvalitního stravování a cesta k jejich naplnění, zdravý životní styl, úskalí výroby jakostních potravin a snahy zavádět do praxe nejnovější poznatky vědy a výzkumu. Čerstvé informace získají účastníci od představitelů Ministerstva zemědělství ČR, a to například k novinkám v legislativě. Dalším tématem budou závěry výzkumu nad používáním značek v potravinářství. Čerstvé zprávy představí Úřad pro potraviny Ministerstva zemědělství ČR a Informační centrum bezpečnosti potravin. Na pořadu budou české cechovní normy



a jejich komerční uplatnění stejně jako regulace a její dopady na kvalitu potravin. Za neméně atraktivní lze považovat zjištění dozorové činnosti Státní zemědělské a potravinářské inspekce. Na pořad se dostane novela zákona o potravinách a její dopady na činnost potravinových bank či téma potravinový odpad z pohledu diskontního řetězce. Odborníci z praxe pohovoří o zkušenostech se zaváděním standardu bez GMO a o produkci komodit a krmiv dle systému GMP+ jako základu pro bezpečnost potravin.

Jak přistupují obchodníci ke kvalitě potravin, to zprostředkuje analýza soutěže Diamantová liga kvality. Hovořit se bude také o tom, co je to značka Česká chuť či jaký význam mají drobní dodavatelé pro obchodní řetězec, či o malých značkách s lokálním příběhem. Připraveny jsou postřehy k bezpečnosti potravin z pohledu práva ve spotřebním družstevnictví. Své místo v kvalitě potravin má rovněž školní stravování, jemuž se bude věnovat závěrečná přednáška.

Veškeré další informace najdete na farmfork.csq.cz.

Kateřina Šimková

Hospodářský růst mění nákupní zvyklosti Čechů

Tržby v českém maloobchodě rostou nejrychleji za posledních deset let. Důvodem je zejména aktuální rekordní výkonnost tuzemské ekonomiky a spolu s ní i nákupní a spotřební chování obyvatel. Průběžně se zvyšuje počet lidí, kteří neupřednostňují nejlevnější zboží, ale jsou ochotni si připlatit za kvalitu. Dochází také k růstu internetového prodeje u technického nepotravinářského zboží a Česko se stává v oblasti online retailu velmocí.

„Tuzemští zákazníci jsou optimističtější, a tím pádem se nebojí více utrácet. S tím samozřejmě souvisí i spotřebitelská důvěra, která dosahuje historického maxima. Hodnoty pro Českou republiku jsou aktuálně vyšší, než je průměr Evropské unie, a dokonce i Německa,“ uvedl Ladislav Csengeri, GfK Consumer Panel Director CZ & SK, a dodal: „Výdaje domácností za rychloobrátkové zboží vzrostly v meziročním srovnání o 5 %. Na tento vývoj má částečný vliv i inflace. Největší část nákupního koše představují výdaje za čerstvé a chlazené zboží. Podíl této kategorie posiluje kvůli vyšší průměrné ceně. Nejvyšší část výdajů domácností utrácejí v hypermarketech. Dlouhodobě rostou výdaje v diskontních prodejnách a supermarketech, a to na úkor malých prodejen.“

Poslední dva roky klesá v Česku průměrná frekvence nákupů. Loni jejich počet činil 337, což je o dva provedené nákupy méně v porovnání s rokem 2016. Naopak stouply výdaje na jeden nákup. Češi utratili v loňském roce za

průměrný nákup 241 korun oproti předloňskému 228 korunám. Roste i podíl privátních značek. V roce 2015 jejich zastoupení činilo 20,7 %, v loňském roce to bylo už 21,2 %. Přesto má Česká republika stále nižší podíl privátních značek než okolní státy s výjimkou Polska. Češi už tolik zboží nenakupují v promo akcích, slevová spirála tedy ubírá na intenzitě. Po dlouhodobém nárůstu do roku 2015 začal totiž promoční podíl v posledních dvou letech klesat. Zatímco předloni rodiny zaplatily 46,7 % výdajů na rychloobrátkovém zboží

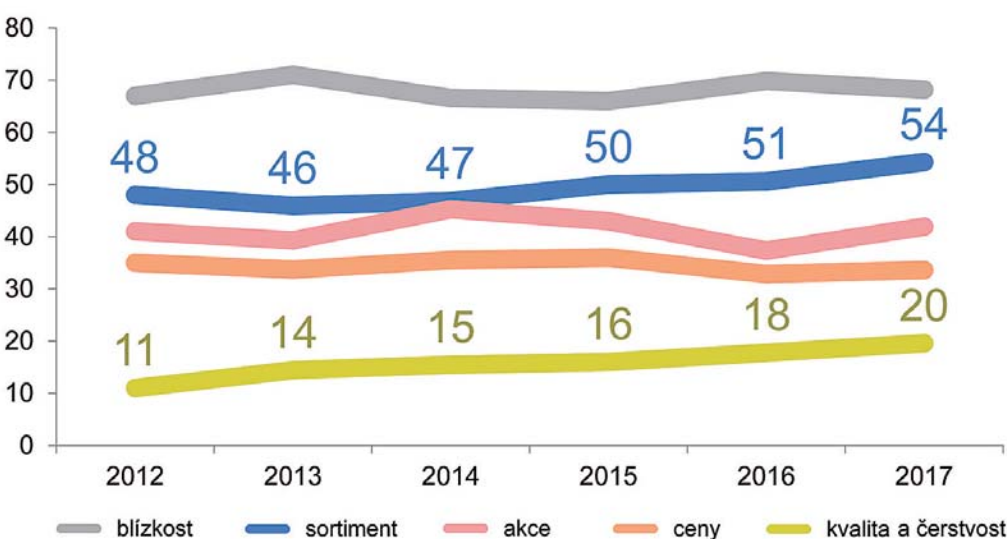
v promočních akcích, loni to bylo už jen 46 %. „Zlepšující se ekonomická situace a rostoucí důvěra spotřebitelů ovlivňuje i jejich nákupní rozhodnutí. Stále větší význam má kvalita potravin, jejich čerstvost a příjemný a pohodlný nákup. Koncem roku 2017 si už 20 % zákazníků vybíralo prodejnu potravin podle kvality výrobků – dvakrát víc než o pět let dříve. S důrazem na kvalitu se mění i role „českého původu“ potravin – „českost“ potravin je důležitá již pro 64 % vysokoškoláků. Mladší nakupující mění své nákupní chování i díky změnám v ži-

votním stylu. Stále běžnější je jídlo po cestě jako občerstvení, v zaměstnání a podobně. Tomu odpovídá i vyšší podíl nákupů, které jsou zaměřené na konzumaci mimo domov – mezi millenials dělá takové nákupy přes 50 % nakupujících,“ řekl Zdeněk Skála, GfK Retail Director CZ.

„Česká ekonomika šlape, a to i díky tomu, že celý systém je postaven na rovnováze. A právě obchodníci jsou důležitou součástí této rovnováhy. Proto mě znepokojují navrhované změny, jako je zavedení povinné výše marží, omezení promo akcí nebo povinnost procentního podílu českých potravin v nabídce řetězců. Tyto snahy totiž mohou způsobit zvýšení cen potravin v Česku, zkomplikovat jejich dostupnost a zúžit výběr. Zkušenosti z minulosti nám potvrzují, že ztrátou rovnováhy na trhu utrpí největší škodu vždy koncový zákazník,“ konstatovala Marta Nováková, prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky.

„V oblasti nepotravinářského zboží technického charakteru měření GfK potvrzuje trend trvale rostoucího podílu internetového prodeje. Ten v Evropě za posledních 5 let vzrostl z 15,2 % (v roce 2012) na 24,1 % (2017). Česko je v oblasti online retailu rozhodně velmocí – v loňském roce u nás proběhlo na internetu dokonce více než 43 % prodejů technického zboží konečným spotřebitelům, čímž jsme na evropské špičce – až s odstupem následují Nizozemí (35 %), Slovensko (34 %), Velká Británie (33 %) či Německo (29 %),“ informoval Tomáš Drtina, Managing Director GfK CZ&SK. (tz)

Podle čeho jste si vybral/a prodejnu, ve které nakupujete potraviny? (v %)



DZ Dražice proniká na americké trhy

Společnost Družstevní závody Dražice, největší český výrobce ohřívačů vody, dosáhla v minulém roce celkového obrátu 1,4 miliardy korun. Téměř 30 % jejich tržeb tvořil export na zahraniční trhy, který se za poslední desetiletí ztrojnásobil – až na aktuálních více než 400 milionů korun. V rámci dalšího posilování své pozice v zemích EU, Rusku nebo v Severní Americe se firma pravidelně účastní mezinárodních veletrhů zaměřených na technická zařízení budov, zdroje vytápění a ohřev vody. Zde prezentuje především kombinované a nepřímotopné bojler pod značkou DZD, o které je v zahraničí největší zájem.

Družstevní závody Dražice vyvážejí ohřívače vody do téměř 40 zemí světa, mezi kterými zaujímají nejvýznamnější pozici země Evropské unie, Rusko nebo Ukrajina. Své postavení na

dominantních trzích posilují nejen tím, že poskytují svým zákazníkům stále kvalitnější a dostupnější servis a technické poradenství, ale také pravidelnou účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách.

„Při výběru odborných veletrhů se snažíme pokrýt opravdu široké spektrum zemí, abychom zde přímo podpořili své exportní aktivity. Naši prezentaci na výstavách proto řešíme průběžně a reagujeme na vhodné příležitosti, které nám zvolené zahraniční trhy skýtají. Mezi nejvýznamnější mezinárodní veletrhy, kterých jsme se letos zúčastnili, patří AHR v Chicagu a Aquatherm v Moskvě (= prestižní americká a ruská přehlídka technických zařízení budov, zdrojů vytápění či sanitárního zařízení a klíčová platforma pro sdílení žhavých novinek výrobců z celého světa). Dále jsme své výrobky prezentovali na veletrzích Water & Heat v běloruském Minsku a Namu Pasaulis v Kaunasu – litevské období če-



DZ Dražice na veletrhu v Moskvě a Minsku

ského veletrhu For Habitat zaměřené na bydlení, interiérové vybavení a design. A v květnu se chystáme navštívit kyjevský Aquatherm a výstavu Expo Frio Calor v Chile,“ uvedl David Benda, ředitel zahraničního obchodu Družstevních závodů Dražice, a dodal: „Právě vstup na některé

zámořské trhy – např. v Chile – považujeme za velkou výzvu. Zdejší trh je totiž velmi specifický zcela jinou mentalitou místních obyvatel i technickými odlišnostmi v elektrickém a instalátérském připojení, s nimiž by se mělo počítat již při vývoji jednotlivých výrobků dovážených z Evropy. Každý exportér se tak musí na tamější standardy pečlivě připravit.“

Družstevní závody Dražice vyvážejí na zahraniční trhy především závěsné nebo stacionární modely nepřímotopných a kombinovaných ohřívačů vody. K nepřímotopnému zásobníku (např. OKC NTR/HP) je vždy nutné připojit prostřednictvím výměníku externí zdroj energie, kombinované ohřívače vody (např. OKC NTR(R)/BP) zajišťují ohřev elektrickou energií, nebo, v případě jejího výpadku, pomocí druhého zdroje tepla napojeného na výměník. Tím může být u obou typů ohřívačů vody kotel na tuhá paliva, solární kolektory nebo tepelné čerpadlo. (tz)

Průmyslové firmy tíží nízká jazyková vybavenost potenciálních zaměstnanců, velcí exportéři ze svých nároků slevovat odmítají

Jazyková vybavenost potenciálních zaměstnanců je jedním z problémů, kterým musí v současnosti čelit české průmyslové firmy. Kvůli situaci na trhu práce jsou tak často nuceny slevit ze svých nároků. Především významné exportní společnosti to s ohledem na celosvětovou konkurenceschopnost odmítají. Podle odborníků lze současnou situaci řešit především dlouhodobými změnami ve vzdělávacím systému. Firmy však čekat nemohou a umožňují svým zaměstnancům alespoň jazykové kurzy.

V českých průmyslových firmách využívá cizího jazyka v průměru zhruba polovina zaměstnanců. Může přitom jít o aktivní znalost na každodenní bázi nebo pasivní využití například v podobě čtení technické dokumentace. Se současnou velmi nízkou mírou nezaměstnanosti se však společnosti musí vypořádat s tím, že na trhu práce není dostatek jazykově kvalitně vybavených zájemců o práci. „Firmy musí snižovat své nároky na jazykovou vybavenost zaměstnanců. Pokud mají v jednání člověka, který splňuje důležitá kritéria na technické znalosti a zkušenosti a je pro danou firmu motivovaný, jsou zaměstnavatelé často ochotni zvážit jeho nižší jazykovou vybavenost,“

řekla Darina Wiedermann Janíčková, jednatelka personální agentury Talentica.cz orientující se na nábor technicky zaměřených pracovníků.

Nutnost snižovat své nároky však není v českém prostředí železným pravidlem. Obzvláště firmy, které výrazně cílí na export, dělají vše pro to, aby zůstaly konkurenceschopné v celosvětovém měřítku. Jedním z příkladů je brněnský koncern ZKL zabývající se výrobou ložisek, který své výrobky vyvážejí do více než 70 zemí světa. „Nemůžeme si žádné úlevy v tomto směru dovolit. Tlak obchodního trhu je obrovský, a pokud bychom začali pokulhávat v oblasti komunikace, konkurence by toho jistě využila,“ řekl personální ředitel koncernu Rostislav Brodecký. Jeho pohled do jisté míry sdílí i Bohunka Žáková, personální ředitelka společnosti Enbra, která se zabývá výrobou otopné a chladicí techniky. „Zaměstnanec v průmyslové firmě by měl cizí jazyk ovládat na co nejlepší úrovni, pokud to vyžaduje charakter jeho pozice,“ uvedla. Znalost cizích jazyků přitom společnosti vyžadují především u obchodnických pozic a u středního a vyššího managementu. „Ovládnutí anglického jazyka je dnes obzvláště u vedoucích pozic nezbytné. Manažeři by měli angličtinu ovládat minimálně na úrovni C1, drtivá většina Čechů ale prokazuje spíše průměrné znalosti jazyka na úrovni A2 až

B1,“ upozornil Radek Stavinoha, generální ředitel Vysoké školy Ambis.

Zaměstnanci v průmyslových firmách cizí jazyk nejčastěji používají v komunikaci se zahraničním klientem nebo při komunikaci s mateřským závodem v zahraničí. To je případ také společnosti Rieter CZ, která se zabývá výrobou zařízení pro textilní průmysl. „V našem případě je znalost cizího jazyka naprosto nezbytná. Samozřejmě bychom rádi přijímali výborné techniky se skvělou jazykovou vybaveností, které bychom upřednostnili před ostatními,“ uvedl personální ředitel společnosti Richard Bednář. Realita trhu práce je však značně odlišná. „Na rozdíl od technických znalostí, které člověk získává roky, se jazyk dá relativně rychle doučit, pokud má uchazeč chuť dále se vzdělávat. Naštěstí tato situace nastává poměrně často. Pokud je tedy přijímaný zaměstnanec především odborník a má slušné základy cizího jazyka, zbytek už společně zvládneme,“ doplnil Richard Bednář.

Průmyslové firmy proto v současnosti řeší zlepšování jazykových dovedností svých zaměstnanců jazykovými kurzy, které samy zaštiťují. Kromě standardní angličtiny se však zaměřují i na jiné světové jazyky. „V současné době máme otevřených celkem šest kurzů v různých úrovních pokročilosti, část z nich se přitom věnuje výuce

španělštiny. Důvodem je především výrazná exportní spolupráce koncernu se zeměmi Latinské Ameriky,“ uvedl Rostislav Brodecký. Odborníci přitom uvádějí, že velkým problémem z hlediska nedostatečné jazykové vybavenosti potenciálních zaměstnanců je současný stav vzdělávacího systému. „Je nutné, aby na potřeby a očekávání průmyslových firem školský systém a stát pružně reagoval. Děti by měly mít již od útlého věku možnost učit se cizí jazyky, zejména angličtinu. Bez tohoto předpokladu se ve znalostech cizích jazyků dál neposuneme a trh práce s tím bude mít dlouhodobě problém,“ upozornila i v souvislosti postupnou digitalizací sekundárního sektoru a nástupem Průmyslu 4.0 Darina Wiedermann Janíčková. Podle ní by zároveň bylo dobré zamyslet se do budoucna i nad výukou těch jazyků, které dnes mohou působit poněkud exoticky. „Jde například o čínštinu. Do budoucna lze tímto směrem odhadovat zvyšující se poptávku. Tento jazyk však v českém školském systému nemá zatím vůbec žádné místo, ani hypotetické,“ uvedla. Tuto myšlenku však už začíná následovat například zmíněný koncern ZKL. „Mladší generace nemá s jazyky problém. Na pozice se nám hlásí i mladí lidé se znalostí čínštiny. Nám už poté zbývá pouze si je patřičně vychovat v našem oboru,“ uzavřel Rostislav Brodecký. (tz)

Baťovské principy nejsou přežitkem, jejich aplikací můžeme posunout své podnikání i dnes

Tomáš Baťa, businessmann s velkým B, se sice narodil před více než sto lety, přesto jeho principy neztrácejí na aktuálnosti a mohou i dnešním firmám pomoci s rozvojem v klíčovách oblastech. Dle odborníků totiž stále mnoho podniků podceňuje vzdělávání svých zaměstnanců či na vedoucí pozice dosazuje manažery, kteří nezažili situace a neřešili problémy, o nichž musejí rozhodovat. V neposlední řadě pak firmám může chybět spojení jejich businessu s lokalitou, v níž podnikají.

Ve světě podnikání je dnes jedním z nejčastěji skloňovaných termínů koncept CSR neboli společenské odpovědnosti firem. „Lidé si pod tím často představují charitativní činnost. Společenská odpovědnost ale není jen o filantropii. Vezměte si třeba úzké provázání firmy s lokalitou, v níž sídlí či působí. Vracet něco komunitě, které je podnik nedílnou součástí, zlepšovat životy lidí ve svém okolí – i to je společensky odpovědné chování,“ vysvětlil Jiří Jemelka, ředitel společnosti J.I.P. pro firmy, jež pomáhá malým a středním podnikům. Budou-li podniky v tomto ohledu hledat inspiraci z minulosti, je pro ně Tomáš Baťa a jeho vztah ke Zlínu a princip podnikání jako služby veřejnosti ideálním příkladem. „Pro Baťu platila zásada, které by se dle mého názoru

měli podnikatelé pevně držet i dnes: peníze ani zisk nejsou to hlavní,“ přidal svůj osobní postoj Stanislav Martinec, majitel firmy KOMA Modular, EY Podnikatel roku ve Zlínském kraji, a dodal, že osobnost Tomáše Bati a jeho úspěch jej nejen inspiruje, ale také mu dodává energii. Stanislav Martinec bude též jedním ze tří řečníků na konferenci MILCON, kde si zájemci budou moci poslechnout nejen jeho příběh, ale i samotného Tomáše Bati v podání herce Gustava Řezníčka. Konference se příznáčně uskuteční ve Zlíně dne 12. června 2018.

I přesto, že další vzdělávání zaměstnanců je dnes poměrně oblíbeným pracovním benefitem, mají v něm mnohé firmy stále rezervy. Často totiž tento rozvoj pojmají příliš úzce: dů-

raz kladou na znalosti a dovednosti přímo spojené s danou pracovní pozicí, přičemž kupříkladu takzvané měkké dovednosti, z nichž může profitovat každý, přehlížejí. I tady se tak nabízí inspirace Tomášem Baťou, jenž se snažil vzdělávat své zaměstnance v řadě ohledů, a šel tak mnohem dál než současné podniky.

„Systém vzdělávání byl ve firmě Baťa komplexní a detailně propracovaný. Pamětníci například vzpomínají, že u Baťů se museli vzdělávat všichni, a nejlépe ve všem. Kromě odborných kurzů, které přímo souvisely s výkonem pracovní činnosti, otvírala firma Baťa i večerní kurzy, které byly orientovány na umění, literaturu, psychologii či komunikaci. Dbáno bylo i na jazykové dovednosti, každý pracovník běžně ovládal dva cizí jazyky. Zvláštní pozornost věnovala firma psychologii, ta byla součástí téměř všech kurzů nabízených firmou,“ popsala vzdělávání ve firmě Baťa Gabriela Culík Končítiková z Nadace Tomáše Bati.

Být svým zaměstnancům lídrem, nikoliv pouhým šéfem. Heslo z moderních podnikatelských příruček? To sice ano, ale i jeden z dalších

nadčasových baťovských principů. Tomáš Baťa si moc dobře uvědomoval, že příklady táhnou, a proto na sobě neustále pracoval a snažil se být pro své pracovníky morálním vzorem. Sám se nechával zaměstnávat v zahraničních firmách, aby získal co nejvíce zkušeností. Praktické zkušenosti požadoval i po svých vedoucích zaměstnancích, protože byl toho názoru, že schopný lídr musí rozumět práci vykonávané svými podřízenými.

„Předpokladem pro získání vyšší pozice ve firmě byla mimo jiné skutečnost, že jste prošel firmou od začátku – tedy od nejnižší pozice po nejvyšší. Toto platilo i pro studované lidi. Cílem firmy bylo, aby se na vedoucí pozice dostávali ti, kteří mají osobní zkušenost s vykonáváním nižších pozic ve firmě a vědí, jaké požadavky mohou, anebo naopak nemohou klást na své podřízené,“ popsala Gabriela Culík Končítiková a Stanislav Martinec ji doplnil: „Baťovi bylo vlastní heslo, že se skutečné podnikání nedá dělat bez vášně a že chcete-li vybudovat úspěšný podnik, vybudujte především své lidi a jděte jim příkladem. To by mělo platit pro všechny lídry bez rozdílu i dnes.“ (tz)

Poskytování IT služeb mění podnikání Konica Minolta

Prudký nárůst tržeb v segmentu IT služeb vedl společnost Konica Minolta ke změně přímého prodeje. V oblasti softwarových řešení dosáhla v roce 2017 obrátu 252 milionů korun a meziročního nárůstu o více než 27 %. V rámci aktuální změny organizační struktury vznikla tři nová oddělení zaměřená na podporu IT služeb a obchodu s inovativními produkty. Největší příležitosti k dalšímu růstu vidí Konica Minolta ve službách spojených s digitalizací dokumentů a řízením firemních procesů, s tzv. bezpapírovou kanceláří, správou IT zařízení u zákazníka nebo v moderních sledovacích systémech.

„Doba, kdy k zajištění fungování společnosti stačil správce IT na poloviční úvazek, skončila. Přizpůsobujeme se aktuálnímu růstu poptávky po našich IT službách, proto specializujeme prodej jak z pohledu oborů, tak i produktů. Už dnes se podílejí IT služby na obrátu Konica Minolta z téměř 15 % a další růst očekáváme i v příštích letech,“ řekl Pavel Štěpán, obchodní ředitel Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodal: „Jednou z nejvýraznějších změn je vznik zcela nového oddělení IT sales. To bude mít na starosti přímý prodej softwarových služeb na míru, podnikových systémů a řešení pro správu a řízení firemních procesů.“

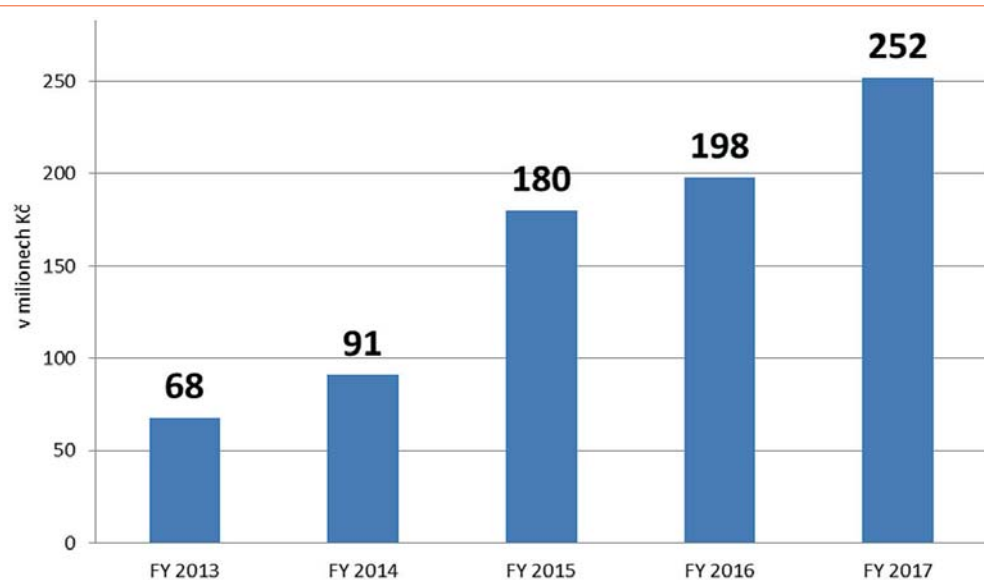
Specializace na konkrétní obory by se měla v nové struktuře Konica Minolta nejvíce projevit zejména v segmentu Key Account. „Velcí zákazníci bývají často první, kteří zavádějí inovační tech-

nologie a nejmodernější IT služby. Většinou až na základě jejich zkušeností přecházejí tyto produkty do běžného užívání v dalších segmentech. Proto chceme nyní poskytovat řešení na míru konkrétním oborům, jako jsou finance, telekomunikace nebo výrobní společnosti,“ informoval Jiří Limburský, obchodní ředitel Key Account Konica Minolta Business Solutions Czech.

Kromě samostatných IT služeb se Konica Minolta soustředí také na rozvoj nových produktů, které v rámci komplexních řešení zahrnují i softwarové nástroje. Nová struktura společnosti počítá s nabídkou těchto produktů především malým a středním podnikům. Řízením tohoto segmentu byl nově z pozice zástupce obchodní ředitele pověřen Michal Vyjádák: „Aktuálně jde zejména o produkty spojené s digitální kanceláří a s efektivním propojením IT infrastruktury. Další zajímavou oblastí jsou zabezpečovací kamerové systémy, u kterých vnímáme významný prodejní potenciál.“

Nově vzniklo také Inovační oddělení, zaměřené na rozvoj interních a externích inovací ve spolupráci se třetími stranami a dále IP (industrial printing) oddělení. To spadá pod segment produkčního tisku a jeho cílem je podpora prodeje tzv. tiskových hlav Konica Minolta. „Jde o novou technologii určenou pro potisk téměř jakéhokoli materiálu přímo během výrobního procesu. Je součástí komplexního řešení průmyslového tisku, které dodáváme, včetně instalace a všech doplňkových technologií a systémů,“ popsal Marcel Loreth, obchodní ředitel divize produkčního tisku

Vývoj tržeb v segmentu IT služeb Konica Minolta 2013–2017



Konica Minolta Business Solutions Czech. Do segmentu průmyslového tisku vstoupila Konica Minolta na českém trhu v loňském roce.

V segmentu IT služeb roste Konica Minolta v tuzemsku již od roku 2013, kdy začala s přeměnou společnosti z dodavatele tiskových řešení v poskytovatele softwarových služeb. „Změna celosvětové strategie se odráží i na podnikání v ČR. V roce 2015 jsme za účelem rozšíření portfolia IT služeb například koupili českou společnost

Webcom. Ve stejném roce pak Konica Minolta otevřela v Brně pobočku jednoho z pěti světových vývojových center zaměřených na rozvoj inovačních technologií,“ dodal P. Štěpán. V návaznosti na silnou roli tuzemského zastoupení v rámci vývoje a prodeje IT služeb v Evropě byl v roce 2016 dohled nad rozvojem tohoto segmentu pro celý východoevropský region svěřen Tomáši Bednářovi, bývalému generálnímu řediteli české Konica Minolta. (tz)

Naprosté minimum prodaných flash disků je zabezpečených

Společnost Kingston zveřejňuje s ohledem na blížící se nástup platnosti nařízení GDPR detaily o prodeji flash disků v České republice za rok 2017. Z údajů vyplývá, že jen zlomek prodaných flash disků všech značek je chráněn proti úniku dat. Přitom ztráta jednoho takového disku může stát firmu jmění.

Společnost Kingston Digital přišla s detaily o prodeji jejích flash disků v České republice a na Slovensku v roce 2017. Podle nich se v minulém roce prodalo 621 635 kusů přenosných paměťových disků značky Kingston a HyperX. Marcin Gaczor, Business Development Manager Kingston pro Českou republiku a Slovensko, odhaduje, že v tomto segmentu je dlouhodobý podíl značky na trhu v obou zemích mezi 40–50 %. Z těchto údajů je tedy zřejmé, že celkově se na obou trzích prodá kolem 1,2 až 1,5 milionu flash disků všech značek za rok. Hardwaro-

vě šifrovaných flash disků přitom Kingston u nás prodal méně než 1 %, přesněji 0,29 %. Vzhledem k tomu, že společnost Kingston je hlavním dodavatelem hardwarově zabezpečených disků na našem trhu, je zcela zřejmé, že je celkový počet těchto zařízení v prodeji zcela minimální. Právě ochrana přenosných paměťových disků je však velmi důležitá s ohledem na blížící se GDPR.



Evropské nařízení GDPR vstupuje v platnost již 25. května 2018. Předpis sice výslovně nenařizuje přesnou úroveň zabezpečení flash pamětí a přenosných médií, uvádí však, že „jedním z prvků zabezpečení osobních údajů je např. jejich pseudonymizace nebo šifrování.“ Pokud se však ztratí nezabezpečený flash disk s daty podléhajícími GDPR, musí firma takový incident nahlásit a hrozí jí velké pokuty. U hardwarově šifrovaných disků, jejichž nejširší portfolio nabízí na českém a slovenském trhu společnost Kingston, je situace je zcela jiná. O výše zmíněných ochranných prvcích nařízení GDPR uvádí, že „...jejich dobrovolné nasazení může správci přinést i zproštění např. povinnosti ohlásit případ porušení zabezpečení osobních údajů subjektu údajů.“

Marcin Gaczor ze společnosti Kingston dodal: „Je až zarážející, jak málo si firmy připouštějí problém, který spočívá v nechráněných flash discích. V západní Evropě je přitom v této oblasti uvědomělost firem úplně na jiné úrovni.

Přesná data sice nemohu uveřejnit, ale procentuální poměr prodeje zabezpečených disků Kingston je v těchto zemích téměř v řádu dvojciferných čísel. Pořízení hardwarově šifrovaných flash disků je přitom ta nejjednodušší věc, kterou může firma udělat pro ochranu dat mimo kancelář. Týká se to samozřejmě i živnostníků, advokátů, lékařů či menších společností. Výhoda hardwarově šifrovaných flash disků je jednoznačná, nikdy nezapomenete data zašifrovat, automaticky se o to stará čip přímo uvnitř flashky. Společnost Kingston má ve svém portfoliu přenosné paměťové disky pro všechny kategorie, od živnostníků až po maximální úroveň armádního zabezpečení.“

Z průzkumu provedeného v roce 2017 ve spolupráci se společností ESET vyplývá, že se se ztrátou nebo odcizením setkala zhruba třetina Čechů. Všechny tyto ztráty jsou tedy tikající bombou pro většinu firem. GDPR změni hodně, co se ale musí změnit nejvíce, je naše zodpovědnost k datům samotným. (tz)

Ve spokojenosti s poštovními službami vedou soukromí přepravci

Uživatelé poštovních služeb jsou podle průzkumu agentury Public Data Research se soukromými přepravci spokojeni více než s Českou poštou. Spokojenost s jejich službami vyjádřilo 87 % dotázaných, zatímco se státním doručovatelem 61 %.

Téměř 60 % dotázaných má také se soukromými doručovateli lepší zkušenost než s Českou poštou (27 %). Nejčastějším důvodem nespokojenosti je situace, kdy kurýr nezazvoní, přestože adresát čeká doma (27,5 %), nejméně často naopak zazněla cena služeb (pouze v 7 % případů). Za rychlost a kvalitu služeb by 83 % respondentů bylo ochotných zaplatit o 10 korun více. To, že je pro zákazníky stěžejní flexibilita doručování, potvrzuje i celoevropská přepravní společnost GLS. Soukromí přepravci, mezi které patří například spo-

lečnosti GLS, PPL či DPD, předstihli v míře spokojenosti u uživatelů poštovních služeb Českou poštu. Spíše spokojených a velmi spokojených se službami soukromých přepravců je celkem 87 % dotázaných oproti 61 % u České pošty. Alternativu za státního doručovatele poštovních zásilek a balíků volí alespoň občas 75 % dotázaných, výhradně Českou poštu využívá jen necelých 6 % respondentů. Se soukromými přepravci má obecně lepší zkušenosti více než dvojnásobné množství dotázaných (59 %) než s Českou poštou (27 %). „Za pozitivními reakcemi zákazníků stojí především flexibilita a rychlost doručování zboží, ale také dílčí faktory, jako je například příjemné vystupování kurýrů,“ uvádí Pavel Včela, ředitel GLS Česká republika, u které průzkum ukázal nejmenší procento nespokojených zákazníků.

Jako hlavní příčinu nespokojenosti respondenti průzkumu uvádějí situace, kdy kurýr neza-

zvoní, přestože na doručení zásilky jako adresáti čekají doma (ve 27,5 % případů). Druhou nejčastější výtka představuje jiný doručovací čas, než který byl mezi kurýrem a adresátem původně sjednán (17 %). Třetí místo potom zaujímá opožděné doručení (téměř 14 %). Naopak nejméně často si dotázaní stěžovali na ceny poštovních služeb, které jako důvod nespokojenosti uvedlo jen 7 % z nich. Připlatit si 10 korun navíc za rychlejší a kvalitnější přepravu zboží by bylo ochotných (spíše ano a určitě ano) celkem 83 % dotázaných. „Lidé na desetikorunu nehlídají, mnohem důležitějším faktorem je pro ně to, zda přepravce drží slovo, jestli se s ním lze rozumně domluvit, ale také zda plní očekávání dlouhodobě, tedy při opakovaném využívání jeho služeb,“ komentoval výsledky průzkumu Pavel Včela.

Zajímavé jsou výsledky průzkumu také u doručování zboží z e-shopů, které je s balíkovou lo-

gistikou neodmyslitelně spjata. Zákazníci v těchto případech využívají soukromé přepravce a Českou poštu téměř stejně často (46,5 % u soukromých přepravců oproti 45,4 % u České pošty).

Zákazníci internetových obchodů v posledních letech s oblibou využívají snadného způsobu doručení i těch nejnemenších věcí až domů. Přepravní služby se proto snaží na měnící se trend reagovat. Stejně tak je tomu i u společnosti GLS, která se v průzkumu umístila ve výtce soukromých přepravců, s nimiž mají zákazníci nejlepší zkušenosti: „V reakci na oblibu Čechů ve využívání malých výdejních a podacích míst rozšiřujeme i síť našich ParcelShopů, kterých bude před Vánoci přes 400,“ uvedl Pavel Včela. Na rostoucí potřebu trhu reaguje česká GLS také stavebním rozšířením centrálního třídícího centra v Jihlavě a otevřením tří nových regionálních dep, jejichž celkový počet tak dosáhne 22. (tz)

Při náboru zaměstnanců může pomoci videokonference

Nízká nezaměstnanost a nedostatek kvalitních a kvalifikovaných zaměstnanců nutí firmy k inovativnímu přístupu k HR a náboru nových pracovníků. Jednu z novinek představuje právě využití videokonferencí. Zatímco pro komunikaci v rámci firmy, spolupráci s dodavateli a obchodními partnery, jsou v prostředí českých firem už celkem obvyklé, právě v oblasti lidských zdrojů a náboru se stávají videokonference efektivním nástrojem.

„Novým fenoménem je využití videokonferenčních řešení při náboru nových pracovníků. Přijímací řízení to velmi zefektivní a zrychlí, kreativní využití nových technologií může být navíc faktorem, který přiláká do společnosti zajímavé a talentované lidi,“ řekl Andrej Hronec, zástupce Lifesize pro Českou republiku.

Využití videokonferencí usnadní nábor nových pracovníků, zefektivní a zlevní přijímací proces. V prvním kole jsou většinou kandidáti posuzováni na základě zaslaného životopisu, a potom kontaktováni telefonicky předtím, než přijdou na osobní pohovor. Obojí se dá také zvládnout v rámci počátečního videorozhovoru, během kterého získá HR manažer o příslušném uchazeči lepší povědomí, než když se ho snaží odhadnout na základě životopisu a reakcí v telefonickém rozhovoru.

Videohovory ušetří čas a náklady nejen firmám, ale i uchazečům o danou pozici, kteří nemusí cestovat a čekat. Navíc zjednodušují koordinaci – hledání společných volných termínů, přesouvání schůzek. To je důležité zejména při výběru kandidátů do manažerských pozic, kteří jsou často velmi vytiženi. Kandidáti na manažerská místa navíc musí splňovat určité předpo-



klady, jako jsou dobré komunikační a prezentační schopnosti, kultivované vyjadřování a zvládnutí komunikačních technologií – takže člověk, který se nedokáže vypořádat s videoaplikací, při přenosu působí nervózně a nepřesvědčivě, neadekvátně reaguje, zřejmě nebude pro vedoucí pozici ten pravý.

„Zajímavým aspektem je také to, že nápaditě využití moderních technologií, jakým práce videotechnologií v náborovém procesu ur-

čitě je, hraje významnou roli při ztraktivnější firmy jako zajímavého potenciálního zaměstnavatele,“ uvedl Michal Novák z Profesie.cz a dodal: „Zkušenosti zahraničních firem ukazují, že především tzv. generace mileniálů, na kterou v současné době firmy při hledání mladých talentů cílí, preferuje zaměstnavatele, kteří jim připadají inovativní, pokrokoví, nezkonstatnělí a používají jim vlastní komunikační prostředky.“ (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Velmi osobní kniha o zdraví

Margit Slimáková

Biz books

Jsmo obyvatelé přepychové části Země. Máme dostatek vody a jídla. Můžeme studovat podle chuti a zájmů, většina z nás si vybírá, co bude v životě dělat. Pokud onemocníme, jsme obklopeni kvalitní dostupnou péčí a blahobytem. Zároveň jsou ale mnozí věčně unavení, přejedení, nespokojení a stále ve spěchu. Může to být jinak? Ano! Univerzální recept nemám, ale nabízím střípky ověřených doporučení a nápadů, jak o sebe v tomto hektickém světě co nejlépe pečovat.

Uvnitř v sobě

Michael Neill

Biz books

Všechny naše životní problémy jsou výsledkem toho, že ztrácíme směr a zamotáváme se do svého vlastního myšlení. Řešením všech těchto problémů je pak najít cestu zpět „domů“. A k tomu vám pomůže kniha Uvnitř v sobě. Každý má totiž uvnitř v sobě prostor, ve kterém je dokonalý, celý, šťastný. Pojďte ten prostor objevit a čerpat z něj!

Neznámí hrdinové mluvili i německy

Martin Krsek

Edice

Ze třinácti milionů obyvatel Československa patřily v prvním dvacetiletí jeho existence více než tři miliony k německé národnosti. Tito českoslovenští občané mluvící německy byli mnohdy ochotni za náš stát a jeho demokratické principy položit i život. Přesto upadly jejich osudy s odchodem Němců z Čech úplně v zapomnění. Patřil mezi ně mj. pobočník Marlene Dietrich, vědkyně z atomového programu Manhattan a další. Jejich neuvěřitelné a dramatické příběhy jsou napínavější než smyšlené thrillery.



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

Léčení firem v krizi

Petr Karásek

Poznejte postupy a nástroje úspěšného interim a krizového manažera, který byl během své více než patnáctileté praxe zodpovědný za řešení podnikových krizí a restrukturalizace řady významných společností. Kniha je na trhu zcela ojedinělá, protože postupy řešení krizí podniků bývají důvěrnou záležitostí právních a poradenských firem.

Projektový management v praxi

Jan Doležal, Jiří Krátký

Řízení projektu je v podstatě řemeslo, má svá pravidla a nástroje. Pokud se s nimi chcete seznámit, je tato kniha skvělou volbou. Řídíte-li menší projekty, naleznete v ní vše potřebné, a až se dostanete k větším akcím, budete mít velmi dobré základy.

Od nápadu k podnikatelskému plánu

Ivana Svobodová, Michal Andera

Autoři vám prozradí, jak přijít na nové nápady, ověřit jejich potenciální úspěšnost a správně sestavit podnikatelský plán. Dozvíte se, jak identifikovat podnikatelské příležitosti, jak si nastavit vhodný business model a jak vést crowdfundingovou kampaň. Poznáte, jak postupovat při tvorbě podnikatelského plánu, na co nezapomenout a jakým chybám se vyhnout.

Umění žít pozitivně

Andy Cope, Andy Whittaker

Šest jednoduchých zásad, které vám změní život. Chcete-li být úspěšní a šťastní, nemusíte se stát někým jiným. Stačí zjistit, co vás těší a v čem vynikáte, a pak to dělat častěji! Kniha je nabitá radami, příběhy ze života, citáty, laskavým humorem i zásadními otázkami.



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

Mezinárodní silniční nákladní přeprava a zasilatelství

Radek Novák a kol.

Kniha je zaměřena především na všestranné potřeby praxe. Řada problémových okruhů se týká nejen mezinárodní silniční přepravy (dopravy) nákladní, ale i přepravy vnitrostátní a v některých případech i osobní. Velká pozornost je věnována například infrastrukturním a suprastrukturním předpokladům, intermodální přepravě, odpovědnosti dopravce, ale také právní úpravě podnikání v dopravě, dohodám o mezinárodní silniční dopravě a přepravě či práci řidičů v nákladní dopravě.

INZERCE



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

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

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

Naše kavárna

J. Tapšíková se vrací

Jiřina Tapšíková se vrací do funkce jednatelky Volkswagen Financial Services v Česku. Nahradila Reinharda Mathieu, který zamířil do Volkswagen Bank GmbH v Německu.

Marketing Asseco Solutions řídí P. Vondráček

Nového šéfa oddělení marketingu hlásí společnost Asseco Solutions. Stal se jím Petr Vondráček s dlouhou praxí na manažerských pozicích v marketingu a financích.

J. Vintř posílil skupinu Packeta

Do skupiny Packeta, majitele Zásilkovny, předsí české společnosti nabízející komplexní logistické služby pro internetové obchody, přišel na pozici group CIO Jan Vintř.

Sponzoring, charita, pomoc

Výročí republiky jako partner České filharmonie

Arcona Capital, přední nezávislý správce nemovitostních fondů na trzích severní a střední Evropy, se zařadila mezi partnery České filharmonie pro novou koncertní sezonu. Symbolicky se tak stalo v roce oslav stého výročí založení Československé republiky. Arcona Capital partnerstvím s nejvýznamnějším symfonickým orchestrem v České republice zároveň navazuje na svůj obchodně výjimečně úspěšný rok 2017. „Dlouho jsme zvažovali, jakým způsobem oslavit letošní kulaté výročí nezávislosti republiky. Nakonec jsme se rozhodli pro hudbu, která v historii země hrála vždy – a to i na cestě k samostatnosti – významnou roli. Jsem hrdý na to, že jsme se spojili právě s Českou filharmonií, jež patří ke světové špičce v interpretaci klasické hudby,“ řekl Guy Barker, výkonný ředitel společnosti Arcona Capital. (tz)

Lego naší legislativy

Ojetiny se valí do Česka

Během prvních tří měsíců letošního roku výrazně rostl počet dovážených ojetých vozidel. Ačkoli růst dovozů ojetin přetrvává již od roku 2015, až do letošního roku tempo růstu postupně sláblo. Letos naopak výrazně zrychlilo. Zatímco loni byl ve stejném období meziroční nárůst „jen“ 4 %, tento rok se podle statistiky Svazu dovozců automobilů (SDA) dovozy navýšily o 10,9 %.

„Bohužel to znamená, že se do České republiky může dostávat ještě více problematických aut ze zahraničí. Samozřejmě nelze říci, že všechny dovážené vozy jsou špatné, avšak kvůli tomu, že u některých lze obtížně ověřit jejich historii, je u nich častější stáčení tachometrů, zatajování havárií či skutečné země původu a řada dalších podvodů. Koupě dovezeného auta bývá pro zákazníky rizikovější než koupě auta českého původu, u něhož lze zpravidla dohledat jeho historii. Podle aktuálních dat SDA se navíc zvyšuje podíl dovezených aut, která jsou starší 15 let, což může mít neblahý vliv na bezpečnost provozu,“ komentuje aktuální trend na trhu ojetin Martin Pajer, ředitel společnosti Cebia.

Podle něj lze také očekávat, že Českou republiku mohou zaplavit ojeté diesely z Německa. V Česku je totiž stále poptávka zejména po ojetých autech na naftu. V prvním kvartálu tvořily takové vozy 61,5 % prodeje. „Spolu s ojetinami z Německa se na český trh může dostat také více aut z jiných zemí, zejména jižní a východní Evropy. U těchto vozidel je vysoká pravděpodobnost, že budou zákazníkům nabízena jako auta s německým původem,“ uvádí dále Martin Pajer.

Dalším trendem prvního čtvrtletí letošního roku je zvýšení průměrného stáčení najetých kilometrů na 116 000. Podíl aut se stočeným tachometrem se však dlouhodobě nemění. (tz)



Exportní cena ocení úspěchy českých vývozců v zemích Blízkého východu

Kterým českým vývozcům se vloni nejvíce dařilo? Kdo uspěl na trzích zemí Blízkého východu? Nejen tyto otázky zodpoví 21. ročník soutěže Exportní cena DHL UniCredit pod záštitou agentury CzechTrade, která podporuje, a hlavně oceňuje úspěchy českých vývozců. Ceny si vítězové tradičně převezmou v kategoriích Malá společnost, Středně velká společnost, Globální exportér nebo Exportér teritoria. Soutěž opět probíhá pod záštitou vládní agentury CzechTrade, která vyhlásí vítěze dalších dvou kategorií.

V kategorii Exportér teritoria si letos převezme cenu firma, která úspěšně vyváží své produkty či služby do zemí Blízkého východu, tedy oblasti zahrnující severovýchodní Afriku, jihozápadní Asii a jihovýchodní Evropu, kterou tvoří státy Bahrajn, Egypt, Irák, Írán, Izrael, Jordánsko, Katar, Kuvajt, Kypr, Libanon, Omán, Jemen, Saúdská Arábie, Sýrie, Turecko a Spojené arabské emiráty.

„V DHL máme jako zakladatelé velkou radost, že Exportní cena DHL UniCredit není jen další v řadě soutěží, kde se dočkají ocenění a výhod pouze vítězové, ale je to místo, kde se setkávají čeští exportéři obchodující s rozmanitými komoditami a různými zahraničními partnery, předávají si své zkušenosti a sdílejí informace, které jim mohou usnadnit vstup na zahraniční trhy. Znat spotřebitele a své potenciální klienty i konkurenci na cílovém trhu je totiž pro úspěch na mezinárodním trhu klíčové,“ řekl obchodní ředitel DHL Express pro region střední Evropy Luděk Drnec s tím, že je nutné, aby firma flexibilně reagovala na nové trendy. „Aktuálně je to především nakupování online a já věřím, že i české firmy dokáží využít obrovský potenciál, který trh mezinárodní e-Commerce nabízí. Jako nejjednodušší a nejlevnější forma vstupu na globální trh je navíc online prodej vhodný způsob geografické diverzifikace exportu, kterou česká ekonomika potřebuje. Také proto se tématu mezinárodního online obchodování budeme věnovat i my na klubových setkáních v rámci soutěže,“ sdělil Luděk Drnec.

Firmy budou opět oceněny v kategoriích Malá společnost s maximálním počtem 50 zaměstnanců a s obrátem do 300 milionů korun, a Středně velká společnost, tedy firma do 250 zaměstnanců a s obrátem do 1,5 miliardy korun. Cena poroty v kategorii Globální exportér hodnotí zejména nárůst exportních destinací v posledních dvou letech. Kategorie Exportér teritoria ocení nejúspěš-

nějšího vývozce vybraného teritoria. Ten bude vybrán na základě míry růstu exportu za poslední rok. „Pro úspěšnou expanzi na zahraniční trhy je stále klíčové zajištění konkurenceschopného financování, ošetření platebních rizik vyplývajících z obchodních kontraktů a nalezení spolehlivých obchodních partnerů. Na blízkovýchodních trzích je neméně důležitá znalost a analýza tamního trhu a národních, respektive kulturních specifik. Firmy, plánující hladší vstup na dané trhy, mohou využít i subvence státu a dobré jméno českých výrobců. Státy v teritoriu Blízkého východu nabízejí obrovský potenciál růstu, především v odvětvích energetiky, petrochemie, zemědělství či v automobilovém průmyslu. UniCredit Bank díky spolupráci s místními finančními institucemi a pobočkou v Abu Dhabi dokáže všechny české firmy podpořit jak finančně, tak svým lokálním know-how,“ vysvětlil Jiří Flégl, manažer strukturovaného a exportního financování UniCredit Bank.

Exportní cena DHL UniCredit se koná pod záštitou agentury pro podporu obchodu CzechTrade. „Zájem českých exportérů o expanzi na zahraniční trhy se zvyšuje. Potvrzuje to mimo jiné i narůstající počet vývozců exportujících do více zemí. Konkrétně do více než pěti destinací exportuje dnes již 69 % všech vývozců. Při vstupu na nové trhy se však exportéři mohou setkat s nejrůznějšími problémy, které se liší teritoriálně od teritoria. Firmy často potřebují pomoci s hledáním vhodných partnerů či s překonáním jazykových bariér, problematická může být i neznalost místní legislativy či obchodních zvyklostí. Exportéři oceňují také analýzy trhů a pomoc při jednání s úřady. Při expanzi do ciziny vždy platí, že si musíte dopředu zjistit maximum informací. A v tom podporuje vývozce CzechTrade. Vloni jsme s podobnými úkoly pomohli téměř 2500 malých a středních firem,“ dodal Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade. Svého nejúspěšnějšího klienta za loňský rok a nejzajímavější příběh uskutečněného exportu ocení agentura ve dvou vlastních kategoriích.

Odborným garantem soutěže je společnost CRIF – Czech Credit Bureau. Kromě poskytování služeb spojených s prověřováním firem v ČR a SR v aplikaci Cribis je cílem skupiny CRIF umožnit klientům rovněž prověřování obchodních partnerů ve světě prostřednictvím mezinárodní služby SkyMinder. Klienti služby získají přístup k vyhledávaným reportům o více než 200 milionech společnostech z 230 zemí a území světa. „Reporty pomohou klientům posoudit finanční bonitu a zís-

kat varovné informace prověřovaných společností díky jednotné struktuře reportů, které jsou k dispozici buď online přímo v aplikaci, nebo offline na vyžádání. Určitě je efektivní se problémem spojeným se špatným výběrem zahraničního partnera, zejména s ohledem na vysoké náklady při vymáhání případných pohledávek, předem vyhnout. Firmy zabývající se zahraničním obchodem by proto měly věnovat prověřování zahraničních obchodních partnerů zvýšenou pozornost,“ popsal Pavel Finger, místopředseda představenstva společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

Pokud se firma rozhodne zaměřit na export, musí počítat s nutností reagovat na celou řadu situací, které vývoz za hranice ČR ovlivňují. „Pro exportéry bude výzvou vypořádání se se silnějším kurzem koruny. Určitou překážku zaznamenáme u našich exportních klientů též ve stagnující zahraniční poptávce. V neposlední řadě je pro exportéry stále překážkou, stejně tak jako pro ostatní podnikatele, vypořádání se s nedostatkem pracovních sil. Přesto se domnívám, že konkurenceschopnost českých firem je již na takové úrovni, že i letošní rok ještě překoná současný historický exportní rekord,“ konstatoval Petr Šíma, partner poradenské firmy NSG Morison.

Mezi úspěšnými exportéry lze pozorovat několik znaků, které jim jsou společné, zejména co se dodržování pravidel pro dosažení úspěchu týká. „Kvalitní analýza trhu, dobře zvolená obchodní strategie, znalost místního prostředí a důkladné zvažování všech rizik. To jsou základní pravidla, která nesmí úspěšný exportér podcenit, pokud chce prorazit na novém trhu a udržet se tam. A když se podíváte na úspěšné české vývozce, tak zjistíte, že naprostá většina z nich se těmito pravidly řídí,“ připomněl člen představenstva a náměstek pro řízení rizik v EGAP Martin Růžička.

„Exportéři se na své cestě za úspěchem musí vypořádat s mnoha výzvami nejrůznějšího charakteru a překonat překážky, které je na této cestě potkají. Jsem velmi ráda, že projekt Exportní cena a také Klub exportérů, který na něj navazuje, poskytuje tuzemským vývozcům prostor pro vzájemné setkávání a spolupráci. Díky naší analýze jsme schopni připravit program vhodný pro určitou skupinu firem, ať již zaměřením na e-commerce – B2B či B2C export, ukázat, jaké příležitosti přináší Blízký Východ, jak zavádět moderní technologie do praxe či se bavit o tom, jak řídit své týmy a motivovat své zaměstnance, či se věnovat dalším aktuálním podnětům (GDPR). Exportní cena a celé aktivity naší firmy již nejsou dílčím projek-

tem, ale komplexním systémem efektivní spolupráce řady podnikatelských subjektů,“ řekla Helena Kohoutová, pořadatelka Exportní ceny.

Kritéria soutěže

Do Exportní ceny DHL UniCredit pod záštitou CzechTrade se mohou přihlásit vývozci, kteří splňují podmínky vlastnictví a hranici minimálního vývozu. Základní hodnocení vývozců vychází z indexu vypočítaného jako násobek meziročního růstu exportu (rok 2016 a rok 2017) a podílu exportu na obrátu firmy. Na základě získaných výsledků jsou společnosti rozděleny do kategorií a je určeno jejich konečné pořadí v soutěži. Soutěže se mohou zúčastnit společnosti se sídlem v České republice, které vznikly před 1. lednem 2016. Obrat firmy je zařazujícím kritériem pro stanovení, ve které kategorii firma bude soutěžit (malá či středně velká firma).

Soutěžní kategorie:

■ **Malá společnost** – kategorie je určena pro malé firmy s maximálním počtem 50 zaměstnanců a s obrátem do 300 milionů korun. Podíl zahraničního vlastníka ve firmě nesmí přesáhnout 49 %.

■ **Středně velká společnost** – kategorie je určena pro středně velké firmy s maximálním počtem 250 zaměstnanců a obrátem do 1,5 miliardy korun. Ani zde nesmí podíl zahraničního vlastníka společnosti přesáhnout 49 %.

■ **Cena poroty – Globální exportér** – v této kategorii je oceněn nejúspěšnější exportér mezi malými a středně velkými společnostmi, u kterého podíl zahraničního vlastníka nepřesáhl 49 %. Hodnotí se zejména nárůst exportních destinací v posledních dvou hodnocených letech.

■ **Exportér teritoria** – kategorie je zaměřena pro exportéry s vývozem do vybraného teritoria. Nejúspěšnější exportér je vybírán podle míry růstu exportu za poslední rok.

■ **Nejúspěšnější klient CzechTrade** – kategorie je určena pro klienty agentury CzechTrade, kteří za poslední rok deklarovali více než jeden úspěšný exportní případ podpořeného vývozu. Hodnotí se celkový objem realizovaného obchodu.

■ **Exportní příběh roku** – kategorie je určena pro klienty agentury CzechTrade. Její konzultanti vybírají klienta s nejzajímavějším příběhem uskutečněného exportu, který může inspirovat další firmy ke vstupu na zahraniční trhy. (tz)

INZERCE



Poslední volná místa – Neváhejte!

elektronická přihláška k účasti: www.bvv.cz/e-prihlaska.msv

1.–5. 10. 2018

Výstaviště Brno
www.bvv.cz/msv



60. mezinárodní strojírenský veletrh
AUTOMATIZACE



11. mezinárodní veletrh obráběcích a tvářecích strojů



WELDING



FOND-EX



PLASTEX



FINTECH

60th MSV



BVV
Veletřhy Brno