

Jsmo ojedinelá a úspěšná síť maloobchodníků v ČR



Jakou perspektivu mají maloobchodní prodejny u nás? Nakolik si dokáží říci o náklonnost zákazníků, proč je to stále zajímavý obor podnikání? Velkou měrou na tyto otázky odpovídá filozofie družstva Eso Market, v jehož čele jako předseda představenstva stojí už desátým rokem Jiří Štorch:

Jakou společnost Eso Market dnes představuje? Jak ji charakterizovat?

Jsmo družstvo sdružující samostatné obchodníky s potravinami. Ti mají dvě možnosti, jak s námi spolupracovat. Buď si mohou koupit členský podíl a stanou se členy družstva, nebo mohou spolupracovat na základě smlouvy. Každý druh spolupráce se trochu liší, podstatné je, že zákazník toto nevnímá. Všichni, ať členové, či pouze smluvní partneři, však mají stejné povinnosti spočívající například i ve férovém jednání a snaze korektně obchodovat, přinášet trhu jisté benefity, na jejichž základě prodejna prosperuje a nabízí prostor, kam se kupující ochotně vrátí. Základ toho, co Eso Market dělá, jsou dvě základní linie: společné dojednávání obchodních podmínek a společný marketing. V takové šíři a s takovými výsledky by to samostatný obchodník nemohl zvládnout. A také se naše družstvo snaží všem spolupracujícím a členských subjektům pomáhat s legislativou, byli jsme u zavádění EET, GDPR apod. Rovněž informujeme o novinách, které se maloobchodního podnikání v oboru týkají, obhajujeme naše zájmy v profesní organizaci Asociace českého tradičního obchodu.

A kdo se může stát členem?

Ve stanovách jasně stojí: členem se může stát jen ten, kdo aktivně provozuje maloobchodní pro-



Jiří Štorch, předseda představenstva družstva Eso Market

dejnu potravin. Představit si pod tím lze vlastně jakoukoli typickou venkovskou či městskou prodejnu, ať menšího, či většího formátu, kam lidé chodí pro základní či specializovaný sortiment.

Třeba i cukrárnu?

Není to typický příklad, ale i cukrárna může být (a takovou mezi námi máme) naším členem či smluvním subjektem. Vždyť i v cukrárnách se prodává káva, čokoláda, víno, oplatky, sušenky, čaj, bonbony, nanuky... Stejně tak se u nás etablovali majitelé řeznictví či pekárny. I v jejich nabídce najdete výrobky, které se běžně prodávají v prodejnách potravin, třeba kečup, hořčice, strouhanka, cukrovinky a další. Ten, kdo s námi chce spolupracovat, si vybere, do jaké kategorie chce vstoupit. Podle toho mu například vyrábí-

me letáky na míru. Nejvyšší skupina má největší, nejobsáhlejší leták, menší prodejny dostávají menší leták a třetí skupinou jsou ti, kteří se obejdou bez letáku s akčním zbožím, kam třeba spadá i příklad cukrárny. Tato kategorie členů či partnerů se spokojí s naší marketingovou podporou ve formě dojednávání obchodních podmínek, leták pro ni nemá až takový význam.

Kolik prodejen spadá pod Eso Market a kde všude je najdeme?

Dnes naše družstvo jedná zhruba za 300 prodejen, a to téměř v celé České republice. Velké množství jich je ve středních, západních a severních Čechách, poměrně silné je Brněnsko. Naopak bílá místa máme na severní Moravě.

pokračování na straně 3

Nezávislý trh čelí konkurenci

Kvalitní české a regionální potraviny, osobní přístup, řada doplňkových služeb a blízkost zákazníkům. Takový je nezávislý český maloobchod, jehož dalších pětadvacet prodejen rozšířilo na nedávném 21. kongresu Samoška v Praze řady obchodů, certifikovaných značkou Tradiční český obchod – Certifikováno.

Certifikát s originální značkou kvality si z rukou Zdenky Juračky, předsedy Asociace českého tradičního obchodu, převzalo dvacet pět zástupců úspěšných prodejen z pěti českých nezávislých maloobchodních sítí a družstev. „Mám velkou radost z toho, jak velký zájem mezi obchodníky certifikační proces vyvolal. Mít po roce a půl téměř stovku kvalitních českých prodejen je rozhodně úspěch. A rovněž cenná zkušenost pro obchodníky, dodavatele i zákazníky. Český obchod má co nabídnout i ve 21. století, to vnímám jako hlavní poselství,“ řekl při slavnostním předávání značky Tradiční český obchod – Certifikováno Zdeněk Juračka. AČTO udílí úspěšným obchodníkům značku od ledna 2017. Za tuto dobu se oceněním pyšní devadesát dva ryze českých prodejen.

Co přesně značka Tradiční český obchod – Certifikováno znamená? V první řadě usnadňuje zákazníkům orientaci na českém trhu a říká jim, která prodejna poskytuje kvalitu služeb, sortimentu i personálu a zároveň ukazuje na české prodejny s českými potravinami. Zejména pokud jde o původ zboží, tedy české potraviny, splňují nezávislé české prodejny požadavek alespoň dvoutřetinového podílu v sortimentu, což je jedno z kritérií pro získání originální značky. „Zatímco zahraniční řetězce dělají humbuk s regionálními koutky, v českých prodejnách představuje regionální produkce velkou část zboží, které byste v řetězcích jen obtížně sháněli. Zákazníci tak mají v certifikovaných prodejnách jistotu, že nakoupí dobře, kvalitně a počecku,“ komentoval situaci Zdeněk Juračka.

Tradiční české obchody se od zahraničních řetězců liší v mnoha směrech. Jsou mnohem pestřejší, od malých venkovských prodejen po supermarkety. Sjednocuje je však osobní přístup k zákazníkovi, příznivé ceny, převážně česká a regionální produkce, široké spektrum doplňkových služeb a znalost místního prostředí. Bohužel, domácímu maloobchodu chybí jaká-

koliv podpora, ať už přímá nebo nepřímá, jak to vidíme v jiných zemích především západní Evropy. Podpora domácích obchodníků a potažmo českých výrobců a jejich produktů má i význam společenský. Podporuje zaměstnanost, potravinovou soběstačnost i domácí ekonomiku. Je tu i rovina ekonomická. Zatímco zahraniční řetězce většinou posílají své zisky domů, výnosy českých obchodů zůstávají v České republice.

Asociace českého tradičního obchodu je historicky první a největší konsolidovaný subjekt, který sdružuje české maloobchodníky z oblasti malého a středního podnikání. V současnosti má AČTO 19 členů z řad českých maloobchodních sítí i českých výrobců potravin. Reprezentuje na 7000 prodejen s 30 000 zaměstnanci, čímž představuje 25% podíl na trhu s potravinami. Hlavním posláním AČTO je hájit zájmy svých členů před trvale nepříznivým působením nekalé konkurence a institucí, ohrožujících další existenci českých obchodů, z velké části zajišťujících obchodní obslužnost venkova. Navíc si zakladatelé dali do vinku hájit vše české, a to znamená i podporovat výrobu a prodej českých potravin u nás. (tz)

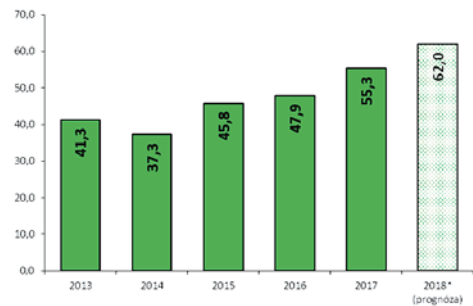
Prognóza stavebního spoření

Asociace českých stavebních spořitelů upravila svou prognózu vývoje sektoru. Důvod? Vývoj počtu nových smluv a objemu úvěrů předčil očekávání. Zatímco AČSS předpokládala, že celkový objem nových úvěrů zůstane letos neměnný, nyní odhaduje dvojnásobný růst. Ještě rychleji bude stoupat podle asociace počet nově uzavřených smluv.

Objem nově poskytnutých úvěrů roste od roku 2015. Vloni podle údajů Ministerstva financí dosáhl 55,3 miliardy Kč. Letos by se tato hodnota měla poprvé od roku 2009 i podle přísnější metodiky ministerstva přehoupnout přes 60 miliard Kč. „Vracíme se do rekordních hodnot z dob útlumu nemovitostního trhu. Stavebko tím potvrzuje, že je univerzálním nástrojem financování bydlení – jak v dobách krize, tak konjunktury. Současná situace mu navíc svědčí – úvěry zajištěné nemovitostí jsou teď u stavebních spořitelů nejvýhodnější na trhu,“ upozornil Jiří Šedivý, tajemník AČSS.

Ještě dynamičtější růst očekává AČSS u počtu nových smluv. V posledních letech přidává stavebko každoročně kolem 450 000 nových smluv, konkrétně v roce 2017 šlo o 426 000 kusů. Letos asociace předpovídá, že tento údaj dosáhne k metě půl milionu kusů, což představuje 17% růst.

Objem poskytnutých úvěrů (mld. Kč)



„Vývoj v prvním pololetí ukazuje, že lidé chtějí naspořit alespoň nějakou částku. Děje se tak i v důsledku zvýšených požadavků na vlastní prostředky při financování bydlení. Proto navýšujeme svou prognózu na letošní rok. Růst zájmu ukazuje, že stavební spoření je stále v kurzu jak na straně úvěrové, tak i vkladové,“ dodal Jiří Šedivý. (tz)

Najdete uvnitř listu

Povinnost zveřejňovat účetní závěrky akceptuje 75 % firem, ale otazníky zůstávají **3**



Kvalita jako výměna zkušeností a inspirace k přemýšlení **5**

Lidé nad 30 let ztrácejí zájem o podnikání, počet mladých podnikatelů naopak vytrvale roste **9**

Staňte se Ambasadorem kvality ČR **12**

Narozeniny, které budou vidět: Mezinárodní strojírenský veletrh slaví šedesátiny **16**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 7. srpna 2018

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

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

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

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, **e-mail:** kaceri@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.cbox@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 inzertem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: S 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 společnostmi Anopress IT, a. s.

ANOPRESS IT
www.anopress.cz

■ s konsorciem Gascontrol Group
www.gascontrol.cz

**Spolupracujeme a hledíme
ta nejlepší řešení pro vás.**

PROSPERITA®
Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
BUSINESS**
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
TIME**
PROSPERITA

www.freshtime.cz

**Změna údajů pro zaslání a odhlášení
ze zaslání časopisu Prosperita a příloh**

Pokud došlo ke změně vašich údajů pro zaslání našeho časopisu (adresa, název společnosti, jméno atd.), můžete nám zaslat žádost o aktualizaci svých údajů na zasilani@iprosperita.cz. Vaše údaje upravíme na správné.

V případě, že o zaslání již nemáte zájem, napište nám svůj požadavek, včetně svých údajů z adresního štítku, na zasilani@iprosperita.cz. Dodávání časopisu poté zrušíme.

Pokud byste potřebovali větší počet výtisků aktuálního vydání, dejte nám vědět alespoň s měsíčním předstihem, rádi vyjdeme vstříc.

S tužkou za uchem

Žádané Česko

Když se nám po listopadu 1989 otevřely dveře do světa, Češi začali nejen cestovat do zahraničí, ale objevovat i cizí zboží, které dříve na domácím trhu nebylo k mání (nebo jen v Tuzexu). Ale poměrně brzy přišli na to, že není všechno zlato, co se třpytí, a že pod lákavým obalem se může skrývat i kdejaký šunt. Po velkém nadšení a hladu po dovážených průmyslových výrobcích i potravinách přišlo vystřízlivění. A netrvalo dlouho, situace se otočila. Lidé si začali vážit značky Made in Czech republic a dávat do domácímu původu přednost před importy z ciziny. Pro české podnikatele to byla dobrá zpráva a není divu, že se situace snažili náležitě využít. A někteří i zneužít, o čemž svědčí mnoho odhalených případů, kdy cizí se vydávalo za naše. Co bude dál? Tak jak se stupňuje konkurenční boj na trhu, bude muset česká kvalita neustále obhajovat svoji dobrou pověst. Zákazník důvěřuje, ale i prověřuje. Dává příležitost všem, kteří to s českou kvalitou myslí upřímně.

Pavel Kačer

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

V červenci zkušenosti zaměstnavatelů

V letošním horkém červenci tiskových konferencí moc nebylo, a jeho předposlední den patřil setkání novinářů na půdě Hospodářské komory ČR v Praze. Téma? Zkušenosti zaměstnavatelů s pracovníky z Ukrajiny, bilancování dvou let od spuštění vládního Režimu Ukrajina. Jak to vše funguje, co se zaměstnaneckými kartami, jak reagují firmy a co dál. Tiskovka s argumenty, fakty a k zamyšlení. Tiskovka plná žhavých otázek. Máme o čem psát.

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**, zakladatelka 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.

Zahraniční poskytovatelé nebankovních úvěrů jsou nejčastěji z bývalého Sovětského svazu

Většina licencovaných poskytovatelů nebankovních úvěrů má českého vlastníka. Mezi zahraničními pak převládají majitelé z bývalého Sovětského svazu, nechybí ani vlastníci z daňových rájů. Informace v červenci zveřejnila společnost Bisnode, která dlouhodobě sleduje vzájemné vazby a propojení mezi ekonomickými subjekty.

Nebankovní poskytovatelé spotřebitelských úvěrů musí mít nově licenci od České národní banky. Povolení poskytovat nebankovní půjčky od ČNB obdrželo 85 firem (stav k 26. 6. 2018). Podnikatelskou základnu z 67 % tvoří společnosti s ručením omezeným a z 26 % akciové společnosti. Nejvíce licencovaných poskytovatelů půjček má registrované sídlo v Praze (72 %) a Moravskoslezském kraji (7 %). Podle databázi Bisnode má nadpoloviční většina,

přesně 50, licencovaných subjektů českého majitele. Významnou, 15% skupinu, tvoří společnosti, které jsou ovládány majiteli ze zemí bývalého Sovětského svazu. Převažují vlastníci z Lotyšska (5) a Estonska (4), zastoupen je i litevský, ruský a ukrajinský kapitál. Necelých 6 % poskytovatelů bankovních úvěrů má majitele z Velké Británie, stejný podíl mají i vlastníci z daňových rájů, Nizozemí a Kypru. U 7 % subjektů nelze z veřejně dostupných zdrojů dohledat majitele.

Největší skupinu, celkem pětinu licencovaných poskytovatelů nebankovních úvěrů (18), tvoří spíše menší společnosti, které vykazují tržby v intervalu mezi 10 a 30 miliony korun. Následují společnosti s obratem přesahujícím jednu miliardu korun (13 %, resp. 11 firem) a dále subjekty s tržbami mezi 5 a 10 miliony korun (9) a firmy s tržbami od 30 a 60 milionů korun (8). (tz)

Novou školu v Líbeznicích staví Metrostav

Přesně 31. července 2018 odstartovala v Líbeznicích stavba nové školy pro děti ze sedmi obcí školského obvodu – Měšic, Baště, Předboje, Nové Vsi, Zlonína, Bořanovic a Líbeznic. Ve veřejné soutěži z pěti nabídek uspěla společnost Metrostav, která by měla školu postavit za nejnižší částku 228 milionů korun.

Celkově si stavba budovy s 20 učebnami, kapacitní kuchyní a jídelnou, včetně projektové přípravy a vybavení nábytkem, vyžádá 238 milionů korun. Jde o společný investiční projekt zmíněných obcí, které tvoří spádový obvod líbeznické školy. Celkem 127 milionů korun přispěje státní rozpočet, 10 milionů korun se podařilo zajistit z rozpočtu Středočeského kraje.

První učebny nové školy by měly sloužit už od září 2019. Celý projekt by měl být dokončen v lednu 2020. „Kapacita nového pavi-

lonu je až 600 žáků ve 20 učebnách, kuchyň a jídelna pro celý areál s výdejem až 1500 jídel denně, zastavěná plocha objektu přesahuje 4000 m². Tyto nové prostory samozřejmě vyžadují adekvátní dopravní obslužnost, proto bude podél školy vytvořena nová komunikace s téměř stovkou parkovacích stání, včetně K+R (Kiss and Ride), a točna školního autobusu,“ sdělil autor projektu architekt David Grulich. Jeho architektonická kancelář zvítězila v loňském roce v soutěži s návrhem jednopodlažní kruhové stavby, která by měla citlivě rozšířit areál líbeznické školy a co nejméně zasáhnout do vesnické krajiny.

„Dohoda všech sedmi obcí je pro nás zcela unikátní úkaz a zároveň závazek,“ řekl k výstavbě školy Vojtěch Kostiha, mluvčí Metrostavu. „Těšíme se na spolupráci s investorem i autorem projektu a doufáme, že nový objekt bude užitečný jak pro děti, tak i rodiče z celého školského obvodu.“ (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
POJIŠŤOVNA, a.s.**

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

partneři:

GRADA

**centrum
andragogiky**

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

odborní partneři:

**ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST**

**ASOCIACE
ČESKÝCH TRADIČNÍCH OBCHODŮ**

SOCR ČR
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

ČMA

KZPS

**ČESKÝ
TRADIČNÍ
OBCHOD**

ČAČTO
ASOCIACE ČESKÝCH TRADIČNÍCH OBCHODŮ

**CZECH
GAS
ASSOCIATION**

**ČESKÝ
PLYNÁRENSKÝ
SVAZ**

**SVAZ KVĚTINÁŘŮ A FLORISTŮ
ČESKÉ REPUBLIKY**

ČM s M

caim

Prosperita vás provází děním v businessu už 20 let!

Povinnost zveřejňovat účetní závěrky akceptuje 75 % firem, ale otazníky zůstávají

Podle mínění více než 75 % firem by podnikatelé měli veřejnosti v zásadě zpřístupňovat účetní informace o svém hospodaření. Většina z nich ale má kvůli zkušenostem nebo obavám ze zneužití finančních informací o kondici podniku konkurenci k rozsahu takto volně přístupných informací v obchodním rejstříku výhrady. Vyplývá to z nového šetření Hospodářské komory ČR mezi jejími členy.

Drtivá většina firem totiž v průzkumu uvedla, že zveřejnění celé účetní závěrky vedlo v důsledku k problémům v jejich podnikání, třeba že firma samotná čelila agresí konkurence, anebo že mají věrohodné informace o tom, že zveřejnění výsledků poškodilo jinou firmu z jejich okolí, popř. připoušťejí, že podobné problémy v praxi nastávají.

V šetření, do kterého se zapojilo 476 respondentů z řad mikrofirem, malých, středních i velkých podniků napříč obory a regiony, většina respondentů (84 %) také sdělila, že finanční informace o firmách ve sbírce listin obchodních soudů sama sleduje. Třetina účastníků ankety se ale setkala s tím, že hledané údaje v obchodním rejstříku nenalezla, popřípadě čtvrtina nalezla jen zastaralé nebo nečitelné informace. Téměř polovina všech firem se také domnívá, že by každá firma měla být operativně informována, kdo si ji lustroval.

Hospodářská komora v souvislosti s novelou zákona o obchodních korporacích z dílny ministerstva spravedlnosti, kterou v červnu projednala vláda a v souvislosti s níž stát vedle vyčištění rejstříku doufá i ve zlepšení disciplíny firem při zakládání účetních dokumentů do sbírek listin obchodního rejstříku, u vybraných sou-

dů a ministerstev zjišťovala, zda je důvod pro to, aby stát vůči firmám přitvzroval. Podle novely by totiž firma, která opakovaně nedodá účetní závěrku, mohla být zrušena bez likvidace.

Hospodářskou komoru zajímalo, nakolik stát využívá současnou právní úpravu a kolik pokut bylo podnikatelům za nesplnění povinnosti zakládat listiny do obchodního rejstříku dosud uloženo. Na základě došlých odpovědí vše ale nasvědčuje tomu, že stát si neprovedl ani analýzu stávajících pokut. Je proto zážející, že receptem na řešení problému není důsledné uplatňování stávajících zákonných možností, ale libivé zvyšování sankcí, aby to u veřejnosti vyvolalo pocit, že stát nalezl řešení. A to přesto, že Hospodářská komora ČR nezpochybňuje smysluplnost samotného vyčištění obchodního rejstříku.

Zmíněná anketa mezi podnikateli v podstatě ukázala, že stávající pokuty není potřeba třeba zásadním způsobem měnit, zejména přihlédne-li se k faktu, že pětina podnikatelů považuje současné sankce za přiměřené a zhruba stejně velké skupiny podnikatelů buď za příliš přísné (celkem 42 % firem), nebo naopak příliš benevolentní (38 %).

V této souvislosti Hospodářská komora ministerstvům a jiným ústředním orgánům státní správy doporučila, aby provedly revizi povinností, které podnikatelům stát ukládá, aby zjistily, zda takové údaje vůbec potřebují. Příkladem je otázka, zda sám stát plošně k něčemu potřebuje tak citlivé dokumenty, jako jsou třeba detailní výroční zprávy a úplné účetní závěrky podniků, a zda je schopen s nimi efektivně pracovat. (tz)

Jsmo ojedinelá a úspěšná síť maloobchodníků v ČR

dokončení ze strany 1

Naše síť je otevřená, a to zejména provozovatelům, kteří to s obchodováním myslí vážně, baví je to a obchod rozvíjejí, přinášejí nové nápady, vylepšují, a o tom, co se na trhu děje, přemýšlejí a snaží se o to, aby jim byl zákazník nakloněn. Platí však, že do naší sítě nebereme každého na potkání. Prodejna člena či spolupracujícího obchodníka musí splňovat jisté parametry kvality a musí obor dobře reprezentovat.

Jak to koresponduje s fakty, že menších zejména vesnických prodejen ubývá?

Prodejen je opravdu stále méně. Konkurence zejména ze strany velkých řetězců je velká, i když si nejsem jistý, že jde vždy o praktiky zcela morální. Drobný obchodník, objektivně vzato, nemá lehkou pozici. Ale má stále příležitost, a to je podstatné. Úplně se mi však nelíbí zúžení diskuze o problematickém přežívání prodejen na vesnicích, protože se domnívám, že ještě daleko horší to mají obchody na okrajích měst, v jejich bezprostřední blízkosti se nacházejí supermarkety.

A proč tradiční české obchody ubývají? Je to z několika důvodů. Jak jsem již zmínil, je velký tlak zahraničních řetězců. Druhá významná je skutečnost, již se říká generační obměna v rodinném podnikání. Ti, kteří začínali na začátku 90. let minulého století, plní nadšení a plánů, si ledacos vyzkoušeli, často to byly nejen úspěchy, a dali svým snům všechno – zdraví, čas, někdy i rodinnou pohodu. Jejich děti takto žít nechtějí, navíc se bojí rizik, která jsou s tímto způsobem života spojená. No a také si uvědomují byrokratickou zátěž, tlak státu, zložitosti předpisů, v potravinářství a prodeji potravin je to snad nejhorší. Udržet mladou generaci v řemesle, motivovat ji, aby v tom, co začali rodiče, pokračovala, je někdy nadlidský úkol.

Na druhé straně je to obrovská příležitost k seberealizaci, experimentování, nacházení vztahu k zákazníkovi, komunikaci, člověk se může rozhodovat, co bude dělat, a co ne...

To určitě. I když najít cestu, jak přežít a jak si věst stále lépe, je rok od roku náročnější. Přesto nejsem pesimista. Pořád se dá vymýšlet něco nového. Ať už zlepšovat kulturu prodeje, měnit sortiment, vychovávat si personál k tomu, aby on byl tím tahounem růstu obrátu prodejny. V obchodě na zaměstnancích nesmírně záleží. Velkou výhodou je, když se prodávající a kupující znají, těší se na sebe, mají si co povědět. Když prodejna nabídně důvěru, kvalitu, čerstvost zboží a svého zákazníka nepodvede, tak má vyhráno. Vždy platilo, že pokud člověka nezklamete, je váš. A klidně si i za zboží připlatí, protože ví, že to dobré si u vás zase bude moci koupit. Dnes už ne každý hledí na cenu, ale více se veřejnost zajímá o kva-



litu, v potravinách to platí dvojnásob, nejen s trendem zdravé výživy. Malé prodejny mají oproti řetězcům výhodu v tom, že svého zákazníka znají, vědí, co kdo potřebuje, jak bývá kdo naladěn, jak se k tomu či onomu člověku chovat. Jeden je hovorný, další si chce nakoupit jen rychle, třetí se zajímá o novinky. Pokud zákazníka neznáte, ničím to nenahradíte.

Ale přesto, někdo se snaží, vymýšlí, výsledky nemá. Co s tím?

Chcete návod na úspěšné podnikání v prodeji potravin v českém maloobchodě? Prozradím jen něco. Pokud máte v okolí konkurenci, nelze bojovat cenou. Stále více se prosazuje specializace. Je třeba přijít na to, jak zákazníka zaujmout, proč k vám, právě k vám, bude rád chodit. Ať jsou to specializované párky a špekáčky v pátek odpovědně, pečivo bez lepků, bio sortiment, pět druhů knedlíků, nebo speciální čokoládové pralinky. Samo sebou se snažit se uchvátit zákazníka velkým sortimentem vajec na vesnici, kde má každá domácnost své vlastní slepice, je nesmysl. Také je potřeba netoužit po rychlých penězích. Musíte mít trpělivost. Rozjezd z nuly chvíli trvá. Problém je totiž v tom, že v menších prodejnách dělají zákazníci malé nákupy, takže se musíte snažit prodat co nejvíce.

Podnikatelský úspěch družstva z těch 20 let na trhu je však zřetelný.

Jsem rád, že se strategie, kterou máme, osvědčuje. Jsme také jako jediní ve stoprocentním vlastnictví maloobchodních prodejen a naše představenstvo tvoří majitelé těchto prodejen, nemáme žádné velkoobchody, žádný centrální management, rozhodujeme sami o sobě. Jsme praktici, kteří na základě vlastních zkušeností vědí, co maloobchod potřebuje, zvládne, unese, a jak v této formě podnikání uspět. Jsme největší síť, která je plně v rukou vlastníků prodejen a děláme jen to, co je pro nás zajímavé.

Před deseti lety se Eso Market vymanilo z područí velkoobchodu, což byl tehdy jediný

možný a správný krok. Byla to jedna z cest, jak dál fungovat. Rozhodovat sami o sobě. Dnes jsme odběratelem potravin s největším odběrem na jedno odběrné místo. Je to mimo jiné i důsledek toho, že přístup k plnění povinností jednotlivých členů či smluvních partnerů je na vysoké úrovni.

A co je klíčem k úspěchu? Jsme schopni přesvědčit obchodníky, aby dělali to, co je pro ně výhodné, i když o tom z počátku nejsou úplně přesvědčeni. Po určité zkušenosti nám dávají za pravdu, jelikož vidí, že jim to přináší výsledky. Také máme minimální fluktuaci, ti, kteří se rozhodli spolupracovat, zůstávají. Přes 90 % jde o české podnikatele.

Může s vaší sítí spolupracovat výrobce, třeba dodavatel vajčků, mléčných výrobků, samostatný farmář, který pěstuje rajčata nebo jablka?

Když usoudí, že bychom pro něj mohli být prospěšní, tak ano. Zejména tehdy, pokud má zájemce svoji distribuci a dokáže zavázat na prodejny podle našich požadavků.

Na koho se obrátit?

Je to velmi prosté. Stačí zavolat, napsat mail s nabídkou, nejlepší je samozřejmě osobní kontakt. Zájemce si může sjednat schůzku, produkt představit. Věci řešíme okamžitě, nemáme žádné schvalovací kolečko, které by se táhlo půl roku, nezatežujeme sami sebe ani dodavatele administrativou a byrokracií. Když to řeknu obrazně: dnes zájemce přijde a zítra může zásobovat naše prodejny. Může jít o výrobce marmelád stejně jako o řezníka s vynikajícími klobáskami nebo producenta tvarohových pomazánek. Smysl spolupráce dodavatele s námi je v tom, že jsme schopni dělat společný marketing, tedy umisťovat nabídku zboží do letáků. Protože 70 % sortimentu dnes prodáváte přes letáky. A kupující se učí i prostřednictvím letáků vybírat zboží s vyšší kvalitou, vyšší přidanou hodnotou. Letáky prostě v České republice fungují, mají nezastupitelné místo.

Také se nám osvědčily v prodejních velkoplošné obrazovky, kam z centrály posíláme spoty o vybraném zboží. Také se vyplácí, když má prodejna svoji facebookovou stránku. Já osobně ji využívám velmi aktivně, připravuji pro své zákazníky různé soutěže apod.

Do menších prodejen chodí i značné množství seniorů. Vyplácí se cílit i na ně?

Rozhodně ano, je to rostoucí skupina obyvatel. Také jsou to lidé počítačově gramotní, kteří se právě třeba na facebooku pohybují velmi čile a mají přehled. Je dobré to mít na paměti a přízně důchodců si velmi vážít.

Být úspěšným obchodníkem tedy znamená...

Musíte mít jasnou vizi, koncept, nebát se a trochu také riskovat. Nespěchat, dobře počítat. Na prodejně nemůžete dělat výkřiky, jednou se pustit do něčeho, za měsíc přejít k úplně něčemu jinému. Maloobchodník potřebuje koncepci a tu naplňovat. Zákazník musí cítit, že se v prodejně něco děje, že to není o dvou rohlicích a deseti deka salámu a třech jogurtech. Prosperující prodejna musí mít svou dynamiku a každým okamžikem usilovat o přízeň kupujícího. Měla by stále něčím oslovovat. Je třeba mít také na zřeteli to, že, ač se to možná bude zdát neuvěřitelné, tradiční trh roste rychleji než moderní obchod. Mít zdravé sebevědomí.

A vyplácí se obchodovat férově, slušně, nesnažit se zákazníkovi prodat to, co bych si já nikdy nekoupil. Je potřeba číst přání zákazníka a to plnit. Cena je svým způsobem až to poslední. Důležitý je vztah váš a kupujícího.

Jste zakládajícím členem družstva?

Ne, to ne, vstoupil jsem se svojí prodejnou ve Štětí do Eso Marketu před patnácti lety a před deseti lety jsem byl zvolen předsedou představenstva. Dříve jsem zastával manažerské pozice, ale v roce 1999 jsem si založil vlastní prodejnu, začal jsem sám v maloobchodě podnikat. Těší mne, že obrát stoupá, zejména v posledních letech, že k nám míří více a více lidí. Co více si přát?

Jakou vlastnost by měl mít dobrý obchodník?

Měl by být především vůči zákazníkovi poctivý, a ten mu pak bude věřit, že mu neudělá nic špatného, a bude k němu chodit rád. Pak je to již zmíněná trpělivost. Obrát nevzroste hned. Vztah se buduje, utváří. No a nezanedbatelný je také obchodnický fištrón, bez něj se neobejdete. Také je nesmírně důležité umět se na obchod podívat očima zákazníka. Dokázat rozpoznat, co se mu líbí, čím ho dobře naladíte. A být srozuměn s tím, že maloobchodní prodej potravin je nejtěžším odvětvím v prodeji vůbec.

ptala se Eva Brixí

Flexibilní parní turbíny podporují provoz obnovitelných zdrojů

Podíl přímé výroby elektrické energie z obnovitelných zdrojů – zejména fotovoltaických a větrných elektráren – v posledním desetiletí stoupl a navýšilo se i energetické využití biomasy. To klade nové nároky i na provoz klasických tepelných a vodních elektráren, ke slovu se tak dostávají technologické inovace. Český výrobce parních turbín Doosan Škoda Power je koordinátorem mezinárodního konsorcia FlexTurbine, které sdružuje 21 průmyslových a akademických partnerů ze sedmi evropských zemí, a klade si za cíl společně vyvinout nové komponenty pro parní a plynové turbíny, jež umožní bezproblémový flexibilní provoz v doposud využívaných elektrárnách.

„Provoz fotovoltaických a větrných elektráren by nemohl být úspěšný, kdyby se klasické tepelné a vodní elektrárny neuměly vypořádat s častými výkonovými změnami či vysokým počtem startů turbíny s krátkými najížděcími časy,“ vysvětlil Luboš Prchlík, ředitel technického úseku Doosan Škoda Power. Dalšími požadavky jsou například vysoká flexibilita provozu, okamžitá dostupnost výkonu nebo zajištění dlouhodobého provozu na částečných nebo minimálních výkonech při zachování vysoké účinnosti a bezpečnosti provozu.

Energetické bloky s lopatkovými turbínami jsou schopny takové požadavky zvládnout jen za předpokladu výrazných technologických inovací. Avšak vzhledem k tomu, že ceny silové elektřiny se v Evropě drží poměrně nízkou, jsou investice do nových zdrojů omezené. „Stávající



Zkušební turbína 10 MW s novým typem lopatkování (Doosan Škoda Power)

zdroje obvykle nebyly projektovány na dnešní způsob provozu, proto je nutné neustále monitorovat a vyhodnocovat životnost jednotlivých komponent v závislosti na reálném provozu elektrárny. Daří se nám navrhovat technická opatření, která prodlužují životnost stávajících zdrojů, a vyvíjet nové metody ekonomicky efektivního zajištění inspekce a servisu,“ konstatoval Luboš Prchlík.

Evropské granty podporují vývoj flexibilních lopatkových strojů

Dlouholetý technologický vývoj v Doosan Škoda Power a spolupráce se zahraničními

partnery vedla ve vytvoření mezinárodního projektu. Konsorcium FlexTurbine, které bylo podpořeno grantem Evropské komise v rámci programu Horizon 2020, výzvy Highly flexible and efficient fossil fuel power plants, se zabývá společným vývojem komponent parních a plynových turbín. Tvoří ho 21 průmyslových a akademických partnerů ze sedmi evropských zemí, včetně světové špičky výrobců parních a plynových turbín (vedle Doosan Škoda Power také General Electric, Siemens, Ansaldo Energia, MAN Turbo).

Český tým se například v oblasti aeroelastických nestabilit zaměřil na výzkum tzv.

flutteru. „Ten spočívá ve škodlivém přenosu energie proudící páry do lopatkové mříže, vzniku rezonance a rozvoje mechanického poškození lopatkování turbíny,“ vysvětlil Luboš Prchlík.

Podporu sítě zajišťují malé stroje s kogenerací tepla

Dalším zajímavým směrem, kterým se ubírá energetika (a to zvláště v zemích severní Evropy), jsou dlouhodobě používané teplárenské protitlaké bloky. Obvykle využívají odpadní teplo na ohřev vody. Energetické ztráty takového cyklu jsou minimální a jsou v souladu s programy sledujícími nejnížší možnou uhlíkovou stopu při nakládání s energiemi.

„Novou výzvou jsou bloky schopné plynulého přechodu z plně kondenzačních do plně odběrových provozů. Díky využívání plně odpojitelných turbínových dílů lze dosáhnout stoprocentní funkčnosti na obou protipólech požadovaného řešení, tedy plně výroby elektrické energie či plně dodávky tepla,“ popisal Luboš Prchlík.

Nové prvky parních turbín do jisté míry zastoupí nákladné technologie pro přímé uchování elektrické energie, nebo se stanou jejich součástí. Lze také očekávat rozvoj speciálních aplikací teplárenských strojů a strojů pro výrobu technologické páry v průmyslových provozech. I to může být výstupem spolupráce konsorcia FlexTurbine. Své výsledky představí členové konsorcia na mezinárodní konferenci Turbomachines, která se bude konat 25. a 26. září 2018 v Praze. (tz)

Společnost GLS snížila spotřebu vody a zefektivnila recyklaci papíru

Snížená spotřeba vody o 8,3 % a zvýšení podílu recyklovaného papíru z 3,1 % na 7,3 %. Takové jsou výsledky ekologického úsilí nadnárodního přepravce balíků GLS po meziročním srovnání účetních roků 2015/2016 a 2016/2017. Skupina GLS v současné době zaměstnává již celkem 32 odborníků na životní prostředí.

Společnost GLS v rámci Evropy každý den přepravuje tisíce balíků. S velkým množstvím spokojených zákazníků je ale také spojeno ekologické zatížení. GLS se v rámci svého ekologického programu ThinkGreen snaží negativní dopady balíkové přepravy na životní prostředí minimalizovat. Přepravní společnosti se meziročně podařilo snížit svou spotřebu vody o více než 8 % (ze 114 708 m³ na 105 881 m³) a zároveň o více než 4 % zvýšit podíl recyklovaného papíru.

Přepravce rovněž umožňuje kompenzovat emise vzniklé pro doručení balíků každému, kdo za tímto účelem zvolí službu s názvem ThinkGreenService. „Kromě průběžné modernizace vozového parku, díky které snižujeme průměrný objem emisí CO₂ na jedno vozidlo, se soustředíme i na další ekologické aktivity. Každoročně podporujeme výsadbu stromů do volné krajiny v Česku, snižujeme spotřebu vody a zvyšujeme objem recyklovaného papíru,“ uvedl Pavel Včela, ředitel GLS Česká republika.

GLS v rámci celé své skupiny shromažďuje data týkající se emisí, spotřeby zdrojů a likvidace odpadů. Metoda využívaná pro výpočet emisí je v souladu s normou ISO 14064-1 a Kjótským protokolem o snižování emisí skleníkových plynů. Výsledky dlouhodobého úsilí GLS pravidelně zveřejňuje ve Zprávě o udržitelném rozvoji. Skupina GLS také pravidelně obměňuje svůj vozový park s důrazem na ekologické aspekty nově pořizovaných vozů, v Evropě zajišťuje dopravu balíků i elektromobily, dodávkami na stlačený zemní plyn nebo elektrokyly. (tz)

Technicky ojedinělý podzemní zásobník Háje slaví 20 let

Před 20 lety, na začátku léta 1998, se začal naplňovat zemním plynem podzemní uskladňovací prostor v Háji u Příbrami. Tento technicky ojedinělý a zároveň jediný kavernový zásobník zemního plynu v České republice provozuje společnost innogy Gas Storage. Na rozdíl od většiny zásobníků se zde plyn neskládá v porézní hornině, ale ve vyrubaných chodbách v žulovém masivu.

Podzemní zásobník plynu Háje se nachází asi sedm kilometrů od Příbrami. Leží jeden kilometr pod povrchem a zabírá asi 1,5 kilometru čtverečního plochy. Systém chodeb má délku přes 45 km. „Jde o technický unikát nejen v ČR, ale i ve světě. Využití šachty sousedního uranového dolu pro výstavbu podzemního zásobníku byl odvážný nápad a také velká výzva z hlediska realizace,“ uvedl Lubor Veleba, jednatel společnosti innogy Gas Storage, a dodal: „Háje patří

Podzemní zásobník plynu Háje u Příbrami – technické parametry

kapacita:	75 mil. m³
maximální těžební výkon:	6 mil. m³
maximální vtláčecí výkon:	7,2 mil. m³

Zajímavosti

- Soustava chodeb s profilem 12 až 15 m² o celkové délce 45 066 m vytváří prostor pro skladování zemního plynu o objemu 620 502 m³.
- Vyražené chodby byly ponechány bez povrchové úpravy.
- Vytěžená hornina posloužila při stavbě plzeňské dálnice.
- Kavernové zásobníky zemního plynu jsou provozovány dosud pouze v solných kavernách a v opuštěných uhelných dolech. Háje jsou první komerčně využívané zásobník vybudovaný v krystalinických strukturách.



s kapacitou 75 milionů m³ k menším zásobníkům, jeho předností je však rychlost. Přepnout z vtláčení na těžbu, a naopak dokážeme během pouhé hodiny, proto se tento zásobník používá k vykrývání špiček ve spotřebě. V době nižší spotřeby je zásobník operativně schopen přepnout směr toku a plyn z průběžných dodávek zase ukládat,“ vysvětlil Lubomír Veleba.

V Čechách se na konci sedmdesátých let začal hledat způsob, jak vykrýt špičky ve spotřebě zemního plynu v Praze a okolních průmyslových centrech. Protože se moravské zásobníky nacházejí příliš daleko, začali odborníci pátrat po vhodné lokalitě pro výstavbu podzemního zásobníku plynu ve středních Čechách.

Ze zkoumaných míst se nakonec začala jevit jako nejvhodnější geologická struktura středočeského plutonu nacházející se asi 70 km jihozápadně od Prahy. V této oblasti byly zahájeny poloprovozní zkoušky v prostoru podzemí Rudných dolů Příbram v roce 1980 (kaverna Bohutín) a v roce 1984 v podzemní výdušné šachtě číslo 68-Milín patřící Uranovým dolům Příbram. Stavební práce na vybudování zásobníku byly po předchozím průzkumu zahájeny v roce 1992, výstavba vrchní části začala v roce 1996. Náklady tehdy dosáhly 2,8 miliardy korun. Plyn se do něj přivádí plynovodem ze Zvěstova.

Plnění zásobníku bylo ukončeno při dosažení ložiskového tlaku 4,5 MPa. Další zvyšování tlaku se provádělo postupně, na základě vyhod-



nocení chování horninového masivu a porovnání parametrů s matematickým modelem. Nyní je zásobník provozován na tlakové úrovni 11 MPa a umožňuje uskladnit 75 milionů m³ zemního plynu.

Společnost innogy Gas Storage je největším provozovatelem zásobníků v ČR. Kromě Háje, které jsou nejmenším tuzemským zásobníkem, provozuje ještě dalších pět se současnou kapacitou 2,7 mld. m³. Nacházejí se v Třanovicích, Lodbodících, Tvrdonicích, Štamberku a Dolních Dunajovicích. Při mrazech proudí více než polovina dodávek plynu pro celou ČR ze zásobníků innogy Gas Storage. Společnost dokáže během zimního období ze svých zásobníků vytěžit až 422 GWh zemního plynu za den, což jsou téměř dvě třetiny špičkové spotřeby celé země.

Význam zásobníků plynu je klíčový pro zajištění spolehlivých dodávek zemních plynů během topné sezony. Umožňují garantovat bezpečné zásobování i v těch nejmrazivějších dnech, kdy je spotřeba nejvyšší.

Spotřeba plynu na území ČR se v uplynulých letech pohybovala, zejména v závislosti na klimatických podmínkách, ale i v závislosti na zvyšování energetické efektivity na straně odběratelů, mezi 7,5–8,5 mld. m³, resp. mezi 80–90 GWh za rok. Zemní plyn odebírá více než 2,8 mil. zákazníků, z toho více než 2,6 milionu tvoří domácnosti. innogy v ČR dodává zemní plyn pro 1,4 milionu zákazníků. (tz)

Kvalita jako výměna zkušeností a inspirace k přemýšlení

Kvalita je pojem, který dokáže vypovědět o mnohém. Je to rozměr, který hledáme všichni, každý den, a to nejen při nakupování potravin nebo léků. Hledáme ji ve vztazích mezi lidmi, v komunikaci, v řízení firem či státní správy. Souvisí se vším, co děláme, co máme k dispozici, co nás šlechtí, posunuje dál v životním komfortu či morálnímu náhledu na skutečnost. O kvalitě již také byla řada konferencí pod názvem Kvalita – Quality v Ostravě, letos v květnu po dvacáté sedmé. I tentokrát byla Prosperita mediálním partnerem. Přehledku názorů, analýz, poznatků a příspěvků k diskusi uspořádala společnost DTO CZ, s.r.o. Jejího jednatele Ing. Alana Vápeníčka, CSc., jsem se zeptala:

O kvalitě hovoříme v různých dimenzích. Jak ji pojala vaše letošní konference?

V termínu 15.–16. května 2018 se v Ostravě uskutečnil tradiční v pořadí 27. ročník konference s mezinárodní účastí Kvalita – Quality 2018. Akce byla pořádána v rámci Národního programu kvality 2018 a proběhla pod osobní záštitou ministra průmyslu a obchodu a zejména předsedy Rady kvality ČR JUDr. Ing. Roberta Szurmana. Vzhledem k probíhajícímu i očekávanému změně v souladu s koncepcí Průmysl 4.0 bylo letošní ústřední motto: Kvalita-Průmysl-Společnost 4.0. V duchu tohoto motto se odvíjel celý odborný program. V průběhu obou jednacích dnů se tak hovořilo a diskutovalo o nejruznějších podobách možných změn v rámci P 4.0, a to tak, aby se tyto nestaly destruktivními, ale naopak, aby se staly příležitostí či inspirací pro další růst kvalifikace, flexibility, kreativity a inovativnosti lidí. Celkem zaznělo 14 odborných příspěvků a v každém dni byl vytvořen velký prostor pro panelovou diskusi po jednotlivých blocích.

Nač odborníci zabývající se kvalitou jako fenoménem kladou dnes největší důraz?

Nejdříve bych rád poznamenal, že letos přijali aktivní účast na konferenci mimořádné osobnosti, špičkoví odborníci, teoretici a hlavně praktici, lídři velkých podniků nebo sdružení apod. Bylo rovněž velmi zajímavé porovnání některých aspektů managementu, systému kvality i zkušeností s P4.0 od zahraničních účastníků, jmenovitě ze Slovenska a Polska.

A nač se dnes klade největší důraz? Těžko vybrat jeden, dva aspekty. Přesto zkusím: jsme v období nedostatku lidí v podnicích výrobního charakteru, stejně jako v oblasti služeb. Chybí zvláště ti kvalifikovaní. Se zkušenostmi. Tento stav sice nebude trvat věčně, přesto nikdo přesněji neví, kdy skončí. A organizace musí na danou situaci reagovat. K tomu si přidejme rostoucí tlak na finanční kvalitu výrobků nebo poskytnuté služby, potřebu chovat se efektivně, hospodárně, stále inovovat a zlepšovat, sledovat vývoj trhu a potřeby zákazníků, monitorovat konkurenci, aplikovat platnou legislativu a... spoustu dalšího. Automatizace, robotizace (nebo i kobotizace) se pak jeví jako neodvratitelný trend. K tomu tolik vzpomínaná digitalizace, ale tu si také můžeme předsta-

vit jako enormní nárůst informací s jedním neblahým dopadem – vynutit se v záplavě informací a umět je smysluplně zpracovat. A v uvažování se vrátíme zase zpět k lidem – protože oni to musí vše vymyslet, vyvinout, řídit, kontrolovat, udržovat, reagovat. Znalosti, dovednosti, angažovanost, multioborové vidění lidí rozhodují více a více o úspěchu organizace. Jsme v digitálním věku, ale o to více se zpět vracíme k člověku jako ke klíčovému fenoménu doby.

Co zajímavého v příspěvcích zaznělo?

Zajímavé byly asi všechny a s pýchou mohu tvrdit, že nebylo průměrného vystoupení. Což doložily zvláště reakce účastníků. V odborném programu tak postupně vystoupili Jan Czudek s příspěvkem Koncept P 4.0 v podnikové praxi společnosti Třinecké železárny/Moravia steel, profesor Juraj Sinay s příspěvkem Podmínky pro konkurenceschopnost a udržitelnost automobilového průmyslu v podmínkách Slovenska, pokračoval profesor Milan Zelený s úvahou Znalosti a jejich vztah k novým technologiím. Program určitě kulminoval vystoupením samotného autora koncepce P 4.0 profesora Vladimíra Maříka na zajímavé téma Role znalostí a „vědomí“ strojů, kde mimo jiné uklidnil účastníky, že mediálně proklamované možné sepětí

vědomí robotů s cílem porazit člověka skutečně nehrozí.

K velmi zajímavým a inspirativním příspěvkům lze rozhodně řadit ještě ten, s nímž přijel na konferenci ředitel autoklustru MSK Ladislav

Glogar k tématu Kolaborativní roboty jako součást Průmyslu 4.0, který bezprostředně vyvolal živou diskusi. Řeč šla pochopitelně i k cenám za dodání a domestikaci. Na toto vystoupení navázal svým příspěvkem, trochu z jiné oblasti, profesor Jaroslav Nenadál, a to na téma Norma ISO 9004:2018 – šance nebo promarněná příležitost?

Závěr druhého jednacího dne patřil zástupci vedení společnosti Marlenka International Jaromíru Prokopovi, který všechny přítomné provedl Zrychleným příběhem Marlenky, ukázal, jak se v této společnosti věnují vývoji nových produktů, jak obchodují se světem, jak dbají na technologickou inovaci a jak se potýkali s uplatněním kobota v praxi. Není asi mnoho lidí, kteří mohli navštívit obdobný provoz s výrobou potravin, v tomto případě dokonce s unikátním cukrářským produktem. Velká část účastníků konference přijala pozvání k bezprostředně navazující návštěvě/exkurzi přímo do firmy Marlenka.

Motivovalo vás vystoupení hostů k něčemu? Přemýšlíte o dalších souvislostech, možnostech, významech?

Rozhodně. Svět dnes není, co býval, na co jsme byli zvyklí a čemu jsme rozuměli. Ne že by současný svět a konkrétně podnikový byl takový, že bychom mu vůbec nerozuměli, ale není v silách jedince, byť jen většinu podstatného obsáhnout. Spolupráce, kooperace, sdílení znalostí lidí jsou cestou, jak být úspěšný v podnikání. Zapomeňme, že jmenování do týmu typu: ty, ty a ty budete na tom dělat a předložíte hotový koncept, bude k něčemu. Nebude. Volba lidí ke spolupráci a sdílení bude muset respektovat řadu pravidel. Dokonce naroste ještě významnější nutnost vytvoření podmínek pro práci týmů v organizaci. A možná ještě jedna okolnost – nebudou k dispozici kvalifikovaní lidé pro určitou pozici. O to více vrostle potřeba vytvoření takového systému, který nekvalifikovanému umožní v co nejkratším čase do problematiky proniknout.

Už se rýsuje představa, na jaké téma připravíte setkání specialistů v roce 2019?

Rýsuje. Je sice předčasné představovat program, ale jedno je jisté: lidi zajímají praktické zkuš-

nosti a inspirativní využitelné postupy a přístupy v managementu a kvalitě. A přesně k tomu chceme vytvořit vhodnou platformu, kombinací zajímavých sdělení, prezentací a diskuzí. Je nepochybné, že se budeme věnovat jak systémům, tak lidem a práci s lidmi. Nemůžeme pominout, co nového a podstatného přináší digitalizace ke zjednodušení práce a snížení zbytečné byrokracie.

Myslíte si, že k vnímání kvality jako systémového přístupu musí člověk dozrát?

A možná svým způsobem ano. Ale nerad bych „dozrát“ spojoval jakkoliv s věkem. Ono by to totiž vypadalo, že systémově nejmoudřejší jsou ti nejstarší. A to rozhodně neplatí. Ve své lektorské i konzultantské praxi se často setkávám s mladšími zaměstnanci, manažery, kteří jsou ochotní o změnách a úpravách přemýšlet systémově, ve vazbách, z hlediska dopadů a rizik. Mají menší sklon k byrokratizaci (spíše nechápou nesmyslnou administrativní zátěž), a dokonce jsou nadšení ve vymýšlení, jak se jí zbavit, kdežto dříve narozené ročníky se s ní smíří jako s nutným zlem, které respektují, neboť je provázelo mnoho předchozích let.

Mám také za to, že naštěstí ubývá zástupců tzv. kindermanagementu, tedy mladých ve funkcích, kterým nechyběla odvaha, rozhodnost a ochota riskovat. To je tak asi úplně vše, co je „zdobilo“. Absentovala strategie, emoce, ale i systém a dlouhodobá vize. Hlavně, co sledávám za velmi pozitivní poslední dobou, je zájem lidí v podnicích přemýšlet, jak se dají některé věci dělat jinak, jednodušeji, s jasným talem na branku, bez ambice slepého kopírování



Ing. Alan Vápeníček, CSc.,
jednatel společnosti DTO CZ, s.r.o.

ní různých technik a postupů odjinud. Více se uznává, že slepé přebírání nepřináší očekávaný výsledek, než když se trochu zpomalíme a produmáme, jak v našich podmínkách na to. Prostě každá organizace je jiná, protože jsou v ní jiní lidé, jiné podmínky. Kéž by se alespoň o něco snížilo přetěžování lidí, ubýlo by rozhodně napětí, a vytvořilo se více prostoru pro komunikaci mezi sebou. Ale to poslední je již z kategorie přání, ne systémového požadavku.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

INZERCE



**Největší síť
řízená výhradně
maloobchodními
prodejci potravin**

www.esomarket.cz



České a slovenské společnosti platí největší odvody v regionu

Vlády zemí střední a východní Evropy kládou stále větší důraz na efektivnější výběr daní, přičemž při této snaze se více zaměřují na nepřímé spotřebitelské daně. Podle mezinárodní studie Mazars CEE Tax Guide 2018 také v daňové oblasti zůstávají vysoké náklady firem v regionu na zaměstnávání lidí. Odvody státu ze mzdy, které za zaměstnance platí zaměstnavatel, patří se 34 % v Česku k nejvyšším. Ze superhrubé mzdy zaměstnavatel odvádí 25 % na sociální a 9 % na zdravotní pojištění. Vyšší odvody platí ze státu střední a východní Evropy už jen pouze zaměstnavatelé na Slovensku (35,2 %).

„Snaha o efektivnější výběr daní je jednou z nejdůležitějších priorit několika posledních vlád v České republice. V minulých letech stát zavedl v této oblasti řadu zásadních opatření, jako bylo EET či kontrolní hlášení k DPH, které však mají velký dopad na podnikání, a vláda v červnu 2018 proto rozhodla o zmírnění pravidel o EET a přesunu některých komodit a služeb do nižší, 10% sazby DPH. Zatím zůstává otázka, jak k této problematice přistoupí nová vláda a zda bude reflektovat trend v rámci celého regionu, kde sazby DPH zůstávají stále poměrně vysoké,“ řekl Pavel Klein, vedoucí partner daňového oddělení Mazars.

Nejvyšší korporátní daň je v Řecku

Nejvyšší korporátní daň (daně z příjmu právnických osob) odvádějí firmy v Řecku (29 %), kde rovněž i sazby DPH a odvody na sociální

a zdravotním pojištění patří k nejvyšším. Naopak nejnižší firemní daň zaplatí v Černé Hoře (9 %) a také v Maďarsku (9 %), kde však výše sazby je kompenzována nejvyšší DPH v regionu. Nízká daň z příjmu právnických osob platí v Bulharsku 10 %. Stejně vysokou daň zaplatí firmy i v Makedonii a Kosovu (10 %), kde však dokonce od určité výše obratu zaplatí pouze minimální daň.

Maďarsko má s 27 % nejvyšší sazbu DPH

Většina zemí regionu CEE, která je zároveň součástí EU, má harmonizované normy pro výběr DPH. Nicméně jeho výše se stále země od země velmi výrazně liší. Studie ukazuje, že nejvyšší sazba DPH je v Maďarsku, kde se její standardní výše pohybuje na 27 %, což je oproti České republice o šest procentních bodů více. Druhou nejvyšší sazbu v regionu má Chorvatsko (25 %), třetí skončilo Řecko s 24 %.

Česká republika se se svými 21 % pohybuje mírně nad průměrem regionu, který činí 20 %. Jednotnou sazbu DPH má v regionu CEE už jen Bosna a Hercegovina (17 %), vyjma sazby 0 %, která se uplatňuje při exportu zboží). Vzhledem k pozitivnímu ekonomickému vývoji, zlepšení veřejných rozpočtů a růstu spotřeby vlády v regionu kladou důraz při plánování fiskálních příjmů na zvýšení nepřímých spotřebitelských daní.

Při výběru DPH a zabránění daňovým únikům přitom stále významnější roli zastávají moderní digitální technologie, když účetní systémy firem se stále více propojují s finančními úřady. Od roku 2018 bylo toto opatření povinné zavedeno pro podnikatele v Maďarsku.

Srovnání standardní sazby DPH a daně z příjmů právnických osob		
země	standardní sazba DPH	DPPO (CIT)
Albánie	20 %	15 %
Bosna a Hercegovina	17 %	10 %
Bulharsko	20 %	10 %
Černá Hora	21 %	9 %
Česká republika	21 %	19 %
Estonsko	20 %	20 %
Chorvatsko	25 %	18 %
Kosovo	18 %	10 %
Litva	21 %	15 %
Lotyšsko	21 %	20 %
Maďarsko	27 %	9 %
Makedonie	18 %	10 %
Německo	19 %	15 %
Polsko	23 %	15 %
Rakousko	20 %	25 %
Rumunsko	19 %	16 %
Rusko	18 %	20 %
Řecko	24 %	29 %
Slovensko	20 %	21 %
Slovinsko	22 %	19 %
Srbsko	20 %	15 %
Ukrajina	20 %	18 %

zdroj: Mazars CEE Tax Guide 2018

Nejednotnost ve výpočtu daně z příjmů právnických osob

Výpočet DPPO přispívá svou nejednotností v regionu ke složitosti porovnávání jednotlivých hodnot v zemích mezi sebou. V současnosti se vyskytuje více než 20% rozdíl mezi nej-

vyšší a nejnižší sazbou v regionu, přičemž průměrná sazba se pohybuje kolem 17 %. Letos došlo ke snížení DPPO v Chorvatsku, kde sazba z původních 20 % klesla na 18 %. Naopak sazby zvyšovali v sousedním Slovinsku ze 17 na 19 %. Česká republika se sazbou 19 % patří k průměru regionu (17 %).

Náklady firem za zaměstnance činí 160 % jejich mezd

Náklady firem na práci zůstávají v regionu poměrně vysoké. Přesto letos došlo v k jejich výraznému snížení v Chorvatsku a v Černé Hoře, v Rumunsku dokonce radikálním: povinné odvody zaměstnavatelů klesly dokonce z 22,75 na 2,25 %! Povinné odvody byly tímto přesunuty ze zaměstnavatele na zaměstnance. Nízké odvody na sociálním a zdravotním pojištění platí zaměstnavatelé po Rumunsku ještě v Kosovu (5 %) a v Makedonii a části Bosny a Hercegoviny neplatí dokonce vůbec žádné!

Regulace převodních cen bojuje proti vyhýbání se daňovým povinnostem

Téměř ve všech státech regionu dochází ke zpřísnění regulace v oblasti převodních cen. Velkou roli ve zpřísnování podmínek hraje tzv. BEPS neboli doporučení státům, proti vyhýbání se daňové povinnosti, které zpracovala Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD).

Hlavním cílem důkladného reportingu je poskytnout místním daňovým orgánům veškeré informace nezbytné pro posouzení daňových rizik a zlepšení transparentnosti firem. V loňském roce plátcí daní museli přistoupit k novému reportovacímu systému CBC. (tz)

INZERCE



Vzdělávání
Otevírá
X možností

25
let



Efektivní práce s daty díky funkcím MS Excel

12. – 13. 9. 2018; 9:00–16:00

Ing. Jaroslav Nedoma (lektor kancelářských aplikací MS Office)

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

Manažerské dovednosti aneb jak vést a motivovat lidi k vyšším výkonům

17. – 18. 9. 2018; 9:00–16:00

Stanislava Vávrová (lektorka a konzultantka)

Cena: 6 990 Kč bez DPH / 8 458 Kč vč. 21 % DPH

Jak řešit krizové situace ve vyjednávání

18. – 19. 9. 2018; 9:00–16:00

PhDr. Mgr. Dušan Kalášek (projektový a krizový manažer)

Cena: 7 190 Kč bez DPH / 8 700 Kč vč. 21 % DPH

KONFERENCE EMPLOYER BRANDING EXPERIENCE 2018

20. 9. 2018; 9:00–17:00

Adam Polášek (Innogy), Eliška Novotná (IKEA), Gabriela Jakabová (Kentico), Hana Štefanová (Atlas Copco), Jiří Matějovský (Decathlon), Ladislav Onderka (IKEA), Marek Premus (Alza), Martina Ježková (Tchibo), Pavel Puff (ČEZ), Pavla Králová (Atlas Copco), Petr Hovorka (BrandBakers), Zuzana Flašková (Kentico)

Cena: 6 990 Kč bez DPH / 8 458 Kč vč. 21 % DPH

To nejdůležitější z komunikace, typologie a obrany proti manipulaci

26. – 27. 9. 2018; 9:00–16:00

Mgr. Zdenka Tmějová

(lektorka, terapeutka, poradkyně v mezilidských vztazích, koučka)

Cena: 6 890 Kč bez DPH / 8 337 Kč vč. 21 % DPH

Workshop prodejních dovedností – staňte se úspěšným prodejcem

5. 10. 2018; 9:00–16:00

Radek Fuxa (kouč, lektor, konzultant)

Cena: 3 790 Kč bez DPH / 4 586 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

Brigádami k vyšším důchodům a nemocenské

I při práci na dohodu o provedení práce či dohodu o pracovní činnosti může vzniknout nárok na nemocenskou. Příjem z brigád navíc může pozitivně ovlivnit výši státního důchodu. Přívýtědek na dohodu o provedení práce nebo dohodu o pracovní činnosti vítají nejen studenti, ale i mnozí penzisté či zaměstnanci. I při práci na dohody lze mít v případě pracovní neschopnosti nárok na nemocenskou, pokud měsíční odměna zakládá účast na nemocenském pojištění. U dohody o provedení práce je tato podmínka splněna při hrubé měsíční odměně 10 001 Kč a více, u dohody o pracovní činnosti pak při hrubé měsíční odměně 2500 Kč a více. „Zjednodušeně lze říci, že musí-li se z pracovních dohod platit pojistné, vzniká nárok i na nemocenskou dávku. Takový příjem se poté započítává též pro důchodové účely,“ upřesnila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars. V praxi mívají někteří studenti či penzisté z brigád na některou z pracovních dohod více příjmů současně. V takových případech se limit pro odvod sociálního a zdravotního pojištění posuzuje u každého zaměstnavatele zvlášť. Předčasní důchodci nemohou současně pobírat důchod a mít příjem, ze kterého se platí sociální pojištění, tudíž si mohou přivydělávat pouze na dohody s měsíční odměnou do limitu. „Zaměstnancům pracujícím pro jednoho zaměstnavatele na více dohod o provedení práce pro různé činnosti se však odměny sčítají a je-li součet odměn 10 001 Kč a více, je nutné platit pojistné,“ doplnila Gabriela Ivanco. Od roku 2010 již doba studia nepatří mezi náhradní doby pojištění pro důchodové účely. Brigády, z nichž je odváděno sociální pojištění, mají pozitivní vliv na výši důchodu výdělečně činných studentů, neboť jim zvyšují dobu pojištění, jež hraje při

výpočtu státního důchodu důležitou roli. Penzisté mající z brigády dlouhodobý příjem, z něhož je odváděno sociální pojištění, si zase při překročení limitu mohou požádat o zvýšení důchodu. „O zvýšení důchodu si je nutné požádat na OSSZ. Důchod se za každých 360 kalendářních dní výdělečné činnosti v penzi zvyšuje o 0,4 % výpočtového základu,“ sdělila Gabriela Ivanco. Někteří penzisté si na dohodu o pracovní činnosti nebo na zkrácený úvazek přivydělávají dlouhodobě po celý rok. Na dohodu o provedení práce je možné pracovat pro jednoho zaměstnavatele maximálně 300 hodin za rok. Přestože tak tyto penzisté splňují podmínku účasti na pojištění, jsou v čerpání nemocenské omezeni. „Starobní důchodci mají nárok na nemocenskou po dobu nejvýše 70 kalendářních dní a nejdéle do dne, jímž skončila doba zaměstnání,“ dodala Gabriela Ivanco. (tz)

Fakulta rybářství a ochrany vod Jihočeské univerzity láká studenty

Náborový příspěvek ze strany zaměstnavatelů se v dnešní době stává už téměř samozřejmostí. S formou „náborového příspěvku“ teď přicházejí i vysoké školy. Noví studenti Fakulty rybářství a ochrany vod Jihočeské univerzity mohou nyní během prvního roku studia získat až 18 000 korun. Na většinu stipendií spojených se studijními výsledky nemají šanci dosáhnout nově zapsaní studenti prvních ročníků vysokých škol. Tuto praxi se teď rozhodli změnit na Fakultě rybářství a ochrany vod (FROV JU) ve Vodňanech, kde mimořádné stipendium dávají i čerstvě zapsaným studentům, a to na základě jejich studijních výsledků ze středních škol a výsledků u maturit. Stipendium se týká studentů 1. ročníků bakalářského studia

v prezenční formě a kritériem jeho získání je dobrý studijní předpoklad určený na základě průměrného prospěchu z posledních čtyř ročníků střední školy na konci každého roku studia a výsledná známka u maturity.

Pokud tak celkový průměrný prospěch ze střední školy nepřesáhne 1,50 a celkový výsledek u maturity nebude vyšší než 1,50, obdrží student do 60 dnů po zápisu na FROV JU jednorázové mimořádné stipendium ve výši 10 000 Kč. Do průměrného prospěchu a výsledku maturity 2,0 jsou pak další výše mimořádného stipendia 8000 Kč a 5000 Kč.

„Naším cílem je motivovat studenty s dobrými studijními předpoklady k zápisu na FROV JU. Zároveň bereme mimořádné

stipendium i jako prostředek, jak snížit studijní neúspěšnost v prvních ročních bakalářského studia,“ řekl děkan fakulty Pavel Kozák. „Každý student, který v prvním semestru bakalářského studia získá minimálně dvacet kreditů, totiž obdrží další jednorázové stipendium ve výši 8000 korun,“ dodal zástupce děkana Martin Kocour.

FROV JU přijímá studenty do bakalářských studijních oborů Rybářství (prezenční a kombinovaná forma) a Ochrana vod (prezenční forma). Žadatelé do bakalářského studia jsou přijímáni bez přijímacích zkoušek (v případě, že bude počet uchazečů vyšší než počet přijímaných studentů, stanoví jejich pořadí celkový průměr ze studijních průměrů jednotlivých vysvědčení). (tz)

Letos ubylo 61 firem z těch, které mají vlastníka v daňovém ráji



Počet českých společností, které mají vlastníka se sídlem v daňovém ráji, se nepřetržitě snižuje již od roku 2015. Ke konci června jejich počet dosáhl 12 970 a od začátku letošního roku klesl o 61 firem. Majitelé z destinací považovaných za daňový ráj kontrolují 2,7 % českých firem, a do jejich základního kapitálu celkem investovali 354 miliard korun. Statistiky za první pololetí zveřejnila poradenská společnost Bisnode, jednička ve sledování vazeb a propojení mezi subjekty.

„Podnikatelé mateřské společnosti svých firem stahují hlavně z Nizozemí. To je jednoznačný trend, který bez jakýchkoliv výkyvů sledujeme od roku 2010,“ komentovala výsledky analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že celkový pokles počtu firem, které jsou kontrolovány z daňového ráje, jde na vrub právě Nizozemí. „Atraktivita většiny z tradičních daňových rájů pozvolna klesá ruku v ruce s prolomením bankovního tajemství, na druhou stranu stále roste zájem o nové

destinace jako je Hongkong nebo Spojené arabské emiráty,“ dodala Petra Štěpánová. Přímého majitele v daňovém ráji má aktuálně 12 970 českých firem, o 61 méně než na konci roku 2017 a nejméně od roku 2013. Nejvíce nových firem v prvním pololetí 2018 přitáhly USA (17 nových), Kypr (15), Spojené

arabské emiráty (13), Panama a Hongkong (shodně po 11). Odliv firem z daňových rájů dlouhodobě táhne Nizozemí (-70) a přidaly se také Seychely (-24) a Britské Panenské ostrovy (-17). Objem kapitálu z daňových rájů investovaný do základního jmění českých firem v posledních letech kolísá kolem 400 miliard korun. Me-

zi lety 2015 a 2016 jeho objem klesl z 417 na 377 miliard korun, zatímco ke konci loňského roku dosáhl 409 miliard korun, aby v průběhu prvního pololetí 2018 klesl na 354 miliard korun. Firmy s vlastníkem z daňového ráje nejčastěji podnikají v oblasti nemovitostí (25 %), obchodu (23 %) nebo služeb (13 %). (tz)

Počet českých společností s vlastníkem z daňových rájů

země	1H 2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Bahamy	39	37	39	41	42	39	39	35	35
Belize	203	196	203	194	161	145	118	94	83
Bermudské ostrovy	5	4	5	5	5	7	7	5	5
Britské Pan. ostrovy	367	384	414	433	452	453	455	438	422
Gibraltar	66	69	72	72	75	74	74	66	66
Guernsey (Velká Británie)	19	23	25	31	28	29	30	29	28
Hongkong	202	191	137	97	102	91	80	69	59
Jersey (Velká Británie)	37	38	39	43	43	56	57	59	59
Kajmanské ostrovy	11	14	18	20	30	33	37	38	32
Kypr	2220	2205	2175	2151	2097	2018	1904	1705	1550
Lichtenštejsko	198	210	216	225	226	237	261	255	245
Lucembursko	914	929	968	1068	1120	1144	1173	1192	1254
Malta	301	302	259	223	177	149	122	102	92
Monako	70	67	63	61	72	60	51	54	64
Marshallovy ostrovy	158	150	133	90	55	31	14	5	5
Nizozemské Antily	9	9	13	17	15	15	16	15	14
Nizozemsko	3685	3755	3912	4194	4208	4368	4443	4501	4519
Panama	235	224	239	247	243	216	199	190	170
Ostrov Man	33	32	34	39	40	33	35	34	35
Seychelská republika	779	803	873	886	827	717	512	414	330
Spojené arabské emiráty	355	342	313	292	270	255	225	214	184
Spojené státy americké	3064	3047	3035	2990	2959	2939	2903	2750	2635
celkem	12 970	13 031	13 185	13 419	13 247	13 109	12 676	12 196	11 818

zdroj: Bisnode

Až do roku 2020 budou moci čeští exportéři využívat výhod projektů Novumm, Novumm KET a Design

Všechny tři projekty realizované agenturou CzechTrade nabízejí firmám podporu účasti na zahraničních výstavách a veletrzích, projekt Design pro konkurenceschopnost pak navíc individuální spolupráci s designérem. V rámci prodloužení lhůty realizace projektů bude možné využívat jejich zvýhodněné služby až do roku 2020.

Hlavním cílem projektů Novumm, Novumm KET a Design je usnadnit malým a středním podnikům vstup na zahraniční trhy prostřednictvím účasti na společných i individuálních expozicích na výstavách a veletrzích. Firmám je v rámci projektů spolufinancovaných Evropskou unií poskytována i marketingová podpora. Díky projektu Novumm mohou čeští exportéři získat podporu na veletrzích v prioritních oborech českého průmyslu, s pomocí Novumm KET na výstavách v oblasti klíčových technologií a prostřednictvím projektu Design na zahraničních výstavních akcích zaměřených na propagaci designu.

„Prezentace na veletrzích bývá pro české podniky klíčová zejména při vstupu na zahraniční trhy. Bohužel je ale finančně i časově náročná. Za pomoci našich projektů mohou firmy ušetřit čas i peníze a dosáhnout efektivní a úspěšné účasti na výstavě či veletrhu, která by pro ně mohla být jinak velmi komplikovaná,“ řekl generální ředitel agentury pro podporu obchodu CzechTrade Radomil Doležal.

Prostřednictvím projektů je malým a středním podnikům poskytována podpora formou zvýhodněných služeb, jako je například zabezpečení a nákup výstavní plochy, pomoc s registrací či mediální poplatky. Maximální výše této podpory činí v případě projektu Novumm 80 000 korun, u projektu Novumm KET pak až 90 000 korun. Intenzita podpory účasti je v zemích Evropské unie 50 %. Na podporu na akcích konaných mimo EU je možné získat až 70 %. V případě projektu Design pro konkuren-

ceschopnost jsou zvýhodněné služby poskytovány ve více oblastech. Malé a střední podniky mohou v rámci projektu získat podporu na nové návrhy produktů nebo produktových řad ve výši 50 % způsobilých výdajů až do 50 000 Kč. Firmám je také nabízena spolupráce s vybraným autorem z Adresáře designérů CzechTrade. Kromě toho je v rámci projektu rovněž možné získat podporu účasti na specializovaných designových akcích v maximální výši 130 000 Kč, přičemž intenzita podpory je 50 % v zemích Evropské unie i mimo ni.

Podrobnější informace o projektech, včetně přihlášek a seznamů veletrhů, mohou české firmy nalézt na webové adrese www.czechtrade.cz/programy-eu/oppik.

„V rámci projektu Novumm KET se v letošním roce například 22 českých vystavovatelů zúčastnilo veletrhu IFAT v Mnichově. Na této akci zaměřené na vodohospodářství a odpadové hospodářství měly firmy možnost samostatné prezentace nebo se mohly představit v rámci naší společné expozice. Druhou možností si vybralo sedm firem, přičemž všichni přítomní účastníci potvrdili zájem o podporu z projektu Novumm KET i v dalším ročníku veletrhu IFAT,“ dodal Radomil Doležal s tím, že letošní účast na veletrhu byla rekordní. IFAT navštívilo 3305 vystavovatelů z celého světa a 142 472 návštěvníků.

Mezi firmy, které se veletrhu zúčastnily s pomocí agentury CzechTrade, patřila i společnost Hedviga Group, a.s. „Naše firma při své historicky první účasti na IFATu představila technologii PTR na ne-oxidativní termický rozklad organických surovin, zejména plastů, pryží a čistírenských kalů, při kterém se současně vyrábí paliva pro kogenerační jednotky nebo suroviny pro výrobu hnojiv. Největší odezva a poptávka po tomto řešení přišla po IFATu právě z Německa, zemí SNS, ale také z USA a Jižní Ameriky,“ popsala přínos účasti na veletrhu Monika Pulmanová, ředitelka pro výzkum a vývoj společnosti Hedviga Group, a.s. (tz)

INZERCE

UŽIJTE SI LÉTO

STAROSTI S DOPRAVOU, SKLADOVÁNÍM
A DISTRIBUCÍ PŘENECHTE NÁM

KOMPLEXNÍ PŘEPRAVNÍ A LOGISTICKÉ SLUŽBY
www.geis-group.cz | zákaznické centrum +420 951 277 777

Geis Global Logistics

V ČR vyrábíme a zpracováváme jedno z nejkvalitnějších mlék v Evropě

Českomoravský svaz mlékárenský zahajuje novou edukační a propagační kampaň nazvanou Mléko vás zdraví, kterou chce přispět ke zvýšení spotřeby mléčných výrobků u nás. Jejím cílem je také napomoci spotřebitelům k lepší orientaci v široké nabídce mléka a mléčných výrobků na našem trhu. Prvním zvoleným tématem této kampaně je proto informace o kvalitě syrového mléka z českých chovů dodávaných ke zpracování.

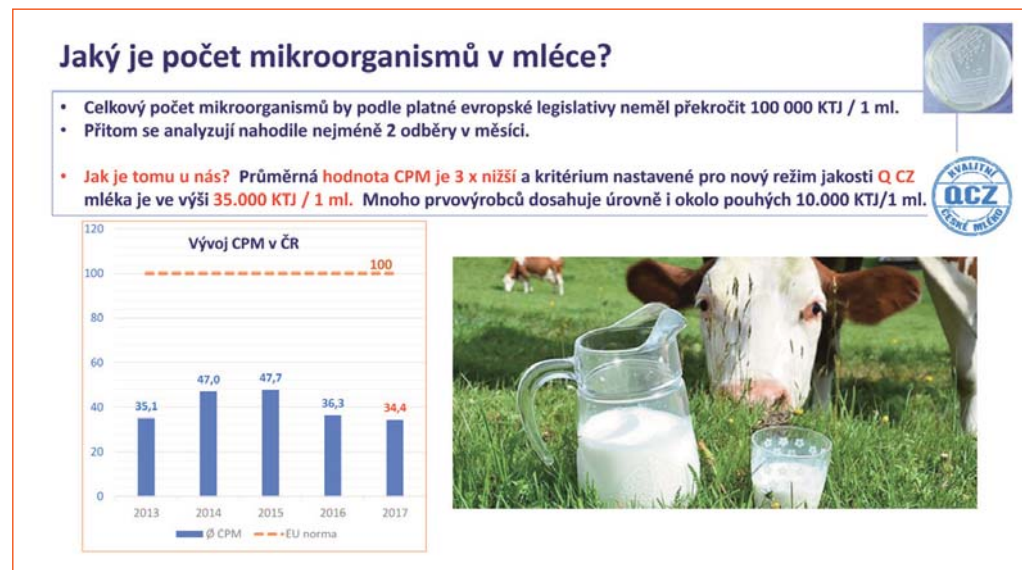
Předseda ČMSM Ing. Jiří Kopáček k tomu uvedl: „Vysoká jakost mléka je pro výrobu kvalitních a nutričně hodnotných mléčných výrobků naprosto nezbytná. Nejenže je určujícím faktorem konečné jakosti mlékárenských produktů, ale také ovlivňuje ekonomiku jejich výroby. Důsledná kontrola mléka od prvovýroby až po jeho dodávku do mlékárny, stejně tak jako kontrola celého procesu jeho zpracování, je důležitým předpokladem úspěchu.“

Jakost syrového kravského mléka charakterizuje soubor celé řady ukazatelů, z nichž nejvýznamnější jsou zejména hygienická, mikrobiologická a senzorická jakost mléka a obsah základních složek mléka (především tuku a bílkovin). Důležitá je ale také nepřítomnost cizorodých a inhibičních látek nebo neporušení mléka vodou.

„Při sledování mikrobiologické čistoty se v mléce zjišťuje celkový počet mikroorganismů. Tento ukazatel má vliv nejenom na trvanlivost, ale také na technologické vlastnosti suroviny. Celkový počet mikroorganismů by podle platné evropské legislativy neměl překročit 100 000 zárodků v 1 ml. Přitom se analyzují nahodile nejméně dva odběry v měsíci. Průměrná hodnota tohoto znaku je u nás trojnásobně nižší, přičemž vybraní dodavatelé dosahují dokonce hodnoty okolo 10 000 zárodků. Celkový počet mikroorganismů v mléce je kritérium odrážejícím hygienu stáje a získávání mléka.“

Dalším hodnoceným znakem je tzv. počet somatických buněk, což vypovídá především o zdravotním stavu dojníc a o jejich celkové pohodě na farmě. Hodnota tohoto ukazatele by neměla překročit 400 000 v 1 ml. U nás je však dosahovaná skutečnost pouze okolo 230 000.“

Jiří Kopáček popsal i další doplňkové mikrobiologické znaky mléka, které jsou vybírány podle technologie konkrétního výrobku. „Při



nákupu mléka se samozřejmě sleduje zastoupení obsahových složek mléka, tedy tuku a bílkovin, které jsou nejdůležitějším kritériem pro proplácení mléka. Mléko musí mít vždy neporušené složení, nesmí být tedy v žádném případě například zvodněno. Mlékárny pravidelně provádějí i tuto analýzu. Dodavatelům, kteří by se nějak provinili, hrozí vysoké postihy, včetně vyloučení z dodávek. Dobrá jakost mléka, zejména pak jeho technologická vhodnost ke zpracování, je podmíněna rovněž nepřítomností inhibičních a cizorodých látek, např. reziduí léčiv používaných k léčení dojníc nebo zbytků

dezinfekčních prostředků ze sanitace a dezinfekce dojícího zařízení. Přítomnost inhibičních látek v mléce fakticky vylučuje možnost jeho zpracování na sýry, tvarohy či jogurty. Pro mlékárnu by byla příčinou velkých provozních ztrát. Naštěstí se takovéto případy téměř nevyskytují. V roce 2017 bylo pozitivních zjištění pouze 0,06 % z celkového množství sledovaných vzorků.“

Dále Jiří Kopáček argumentoval, že v České republice vyrábíme a zpracováváme vysoce jakostní mléko, jehož parametry nás řadí mezi země s nejlepší kvalitou mléka v Evropě: „Do nej-

vyšších tříd jakosti (Q a I. jakostní třída) je u nás zařazeno 97 % vyráběného mléka.“

Ministerstvo zemědělství vyhlásilo v roce 2016 nový program režimu jakosti Q CZ, ve kterém jsou sledované parametry nastavené podstatně přísněji, než uvádí evropská legislativa. Na takovéto parametry mléka u nás už dosahují přibližně dvě třetiny dodavatelů.

„Pro Ministerstvo zemědělství je vysoká kvalita produkce mléka a mléčných výrobků základním předpokladem pro zlepšení konkurenceschopnosti našich producentů. Od roku 2016 jsme pod značkou Q CZ zavedli pravidla režimu kvality pro mléko. Aby mohl zpracovatel značku získat, musí doložit, že nakoupil více než 60 % podíl nadstandardně kvalitní vstupní suroviny, tedy mléka. O vysoké kvalitě našich mléčných produktů svědčí, že většina producentů a zpracovatelů byla schopna zařadit se do programu už od počátku. Od letoška mohou producenti, kterým se rok dařilo splňovat podmínky režimu kvality, požádat Ministerstvo zemědělství o bezplatné zapůjčení ochranné známky Q CZ a označit jí své výrobky,“ sdělil ředitel odboru živočišných komodit MZe Ing. Jiří Hojer.

Praktické informace uvedl Martin Dráb, vedoucí nákupu mléka společnosti Lactalis CZ, s.r.o., do které patří Mlékárna Kunín a.s. a Mlékárna Klatovy a.s.: „Výroba kvalitních českých mlékárenských výrobků stojí na nákupu mléka z českých farem v té nejlepší kvalitě. Úsilí k zajištění této suroviny lze popsat ve třech základních bodech: dobrá práce na farmě, bezchybná práce řidiče při svozu mléka do mlékárny a důsledná práce v mlékárně při vstupní kontrole a ošetření mléka. Pro zajištění kvalitní suroviny se tedy musí potkat nejen vzájemná a úzká součinnost farmáře a mlékárny, ale také profesionální svaz mléka se zajištěním vysoké hygieny a dobré sledovatelnosti spolu s odbornou kontrolou klíčových parametrů mléka při převzetí v mlékárně.“

Českomoravský svaz mlékárenský z.s. reprezentuje 42 členských organizací – mlékáren, obchodních a servisních organizací spolupracujících s mlékárenským sektorem, odborných středních a vysokých škol a Výzkumný ústav mlékárenský. Mlékárenské podniky zastoupené v ČMSM zpracovávají 54 % dodávek českého mléka. ČMSM je členem Potravinářské komory České republiky, Evropské mlékařské asociace a Mezinárodní mlékařské federace. (tz)

Co nabízí kurz Oběhového hospodářství na VŠCHT

Pojem „oběhové hospodářství či cirkulární ekonomika“ je v poslední době často skloňovaným výrazem jak na globální, tak lokální úrovni. Oběhové hospodářství je trendem, který je jednou z prioritních oblastí udržitelného rozvoje Evropské unie. Pochopit však jeho základní principy, které lze úspěšně aplikovat do praxe, nemusí být snadné. A právě proto Fakulta technologie prostředí VŠCHT v Praze otevřela kurz nástavbového vysokoškolského studia celoživotního vzdělávání s názvem Oběhové hospodářství. Po úspěšném prvním ročníku odstartuje 7. 9. 2018 další, na který je možné se zapsat již nyní.

Kurz nabídne odpovědi na otázky, co skutečně oběhové hospodářství znamená, jaké příležitosti přináší těm, kteří jeho potenciál začnou vnímat mezi prvními. Zaměří se na to, jak nastavit nové business modely tak, aby byly udržitelné, v souladu s legislativou a současně inovativní. Zároveň však poskytne účastníkům nejnovější informace z oblasti oběhového hospodářství a plány a vize z celosvětového hlediska i na lokální úrovni.

„Přechod od lineárního na oběhové hospodářství změnil zaběhlé přístupy k využití zdrojů

a bude mít zásadní vliv na vývoj nových postupů a technologií a celkovou zaměstnanost u nás i v EU. Podle nejnovějších odhadů by v EU přechod na oběhové hospodářství mohl k roku 2030 vytvořit až dva miliony pracovních míst a ušetřit 600 miliard eur. Pro úspěšnou realizaci tohoto ambiciózního plánu je ale potřeba vyvést novou generaci manažerů, lídrů a občanů, kteří se budou schopni efektivně orientovat a využít nových možností, jež koncept oběhového hospodářství nabízí,“ vysvětlila Soňa Jonášová, ředitelka Institutu cirkulární ekonomiky. Kurz Oběhové hospodářství je určen pro manažery rozvoje, životního prostředí, CSR či podnikové ekology. Stejně tak je vhodný pro pracovníky na klíčových pozicích, kteří rozhodují o strategiích volených pro zajištění „resilience“ podniku a vyhledávání nových příležitostí.

„I v druhém ročníku kurzu celoživotního vzdělávání poskytnou akademičtí pracovníci společně s odborníky z praxe znalosti z různých oblastí, se kterými oběhové hospodářství souvisí. Budeme se věnovat odpadovému hospodářství, vodnímu hospodářství, ochraně ovzduší, alternativním zdrojům energie, předcházení vzniku odpadů, recyklačním technologiím, elektroodpadu, potravinovým odpadům, posuzování životního cyklu, CSR, certifikaci, reportingu a dalším tématům. Opět zazní informace

o výhodách i nedostacích, perspektivách i limitech současných nástrojů zavádění oběhového hospodářství do praxe. Náš kurz je platformou pro výměnu názorů a zkušeností v oběhovém hospodářství a je vstupenkou do komunity odborníků vnímajících podnikání v souvislostech,“ dodal Vladimír Kočí, garant kurzu a děkan Fakulty technologie ochrany prostředí VŠCHT v Praze.

Fakulta technologie ochrany prostředí VŠCHT spolupracuje v rámci tohoto kurzu také s odborníky z praxe. Ti na přednáškách poukazují na konkrétní fakta, aktivity či překážky v realizaci skutečných projektů aplikací principů oběhového hospodářství.

První ročník kurzu už přinesl výsledky. Mezi dvaadvaceti studenty, kterými byli zejména odborníci z praxe, byla Klára Hálová ze společnosti Karlovarské minerální vody, která ke kurzu sdělila: „Kurz a kontakty v něm získané mají obrovský přesah do mé práce, takže je to obohacující nejen pro mě jako člověka, ale i pro naši společnost.“ Společnost Karlovarské minerální vody navíc v tomto roce oznámila zahájení výzkumných aktivit projektu Zálohujeme?, jehož cílem je zjistit možnosti navýšení množství zpětně odebraných PET lahví v České republice. Výzkumná skupina, kterou tvoří společně s experty z VŠCHT a Institutu Cirkulární ekonomie

ky, vznikla právě na základě navázání úzké spolupráce v průběhu kurzu. „A tento projekt není jediný, začali jsme spolupracovat i s dalšími účastníky. Snažíme se, aby čerstvé informace, které na kurzu získali, mohli ihned aplikovat v praxi,“ dodala Soňa Jonášová z INCIEN.

Další ročník kurzu Oběhového hospodářství bude probíhat od září 2018 do května 2019. Je tvořen 11 celodenními výukovými bloky, dvoudenní exkurzí na Jižní Moravu a nebudou chybět ani exkurze do ZEVO Malešice a Ústřední čistírny odpadních vod v Praze. Absolvent kurzu bude umět vnímat souvislosti stejně dobře jako příležitosti pro rozvoj konkrétní oblasti, které se věnuje ve svém pracovním prostředí. Získá také komplexní znalosti v oblasti současného stavu rozvoje oběhového hospodářství. Odbornými partnery pro další ročník jsou Institut cirkulární ekonomiky, z.ú., SUEZ Využití zdrojů, a.s., Asociace oběhového hospodářství a Velolia Česká republika, a.s. Druhý ročník kurzu proběhne pod záštitou Ministerstva životního prostředí a Ministerstva průmyslu a obchodu.

Ve druhém ročníku kurzu zbývají stále volná místa! Praktické informace o registraci naleznete na webových stránkách cv.vscht.cz/kurzy-cv/obehove-hospodarstvi. V případě jakýchkoliv dotazů neváhejte kontaktovat Markétu Šerešovou, e: marketa.seresova@vscht.cz. (tz)

Lidé nad 30 let ztrácejí zájem o podnikání, počet mladých podnikatelů naopak vytrvale roste

Počet lidí, kteří začínají podnikat, klesl v posledních sedmi letech o třetinu. O podnikání ztrácejí zájem všechny věkové skupiny obyvatel s výjimkou mladých lidí do 30 let, jejichž zájem o podnikání naopak výrazně roste. Zatímco v roce 2010 bylo mezi 85 000 novými fyzickými osobami podnikateli pouze 15 000 mladých lidí do 30 let, v roce 2017 bylo mezi 58 000 novými podnikateli už více než 27 000 lidí do 30 let. Počet začínajících mladých podnikatelů tak vzrostl za sedm let o 80 %, zatímco počet nových podnikatelů ve věku od 31 let klesl o více než polovinu. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla společnost CRIF na základě dat portálu www.informaceofirmach.cz.

„Nová generace mladých lidí má zcela jiný přístup k životu a práci, než měla generace jejich rodičů. Zatímco o jejich vlivu na fungování firem se již hovoří delší dobu, nikdo zatím nezkoumal jejich ochotu k podnikání a riziku. Naše statistiky tak mohou být výchozím bodem pro prozkoumání toho, jak mladí lidé mění podnikatelské prostředí,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF Czech Credit Bureau.

Mladí lidé do 30 let tvoří 9 % všech fyzických osob podnikatelů v České republice, mezi začínajícími podnikateli jich je však dlouhodobě mnohem více a v posledních sedmi letech jejich podíl mezi začínajícími podnikateli vytrvale roste. Ještě v roce 2010 tvořili tito lidé méně než pětinu všech fyzických osob, které s podnikáním začínaly. V roce 2017 to již byla téměř polovina (47 %). Při zachování tohoto trendu budou mladí podnikatelé do dvou let tvořit většinu všech nových podnikatelů v České republice.

„Zajímavé je, že vztah mladých lidí k podnikání se vyvíjí zcela opačně než u zbytku populace. Počet mladých podnikatelů tak postupně roste, zatímco mezi ostatními skupinami počet začínajících podnikatelů klesá. Čím jsou lidé starší, tím je přitom úpadek zájmu o podnikání zřetelnější,“ sdělila Věra Kameníčková. Ve věkové skupině do 30 let začalo v roce 2017 podnikat o 80 % (12 000) více fyzických osob než v roce 2010, ale ve věkové skupině od 31 do 40 let to bylo už o 53 % lidí (18 000) méně než o sedm let dříve. Ve skupině 41–50 let činil pokles 57 %

(10 000 lidí), ve skupině 51–60 let se počet nových podnikatelů snížil o 63 % a v nejstarší věkové skupině dokonce o 68 %.

Nejrychleji v Moravskoslezském kraji

Ochota mladých lidí podnikat roste v jednotlivých krajích značně nerovnoměrně, všude se však zvyšuje. V Karlovarském kraji se za sedm let zvýšil počet nových mladých podnikatelů o třetinu, v Jihočeském či Plzeňském kraji potom o polovinu. Naproti tomu v Moravskoslezském kraji se za pouhých sedm let zvýšil 2,5násobně (z 1200 na téměř 3000) a v Jihomoravském kraji vzrostl na dvojnásobek (z 1500 na 3000).

V Moravskoslezském kraji se také mezi lety 2010 a 2017 nejrychleji zvýšil podíl mladých lidí mezi nově začínajícími podnikateli. V roce 2010 tvořili lidé do 30 pouze 15 % nových podnikatelů, zatímco o 7 let později to již bylo 48 %. V Jihomoravském kraji se potom podíl mladých mezi začínajícími podnikateli zvýšil z 15 % na 47 %.

Mladí tvoří mezi novými podnikateli většinu už v pěti krajích

Ještě v roce 2016 tvořili mladí lidé nadpoloviční většinu mezi novými podnikateli pouze v Královéhradeckém kraji, v roce 2017 šlo již o pět krajů. V Královéhradeckém kraji a na Vysočině tvořili 52 % nových podnikatelů a v Jihočeském kraji, Pardubickém kraji a Zlínském kraji šlo potom o 51 %. Naopak v Praze šlo pouze o 41 % všech nových podnikatelů.

**Za každého mladého podnikatele,
který s podnikáním skončí,
nastoupí devět nových**

Útlum zájmu starších věkových skupin o podnikání se projevuje také v rychlosti, jakou v jednotlivých věkových kategoriích podnikatelé přibývají či naopak ubývají. Od roku 2015 roste počet podnikatelů pouze mezi lidmi do 40 let a v dalších věkových skupinách stagnuje či klesá. Ve všech věkových kategoriích se však postupně snižuje počet nových podnikatelů, kteří připadají na jedno zrušené podnikatelské oprávnění. V roce 2017 připadlo na každých deset lidí do 30 let, kteří zrušili své podnikatelské oprávnění, 88 nových podnikatelů. Mezi lidmi od 31 do 40 slo o 27 nových podnikatelů na deset zaniklých, zatímco ve skupině 41 až 50 let už



šlo pouze o devět nových podnikatelů na deset zaniklých. U lidí starších 51 let potom počet ukončovaných oprávnění výrazně převyšoval počet nově zakládaných oprávnění.

Útlum zájmu o podnikání zasáhl nejvíce Karlovarsko a Plzeňsko

Stejně jako se v jednotlivých krajích různí míra toho, jak roste ochota mladých lidí pustit se do podnikání, různí se také vývoj ochoty k podnikání u zbytku populace. Počet nových podnikatelů se mezi lety 2010 a 2017 v celé České republice snížil téměř o třetinu (32 %). V Plzeňském kraji se však celkový počet nových podnikatelů snížil o 44 %, na Karlovarsku potom o 41 %. Naopak nejnížší pokles zájmu lidí o podnikání zaznamenal Moravskoslezský kraj, kde se počet nových podnikatelů snížil za sedm let pouze o pětinu (22 %).

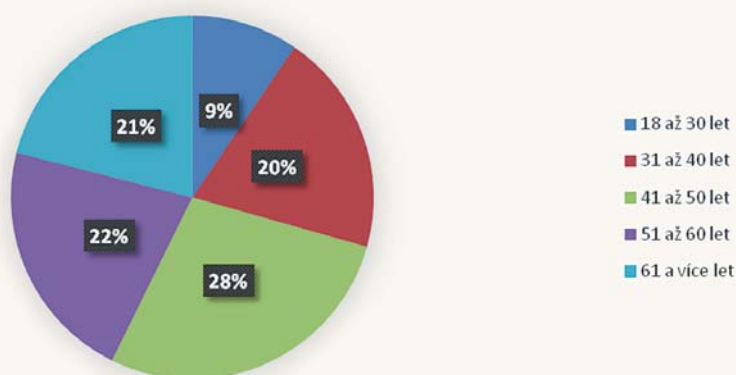
Karlovarský kraj a Plzeňský kraj v posledních sedmi letech zaznamenaly také největší nárůst počtu zániků fyzických osob podnikatelů. Počet zrušených podnikatelských oprávnění v rámci celé České republiky v posledních letech stagnuje. V roce 2010 bylo zrušeno více než 49 000 podnikatelských oprávnění, zatímco v roce 2017 necelých 50 000. V sedmi krajích se v tomto období počet zaniklých podnikatelských oprávnění zvýšil a v sedmi krajích se naopak snížil.

Nejvíce se počet končících podnikatelů zvýšil právě na Plzeňsku, (o 35 %), a na Karlovarsku, kde byl nárůst třetinový. O více než desetiinu vzrostl počet zániků podnikatelských oprávnění pro fyzické osoby ještě ve Středočeském kraji (11 %). Dlouhodobý pokles zájmu lidí o podnikání na své jméno v kombinaci s rostoucím počtem zrušených podnikatelských oprávnění v těchto krajích vede ke stagnaci či dokonce poklesu počtu podnikatelů.

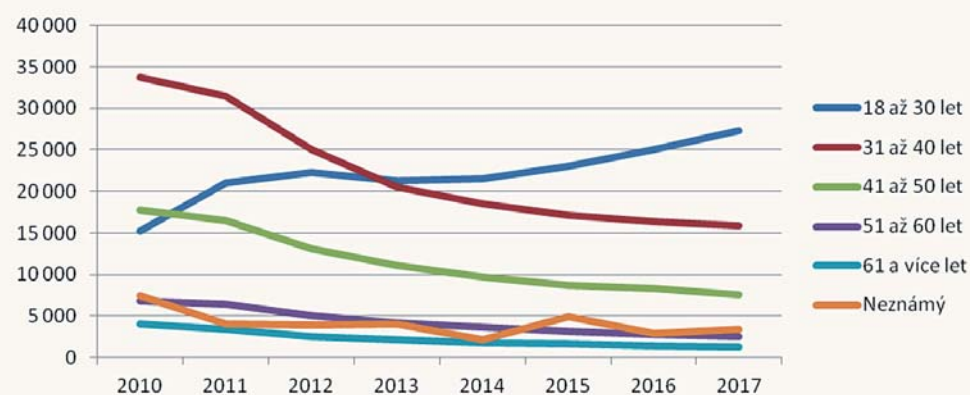
Dobře to dokumentuje také poměr nových podnikatelů k těm, kteří svá oprávnění k podnikání ruší. Ještě v roce 2010 připadlo na Karlovarsku za každých deset končících podnikatelů 17 nových podnikatelů a na Plzeňsku šlo dokonce o 24 nových podnikatelů na deset končících. V roce 2017 už v Karlovarském kraji začalo podnikat pouze osm fyzických osob na každých deset podnikatelů, kteří své oprávnění zrušili. Na Plzeňsku byl potom tento poměr 1:1.

„V roce 2010 byl tento poměr v Plzeňském kraji vůbec nejvyšší ze všech krajů a na Karlovarsku se držel na celorepublikovém průměru. V roce 2017 se přitom už oba kraje nacházely pod celorepublikovým průměrem, který činil 12 nových podnikatelů na deset končících. Na Karlovarsku přitom již pátým rokem v řadě dochází ke snižování celkového počtu podnikatelů,“ konstatovala Věra Kameníčková. **(tz)**

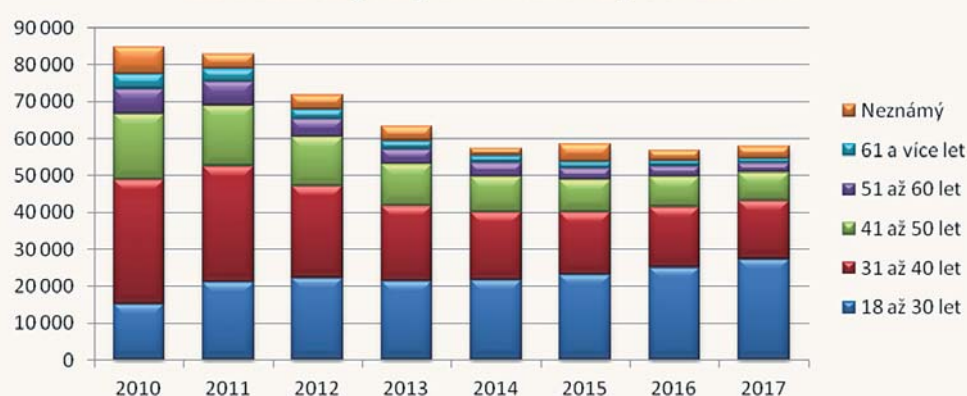
Rozložení všech podnikatelů v ČR podle věku



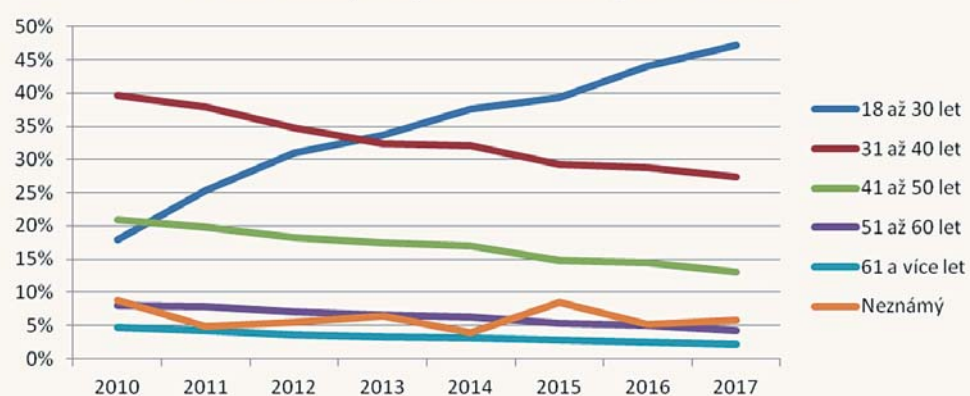
Počet nových podnikatelů podle věku



Počet nových podnikatelů podle věku



Podíl nových podnikatelů podle věku



Změna pravidel CashBack: další rána pro malé venkovské prodejny



Od 1. července stát upravil pravidla pro používání služby

Cashback v maloobchodní síti ČR. Na první pohled atraktivní změna představuje další tvrdý úder pro venkovský obchod, který dlouhodobě bojuje o přežití. Pouze za rok 2017 zaniklo 1082 malých prodejen a nová úprava situaci rozhodně nezlepší.

Dosud byla pravidla pro využití Cashbacku vstřícná i k obchodníkům. Zákazník si mohl vybrat až 1500 korun při minimální útratě 300 korun. Od 1. července se však pravidla radikálně změnila. Nově je možné si vybrat na pokladně až 3000 korun při útratě 1 koruny! Nepochybně vstřícná služba pro občany, avšak jako již tradičně bezohledná změna především vůči nezávislému trhu, tj. venkovské maloobchodní síti. V posledních letech dochází k takovým zásahům opakovaně; zpřísnění značení potravin, znovuoobnovení povinnosti uvádět měrné ceny i pro malé prodejny, a další, dopadá vždy nejvíce na venkovské prodejny, které jsou často jedinou a poslední možností nejen k nákupu pro místní občany. Týká se to ale i tradičních městských

prodejen. Kde je slibovaná podpora venkovských prodejen a obnova venkova vůbec?

Každé velké nákupní centrum, každý větší supermarket má u vstupu bankomat některé z bank. Naopak na venkově je běžná absence bank, poboček pošty ubývá a často chybí i bankomaty. Velké zahraniční řetězce se službou Cashback nikdy nebudou zaobírat, zejména pokud by měla být zdarma.

„Žijeme ve standardním ekonomickém prostředí, kde je každá služba logicky zpoplatněna, či nahrazena jiným vhodným profitem. Tak to dělají banky, které umístí bankomat a chtějí své poplatky za výběr či vklad hotovosti, anebo výběr zdarma, ale je zakomponován do zpoplatnění vedeného účtu. Nejsem zastáncem zpoplatnění výběru hotovosti formou Cashback, ale doposud tím profitem byla povinnost nákupu zboží v hodnotě 300 Kč. A realizovaná marže byla tím profitem pro prodejnu a pro obchodníka. Nyní je tento jediný profit zrušen. Proč?“ ptá se Ing. Vladimír Stehno, předseda družstva COOP Havlíčkův Brod, které provozuje především na venkově přes dvě stovky malých prodejen.

Opakuje se trvalý problém, kdy instituce připravující zásadní změnu v legislativě, nedomyslí všechny možné dopady. Je nepochybné,



kresba SXC

že na celou rádobu vstřícnou aktivitu doplatí opět malé prodejny. Jaké mohou být následky? Zákazník navštíví malou prodejnu v městečku, aby si zakoupil sušenky v akci za 5,90, což ho opravňuje k výběru hotovosti ve výši 3000 korun. Následně pak odchází si udělat nákup do vedlejšího Kauflandu, kde utratí polovinu z této částky. Důvod? Ušetří za poplatek při výběru z bankomatu či výběr hotovosti v bance.

Prodejna v malé obci s obratem 250 000 korun měsíčně udělá v pondělí na začátku měsíce tržbu ve výši 9000 korun. Přijdou čtyři zákazníci požadující výběr hotovosti. Neposkytnout hotovost je možné ve výjimečných případech, zejména když není dostatek hotovosti. Uspokojíme

tímto vysvětlením zákazníky? Je to totéž, jako kdyby banka řekla, že tu sice máme bankomat, ale omlouváme se, že nelze vybrat peníze, protože je nemáme. Pokud takovouto službu poskytnou, zákazník očekává, že bude uspokojen.

Prodejna v rámci ochrany vlastního provozu, kde je hotovost v pokladně podmínkou plynulosti prodeje a tím i odpovídající služby zákazníkovi, bude požadavek na Cashback muset odmítnout s tím, že tato služba není vynutitelná. Tuto službu poskytuje maloobchod zdarma, čímž vychází zákazníkovi vstříc, což je jeden z klíčových rysů tradičního obchodu vůči kupujícímu.

„Určitě budeme hledat cesty, jak upravit nová pravidla Cashbacku tak, aby byla pro tradiční maloobchod vstřícnější a snesitelnější. Soustavně uplatňovat vůči malým nezávislým obchodníkům další administrativní zátěž je neúnosné a povede to pouze k dalšímu zavírání venkovských prodejen. V konečném důsledku budou ale nejvíce poškozeni právě zákazníci,“ upozornil Ing. Zdeněk Juračka, předseda Asociace českého tradičního obchodu a dodal: „Naše prodejny budou sice nadále plnit své poslání s chutí a úsměvem, avšak s nedobrym pocitem, že znovu pouze doplácí na snaživost někoho jiného.“ (tz)

Více než polovina Čechů před dovolenou smění peníze doma, platby kartou v zahraničí však dynamicky rostou

Období dovolených je v plném proudu. Mnoho z nás začíná řešit otázku, zda si směnit eura, kuny či libry doma. Případně jestli je lepší platit v zahraničí kartou a na místě vybrat z lokálního bankomatu. Bankomaty jsou ve světě, a především v tradičních dovolenkových destinacích, stále rozšířenější, a výrazně tak odpadá nutnost brát si velkou hotovost. Přestože Češi doma místo hotovosti často používají platební kartu, když vyjíždějí za hranice, stále spoléhají na papírové peníze. Až šest z deseti Čechů si před cestou raději smění hotovost ještě doma. Nejčastěji si Češi směňují chorvatské kuny.



foto Pixabay

Jen vloni Češi vyjeli na více než 4,9 milionu zahraničních cest, nejvíce do Chorvatska (850 000), Itálie (636 000) a na Slovensko (615 000). I letos se očekává, že si dovolenou u moře nenechají ujít miliony Čechů. Ti však každoročně stojí před dilematem, zda je lepší směnit hotovost doma, nebo jestli stačí platební karta.

„Češi na svých zahraničních cestách stále nedají dopustit na hotovost. Šest z deseti Čechů si podle průzkumu smění peníze ještě doma a na dovolené platí hotově. Každoročně se připravujeme na nápor klientů. Ten je největší v průběhu letních měsíců, od června do srpna. Průměrná částka, kterou si klienti u nás smění, je 5000 korun na dospělou osobu například při cestě do oblíbeného Chorvatska. Nejčastěji si Češi směňují právě chorvatské kuny a eura,“ řekl Petr Plocek, tiskový mluvčí UniCredit Bank.

Více než pětina oslovených Čechů využívá spíše platbu kartou, menší hotovost však smění doma. Ani ne desetina platí především kartou a z bankomatů vybírá, když potřebuje hotovost,

7 % platí hotově a vybírá z lokálního bankomatu v zahraničí. Pouze 6 % Čechů na dovolené platí výlučně kartou. „Klienti UniCredit Bank mohou být na dovolené zcela bez obav, pokud jde o poplatky za výběry z bankomatů. S naším U kontem mohou v jakémkoliv bankomatu kdekoliv ve světě vybrat hotovost zdarma, a to při splnění jednoduché podmínky měsíčního příjmu na účet ve výši 12 000 korun,“ doplnil Petr Plocek.

Obliba placení kartou obecně roste. Podle Sdružení pro bankovní karty narostl počet transakcí v ČR v roce 2017 o 105,5 milionu. Ne jinak tomu bylo i v zahraničí. Loni Češi v zahraničí uskutečnili téměř 75 milionů transakcí, což je o více než 22,5 milionu transakcí více než v roce 2016. Obliba využívání bezkontaktních platebních karet v zahraničí u Čechů rapidně vzrůstá. „Během posledních pěti let jsme v UniCredit Bank zaznamenali 25% nárůst placení kartou v zahraničí. V cizině nejčastěji Češi platí kartou za ubytování, dopravu a jídlo,“ uzavřel Petr Plocek. (tz)

Pojištění cizinců u nás

Jaké zdravotní pojištění mají v ČR cizinci z mimoevropských zemí, kteří zde pobývají, resp. pracují? Ne každý to ví, proto přetiskujeme vyčerpávající informaci Všeobecné zdravotní pojišťovny.

Cizinci ze země mimo EU jsou povinni předkládat při žádosti o vízum či o prodloužení pobytu doklad o cestovním zdravotním pojištění. Tím dokládají zajištění úhrady nákladů léčení v souvislosti s úrazem nebo náhlým onemocněním, včetně nákladů spojených s repatriací do státu, jehož cestovní doklad vlastní. Musí to ale být pojištění od řádné pojišťovny, která má licenci na pojištění léčebných výloh při pobytu v zahraničí, nikoli úrazové, odpovědnostní či jiné pojištění. Musí také obsahovat asistenční službu, která komunikuje se zdravotnickým zařízením a garantuje úhradu. Podle zákona o pobytu cizinců na území České republiky se za do-

klad o cestovním zdravotním pojištění při pobytu nad 90 dnů rozumí doklad, kterým cizinec prokazuje pojištění kryjící náklady na nutnou a neodkladnou zdravotní péči čerpanou po dobu jeho pobytu na území, včetně nákladů spojených s repatriací, s pojistným krytím alespoň 1 500 000 Kč (60 000 eur).

Je-li o vízum k pobytu nad 90 dní žádáno na území ČR nebo v případě žádosti o prodloužení doby pobytu na území ČR, musí mít cizinec cestovní zdravotní pojištění v rozsahu komplexní zdravotní péče, které bylo uzavřeno u pojišťovny oprávněné provozovat toto pojištění na území ČR. Z tohoto pojištění nesmí být vyloučena preventivní ani dispenzární zdravotní péče ani zdravotní péče související s těhotenstvím pojištěné matky a porodem jejího dítěte. Pojistná smlouva také nesmí vylučovat poskytnutí pojistného plnění v případě úrazu, ke kterému došlo z důvodu úmyslného jednání, zavinění nebo spoluzavinění pojištěného ani v důsledku

požití alkoholu, omamných nebo psychotropních látek pojištěným.

Při pobytu do 90 dnů je třeba prokázat, že cizinec má dostatečné a platné cestovní pojištění pokrývající veškeré náklady, které by mohly nastat v souvislosti s repatriací ze zdravotních důvodů nebo v souvislosti s naléhavou lékařskou péčí, pohotovostní nemocniční péčí nebo úmrtím. Minimální pojistné krytí je 30 000 eur.

Komerční zdravotní pojištění si cizinec může v ČR uzavřít u řady pojišťoven – musí ale jít o pojišťovny, které mají příslušnou licenci. Seznam řádných pojišťoven a zprostředkovatelů je veřejně přístupný na webu ČNB. Jednou z nich je dceřiná společnost Všeobecné zdravotní pojišťovny – Pojišťovna VZP, a. s. Poskytuje několik typů zdravotního pojištění cizinců, včetně pojištění komplexní péče, což je produkt prakticky shodný s veřejným zdravotním pojištěním. Zdravotní pojištění cizinců u Pojišťovny VZP splňuje veškeré podmínky zákona o pobytu ci-

zinců na území ČR a je samozřejmě uznáváno cizineckou policií. Nesplnění povinnosti mít zdravotní pojištění může být nejen důvodem k pokutě při kontrole, ale i důvodem ke zrušení platnosti vydaného oprávnění k pobytu na území ČR.

Doklad o zdravotním pojištění se nevyžaduje, pokud jsou náklady zdravotní péče hrazeny na základě mezinárodní smlouvy nebo cizinec prokáže, že je zdravotní péče hrazena jiným způsobem. Může také jít o cizince, který je pojištěn v systému veřejného zdravotního pojištění podle zákona č. 48/1997 Sb., tedy stejně jako běžný občan. Takto pojištěn může být cizinec ze země mimo EU, má-li v ČR trvalý pobyt (či se jeho pobyt považuje za trvalý – např. žadatelé o mezinárodní ochranu a jejich děti narozené na území ČR), nebo je-li zaměstnán u zaměstnavatele, který má sídlo nebo trvalý pobyt na území ČR. Vybrat si pak může kteroukoli z českých zdravotních pojišťoven a ta ho vybaví svým průkazem pro cizince pracujícího nebo bydlícího v ČR. (tz)

Startuje největší projekt slunečních clon v historii Gumotex

Pokud používáte automobil, je velmi pravděpodobné, že minimálně jeden prvek v jeho interiéru pochází z produkce akciové společnosti Gumotex. Za více než pět desítek let se její výroba pro oblast automotive rozrostla do šesti výrobních závodů. Spolu s dceřinými společnostmi firma dodává automobilkám sluneční clony, sedáky, různé druhy opěrek, autokoberců, ale také tlumičů prvků do karosérií. Produkty Gumotex jsou i v luxusních Lamborghini či Rolls Royce. Výrobci jsou pyšní také na dodávky pro sedmičkovou řadu BMW.

Nejobtížnější automobilový projekt v historii společnosti Gumotex a zároveň největší investiční akce v letošním roce. Tak lze charakterizovat zakázku pro automobilku Volkswagen, která představuje dodávku více než deset milionů kusů slunečních clon do vozů Škoda Octavia, Seat Leon nebo Volkswagen Golf a Passat. Životnost tohoto projektu je deset let. „Takzvaná nominace do takového projektu je zdlouhavý a náročný proces. Poptávková jednání probíhají i několik let. V případě, že uspějete, následují investice do výrobního a technického zázemí, příprava výroby a příslušná testování. Podobnou zakázku získal Gumotex již dříve, a sice do vozů VW Touran, Tiguan nebo Škoda Kodiaq. Letos v únoru nám to u VW vyšlo znovu. Zkušební provoz bu-



Miroslav Jaško, ředitel skupiny Gumotex AUTO

de zahájen už koncem letošního roku,“ popsal Miroslav Jaško, který v pozici ředitele skupiny Gumotex AUTO působí od září loňského roku.

Ostrá výroba v rámci nového projektu odstartuje v roce 2019. Podmínky Volkswagenu si vyžádaly vyšší míru automatizace a robotizace, což na jedné straně zvýší produktivitu a na straně druhé sníží provozní náklady a zmetkovitost.

Některé motoricky náročné operace budou provádět speciálně zaškolení zaměstnanci v třísměnném provozu. Vybraní dodavatelé již pracují na jednotlivých strojních součástech a formách pro novou linku. „První ostré sériové výrobky jsou plánovány na polovinu roku 2019. Clony budou mířit do Německa, konkrétně do závodů Volkswagenu ve Zwickau, Wolfsburgu a také do Španělska, do závodu Seat Martorell,“ upřesnil Miroslav Jaško.

Společnost opakovaně získává ocenění pro dodavatele dílů do Auta roku v ČR. Spolu s dceřinými společnostmi dodává do letošního SUV Karoq pěnové tlumičí díly, výplně zavazadlového prostoru a výplně pod přístrojovou deskou. Do interiéru pak loketní opěrky, textilní koberce případně rozkládací gumotextilní řešení pro zavazadlový prostor.

Gumotex jako celek ovšem nevyrábí pouze pro autobranži. Úspěšný je v exportu výrobků z povrchově upravovaných materiálů, například nafukovacích postelových matrací, lodí pro sport a volný čas, dále speciálních výrobků pro záchranářské systémy představující například dekontaminační stany a protipovodňové zábrany.

Export představuje zhruba 75 % produkce celé akciové společnosti. Mezi největší zákazníky se řadí Volkswagen, BMW, koncerny Grammer a ISRI, americký Sleep Number Corporation a další.

Miroslav Jaško, se v branži pohybuje přes dvacet let. Tvrdí, že svět automotive v mnohém předbíhá ostatní odvětví, je hodně rychlý a především globální. Podle něj je konkurence v tomto průmyslu jedna z nejtvrdějších. „Co jinde považují za přednost, se v automotive bere jako nutný základ pro vstup do odvětví. Chyba se neodpouští,“ zdůraznil ředitel celkem dvou odštěpných závodů a čtyř dceřiných společností. (tz)



ČSOB umožní služby otevřeného bankovníctví

ČSOB plánuje otevřít své bankovníctví od letošního listopadu. Klienti tak budou moci uskutečnit některé operace s účty prostřednictvím jiných bank nebo nebankovních poskytovatelů s licencí. Otevřené bankovníctví umožnila evropská směrnice známá pod zkratkou PSD2.

Od počátku července ČSOB spustila výše uvedené nové služby v interním testovacím režimu a vedle toho zprovoznila vývojářský portál developers.csob.cz. Na něm vývojáři najdou technickou dokumentaci k novým službám, návody k re-

gistraci a založení nové aplikace, a také tzv. písčoviště, na kterém bude možné ověřit správné nastavení aplikací, které je k dispozici od července.

„Bezpečnost našich klientů je pro nás vždy prvořadá. Máme tak za sebou i před sebou řadu měsíců příprav a testování všech systémů a platform. Na základě důkladného interního a následně externího pilotního provozu se pak rozhodneme o spuštění ostrého provozu. Nyní předpokládáme, že k němu dojde od letošního listopadu,“ uvedl Jan Blažek, programový manažer z ČSOB.

O otevřeném bankovníctví se klienti zajímají. V průzkumu ČSOB zhruba 60 % osob vyjádřilo

zájem o obsluhu svých účtů v různých bankách z jednoho místa. Více než 70 % dotazovaných ovšem vyjádřilo obavy z toho, že jejich finanční data mohou být snáze zneužita, a přibližně dvě třetiny mínily, že novinka otevírá dveře podvodníkům a zlodějům.

Už tento rok v prosinci se klienti skupiny ČSOB mohou těšit přímo ve svém internetovém bankovníctví na tzv. multibanking, což je služba umožňující připojení účtů klienta vedených u jiných bank.

O využívání služeb PSD2 rozhoduje vždy klient banky, který může přístup třetím stranám zakázat nebo povolit. Stejně tak pro potvrzení

plateb budou klienti nadále využívat autorizační nástroje banky, kde mají vedený účet. Třetí stranou je poskytovatel s oprávněním poskytovat službu nepřímého dání platebního příkazu nebo informování o platebním účtu. Oprávnění k poskytování těchto služeb vydává v České republice Česká národní banka.

Cílem evropské směrnice PSD2 (Payment Services Directive 2) je vytvoření jednotného platebního trhu prostřednictvím regulace bank a nových poskytovatelů platebních služeb. Z této směrnice vychází nový český zákon o platebním styku, který vstoupil v účinnost 13. ledna 2018 a převádí tuto směrnici do české legislativy. (tz)

INZERCE

Antonín Koplík
Předkladatel projektu INFRASET
Finalista v kategorii Firma

Petr Báča
Předkladatel projektu MIWA (Minimum Waste)
Finalista v kategorii Firma

Hlasujte pro vítěze

e-on

E.ON ENERGY GLOBE

energyglobe.cz



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Staňte se Ambasadorem kvality ČR

Česká společnost pro jakost nabízí možnost prezentovat vaše úspěchy prostřednictvím vyhlášených ocenění. Základním jmenovatelem těchto aktivit je kvalita, společenská odpovědnost a udržitelný rozvoj. Jako spolek sdružující široké spektrum osob a organizací působících v různých oblastech systémů managementu jsme jedineční svým postavením a zkušenostmi a dlouholetou spoluprací nejen s národními, ale i zahraničními organizacemi.

Možnost být oceněn za svoji práci je motivací a uznáním pro každého jedince stejně jako i pro organizaci. Kdo by se nechtěl pochlubit úspěšným fungováním firmy, správným nastavením procesů a dosažením vytčených cílů? Nehledě na to, že nezávislé posouzení je vhodnou zpětnou vazbou pro vedení organizace, že je na dobré cestě k podnikatelské úspěšnosti. Vyhlášené ceny nejsou určeny jen organizacím, ale i jednotlivcům – osobnostem.

Znáte někoho, kdo by si zasloužil být ohodnocen za svoji práci a kdo dosáhl mimořádných úspěchů? Vyhlášené ceny oceňují i fyzické osoby, které jsou lidry ve svém oboru a svoji činností se zasazují o šíření myšlenek kvality, jejichž prosazení, v dnešní době za rychlým ziskem, není mnohdy jednoduché a vyžaduje velké úsilí a odhodlání. Na následujících řádcích vám přinášíme přehled těchto vyhlášených cen Českou společností pro jakost určených jak pro ocenění organizací, tak fyzických osob.

Příležitost pro organizace

Ambasador kvality České republiky



Cena byla vyhlášena v rámci podpory rozvoje a podpory zavádění zásad managementu kvality v různých podobách. Určena je pro organizace, které nadstandardně dbají

o zajištění kvality svých produktů a služeb, které se chovají odpovědně a aktivně napomáhají ší-

ření a propagaci kvality. Organizace jsou v ceně hodnoceny nejen podle současných ekonomických výsledků, ale především je brán v potaz jejich přístup ke kvalitě, která je předpokladem k dlouhodobé úspěšnosti, ekonomickému a společenskému rozvoji. Organizace dokladují své aktivity při propagaci kvality, podpoře inovací, uplatňování společensky odpovědných přístupů, naplňování zásad udržitelného rozvoje a odpovědné komunikaci vůči všem zainteresovaným stranám. Ocenění je určeno všem organizacím podnikatelského sektoru bez rozdílu velikosti a oboru.

Mezinárodní soutěž inovací



QUALITY INNOVATION AWARD

Pátým rokem mají možnost se i firmy z České republiky zapojit do mezinárodní soutěže Quality Innovation Award. Díky spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu jsme národním partnerem soutěže inovací. Díky soutěži mají přihlášené organizace možnost porovnat svoji inovaci z mezinárodního pohledu, kdy se hodnotí především inovativnost ve smyslu míry novosti a použitelnosti v praxi, její účinnost a orientace na zákazníka. Soutěží se v několika kategoriích podle velikosti organizace a sektoru, dále jsou zvlášť hodnoceny inovace s environmentálním dopadem nebo potenciální inovace, dosud netestované. Účast v soutěži je bez poplatku. Pro přihlášené firmy poskytujeme plnou podporu v průběhu celé soutěže.

Cena za návrat do života

Cena za návrat do života je udělována organizacím, které významným způsobem přispívají k návratu duševně či tělesně postižených lidí do běžného pracovního a rodinného života. Účast v ceně není omezena velikostí ani typem organizace a je bezplatná.

Personální ocenění určená fyzickým osobám

Manažer kvality roku

Cena je vyhlášována v návaznosti na mezinárodní cenu European Quality Leader vyhlášenou Evropskou organizací pro kvalitu. Cílem je ocenit nejlepší výsledky manažerů kvality a tyto veřejně prezentovat a poskytnout tak příklad pro následování. Národní vítěz soutěže má možnost se ucházet o návaznou evropskou cenu. Titul Manažer kvality roku je určen pro ty manažery, pod jejichž vedením došlo ke zlepšení kvality/systému managementu kvality v organizaci s příznivým výsledkem pro různé zainteresované subjekty. Účast v soutěži je bezplatná.

Cena Františka Egermayera

Cena je udělována studentům, kteří píšou svoje odborné práce v oblasti kvality a systémů řízení, systémů ochrany životního prostředí, systémů bezpečnosti a ochrany zdraví při práci i v oblasti společenské odpovědnosti a udržitelného rozvoje. Soutěž je veřejná a určená studentům středních škol, vyšších odborných škol a vysokých škol a jejich ročníkovým, seminárním, absolventským, bakalářským, diplomovým a disertačním pracím. Účastníci přihlašují příslušná škola/fakulta, účast v soutěži je bezplatná.

Cena Anežky Žaludové

Jde o prestižní čestné ocenění, kterým ČSJ oceňuje každoročně osobnosti, které se mimořádným způsobem zasloužily o rozvoj péče o kvali-

tu v naší zemi. Toto vysoké ocenění bylo nazváno Cena Anežky Žaludové na počest světově uznávané mimořádné osobnosti, čestné předsedkyně ČSJ a čestné členky Evropské organizace pro kvalitu. Návrh na kandidáty může vzejít i ze sféry mimo ČSJ.

CSR Guru



Cena pro fyzické osoby za konkrétní přínos pro podporu šíření myšlenek a principů společenské od-

povědnosti a cílů udržitelného rozvoje. Za úspěšností šíření myšlenek a implementaci CSR a udržitelného rozvoje stojí konkrétní lidé, manažeři, kteří tyto myšlenky uvádějí ne vždy snadno do života. Předpokladem pro získání ocenění je dlouhodobé profesionální působení kandidáta na podnikové, regionální nebo celostátní úrovni v této oblasti, výsledky jeho činnosti jsou všeobecně známé a respektované a zásadním způsobem přispívají k propagaci CSR v ČR. Účast v ceně je bezplatná.

Více informací k uvedeným soutěžím a vyhlášeným cenám, ať personálním nebo určeným pro organizace, najdete na webových stránkách České společnosti pro jakost v záložce spolková činnost oceneni.csq.cz.

Termín pro přihlášení do výše uvedených cen je každoročně do 30. září, v případě Mezinárodní ceny inovací je termín odevzdání přihlášek již do 15. září. Pro informace a přihlášky si pište na e-mail sekretariat@csq.cz. Vyplněné přihlášky je možné zaslat na uvedený e-mail nebo poštovní adresu Česká společnost pro jakost, Novotného lávka 200/5, 110 00 Praha 1.

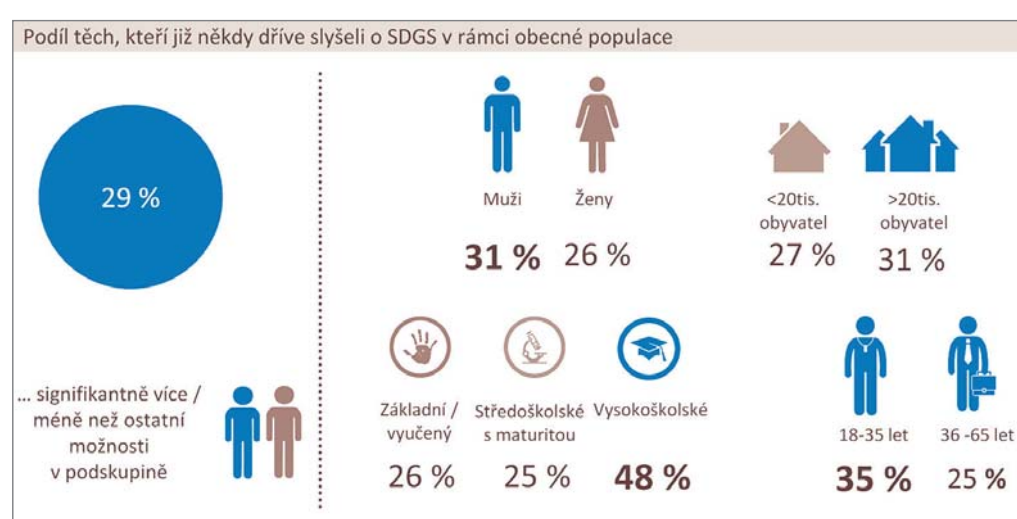
David Kubla,
Česká společnost pro jakost

Povědomí o Cílech udržitelného rozvoje OSN v Česku? Rezonují témata ochrany životního prostředí a problematiky vody

Zdraví a kvalitní život spolu s dostatkem pitné vody – dvě hlavní priority, které Češi považují za nejdůležitější z celkem 17 Cílů udržitelného rozvoje (tzv. SDGs). Ty Česká republika přijala spolu se všemi členskými státy OSN v roce 2015 jako základní pilíře programu rozvoje planety do roku 2030. Povědomí o SDGs má bezmála třetina českých občanů. Informace přinesl průzkum agentury Ipsos pro Asociaci společenské odpovědnosti.

Pro Čechy jsou podle výzkumu nejdůležitějšími tématy v rámci SDGs Zdraví a kvalitní život (SDG 3) a Pitná voda a kanalizace (SDG 6). Mezi klíčové pak dále obyvatelé České republiky řadí Důstojnou práci a ekonomický rozvoj (SDG 8), Mír, spravedlnost a silné instituce (SDG 16) nebo Dostupné a čisté energie (SDG 7). Oproti předchozímu roku vzrostl počet lidí, kteří si myslí, že by se do plnění cílů měla aktivněji zapojit česká vláda a soukromý sektor. V roce 2017 se pro větší roli státu vyslovilo 79 %, letos je to 86 %. Aktivnější přístup firem loni požadovalo 73 %, v letošním roce je to 86 % dotázaných.

Aktuální pokrok v naplňování SDGs patří současně mezi hlavní témata zasedání Politického fóra na vysoké úrovni o udržitelném rozvoji (HLPF), které se uskutečnilo v polovině července v sídle OSN v New Yorku. Česká republika zároveň končí své předsednictví v Hospodářské a sociální radě OSN (ECOSOC), jednoho ze tří nejdůležitějších orgánů organizace. Dne 18. července se také slaví Mezinárodní den Nelsona



Mandely. Ten by právě oslavil 100. narozeniny. „Během své politické kariéry připomínal Nelson Mandela světu, že pokud budeme polovinu z nás držet zpátky, nemůže se nikdo posunout kupředu. Bývalý prezident Jihoafrické republiky a bojovník proti apartheidu pokládal vzdělání za nejsilnější zbraň, kterou lze měnit svět, boj proti chudobě za projev spravedlnosti, nikoli charity. Inspirujme se v tento den jeho ideály a spolupracujme, abychom pomohli globální cíle naplnit,“ dodala k tomuto významnému dni Lucie Mádlová, zakladatelka a výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti.

Během fóra byly také představeny výsledky každoročního celosvětového žebříčku, tzv. SDG Indexu. Ten zkoumá, jak si jednotlivé země vedou v naplňování konkrétních cílů. Česko skon-

čilo na 13. místě ze 156 hodnocených států – umístilo se například před Velkou Británií, Kanadou nebo Japonskem. Česká republika dosáhla indexu 78,7, což je nadprůměr v rámci regionu (průměr 76,9).

Zájem Čechů o udržitelný rozvoj také potvrzuje již zmíněný nejnovější výzkum agentury Ipsos pro Asociaci společenské odpovědnosti. Povědomí o SDGs má bezmála třetina českých občanů (29 %). Jde většinou o lidi mezi 18 a 35 lety a o lidi s vysokoškolským vzděláním. „Cíl Zdraví a kvalitní život je českou populací osobně vnímán jako nejdůležitější a je zároveň považován za prioritu, kterou by měla česká vláda řešit,“ komentoval výsledky výzkumu Tomáš Macků, Research & Communication Director agentury Ipsos. U Čechů těsně následuje cíl Pitná voda

a kanalizace (SDG 6), jehož důležitost již druhým rokem dle názoru populace významně roste a zároveň je jeho řešení v Česku hodnoceno nejlépe. Richard Brabec, ministr životního prostředí, pod které agenda 2030 v Česku spadá, k výsledkům výzkumu doplnil: „Jsem rád, že vedle státu vnímá stále větší počet lidí jako hlavní hráče při naplňování Cílů udržitelného rozvoje města a obce, vzdělávací instituce i jednotlivé občany, stejně jako spolupráci veřejného a soukromého sektoru. Právě zapojení co nejširšího počtu subjektů je tím klíčovým nástrojem pro prosazování principů udržitelnosti do praxe.“

Účastníci průzkumu pak při otázce na jejich vlastní aktivní roli při naplňování SDGs nejčastěji uvádějí třídění odpadů a recyklaci (63 %) nebo omezení plýtvání potravinami, energiemi a vodou (23 %). Dále kolem 5 % populace omezuje i nakupování produktů z plastů nebo v plastových obalech, nepoužívají igelitové sáčky a snaží se omezit i využití automobilové dopravy.

Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR) je největší platforma společenské odpovědnosti (CSR) a udržitelného podnikání v Česku. Jako hostitelská organizace UN Global Compact do České republiky zároveň přináší jedinečné globální know-how největší platformy udržitelného podnikání na světě pod OSN. Na podporu globálních cílů každoročně uděluje Ceny SDGs, unikátní ocenění za naplňování Cílů udržitelného rozvoje OSN v Česku. Jako národní ambasador v Česku zastřešuje celosvětovou kampaň Giving Tuesday, největšího svátku dárcovství na světě. (tz)

www.spolecenskaodpovednost.cz
www.globalnicile.cz, www.giving-tuesday.cz

Atraktivní přístup k businessu: počet franšíz v Česku opět narostl



Podle nejnovější zprávy konzultační společnosti PROFIT system a portálu Franchising.cz působí v ČR více než 260 franšízových značek a téměř 8500 franšízových poboček. Na český trh vstoupily známé franšízové značky španělská Telepizza nebo německé Vapiano. Za poslední dva roky počet nových franšizantů a franšízových poboček napříč celým franšízovým trhem vzrostl o třetinu.

Poradenská společnost PROFIT system franchise services a portál Franchising.cz zmapovaly ve své aktuální Zprávě o franchisingu 2017 na 300 franšízových značek na českém trhu. Z toho 260 již jako franšízový či partnerský systém funguje a asi dalších 30 jak českých, tak zahraničních, svého prvního franšizanta hledá. Svou první franšízovou pobočku loni otevřely značky jako např. Info Detective company, Pressto čistírna oděvů, Skibi Kids, Socatots, Yogoterie či Wafel. Na český franšízový trh se snaží proniknout více než 15 zahraničních konceptů, patří mezi ně Pierre Cardin, Cavavin, DUKA, Deny's, Body Chief, EasyWine a Beer, Logicschool, a další. Do roku 2020 by podle prognózy mělo v ČR působit již na 300 franšízových sítí. Na franšízovém trhu počet podnikatelských jednotek rostl. Za loňský rok jich bylo zprovozněno na 667. „To jen potvrzuje výhody franchisingu jako bezpečnější formy podnikání, kdy se zkušenosti a osvědčené podnikatelské postupy, ale i náklady sdílí, a nepředstavují pak takové podnikatelské riziko,“ řekl Marek Halfar, ředitel poradenské společnosti PROFIT system.

Převaha českých značek
Na tuzemském trhu od roku 2011 dominují české franšízy. Za tu dobu se jejich poměr navýšil o 10 %. Podle údajů PROFIT system 212 značek působí jako klasické franšízové systémy a 48 pak jako partnerské systémy, které poskytují licenční práva na svou značku a know-how, a fungují většinou na provizním systému. Z celkového počtu 260 franšíz je 162 značek českého a 98 zahraničního původu. Na 63 % konceptů, které generuje český franšízový trh, tak pochází z tuzemska. „Český franšízový trh se stále vyvíjí a více tradičních českých firem pro svou expanzi volí franšízování. Stejně tak je stále Česká republika také atraktivní pro zahraniční franšízové systémy, které zde vidí potenciál. Do budoucna by se měl podíl českých značek nadále navyšovat, komentovala

výsledky Reportu za rok 2017 Lenka Nováková z portálu Franchising.cz. Současně se však český franšízový trh také konsoliduje. Franšízové systémy, které dříve měly trh pokrytý, nyní opět zahájily akvizici, čemuž odpovídá i rostoucí počet podnikatelských nabídek na portálu Franchising.cz. Franšizantům také v cyklech končí platnosti smluv a např. u jedné z prvních franšíz McDonald's po 20 letech dochází k předání vedení restaurací na druhou generaci franšizantů. V ČR nyní působí celkem na 8476 franšízových poboček, které provozuje na 8103 franšizantů.

Dominuje obor gastronomie
Zpráva PROFIT systém potvrzuje dlouhodobý trend, že služby převažují nad obchodem, a to v poměru 58 % (152) vs. 42 % (108) franšíz. Je to dáno také tím, že nároky na zprovoznění obchodní jednotky bývají finančně náročnější. Co se týká oborů, první místo si tradičně drží gastronomie, kde počet franšízových značek dosáhl počtu 40. Obor gastronomie u Čechů mezi obory vede, a to i přes to, že v předchozích letech tento obor zaznamenal mírný pokles. Gastronomické koncepty tvoří celkem 15 % franšízového trhu v ČR.

Mezi dynamické a rychle se rozvíjející obory pak patří oblast zdraví a finanční služby. Důkazem toho jsou údaje nejvíce progresivních franšízových značek jako Naturhouse, OK Point, či Ice'n'Go, v jejichž sítích loni přibýlo až 30 nových poboček. Mezi značky s největším počtem franšizantů se řadí dlouhodobě Teta Drogerie, hudební škola Yamaha nebo potravinář Hruška.

Expanze do zahraničí
Odborníci také upozorňují, že čím dál více českých společností se snaží se svými koncepty proniknout za hranice států. Podle zprávy PROFIT system jich je 44, tj. okolo 17 % z celkového počtu 260 franšízových sítí. Mezi ty české franšízy, které expandovaly za hranice během posledních dvou let, patří mimo jiné BubbleMania, Konopná lékárna, Quickwash a Svět zdraví. Nejčastější zemí pro plánovanou expanzi českých značek je Slovensko, následuje Polsko a Německo.

Jeden franšizant a více poboček
Ze zprávy vyplývá, že největší počet poboček na jednoho franšizanta je zaznamenáno u značek jako McDonald's, Bushman, Business for Breakfast či Oxalis, a to v průměru tři pobočky na jednoho franšizanta. To obecně potvrzuje úspěšné fungování v síti, kdy se franšizantům vyplatí znovu investovat v rámci sítě než se poohlížet po jiných investicích. „V nejbližší době se tak dá očekávat, že rozvoj franšízování bude nadále pokračovat, neboť jeho tržní potenciál ještě nebyl vyčerpán. Stále rostoucí zájem o podnikání pod zavedenou značkou je důkazem toho, že franšízování, jako forma podnikání, byl českým trhem plně akceptován a těší se stále větší oblibě,“ dodává Lenka Nováková. (tz)

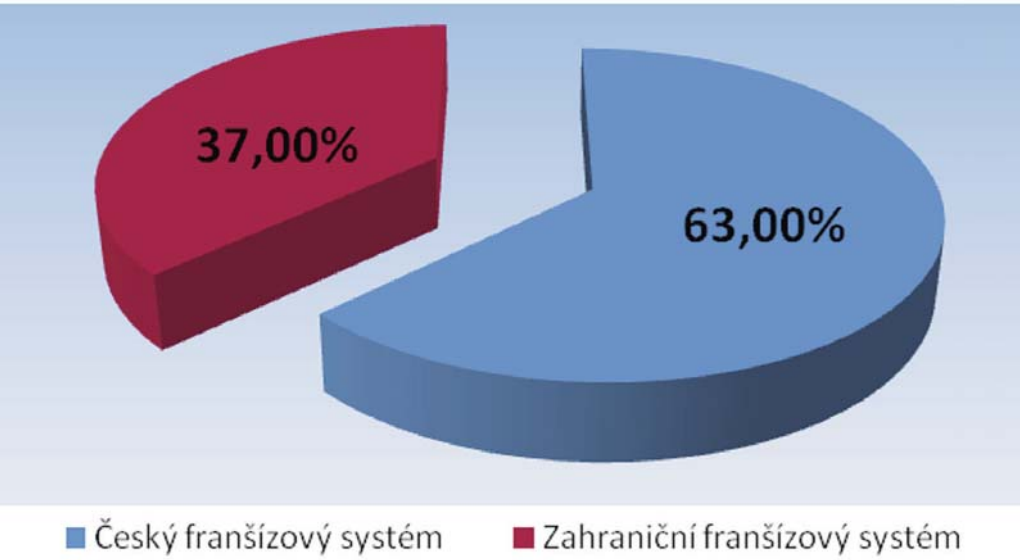
Jednotlivé zastoupení sektorů na trhu franšízingu v roce 2017

Rozdělení sektorů	Počet franchis	% podíl
Gastronomie	40	15
Oděvy a obuv	30	12
Potraviny	30	12
Realitní služby	19	7
Krása a fitness	13	5
Vzdělávání	18	7
Kosmetika a zdraví	18	7
Služby různé (B2C)	16	6
Maloobchod různé	14	5
Bydlení a stavba	7	3
Automoto	14	5
Obchodní a poradenské služby (B2B)	13	5
Služby pro cestovní ruch	10	4
Produkty pro děti	9	3
Bankovní a finanční služby	9	3
Celkem	260	100

Franšízové systémy v ČR – vývoj v letech 2012–2017



Poměr české a zahraniční franšízy v ČR



Počet poboček vlastních / franšízových / franšizantů v letech 2012 a 2017



Porovnání oborů obchodů a služeb v letech 2011–2017



Češi vyvinuli unikátní rychlonabíječky pro elektromobily, dobíjecí stanice chtějí budovat celosvětově

Česká inženýrská společnost DEL ze Žďáru nad Sázavou vyvinula unikátní nabíjecí stanici elektromobilů. Vysokokapacitní „rychlónabíječka“ na principu stejnosměrného proudu dokáže dobít baterie na více než 95 % jejich kapacity, na rozdíl od ostatních zařízení na trhu, která ve většině případů přestávají dobít baterie po dosažení 90 % kapacity. Vysokokapacitní nabíječka by se v reálném provozu měla objevit ještě v letošním roce, a to právě ve Žďáru nad Sázavou. Společnost DEL plánuje svými nabíjecími stanicemi usnadnit elektromobilitě cestu k běžným spotřebitelům a uvést je nejen na český, ale i globální trh.

Nabíjecí stanice, které letos plánuje uvést na trh společnost DEL, budou schopné nabíjet baterie na jejich plnou kapacitu díky zkušenostem firmy z realizací v chemickém průmyslu. Konkurenční nabíječky francouzské, americké či japonské výroby, které se po světě využívají nyní, dokáží nabíjet zpravidla do 90 % kapacity, výjimečně do kapacity 95 %. Nabíječky DEL podobné klasickým stojanům by měly nalézt uplatnění nejen u čerpacích stanic, ale i v obchodních centrech, hotelových garážích či dalších místech vyhrazených pro parkování. Elektromobilům umožní dobít až 80 % kapacity baterie během 20 minut, tedy při krátké zastávce na cestě. Plně nabití baterii dokážou do dalších 30 minut. Na průběh dobíjení má však vliv například počáteční stav baterií vozu či jejich kapacita.

Klíčem rozvoje elektromobility je infrastruktura

Podíl automobilů s čistě elektrickým pohonem zatím na českém trhu roste pomalu, spo-



lečnost DEL chce proto jejich větší oblibu podpořit zlepšením podmínek pro běžný provoz elektromobilů. „Kvůli nedostatečně rozvinuté infrastruktuře je rozvoj elektromobility v ČR pomalejší než v jiných evropských zemích nebo v USA. Očekávání trhu jsou proto vysoká, čeká se na vhodný impuls, díky kterému bude provoz automobilů na elektrický pohon pohodlnější,“ vysvětlil Jiří Kabelka, ředitel společnosti DEL, která své nabíjecí stanice plánuje dodávat nejen na český trh, ale také na zahraniční. „Například v Německu je po kauze Dieselgate obrovská poptávka po elektrických autech, naše kroky tedy budou směřovat i tímto směrem,“ dodal.

Už nyní zaostáváme přinejmenším o čtyři roky

Právě Německo je v procesu implementace elektromobility výrazně dále než Česká republika. Už v roce 2009 si německá vláda stanovila cíl, aby v roce 2020 na tamních silnicích jezdil jeden milion vozů na elektrický pohon. V témže roce by se Německo podle plánů mělo stát hlavním trhem s elektromobily. Samotné plánování tohoto rozvoje probíhá podle studie německé Národní centrály pro elektromobilitu (National Platform for Electric Mobility) ve třech fázích během šesti let. „První fázi je samozřejmě výzkum, vývoj a postupná standardizace, následovaná přípravou trhu na éru

elektromobility, včetně zajištění potřebné infrastruktury. Třetí fázi je potom plná integrace produktů využívajících obnovitelné zdroje do běžného života. Zatímco v Německu první fáze započala již v roce 2014, v České republice jsme teprve na jejím začátku,“ popsal rozdíl mezi připraveností obou zemí Jiří Kabelka.

DEL plánuje ze začátku vyrábět desítky stanic ročně a provádět vzdálenou údržbu

Ještě předtím, než vysokokapacitní nabíjecí stanice vstoupí na trh, musí podstoupit sérii zákonem předepsaných testů pro získání potřebné certifikace. Tu by nová technologie podle Jiřího Kabelky měla získat zhruba v polovině letošního roku, od kdy bude zároveň možné spustit výrobu.

„Prozatím plánujeme vyrábět deset kusů nabíječek měsíčně, i tak bychom ale měli být jediným českým výrobcem se všemi certifikacemi,“ upřesnil Jiří Kabelka. K dobíjecím stanicím bude společnost DEL poskytovat i kompletní servis, včetně technologického řešení údržby na dálku. V celé České republice zatím fungují jen jednotky kusů podobných nabíječek, situaci by ale brzy po získání potřebné certifikace měly změnit právě nabíjecí stanice společnosti DEL.

Podpora státu může nástup elektromobility urychlit

Nutností pro zrychlení rozvoje elektromobility v Česku je však i účast státu, a to nejen formou investičních pobídek pro firmy či slev na dani pro spotřebitele, ale především přípravou infrastruktury. „Už nyní by plány pro výstavbu nových silnic a dálnic měly počítat s větším podílem elektromobilů, který bude nadále růst, a tím pádem i s nutnou přítomností dobíjecích stanic,“ dodal Jiří Kabelka. (tz)

Flexiauto: nový projekt sdílení elektromobilů pro firmy

Energetická skupina innogy v ČR společně se skupinou Auto Palace Group zahájila pilotní fázi projektu Flexiauto na pronájem a sdílení elektromobilů firmám pro potřeby jejich zaměstnanců. Ti si auto mohou v mobilní aplikaci objednat pro nejrůznější účely od cesty pro svačtinu či na jednání až po víkendové výlety s rodinou.

Klientům bude po podpisu smlouvy poskytnut elektromobil, nabíječka a vybavení pro sdílení. Příštích šest měsíců a vzorek patnácti aut v patnácti firmách rozhodnou o dalších investicích. Prvním klientem služby Flexiauto je velkoobchodní řetězec Makro. „Aby se elektroauto vyplatilo, musí jezdit. Proto našim partnerům na-

bízíme elektromobil s kompletním vybavením, které umožní využití pro služební i soukromé jízdy, dvacet čtyři hodin denně. Jde o výraznou zaměstnaneckou výhodu určenou zejména pro



mladou generaci zaměstnanců, kteří neradi čekají a vše řeší online. Navíc s elektromobilem mohou parkovat v modrých zónách zdarma,“ uvedl Pavel Špaček, produktový manažer ze společnosti innogy Energie.

Elektromobil je k dispozici nepřetržitě 24 hodin, sedm dní v týdnu a Auto Palace Group zajišťuje jeho údržbu, servis a čištění. Aktuálně je v nabídce model Volkswagen e-up! v černé barvě, na přání klienta mohou být poskytnuty rovněž modely Renault Zoe nebo BMW i3. Nabíječku instaluje innogy přímo v objektu firmy.

„Službu carsharingu vidíme jako příležitost inovovat náš současný business autopůjčovny a vstoupit na trh elektromobility.

Oproti standardní půjčovně nebo carsharingu z ulice nabízíme prémiovou službu. Pronajímatel se o nic nestará, vše přebíráme my, ať už jde o údržbu, nebo nabíjení. Pilotní projekt je určený pro firmy z Prahy,“ sdělil Ondřej Prejzsek, Business Development and Innovation Director z mezinárodní skupiny AutoBinck, pod kterou v České republice patří prodejny pod značkou Auto Palace.

Dvouměsíční zkušební provoz přímo v innogy ukázal, že v porovnání s vozem poskytnutým zaměstnancům na operativní leasing najezdí Flexiauto třikrát více kilometrů. Navíc odpadají náklady na údržbu. Provozní náklady jsou přibližně na dvou třetinách a parkování je výrazně levnější, neboť například v modrých zónách může Flexiauto stát zdarma. Jeho využitelnost překročila 70 % a rezervace má až do konce prázdnin. (tz)

Hyundai jako první zavádí revoluční službu Zavolejte si svého prodejce

Pro značku Hyundai je zákaznická spokojenost prvořadá a zákazníci mají nyní možnost zdarma využít rozšířených služeb prodejního servisu. Ještě vyšší míru pohodlí a dostupnost služeb společnosti Hyundai nyní značka poskytne díky prodloužené otevírací době a unikátní službě Zavolejte si svého prodejce, a to u vybraných prodejních partnerů.

Tato služba znamená pro zákazníky nejvyšší míru komfortu a pohodlí a nabízí jim možnost setkat se s prodejcem značky Hyundai bez nut-

nosti opustit pohodlí svého domova či kanceláře. Více podrobností o nové službě naleznete na www.hyundai.cz/prodej-a-sluzby/zavolejte-sveho-prodejce.

„Naším hlavním dlouhodobým cílem je zákaznická spokojenost ve spojení s nejvyšší možnou kvalitou a efektivitou. Proto jsme se rozhodli pohodlí našich klientů ještě zvýšit. Jedním telefonátem si nyní zákazník domluví návštěvu obchodního partnera a vše potřebné zařídí v klidu a pohodlí vlastního domova bez nutnosti návštěvy pobočky,“ vysvětlil Jan Pohorský, specialista komunikace společnosti Hyundai Motor Czech.

V rámci neustálého zkvalitňování služeb zároveň společnost Hyundai prodloužila počínaje 14. červnem otevírací dobu vybraných obchodních partnerů, a to až do 22:00 hodin. Nová služ-

ba, která zlepšuje dostupnost prodejních míst po celé zemi, se týká celkem deseti dealerství, informace o nich naleznete na www.hyundai.cz/prodej-a-sluzby/prodlouzena-oteviraci-doba. (tz)



Informační ne-povinnost

Termín pro zveřejnění finančních výkazů firem za rok 2017 uplynul, přesto výsledky svého hospodaření doposud nezveřejnilo mnoho společností. Za rok 2016 účetní dokumenty do sbírky listin neuložilo dokonce 65 % firem. Ani jednou za posledních šest let informační povinnost nesplnila plná čtvrtina firem, tedy více než 124 000 subjektů. Statistiku zveřejnila poradenská společnost Bisnode, která má v České republice nejrozsáhlejší databázi finančních výkazů a platbě informací o firmách.



„Stát se doposud nezabýval efektivním a systematickým vynucováním povinnosti firem zakládat účetní dokumenty do sbírky listin, čehož podnikatelé v masivním měřítku využívali a dlouhodobě se plnění informační povinnosti záměrně vyhýbali. To by ale mohl změnit vládní návrh novely zákona o obchodních korporacích. Zřejmě v důsledku projednávání novely zákona o obchodních korporacích v posledních týdnech sledujeme masivní nárůst nově zveřejněných finančních výkazů ve sbírce listin, a to i za několik let zpětně,“ říká ředitel Bisnode Jiří Skopov s tím, že za poslední čtyři měsíce podíl firem, které nezveřejnily finanční výkazy za rok 2016 klesl o 4,4 procentního bodu z 69,15 % na 64,77 %.

„Situace je ale stále velmi tristní, protože vytváří nerovné podmínky pro podnikání a pa-

radoxně škodí poctivým podnikatelům, kteří své zákonné povinnosti plní,“ dodal Jiří Skopov z Bisnode.

„Nadační fond dlouhodobě sleduje dodržování informační povinnosti, resp. upozorňuje na její nedodržování. Podali jsme mnoho podnětů k soudům, které následně sjednaly nápravu. Vzhledem k tomu, že se toto týká ve velké míře i společností, které čerpají prostředky ze státního rozpočtu, může docházet k odklání nemalých veřejných prostředků. Proto je dle našeho názoru nezbytné, aby se firmy, které tuto povinnost nedodržují, resp. dodržují jen naoko, nemohly účastnit veřejných zakázek a zabránilo se tak možnému korupčnímu jednání,“ doplnil Karel Škacha, ředitel Nadačního fondu proti korupci. Novela také nově počítá s možností zrušit firmu bez

likvidace, pokud nezaloží do sbírky listin účetní závěrky za dvě po sobě jdoucí účetní období a není-li zároveň možné jí doručit výzvu ke splnění povinnosti založit chybějící účetní závěrky do sbírky listin. „Od tohoto kroku si stát slibuje vyčistit obchodní rejstřík od spících firem, které nevykazují žádné podnikatelské aktivity. Doufáme, že tato očekávání budou vyslyšena,“ dodal Karel Škacha z Nadačního fondu proti korupci.

Podle interní metodiky Bisnode je v České republice 102 400 spících firem, což je zhruba pětina z celkového počtu registrovaných firem. Účetní závěrku za poslední dva roky 2016 a 2015 nepublikovalo téměř 233 000 společností, zatímco ani jednou v období 2011–2016 účetní dokumenty do sbírky listin neuložilo přes 124 000 společností. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

100 otázek a odpovědí, jak se uzdravit po mozkové mrtvici

David Dow, Megan Suttonová, Mike Dow
Bizbooks Když David Dow prodělal masivní mozkovou mrtvici, bylo mu pouhých deset let. Lékaři nevěřili, že by už někdy mohl chodit. Dnes však David nejenom chodí, ale navíc žije aktivní, nezávislý život. Řídí auto, má vztah, cestuje. Pokud jste vy, nebo někdo, kdo je vám blízký, prodělali cévní mozkovou příhodu, jste možná frustrováni, zmateni a osamělí. Tato kniha vám nabízí nejenom rady, tipy a informace od předních expertů, ale i novou naději.

Intuitivní život

Jill Willard
Bizbooks Kniha popisuje přístup, s jehož pomocí se můžete naladit na svou intuici a změnit celý svůj život. Intuice je poznání. Hluboké a jasné. Dává nám možnost poznat sebe sama i svoje tělo tak, jako to nedokáže nikdo jiný. Umožňuje nám poznat i ostatní. Spojení s vlastní intuicí může být jedním z největších životních potěšení; život s ní je bohatý a plný nečekaných věcí. Díky ní dokážeme žít přítomným okamžikem.

Cesta mimořádné ženy

Lenka Černá
C P R E S S Pod zkušeným vedením životní koučky Lenky Černé získáte ověřený manuál života ženy, která se nespokojí s průměrem a chce si užívat své jedinečnosti. Lektorka zdravého životního stylu přináší rady pro řešení nelehkých životních situací, motivuje, jak na sobě pracovat a jak být tvůrkyní vlastního šťastného osudu. Krok za krokem poznáte sama sebe a objevíte svůj skrytý potenciál.

Zlomové osmičky – 1918, 1938, 1948, 1968

František Emmert
C P R E S S Kdo se podílel na vzniku Československa v roce 1918? Jak probíhal Vítězný únor v roce 1948? Nebo co se dělo při sovětské okupaci v roce 1968? Připomeňte si letopočty s osudovou osmičkou na konci, které poznamenaly dějiny Československa a staly se klíčovými momenty naší historie. Unikátní publikace zachycuje ty nejzásadnější okamžiky na dobových snímcích a dává nahlédnout do dění těchto čtyř zlomových let.

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

Šťastný introvert

Sylvia Löhken
Patříte mezi introverty? Připadá vám občas obtížné vést skutečně naplněný a autentický život v prostředí, které přeje spíš extrovertům? Ačkoliv vnější podmínky mohou váš život v leccem ztěžovat, spokojenost a štěstí závisí především na vnitřním postoji!

Síla introvertů

Sylvia Löhken
Tato jedinečná publikace je určena všem introvertním osobnostem, které díky ní lépe pochopí samy sebe. Dozví se, jak skvěle jsou jejich silné stránky, jak své přednosti lépe využívat a jak překonávat slabiny.

Všímavost

Michael Sinclair, Josie Seydel
Nic nestiháte, jste příliš zaneprázdnění, neustále v jednom kole? Všímavost neboli mindfulness je technika cvičení pro vaši mysl, která vám pomůže všechno dokončovat v klidu a s předstihem, být úspěšnější a sebevědomější. Proměňte svůj hektický a stresující život na klidný a spokojený!

Hledáme manažery inzerce

PROSPERITA Rádi bychom nabídli sebe realizaci nadaným a šikovným obchodníkům, kteří by se v naší redakci zabývali obchodní činností, především prodejem inzertního prostoru v tištěných titulech a na našich portálech. Tato práce je flexibilní, nabízí mnoho zajímavých příležitostí, denní kontakt s firmami a jejich vedením. Budeme rádi, když to s námi zkusíte. Stavíme na dobrých vztazích, vážíme si všech, kteří mají snahu a výsledky.

Kontakt:
tel.: 602 618 008
e-mail: bixi@iprosperita.cz

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

Přezkum veřejných zakázek

Robert Krč
Publikace představuje první monografické zpracování tohoto tématu v české právní literatuře. Pojednává o přezkumu veřejných zakázek dle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek. V knize jsou rozebrány postupy pro podání a vyřízení námitek, podání návrhu, případně rozkladu k Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, a to jak z pohledu dodavatele, tak i zadavatele. Monografie se také zabývá podáváním podnětů a přestupky zadavatelů, dále i pravomocemi a průběhem správního řízení před ÚOHS. Výklad doprovází příslušná judikatura Krajského soudu v Brně, Nejvyššího správního soudu, Soudního dvora EU a rozhodnutí ÚOHS k tomuto tématu.

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

Představenstvo Kooperativy posílilo

Novými členy představenstva pojišťovny Kooperativa se stali Ing. Jaroslav Kulhánek a Ing. Tomáš Vaníček, MBA. Oba přicházejí z Pojišťovny České spořitelny.

Změny v PwC

Jiří Moser, dosavadní řídící partner PwC Česká republika, byl jmenován členem vedení regionu PwC CEE se zodpovědností za Českou republiku, Slovensko, Maďarsko a země jihovýchodní Evropy. Olga Cilečková se stala partnerkou v PwC Česká republika. Partnerem se stal i Tomáš Hunal.

Výrobu v ELKO řídí P. Demek

Společnost ELKO EP, přední světový výrobce elektronických zařízení a chytrých budov, kanceláří a projektů, hlásí změnu na pozici ředitele výroby. Je jím Petr Demek.

Sponzoring, charita, pomoc

Kolo od Alberta

Albert daroval dětem z dětských domovů 30 zbrusu nových jízdních kol. Společně je pro ně sestavily týmy manažerů obchodního řetězce na setkání v Doksech. Děti z nedalekých dětských domovů v Dubé Deštné a Jablonného ve věku od 3 do 15 let si svá vysněná kola u Máchova jezera osobně vyzvedly. Spolu s manažery z Alberta pak vyladili nastavení kol přímo na míru každého z nich, a ještě na pláži u Máchova jezera si děti kola vyzkoušely. (tz)

Lego naší legislativy

Pojišťovnu vyměníte i na dálku

Změnit zdravotní pojišťovnu, když klient delší dobu pobývá v zahraničí, není problém. K tomuto úkonu nemusí být fyzicky v České republice přítomen. Při tzv. dlouhodobém pobytu v zahraničí nepřetržitě déle než šest měsíců se pojištěnec může odhlásit z českého systému zdravotního pojištění. Musí být ale v cizině zdravotně pojištěn,“ vysvětlil Mgr. Oldřich Tichý, vedoucí tiskového odboru a mluvčí VZP. „Po ten čas je nadále českým pojištěncem, jen jsou dočasně omezena některá jeho práva a povinnosti. Neplatí pojistné, ale nemůže čerpat z českého systému veřejného zdravotního pojištění,“ dodal.



Klient však má právo změnit zdravotní pojišťovnu. Může tedy podat přihlášku k jiné zdravotní pojišťovně a v nejbližším termínu pak dojde ke změně i za jeho nepřítomnosti v ČR. Klient může například ze zahraničí poslat v termínu od 1. 7. do 30. 9. vyplněnou a podepsanou přihlášku pojišťovně. Do konce roku bude ještě pojištěncem původní zdravotní pojišťovny, k 1. lednu proběhne přeregistrace k nové pojišťovně. Po návratu stačí se u své zdravotní pojišťovny přihlásit a doložit doklad o zdravotním pojištění v cizině.

„Jiná situace je u osob, které při pobytu v zahraničí nejsou českými pojištěnci. Jde typicky o osoby pracující nebo podnikající v jiné zemi EU. Protože výdělečná činnost v dané zemi EU zakládá povinnost být v téže zemi zdravotně pojištěn, stávají se pojištěnci zahraničních zdravotních pojišťoven. V době, kdy jsou u své původní české pojišťovny v evidenci jako pojištěnci, kterým skončil pojistný vztah na základě evropských Nařízení nebo mezinárodních smlouvy, nemají právo žádat změnu zdravotní pojišťovny. Po návratu do ČR jim ale nově vzniká účast na pojištění a mohou se přihlásit ke kterékoliv zdravotní pojišťovně,“ konstatoval O. Tichý. (red)

Narozeniny, které budou vidět:

Mezinárodní strojírenský veletrh slaví šedesátiny

Asi je jen málo těch, kteří měli tu čest navštívit všechny ročníky Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně. Těm, kterým se podařilo zúčastnit se ve svých 20 letech, je dnes 80. Ano, legenda mezi veletrhy, to je ten brněnský „strojírák“, který odchová doslova generace vystavovatelů, hostů, obdivovatelů a fandů průmyslu, zejména strojírenství, které je stále chloubou české ekonomiky. V jakém duchu se letos odehraje, o tom pro náš časopis Jiří Erlebach, manažer PR a reklamy Mezinárodního strojírenského veletrhu:

Čím chcete oslavit tak významné výstavní jubileum, tedy to, že se Mezinárodní strojírenský veletrh uskuteční už po šedesáté?

Šedesát let je opravdu dlouhá tradice, kterou se může pochlubit málokterý veletrh. Proto letošní ročník vnímáme jako výjimečný a chceme návštěvníkům ukázat něco z historie MSV, která je úzce spjatá s historií československého průmyslu. Chystáme retrospektivní výstavu 100RIES – Československé průmyslové legendy, která ukáže stovku příběhů ikonických výrobků, slavných značek a významných osobností. Zároveň jsme u příležitosti jubilejního 60. ročníku zadali grafickou soutěž na vytvoření nového vizuálu MSV. Vítězný návrh navazuje na ikonické plakáty ze šedesátých let, takže v něm nechybí ozubené kolo, šipky

a uprostřed písmena MSV – česká zkratka, kterou dobře zná a používá celý strojírenský svět.

Je o prezentaci na Výstavišti stále tak obrovský zájem jako v minulých letech? S ohledem na šedesátiny MSV bude patrně účast vystavovatelů unikátní...

Máte pravdu, zájem o účast je letos obrovský. České ekonomice se nadále daří, což je znát prakticky ve všech na MSV prezentovaných oborech. Firmy se snaží ukázat co nejvíce ze své nabídky a objednávají větší plochy, zároveň se hlásí řada nováčků. Už několik měsíců před veletrhem jsme měli kompletně vyprodáno, na pavilony je čekací listina a volná místa zbývají pouze na venkovních plochách. V říjnu jsou venkovní stánky s ohledem na počasí už trochu riskantní, přesto i o ně je letos poměrně velký zájem. Celkově očekáváme účast 1650 firm ze 33 zemí.

Návštěvníci výročí určité zaznamenají, přivítá je Československý pavilon A1 v typických barvách s už zmíněnou výstavou ikonických průmyslových výrobků, které Československo proslavily po celém světě.

pavilon A1 v typických barvách s už zmíněnou výstavou ikonických průmyslových výrobků, které Československo proslavily po celém světě. Doufám, že si tuto jedinečnou výstavu nikdo z návštěvníků nenechá ujít, protože bude k vidění právě jen po dobu veletrhu. Podařilo se

Čeká se něco mimořádného od domácích vystavovatelů v roce stého výročí naší republiky?

Návštěvníci výročí určitě zaznamenají, přivítá je Československý



Jiří Erlebach, manažer PR a reklamy Mezinárodního strojírenského veletrhu

nám shromáždit legendy našeho strojírenského, automobilového a leteckého průmyslu, tedy i oborů, které v minulosti byly součástí MSV, ale v současné nomenklatuře už nejsou. K exponátům patří vozy Tatra 603 a Škoda Favorit nebo slavné obráběcí stroje od tradičních vystavovatelů MSV. Výstava ukáže, jaký ohromný průmyslový a inovační potenciál Česko i Slovensko mají, a také historický fenomén MSV. V pavilonu A1 bude sídlit ještě rozsáhlá oficiální expozice Slovenska, které je v letošním výročním roce partnerskou zemí veletrhu.

Jak silná bude zahraniční účast firem?

V posledních letech na MSV přijíždí asi polovina vystavovatelů ze zahraničí a letos to bude podobné. Nejvíce přihlášek je tradičně z Německa, následují Slovensko, Itálie a Rakousko. Návštěvníci nepřehlédnou ani vystavovatele z Ruska a Číny, kteří si pronajímají rozsáhlé plochy v pavilonu Z. Ze vzdálenějších zemí se očekává také početná účast firem z Tchaj-wanu, Koreje nebo Indie. České firmy nás chválí za to, že jim umožňujeme navazovat přímé obchodní kontakty po celém světě, a letošní ročník to znovu potvrzuje.

Hovoří se o mimořádně velké expozici Rosatomu. S čím plánují do brněnské metropole Rusové přijet?

Konkrétní informace o exponátech zatím nemáme, ale Rosatom je největším stavitelem jaderných elektráren na světě a určitě přiveze něco zajímavého. V minulosti to byly třeba makety reaktorových zařízení, které pohánějí jaderné ledoborce. Ruský koncern se MSV účastnil už několikrát a úzce spolupracuje s řadou českých podniků energetického strojírenství. Rusko se v pavilonu Z představí také oficiálním stánkem a samostatně se budou prezentovat některé jeho regiony.

Pozadu nechtějí zůstat ani Čína a Tchaj-wan, Německo, včetně spolkových zemí, státy EU, Slovensko a další tradiční vystavovatelé. Na co by se měla odborná veřejnost na letošním ročníku MSV především zaměřit?

Nabídka je opravdu široká a vidět úplně všechno je skoro nereálné. Proto jsme už loni přišli s projektem MSV Tour, který ukazuje návštěvníkům to nejzajímavější podle jejich konkrétního zaměření. Jde o organizované prohlídky vybraných vystavovatelů podle klíčových témat. K loňským trasám zaměřeným na Průmysl 4.0, robotizaci a automatizaci letos přibyla bezpečnost v průmyslu, údržbě i diagnostice a snižování energetické náročnosti. Komentované prohlídky stánků vybraných probíhají dvakrát den

ně a jsou doplněné krátkými přednáškami. Celý tento program je pro návštěvníky zdarma, stačí se zaregistrovat u organizátora MSV Tour, kterým je vydavatelství Trade Media International.

Naši exportéři se mají určitě čím blýsknout. Co z jejich produkce bude bojovat o ocenění v říjnu především?

Na tyto informace je zatím brzy, protože uzávěrka přihlášek do soutěže o Zlaté medaile je až k datu 31. srpna. Myslím, že o ceny jubilejního 60. MSV bude opět velký zájem. Zlaté medaile se budou udělovat v šesti kategoriích: za inovaci prokazatelně vzniklou ve smluvní spolupráci firem s výzkumnými organizacemi, za inovaci výrobního stroje, za inovaci ve zpracovatelské technologii, za inovaci v automatizační technice, za inovaci komponenty ve strojírenství a za inovaci v transportu a logistice.

Mezinárodní strojírenský veletrh doprovázejí i další výstavy. Které to budou letos?

V sudých letech se klíčový obor obráběcí a tvářecí stroje vyčleňuje z nomenklatury MSV a je prezentován na specializovaném veletrhu IMT, pod který tak spadá téměř třetina všech vystavovatelů. Navíc se konají další čtyři bienální veletrhy, FOND-EX se věnuje slévárenství, WELDING svařovací technice, PROFINTECH představuje technologie pro povrchové úpravy a PLASTEX je veletrhem plastů, pryže a kompozitů. Společně je všem šesti veletrhům zaměření na nejnovější trendy, včetně Průmyslu 4.0. Příkladem je třeba „virtuální“ expozice společnosti Kuboušek na veletrhu PLASTEX, která návštěvníky přenesne na vzdálené automatizované pracoviště s nejmodernějšími vstřikovacími stroji.

A na jak bohatý doprovodný program se mohou návštěvníci těšit? Půjde dozajista o mimořádná setkání i ve společenském duchu...

Pravidelní účastníci už vědí, že odborný doprovodný program je důležitým pilířem MSV a vyplatí se jeho nabídku důkladně prozkoumat, protože některé akce jsou úplně jedinečné. Patří k nim už pondělní Sněm Svazu průmyslu a dopravy ČR, kde podnikatelé otevřeně debatují s představiteli vlády, letos se chystá také Česko-čínské obchodní fórum, Business den Ruské federace, Meeting Point Czech Trade, diskuzní Fórum průmyslu a vysokých škol a další zajímavá setkání. Mimořádně slavnostní bude pondělní otevření Československého pavilonu, na které bych rád pozval také čtenáře časopisu Prosperita.

ptal se Pavel Kačer

INZERCE

60. <

MEZINÁRODNÍ STROJÍRENSKÝ VELETRH

1.-5.10.2018

BRNO