

TRADE NEWS

5 / 2015 / IV. ročník

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

AMERIČTÍ ZÁKAZNÍCI
NETRPI PŘEDSUDKY

KANADU MÁME
NA DOSAH RUKY

NEJISTOTA JE JEDINOU JISTOTOU,
KTEROU SOUČASNÝ SVĚT NABÍZÍ

USA nejsou jedním trhem



SVĚTOVÁ NOVINKA

SMART-i-WALL®

by LIKO-S

...BUDOUCNOST JE ZDE!



DOTYKOVÁ INTERAKTIVITA

Skleněná příčka se chová jako velký tablet. Můžete pracovat s audiovizuálními prezentacemi, prohlížet webové stránky nebo si dělat poznámky ve své oblíbené aplikaci, vše pouze dotykem prstů.



LIKO-GLASS® = DIGITÁLNÍ ŽALUZIE

Stisknutím jednoho tlačítka proměníte plně průhlednou stěnu na neprůhlednou.



INTERAKTIVNÍ SKLENĚNÁ PŘÍČKA



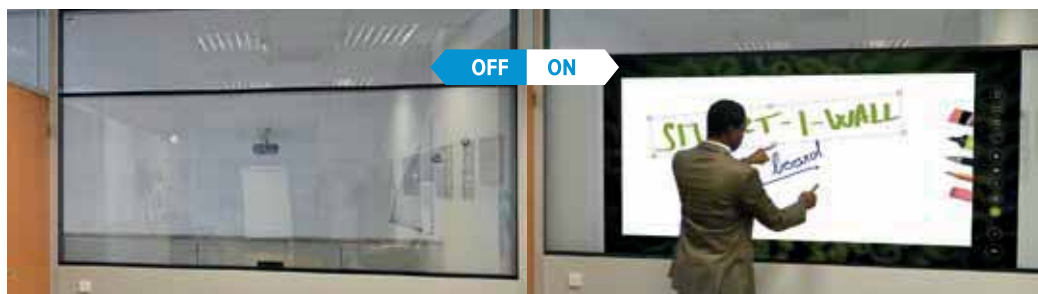
OBRAZ VE VYSOKÉM ROZLIŠENÍ

Na tuto neprůhlednou stěnu můžete promítat obrázky, videa nebo prezentace ve Full HD rozlišení.



ZVUK V PROSTORU

Nechte se obklopit zvukem, aniž byste museli instalovat tradiční reproduktory. SMART-i-WALL® využívá speciální technologii, která umožňuje reprodukovat zvuk povrchem samotné příčky.



Autor interaktivní příčky SMART-i-WALL® Orriane Williams předvádí tento výjimečný produkt.

www.smartiwall.cz

Vážení čtenáři,

víte, co spojuje podnikatele, hasiče a fotbalisty? Na první pohled nesourodá skupina má přesto společného jmenovatele. Jedná se o hlavní aktéry života na venkově. I proto se pod vedením AMSP ČR a společně se Sdružením hasičů Čech, Moravy a Slezska, Fotbalovou asociací ČR a dále se Svazem měst a obcí a Spolkem pro obnovu venkova zahájila zatím největší tuzemská ofenziva na podporu udržení života na vesnici – Integrovaný záchranný systém obcí (IZSO).

Podnikání, kultura, sport, škola, pošta, lékař, dopravní dostupnost nebo třeba vysokorychlostní internet do každé malé obce jsou jen některými body IZSO, který je rozpracován v celkem devíti pilířích a víc než dvaceti konkrétních opatřeních, jež se stávají domácím úkolem několika rezortů. Ambicí iniciativy je přejít z nahodilé do systémové podpory života v obcích a eliminovat migraci do velkých měst. Cílem naší asociace je pak udržení a rozvoj malého podnikání ve formě koloniálů, výčepů a hospod, kiosků s občerstvením nebo třeba službami v zemědělství. To se nám podaří pouze za předpokladu, že budeme postupovat v souladu se všemi aktéry života na venkově.

Z malých českých obcí jsme ale v minulých týdnech vyrazili i do velkého světa a s nemalou dávkou drzosti jsme se rozhodli dobýt rovnou New York. AMSP ČR připravila v metropoli světového byznysu Czech Business Weekend in New York. Na druhé straně Atlantiku jsme otevřeli první české centrum pro naše podnikatele MeoHub, o kterém se čtenáři TRADE NEWS dozvědí více i na následujících stránkách. MeoHub se stal na jedno odpoledne hitem Long Islandu, zdejší

podniky zaplnily stránky českých i zahraničních novin a američtí investoři zastříhali ušima. Není totiž lepší reklamy, než když významný investor Gerald Rausnitz v televizním vystoupení řekne, že česká průmyslová a řemeslná škola je na jedné z nejvyšších evropských úrovní a že investovat do českého byznysu se vyplatí. V dalších dnech jsme proto v New Yorku představili zajímavé české start-upové firmy, publikovali řadu analýz a uspořádali setkání našich podnikatelů s prezidentem Milošem Zemanem v rámci jeho americké cesty.

To, že se Amerika začíná stávat s ohledem na vzájemný obchod zemí zaslíbenou, dosvědčují naše aktuální analýzy, které také najdete v tomto vydání TRADE NEWS. Růst objemu exportů i přidané hodnoty, kterou v USA dosahujeme, je zatím nejvyšší v historii vzájemných vztahů. O to víc překvapuje informace z naší ankety, že o připravované Transatlantické zóně volného obchodu (TTIP) mezi Spojenými státy americkými a Evropskou unií nevědí tři čtvrtiny našich exportérů. I proto jsme se rozhodli na nic nečekat a společně s Ministerstvem průmyslu a obchodu a s americkou a britskou ambasádou jsme zahájili informační kampaň, ve které vysvětlujeme, co konkrétního mohou podnikatelé od TTIP čekat.

Trh Spojených států amerických je totiž perspektivní, bezpečný a rostoucí, současně je ale nekompromisní vůči průměrnosti a náročný s ohledem na logistické a komunikační procesy. Kdo chce v Americe uspět, musí být schopen přijmout jiná pravidla byznysu, podobně jako se musí čeští hokejisté adaptovat na jiný přístup a styl hry, chtějí-li uspět v NHL. Pokud se nám to ale podaří, můžeme v USA realizovat nevídané benefity.



Foto: Vlasta Piskáčková

TTIP nám k tomu dává zatím největší příležitost v historii a AMSP ČR nehodlá stát opodál.

Věříme, že TRADE NEWS věnované Americe vás o tom přesvědčí.

Karel Havlíček
předseda Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

TRADE NEWS

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
www.amsp.cz



Vydavatel:

ANTECOM, s.r.o., Blatenská 2166/7, Praha 4 IČ: 2836 2926
Vydáno v Praze jako dvouměsíčník. MK ČR E 20842 / ISSN 1805-5397
Datum vydání: 2. 11. 2015 Náklad: 8200 výtisků
Magazín TRADE NEWS je zařazen do procesu pravidelného ověřování nákladů vybraných tiskovin Audit Bureau of Circulations (ABC ČR).



www.itradenews.cz www.tradenews.cz

Redakční rada: Eva Svobodová, MBA, generální ředitelka AMSP ČR, doc. Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA, předseda představenstva AMSP ČR, generální ředitel společnosti SINDAT a děkan Fakulty ekonomických studií VŠFS, Ing. Jiří Belinger, místopředseda představenstva AMSP ČR a jednatel společnosti VARI, Ing. Pavla Břečková, Ph.D., členka představenstva AMSP ČR a jednatelka společnosti AUDACIO

Šéfredaktorka: PhDr. Jana Jenšíková, jednatelka společnosti ANTECOM
jensikova@antecom.cz
www.antecom.cz

TRADE NEWS – vítěz soutěže Zlatý středník 2013 v kategorii Nejlepší B2B časopis a noviny v ČR



- 12** Zápisky z USA / MeoHub
Americký sen se podařilo uskutečnit za rok
- 14** Anketa / USA
Gerald Rausnitz: Bude to tvrdé, bude to sranda a vyděláme spoustu peněz
- 16** Aktuální analýza / USA
Spojené státy dokáží ocenit naši inovativnost
- 22** Do světa za obchodem / USA
USA nejsou jedním trhem
- 30** Profiliga / Jihostroj
Hynek Walner: Američtí zákazníci netrpí předsudky
- 34** Podpora exportu / ČEB
Když Češi kupují americké firmy
- 36** Profiliga / Blažek Glass
S volšovýmá rukama byste se u Blažků nechytli
- 38** Legendy
Harvard versus Komenský
- 40** Tematické mapy
Severní Amerika v obraze anamorfních map
- 42** Do světa za obchodem / Kanada
Kanadu máme na dosah ruky
- 48** Spolupráce / Icyne
Howard Deck: Česká republika má obrovský potenciál
- 50** Objektivem / Kanada
Zemí protikladů a nekonečné přírodní nádhery
- 52** Trh práce / Kanada
Pracovní trh Kanady. Fakta a čísla
- 54** Rozhovor / Trendy
Nejistota je jedinou jistotou, kterou současný svět nabízí
- 58** Rozhovor / Inovace
Jak se malá jihočeská firmička stala partnerem evropských výrobců nákladních aut
- 60** Úvaha / Konkurenceschopnost a ČR
Babylonské zmatení jazyků aneb Pojďme něco společně udělat
- 64** Rozhovor / Rodinná firma roku
Libor Musil: Předat firmu dětem je při všem plánování alchymie
- 66** Do světa za obchodem / Kuba
Na Kubě ocení značku Czechoslovakia aneb Návrat po čtvrtstoletí
- 69** Podporujeme
Antonín Neubauer: Základem úspěšného podnikání jsou spokojení zaměstnanci
- 70** Tipy / Skladování
Archiv nenafouknete, ale... Pojízdne regály umožňují skladovat až o třetinu více
- 72** Právní rádce / Změny závazků
Závazek je právním poutem. Víte opravdu, s kým jste ve smluvním vztahu?
- 75** Personální rádce
Hon na kandidáty. Kvalitu jen benefitem nezískáš
- 77** Vzdělávání
ECVET může zlepšit vzdělávání v technických oborech



Spolehlivý partner českého exportu

Za dobu své existence EGAP pojistil export:



35 090 osobních automobilů



1 041 trolejbusů



5 051 autobusů



169 vrtulníků



4 281 nákladních vozů



59 elektráren



1 586 traktorů



75 letadel



www.egap.cz

INTEGROVANÝ ZÁCHRANNÝ SYSTÉM OBCÍ

VYHLAŠOVATEL

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

ZA PODPORY

Svazu měst a obcí ČR, Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska,
Spolku pro obnovu venkova, Fotbalové asociace ČR

VIZE

Prostřednictvím rozhodujících rezortů a za podpory klíčových zainteresovaných institucí zabezpečit fungování základních aktivit života v malých obcích, s cílem udržet a rozšířit drobné podnikání v regionech.

MISE

Eliminovat migraci obyvatel z malých obcí do velkých měst, udržet infrastrukturu a obslužnost regionů a zajistit vyváženost ekonomicko-sociálních aktivit mezi městy a venkovem jakožto základního předpokladu prosperity země.



STARTUJE ROK ŘEMESEL 2016:

PŘESVĚDČÍME SPOLEČNOST, ŽE ŘEMESLO SI ZASLOUŽÍ VĚTŠÍ RESPEKT

NA LETOŠNÍM 13. DNI PODNIKATELŮ ČESKÉ REPUBLIKY AMSP ČR SLAVNOSTNĚ STARTUJE HISTORICKY NEJVĚTŠÍ PROJEKT NA PODPORU ŘEMESLNÉHO PODNIKÁNÍ V ČR. „BUDEME ZVIDITELŇOVAT ČESKOU DOVEDNOST, ŽIVNOSTNÍKY A MALÉ FIRMY, PŘIČEMŽ KLÍČOVOU ÚLOHU V ROKU ŘEMESEL BUDE HRÁT DVACÍTKA ODBORNÝCH CECHŮ A SPOLEČENSTEV JAK Z PRŮMYSLŮVÝCH, TAK POTRAVINÁŘSKO-ZEMĚDĚLSKÝCH OBORŮ. PODAŘILO SE NÁM TAK SJEDNOTIT NA JEDNU PLATFORMU 35 ŘEMESLNÝCH PROFESÍ,“ UPŘESŇUJE PŘEDSEDA ASOCIACE KAREL HAVLÍČEK.

ŘEMESLO MÁ BUDOUCNOST

Po více než roce příprav se pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu a Ministerstva zemědělství rozjíždí kampaň, která si klade za cíl představit řemeslo jako klíčový nástroj pro udržení obslužnosti regionů i zajímavou volbu pro mladou generaci. Generálními partnery Roku řemesel 2016 se staly Komerční banka, Mediateel a Mafra. K mediálními partnery patří samozřejmě i TRADE NEWS a sesterský magazín TECH EDU.

V předvečer vyhlášení Roku řemesel představila AMSP ČR ve spolupráci s deníkem DNES důležité řemeslné profese. Ve speciálním seriálu se po dobu tří týdnů objevovali nejlepší řemeslníci jednotlivých cechů, spotřebitelé se seznamovali s cenovými relacemi i tím, jak posoudit kvalitu jejich práce. Ve spolupráci s řemeslnými svazy se asociace snažila přesvědčit zákazníky, že řemeslný fortel a kvalita jsou u nás ve srovnání se světem na výborné úrovni.

ŘEMESLNÍK BUDE SYNONYMEM KVALITNÍ SLUŽBY

„Na jaře pak v obdobném formátu navážeme živnostními potravinářskými

a zemědělskými. Následovat budou desítky akcí na zviditelnění řemesla ve všech regionech.

Jednou z hlavních aktivit Roku řemesel bude spuštění hlavního řemeslného portálu pro spotřebitele, kde společně s Mediatelem, Komerční bankou a všemi cechy připravujeme nejen nejaktuálnější interaktivní seznam všech řemesel, ale i plošné vyhledávání nejbližších dodavatelů a jejich hodnocení, včetně garancí.

Pro živnostníky připravujeme i řadu grantů, budeme vyhodnocovat nejlepší řemeslné počiny, prostřednictvím průzkumů budeme mapovat a medializovat názor spotřebitelů, chystáme analýzy a opatření v oblasti učňovského školství, budeme aktualizovat živnostenský zákon,“ doplňuje Karel Havlíček. „Hodláme přesvědčit vládu, že diskuze o živnostnících a řemeslech nesmí sklouznout jen do roviny daňových paušálů a zdravotních či sociálních odvodů, ale že jejich úloha je zejména ve vytváření drobných služeb, zabezpečujících chod regionů. Hodláme přesvědčit mladé lidi, že řemeslo má budoucnost. Hodláme přesvědčit školy, že pouhými deklaracemi o zlatých českých ručičkách a perspektivě dnes nikoho nezískáme a že je nutné zahájit úplně jiný systém vzdělávání v technických oborech učňovského



a středního typu. A konečně hodláme přesvědčit spotřebitele, že řemeslník není ten, kdo je přišel ošdit, ale ten, kdo jim dokáže udělat kvalitní službu. Přesvědčíme společnost, že řemeslo si zaslouží větší respekt.“ ■

ZDROJ: AMSP ČR
FOTO: SHUTTERSTOCK

R  **K**
řemesel

AMSP ČR vyhláší rok 2016

ROKEM ŘEMESEL

TRADE NEWS je jedním z mediálních partnerů

BRITSKÁ VLÁDA ZDARMA PODPOŘÍ VÁŠ VSTUP DO VELKÉ BRITÁNIE

PORADIT MALÝM A STŘEDNÍM PODNIKŮM, JAK INVESTOVAT VE VELKÉ BRITÁNII A ZVÝŠIT SVOJI KONKURENCESCHOPNOST, BYLO JEDNÍM Z CÍLŮ ŘÍJNOVÉHO BRITSKÉHO DNE V PLZNI. DALŠÍ Z VELICE ÚSPĚŠNÉ SÉRIE TZV. BRITSKÝCH DNŮ V REGIONECH ČESKÉ REPUBLIKY PROBĚHNE 25. 11. V BRNĚ A BRITSKÁ OBCHODNÍ KOMORA V ČR PŘI NĚM ZA AKTIVNÍ PODPORY AMSP ČR ZNOVU ZAVÍTÁ DO DALŠÍHO KRAJSKÉHO MĚSTA.



Bezplatná podpora při vstupu na britský trh, nabízená britskou vládní organizací UK Trade & Investment (UKTI), bude jedno z nejzajímavějších diskutovaných témat. UKTI nabízí bezplatnou podporu v různých oblastech byznysu, která pokrývá asistenci ohledně založení pobočky, poskytnutí obecných informací o daňovém a právním systému, průzkum trhu v daném odvětví, propojení na partnerské organizace a lokální

asociace a mnoho dalších služeb. UKTI představí nejenom vynikající podmínky pro podnikání ve Velké Británii, ale také poradí firmám, jak tam lze investovat a jaké příležitosti tento trh nabízí.

Během listopadového Britského dne v Brně se můžete dozvědět více nejen o službách UKTI a o trhu Velké Británie, ale zároveň během individuálního setkání s představiteli UKTI přímo pohovořit o svých obchodních záměrech a ambicích na britském trhu. Pro další informace můžete navštívit i nyní www.ukti.gov.uk nebo přímo kontaktovat lokálního poradce UKTI Martu Georgievu na: marta.georgieva@ukti-cee.com. ■

EVA SVOBODOVÁ, GENERÁLNÍ ŘEDITELKA AMSP ČR

ROZJÍŽDÍME PODPORU TTIP

AMSP ČR zahájila kampaň k podpoře Transatlantického obchodního a investičního partnerství (TTIP). Z výsledků ankety asociace k největší obchodní dohodě historie zeměkoule totiž vyplynulo, že jen čtvrtina našich exportérů ví, co jim TTIP přinese. Prvním krokem byl praktický seminář, uskutečněný na půdě Velvyslanectví Spojeného království Velké Británie a Severního Irsku. Za účasti velvyslankyně Jan Thompsonové, předsedy AMSP ČR Karla Havlíčka a náměstka ministra průmyslu a obchodu Vladimíra Bärtla byli představeni čtyři tuzemští exportéři a jejich americké příběhy. Společnosti Inekon Group, Emco, Grund a Lasvit se staly prvními tvářemi kampaně, která si klade za cíl ukázat USA jako dostupný trh, jenž

Transatlantické obchodní a investiční partnerství (TTIP)

Jak pomůže českým malým
a středním podnikům?



Čtyři případové studie

má rozhodně cenu dobývat. Ve spolupráci s Centrem evropských studií byla při té příležitosti představena společná publikace s případovými studii. Je dostupná i na webu <http://www.amsp.cz/publikace-amsp-cr>. ■

ZDROJ: AMSP ČR

SPOUŠTÍME WEB K EET VE VIETNAMŠTINĚ

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR spustila pro vietnamské obchodníky web k elektronické evidenci tržeb v jejich rodném jazyce. Česká verze portálu www.eltrzby.cz je nejnavštěvovanější tuzemskou platformou k EET, neboť poskytuje pravidelně aktualizované, ověřené informace.

Z detailní analýzy AMSP ČR vyplývá, že ze všech zemí V4 má ČR nejvyšší podíl cizinců, a to ve výši 4%, přičemž jen občané Ukrajiny, Vietnamu a Slovenska tvoří 60% všech cizinců u nás. Z pohledu podnikatelského je u nás 83 tisíc podnikatelů s cizí státní příslušností, z nichž je 25 tisíc vietnamské národnosti, ze kterých 18 tisíc podniká v maloobchodě jako OSVČ. Právě ti si vyžádali informační servis k zatím největší změně tuzemského maloobchodu ve svém rodném jazyce. Rovněž rozšiřujeme sekci nejčastějších otázek podnikatelů k této problematice a během několika dní bude aktualizován přehled HW a SW řešení pro všechny segmenty provozoven.

Elektronická evidence tržeb se bude týkat v první fázi služeb v oblasti pohostinství a ubytování, v následné vlně bude zavedena též pro maloobchody a velkoobchody. Spuštění první vlny bude pravděpodobně ve druhé polovině roku 2016. AMSP ČR vyjednala pro podnikatele v rámci chystaného režimu elektronizace jejich tržeb celou řadu úlev, včetně toho, že se zatím nebude týkat drobných řemesel a služeb.

Česká verze portálu: <http://www.eltrzby.cz>
Vietnamská verze: <http://www.eltrzby.cz/vn/>

ZDROJ: AMSP ČR

ČESKÝ GOODWILL 2015

LETOŠNÍ ROČNÍK OCENĚNÍ ČESKÝ GOODWILL BYL V MNOHA OHLEDECH REKORDNÍ. REKORD PADL JAK V POČTU NOMINOVANÝCH SPOLEČNOSTÍ, TAK V ÚČASTI NA SAMOTNÉM SLAVNOSTNÍM GALAVEČERU I V HODNOTĚ CEN PRO OCENĚNÉ, KTERÁ LETOS PŘEKONALA HRANICI 750 000 KORUN. AMSP ČR POSKYTLA LETOŠNÍMU ROČNÍKU ZÁŠTITU A PŘEDALA DVĚ CENY.



Loňská vítězka Blanka Milfaitová (uprostřed) předala symbolické žezlo a titul Osobnost Českého Goodwillu 2015 Václavu Kádnerovi



Simona Havlová (vpravo), majitelka firmy Tadeáškovy jesličky, získala bronz v kategorii Partner Českého Goodwillu 2015

Kategorii veřejnosti poprvé v historii ocenění vyhrál muž, Václav Kádner, majitel společnosti Lesoservis (1212 hlasů). Na druhém místě se těsně umístila Karolina Tomascová, spolumajitelka obchodu se spodním prádlem Správná podprsenka (1158 hlasů). Na bronzové pozici skončila Bohuslava Šenkýřová (754 hlasů), zakladatelka Společenství škol a rektorka první soukromé univerzity v České republice Vysoké školy finanční a správní.

Odborná porota letos opět rozhodovala o oceněních v kategoriích Tradice, Inovace, Partner a Mecenáš. Titul v kategorii Tradice získala Zuzana Ceralová Petrofová, jednatelka společnosti Petrof, na stříbrné pozici se umístil Martin Hrach, jednatel tradiční potravinářské firmy Rupa, a bronzovou příčku získal Antonín Hlinský, řezník-uzenář a pokračovatel rodu řezníků s historií od roku 1918.

V kategorii Inovace porotu nejvíce oslovil nápad spol. ISNO IT, která přináší efektivní způsob nakládání s komunálním odpadem. Následovaly ji

inovace technologické společnosti RCP Praha. Na bronzovém místě skončil nápad Richarda Galoviče, jednatele firmy Favorit Czechoslovakia, na obnovu kdysi slavné značky za využití náročných technologických řešení odpovídajících dnešním požadavkům moderního zákazníka.

Specifická kategorie Partner letos patřila zdravotnímu ústavu Cesta domů, jehož ředitel Marek Uhlíř byl oceněn za dlouhodobý celospolečenský přínos v oblasti péče o nevléčitelně nemocné a umírající prostřednictvím mobilního hospice. Porotu dále oslovil příběh Simony Havlové, zakladatelky firmy Tadeáškovy jesličky, a na třetím místě ocenila odpovědný a vstřícný přístup vedení společnosti Liebherr-Štavební stroje CZ.

V kategorii Mecenáš se na zlaté příčce umístil Kvido Štěpánek, jednatel společnosti Isolit-Bravo, za trvalou podporu svého okolí a pomoc potřebným v ČR i zahraničí. Stříbrnou cenu obdržel Miroslav Křištof, jednatel společnosti Lorika, která rovněž dlouhodobě pomáhá potřebným. Na bronzové pozici se

umístila firma Kolovrat, ČM, jejíž majitel Vladimír Vancl je také podporovatelem umění, tradic a dalších prospěšných aktivit v Jihočeském kraji.

Celkem bylo v letošním třetím ročníku ocenění Český Goodwill přijato 95 platných nominací, to je o 15% více než v předchozím roce. Do závěrečné fáze hodnocení postoupilo 62 firem, což znamená pětiprocentní meziroční nárůst. Veřejnost letos zaslala 8299 platných hlasů. Přes 78% (6499) hlasů získalo 15 firem s největší podporou svého okolí.

Ocenění Český Goodwill pořádá již tradičně česká poradenská skupina HPCG. Letošní ročník se konal pod záštitou 1. místopředsedkyně Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR Jaroslavy Jermanové, ministra zemědělství Mariana Jurečky, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a Česko-německé obchodní a průmyslové komory. Projekt mediálně podporuje také TRADE NEWS. ■

ZDROJ: ČESKÝ GOODWILL

CHICAGSKÉ CENTRUM NABÍZÍ ROZVOJ ČESKÝM FIRMÁM

Centrum pro digitální start-upy v Chicagu nabízí českým malým a středním firmám možnosti oslovení potenciálních investorů v USA. Aktuálně je členem centra zhruba 400 start-upů. Základní členský poplatek činí 300 dolarů měsíčně na osobu. Informovala o tom Technologická agentura České republiky (TA ČR).

SLOVÁCKÉ STROJÍRNY INVESTUJÍ DO VÝZKUMU

Slovácké strojírny předpokládají v oblasti výroby obráběcích strojů vybudování průmyslového výzkumného centra v zá-



Foto: TOS ČELÁKOVICE

vodu TOS Čelákovice. Výše investice dosáhne zhruba 10 milionů korun a umožní nástup pěti nových konstruktérů. Pro ČIANEWS to uvedl předseda představenstva Jiří Rosenfeld s tím, že ve vývozu došlo k největším změnám na ruském trhu. Aktuálně jsou hlavními exportními trhy firmy země střední a východní Evropy, dále Německo, Rakousko, Kazachstán a Indie. Firma chce využít vznikající možnosti na trhu Íránu, kde již začala jednat s potenciálními partnery.

NOVÁ KNIHA O MISTRECH INOVACÍ

A. T. Kearney, mezinárodní poradenská společnost působící také v České republice, vydala publikaci Masters of Innovation – Building the Perpetually Innovative Company. Byla napsána poradci A.T. Kearney na základě zkušeností, které nasbírali během organizace soutěže Best Innovator, a mapuje proces inovací včetně jejich uvádění do praxe.



Foto: A. T. KEARNEY

Soutěž Best Innovator se koná ve dvaceti zemích a během třinácti let její existence byly hodnoceny ve spolupráci s odborníky stovky firem. Právě nejúspěšnější z nich jsou představeny v Masters of Innovation. Kniha přináší příběhy světových lídrů v inovacích, jako jsou Ferrari, Volkswagen nebo Henkel. Českou republiku reprezentují dvě společnosti – ČKD Group a Linet.

IBM ČR A CZECHINVEST PŘEDSTAVILY DIGITÁLNÍ MĚSTO

IBM Česká republika představila společně s agenturou CzechInvest a partnery on-line portál CzechStartups.org. Jedná se o tzv. první digitální město ve střední a východní Evropě určené pro začínající firmy, podnikatele rizikového kapitálu a příznivce technologií. Cílem projektu je navázat nová spojení mezi start-upy, poskytnout nové příležitosti a vytvořit nová partnerství, která podpoří inovace a ekonomický rozvoj.

UŽ ŽÁDNÉ VYTOPENÉ DOMY A BYTY

Česká firma AZ-Pokorny vynalezla inovativní vodovodní hadičku vyrobenou speciální technologií z nerezového vlnovce. Hadička Flexira má pomoci předcházet vytopeným bytům a domům. Firma je aktuálně dodává do regálů instalatérských velkoobchodů a hobby marketů. Zakladatel a generální ředitel společnosti Petr Pokorný uvedl, že firma vstupuje na trhy v Maďarsku a Rumunsku, následovat bude Rakousko, Německo, Švýcarsko a do roku 2020 chce být na všech evropských trzích.

CHEMICI UPOL PŘIŠLI S TESTEREM NA KONTAMINACI VODY

Čeští chemici v Regionálním centru pokročilých technologií a materiálů Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci (UPOL) vyvinuli nový tester, který odhalí kontaminaci pitné vody. Tester v podobě malé kartičky dokáže zjistit chemické i mikrobiologické znečištění. Podle vedoucího výzkumného týmu Jana Petra patří k výhodám nového systému také cena, která se pohybuje v řádu korun.

ŠKODA JS VYVINULA MANIPULÁTOR PRO KONTROLY REAKTORŮ

Společnost Škoda JS navrhla a vyrobila nový manipulátor MKS pro zkoušení tlakových nádob jaderných reaktorů z vnitřního povrchu, který je v jednom okamžiku připraven provádět čtyři různé zkušební úkoly. Manipulátor lze použít pro několik typů tlakovodních reaktorů. První provozní prohlídka s tímto manipulátorem se uskutečnila v roce 2015 na 2. bloku JE Temelín.

GA ČR UDĚLILA CENU ZA VÝZKUM NEKÓDUJÍCÍ RNA

Za výzkum nekódující RNA obdržel biolog Richard Štefl Cenu předsedy Grantové agentury ČR (GA ČR). Pochopení funkcí nekódující RNA, temné hmoty genomu, by mohlo pomoci v porozumění mechanismů vzniku mj. Alzheimerovy choroby nebo rakoviny. Pokračování výzkumu vědce ze Středoevropského technologického institutu Masarykovy univerzity (CEITEC MU) podpoří Evropská výzkumná rada na dalších pět let dvěma miliony eur.

3M OTEVŘE V ČR DRUHÉ INOVAČNÍ CENTRUM

Společnost 3M investuje do výzkumu a vývoje zhruba 5% svých příjmů. Do roku 2017 by tato hodnota měla vzrůst na 6%. V nejbližší době pro své klienty otevře v ČR již druhé Zákaznické inovační centrum. V rozhovoru pro ČIANEWS to uvedl generální ředitel 3M



Foto: 3M

Central Region Radoslaw Kaskiewicz s tím, že v roce 2014 se téměř zdvojnásobil počet vývojářů.

NOVÉ DIAGNOSTICKÉ PRACOVNÍSTĚ TATRA TRUCKS

Společnost Tatra Trucks otevřela ve firmním areálu v Kopřivnici nové pracoviště diagnostiky vozidel. Investice činila 40 milionů korun. Informovalo o tom vedení společnosti.

SCANQUILT ROZŠÍŘUJE PRODEJNÍ SÍŤ

Jeden z největších tuzemských prodejců bytového textilu ScanQuilt hlásí další růst. Na podzim otevřel v pražských Arkádách už 41. značkovou prodejnu a další dvě mají následovat ještě letos. Společnost dosáhla v loňském roce obrátu 214 milionů korun při sedmiprocentním růstu. Podle jednatelky Ivany Šachové je podobný hospodářský výsledek cílem i v tomto roce. Značka, která nedávno získala už třetí ocenění kvality Superbrands, nabízí široký program lůžkovin a bytového textilu a už více než dvacet let si zakládá na vysoké kvalitě zboží a poskytovaných služeb.

MÁME SEBEVĚDOMÉ EXPORTÉRY

Společnost DHL Express vyhlásila letošní výsledky Exportního výzkumu DHL, který již 24 let mapuje názory nejvýznamnějších českých vývozců na aktuální exportní trendy a klíčové faktory. Výzkum se provádí na základě dotazování ředitelů a členů top managementu 300 českých exportních firem, které náhodným výběrem z exportní databáze zajišťuje společnost GfK.

Přestože exportní firmy očekávaly v letošním roce stagnaci objemu exportu, ve skutečnosti 48% z nich uvádí meziroční vzrůst, což je o celých 5% více než loni. Bezmála polovina exportérů očekává také růst exportu v příštích letech, což dokazuje index exportního sebevědomí, který je se 42% druhý nejvyšší za posledních 5 let. Podmínky pro export z ČR považuje 77% exportérů za stabilní, což je nárůst o 4 procentní body. Pro naprostou většinu exportérů jsou klíčovými trhy stále země EU a jejich význam dokonce ještě mírně stoupl. Druhou nejvýznamnější oblast exportu pro české exportéry dosud představuje Rusko, avšak ubylo firem, které tam vyvážejí. Stejně tak ubylo firem vyvážejících do Číny, jihovýchodní Asie a Jižní Ameriky.

ZNÁME LETOŠNÍ ŠTIKY ČESKÉHO BYZNYSU

Prestižní ekonomický žebříček Šticky českého byznysu představil vítěze dvanáctého ročníku. Pořadí dominuje především plzeňský strojírenský podnik Olbrich-CZ, který se stal celorepublikovým vítězem. Porota rovněž udělila titul Česká štika, a to jihočeské společnosti Mráz Agro CZ, která se zabývá moderní potravinářskou a zemědělskou výrobou. Žebříček Šticky českého byznysu založila společnost Coface Czech počátkem roku 2005, aby identifikoval rostoucí české



Foto: OLBRICH-CZ

podniky s dobrými výsledky hospodaření a dobrou úroveň likvidity a finanční stability. Na schválení vítězů se poprvé podílela v roli generálního partnera společnost Vodafone a v roli hlavního partnera společnost PwC Česká republika. TRADE NEWS je jedním z mediálních partnerů.

ZDROJ: ČIANEWS, HELAS A A. T. KEARNEY

FOTO: ARCHIVY FIREM

Klíč k Vašemu businessu

ČIA NEWS

REVOLUCE

v informacích

Ujistěte se, že Vám neunikají stovky zpráv denně o tendrech, investičních záměrech a dalších skutečnostech, které jsou podstatné pro Váš business.

Vyzkoušejte si **zdarma manažerské zpravodajství od České informační agentury.**

www.cianews.cz



Pro aktivaci dárku zašlete e-mail na helpdesk@cianews.cz a do předmětu uveďte: ASOCIACE

AMERICKÝ SEN SE PODAŘILO USKUTEČNIT ZA ROK

PSAL SE ČERVEN 2014, KDYŽ MI GERALD RAUSNITZ, AMERICKÝ INVESTOR A ŠÉF MEOPTA GROUP, POPRVÉ NAZNAČIL, ŽE JE PŘIPRAVEN VYBUDOVAT V NEW YORKU ZÁZEMÍ PRO ČESKÉ EXPORTÉRY. PRO REALIZACI ZÁMĚRU HLEDAL ČESKÉHO PARTNERA. PŘEDBĚŽNĚ JSME DOHODLI, ŽE BY SE JÍM MOHLA STÁT NAŠE ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ, ČIMŽ NAŠE SETKÁNÍ SKONČILO. ANIŽ BYCH POCHYBOVAL O ÚŽASNÉM PŘÍBĚHU ČESKÉ MEOPTY, BRAL JSEM PŘECE JEN TUTO AKTIVITU LEHCE S NADHLEDEM, VĚDOMÍ SKUTEČNOSTI, ŽE NENÍ DNE, ABY NÁS NĚKDO NESEZNAMOVAL S NOVÝM BYZNYS PLÁNEM, Z NICHŽ VĚTŠINA ZŮSTÁVÁ V LEPŠÍM PŘÍPADĚ NA PAPIŘE.

PROČ MEOHUB

Po pár týdnech jsme se potkali znovu a začali skládat obrysy prvního českého privátního zázemí pro naše firmy v USA. Od počátku bylo jasné, že se nebude jednat o typický inkubátor, tedy líheň pro začínající firmy, ale o jakýsi hub pro zaseté malé a středně velké exportéry, kteří zatím nemají zkušenosti na americkém trhu. A protože jsme projekt alokovali do sídla Meopty U.S.A., nazvali jsme jej MeoHub.

Ačkoliv začala rodina Rausnitzů pro naše firmy obratem budovat nedaleko od Manhattanu opravdu krásné kancelářské a skladové prostory, věděli jsme, že hlavním benefitem MeoHubu se musí stát obchodní, marketingové nebo právní poradenství manažerů americké Meopty, které budou moci naše firmy průběžně využívat. Neznalost americké obchodní mentality a marketingové taktiky společně s náročným americkým právním prostředím jsou totiž pro naše podniky největší bariérou vstupu na tamní trhy.

NEJDE O DONÁTORSTVÍ

Stejně tak jsme od počátku jasně deklarovali, že vybrané firmy nebudou v režimu dárce-příjemce, ale v obchodním vztahu. Ten byl nastaven tak, že české podniky v MeoHubu mohou sdílet zdarma moderní zázemí, obchodní i právní know-how, ale zisk z obchodu se bude dělit v předem dohodnutém

poměru, stejně tak je možné dohodnout i investiční vstup do americké dcery české firmy.

Následoval rychlý sled událostí. Do konce roku 2014 byl vytvořen tým z Meopty a AMSP ČR, připravili jsme marketingový scénář a jízdní řád celého projektu a zahájili to nejdůležitější – výběr firem, které odcestují do Ameriky. O MeoHub začal být velký mediální zájem, marketingovou pomoc pro firmy v USA přislíbil CzechInvest i CzechTrade. Přihlášek přišlo nakonec velké množství a do semifinále postoupilo dvanáct uchazečů. S těmi začala v průběhu roku 2015 intenzivní jednání, každá z firem musela v angličtině obhájit svůj projekt. Do New Yorku odcestovalo nakonec pět z nich.

A JEDEME!

Pětadvacátého září 2015 proběhlo na Long Islandu oficiální zahájení MeoHubu za účasti místopředsedy vlády Pavla Bělobrádka, o dva dny později přijal skupinu našich podnikatelů i prezident Miloš Zeman, který byl ve stejné době v USA v rámci vystoupení v OSN.

Nápadů je mnoho, ale úspěšný projekt je pouze takový, který se dotáhne do cíle. V případě MeoHubu se vše podařilo během neuvěřitelně krátké doby, včetně výstavby nových prostor. Ty jsou mimo jiné pouze od českých dodavatelů, přičemž hlavní práci odvedla

slavkovská firma LIKO-S, vítěz soutěže Rodinná firma roku 2014, kterou pořádá AMSP ČR ve spolupráci s Equa bank a společnostmi LeasePlan a Deloitte.

O definitivním úspěchu musí nakonec rozhodnout výsledky účastníků zájezdu MeoHub, ale sestava firem, jejich produkty i velké nadšení dávají celému projektu dobrou šanci. I proto již připravujeme nový ročník. ■

TEXT: KAREL HAVLÍČEK

DOC. ING. KAREL HAVLÍČEK, PH.D., MBA, JE PŘEDSEDOU PŘEDSTAVENSTVA AMSP ČR, STOJÍ V ČELE INVESTIČNÍ SKUPINY SINDAT A JAKO DĚKAN VEDE FAKULTU EKONOMICKÝCH STUDIÍ VŠFS.

The logo consists of the words 'MEO', 'HUB', and 'USA' stacked vertically. 'MEO' is in blue, 'HUB' is in red, and 'USA' is in red. The letters are bold and sans-serif.



Za projektem MeoHub USA je česko-americká nadnárodní společnost působící v oblasti výroby optiky Meopta - optika, s.r.o., která má sesterskou firmu Meopta USA se sídlem v New Yorku na Long Islandu. Ta je na americkém trhu zavedenou firmou, aktuálně s více než stovkou stálých zaměstnanců napříč technologickými, administrativními i logistickými obory. Budova Meopty USA se dělí na skladově-výrobní a kancelářskou část přibližně v poměru 2 : 1. Zázemí v oblasti kanceláří, skladů, výroby (montáže) i lidských zdrojů je pro fungování projektu MeoHub USA klíčové a je jedním z jeho významných benefitů.



Kanceláře projektu MeoHub jsou situované na dvou protilehlých rozích budovy Meopty USA se samostatnými vstupy. Každý z rohů disponuje sdílenou kancelář s deseti místy a samostatnými jednacími zasedačkami – třemi na západě a čtyřmi na východě. Jsou vybaveny novým nábytkem, dotykovými smart boardy s projektory a odděleny prosklenými přenosnými zdmi. Pro velká jednání nebo prezentace mají firmy k dispozici zasedací místnosti Meopty s kapacitou 12 a 24 míst, propojitelné do jedné větši s maximální kapacitou 40 míst. Samozřejmostí je regulovatelná vzduchotechnika, světelné senzory, hygienické zázemí a kuchyňka pro každý z rohů MeoHubu.



Ze slavnostního otevření MeoHubu v sídle Meopty v New Yorku.
Zleva: Paul Rausnitz, Pavel Bělobrádek, Gerald Rausnitz a Karel Havlíček

Když hovoříme o zázemí, nelze opomenout realizační tým. Na projektu MeoHub se aktivně podílí několik zaměstnanců americké i české pobočky společnosti Meopta. Vedle projektové manažerky a analytika, kteří jsou z Čech, tým tvoří právník, manažer logistiky, IT manažer, senior obchodník, finanční analytik a asistentka. Ti všichni jsou připraveni provést spolupracující společnosti americkým trhem a pomoci jim v situacích, které je při obchodování na tomto velkém, složitém a o to lákavějším trhu mohou potkat.

ZDROJ: MEOHUB
FOTO: ARCHIV MEOHUB

Gerald Rausnitz:

BUDE TO TVRDÉ, BUDE TO SRANDA A VYDĚLÁME SPOUSTU PENĚŽ

PROČ JSTE SE ROZHODLI ZAPOJIT DO PROJEKTU MeoHub, CO SI OD NĚJ SLIBUJETE A ČÍM NÁROČNĚHO AMERICKÉHO SPOTŘEBITELE HODLÁTE ZAUJMOUT? NA TO JSME SE ZEPTALI ŠÉFŮ ČTYŘ ČESKÝCH FIREM PŘÍMO V NEWYORSKÉM SÍDLE MeoHubu.



JINDŘICH MELICHAR, MAJITEL SPOLEČNOSTI BUSHMAN

O vstup na americký trh jsme měli již dlouhodobě zájem. Bez kvalitního zázemí, kvalifikovaných lidí a znalostí místního trhu jsme však považovali vstup za příliš náročný. Možnost zapojení se do projektu MeoHub jsme shledali jako jedinečnou příležitost pro značku Bushman, výrobce outdoorového oblečení, expandovat na americký trh. Expandovat s podporou velké fungující společnosti, která má celosvětové renomé a disponuje zázemím.

Očekáváme, že nabízená spolupráce nám poskytne podporu v podobě zajištění zejména právních, logistických a administrativních služeb.

Mezi naše silné stránky patří především naše výrobky samy o sobě. Outdoorové oblečení Bushman je určeno nejen pro cestovatele a milovníky přírody, ale i pro běžné uživatele. Jeho nespornou výhodou jsou kvalitní přírodní materiály, například bavlna, len, bambus, vlna a další, z nichž je vyrobeno. Dalším znakem, který nás odlišuje od konkurenčních značek, jsou pečlivě propracované stříhy a promyšlený design výrobků. Výše uvedené je výsledkem mnohaletých zkušeností s vývojem a výrobou outdoorového oblečení. Bushman není pouze značka, je to životní styl a filozofie, která vychází ze skutečného příběhu.



IVO HOLÍK, MAJITEL SPOLEČNOSTI HOLÍK INTERNATIONAL

Naše firma se zabývá výrobou rukavic, která spojuje tradiční ruka-
vičkářské řemeslo s nejnovějšími technologiemi v tomto oboru. MeoHub od samotného počátku koresponduje s naším odhodláním vstoupit na severoamerický trh. Tento souběh možnosti a přání se také potkal časově. Jsme společnost, která 90 % své produkce exportuje na teritorium USA a Kanady bylo poslední z relevantních trhů, které nám ještě schází. Další důvod je ten, že projekt

MeoHub je sice akcí, která vytváří podporu při penetraci na daném trhu, ale zároveň je postaven na komerční bázi. To znamená, že společnost Meopta USA se stává partnerem naší firmy Holík America a její primární zájem je uspět a zhodnotit investované prostředky. Z toho vychází fakt, že nezištná pomoc se transformuje do racionálního byznysu. Jak řekl duchovní otec projektu Gerald Rausnitz: „Bude to tvrdé, bude to sranda a vyděláme spoustu peněz.“

Naše eso v rukávu je způsob našeho byznys myšlení. Celou historií společnosti Holík International prochází odhodlání vytvářet speciální produkty s vysokou přidanou hodnotou. A to se nám daří a doufáme, že se nám to bude dařit i na americkém trhu.





RADOVAN PŘIKRYL, SPOLUMAJITEL SPOLEČNOSTI BETA CONTROL

Naši zákazníci nás znají jako inovativní firmu, to znamená, že vyvíjíme kvalitní a do detailu promyšlené produkty, které přinesou více než jen základní předpokládanou funkci. Disponujeme týmem zkušených odborníků, kteří naše produkty neustále inovují, ať už jde o výtahy, systém Bezpečný dům či technologie pro čerpací stanice, a právě díky jejich zkušenostem jsme schopni pružně reagovat na požadavky zákazníků. Za největší konkurenční výhodu považujeme vlastní vývoj i výrobu, to nám umožňuje udržovat standard nejvyšší kvality.

Od zapojení do projektu si slibujeme, že dostaneme příležitost ukázat naše inovační schopnosti i na americkém trhu. Náročný trh je tvořen náročnými zákazníky. Americký zákazník si potrpí na kvalitu a pohodlí, proto za naše eso v rukávu považujeme systém Bezpečný dům, který zvyšuje pohodlí a bezpečnost bydlení v bytových domech. Ten byl mimo jiné nasazen v projektu Bezpečná lokalita – Bezpečné bydlení Ministerstva vnitra ČR. Úspěšnost systému Bezpečný dům potvrzuje i vítězství v Urban Security Awards a finálová účast v projektu Mayors Challenge 2013/14 v New Yorku. Dnešní doba klade vysoké požadavky na bezpečnost a zákazník očekává komplexní řešení zabezpečení bydlení a majetku v jednom. To Bezpečný dům jednoznačně nabízí – hlídání vstup do domu, kamerový systém, zabezpečení bytu a další prvky, které jsou pro zajištění bezpečného bydlení nezbytné.

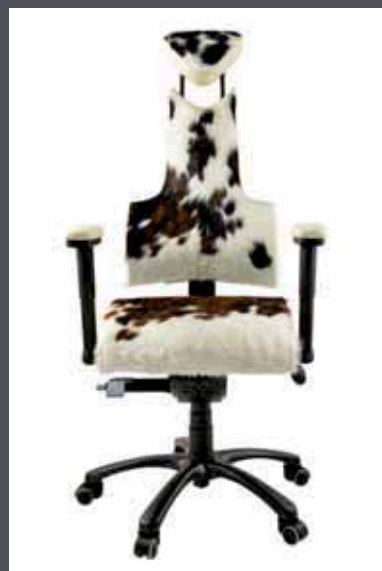
Od zapojení do projektu si slibujeme, že dostaneme příležitost ukázat naše inovační schopnosti i na americkém trhu. Náročný trh je tvořen náročnými zákazníky. Americký zákazník si potrpí na kvalitu a pohodlí, proto za naše eso v rukávu považujeme systém Bezpečný dům, který zvyšuje pohodlí a bezpečnost bydlení v bytových domech. Ten byl mimo jiné nasazen v projektu Bezpečná lokalita – Bezpečné bydlení Ministerstva vnitra ČR. Úspěšnost systému Bezpečný dům potvrzuje i vítězství v Urban Security Awards a finálová účast v projektu Mayors Challenge 2013/14 v New Yorku. Dnešní doba klade vysoké požadavky na bezpečnost a zákazník očekává komplexní řešení zabezpečení bydlení a majetku v jednom. To Bezpečný dům jednoznačně nabízí – hlídání vstup do domu, kamerový systém, zabezpečení bytu a další prvky, které jsou pro zajištění bezpečného bydlení nezbytné.



PETR HAVLENA, MAJITEL SPOLEČNOSTI PROWORK

Věříme svým unikátním zdravotním židlím Therapia a desetileté praxi s jejich vývojem, distribucí a exportem do Evropské unie. MeoHub je skvělá příležitost, která rozšíří naše obchodní i technické zkušenosti a prověří schopnost prosadit se na zcela jiném trhu. Chceme zaujmout profesionálním přístupem k zákazníkovi, pružností v reakci na požadavky a samozřejmě nejvyšší dosažitelnou mírou kvality i přidané hodnoty originálního českého výrobku. To je vše, s čím již úspěšně pracujeme na domácím i exportním trhu. Pevně věřím v úspěch také proto, že jako jediná česká nábytkářská firma nabízíme klinicky testované individuální řešení zdravějšího sezení doslova na míru. I v Americe je velmi mnoho lidí, kteří si stále více uvědomují, že hlavní životní devízou každého z nás je především zdraví. Právě k nim mluví naše zdravotní židle Therapia.

Věříme svým unikátním zdravotním židlím Therapia a desetileté praxi s jejich vývojem, distribucí a exportem do Evropské unie. MeoHub je skvělá příležitost, která rozšíří naše obchodní i technické zkušenosti a prověří schopnost prosadit se na zcela jiném trhu. Chceme zaujmout profesionálním přístupem k zákazníkovi, pružností v reakci na požadavky a samozřejmě nejvyšší dosažitelnou mírou kvality i přidané hodnoty originálního českého výrobku. To je vše, s čím již úspěšně pracujeme na domácím i exportním trhu. Pevně věřím v úspěch také proto, že jako jediná česká nábytkářská firma nabízíme klinicky testované individuální řešení zdravějšího sezení doslova na míru. I v Americe je velmi mnoho lidí, kteří si stále více uvědomují, že hlavní životní devízou každého z nás je především zdraví. Právě k nim mluví naše zdravotní židle Therapia.



TEXT: JAROSLAVA NĚMCOVÁ

FOTO: ARCHIVY FIREM

SPOJENÉ STÁTY DOKÁŽÍ OCENIT NAŠI INOVATIVNOST

AMERIKA JE NÁM BLÍŽ NEŽ KDY DŘÍVE. ALESPOŇ CO SE OBCHODNÍCH VÝSLEDKŮ TÝKÁ. ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR ZPRACOVALA DALŠÍ EXPORTNÍ ANALÝZU, ZAMĚŘENOU TENTOKRÁT NA NEJVĚTŠÍ EKONOMIKU SVĚTA. Z NÍ VYPLÝVÁ, ŽE SE NAŠE FIRMY DRUHÉ STRANY ATLANTIKU NEBOJÍ. TŘETINOVÝ NÁRŮST TRŽEB JE TOTIŽ DVOJNÁSOBKEM MÍRY CELKOVÉHO EXPORTU ČESKÉ REPUBLIKY. PODSTATNĚJŠÍ JE ALE JEŠTĚ JINÁ INFORMACE. POPRVÉ JSME SE ZAMĚŘILI NA POSUZOVÁNÍ NAŠICH VÝVOZŮ NIKOLIV POHLEDEM KVANTITY, ALE I PŘIDANÉ HODNOTY. MĚŘENO OBJEMEM VYVEZENÉHO ZBOŽÍ A SLUŽEB JSOU SICE SPOJENÉ STÁTY NA HRANĚ PRVNÍ DESÍTKY NAŠICH EXPORTNÍCH DESTINACÍ, OVŠEM Z POHLEDU PŘIDANÉ HODNOTY JSOU JIŽ NA NEUVĚRITELNÉM DRUHÉM MÍSTĚ. I KDYŽ POZICE NĚMECKA ZŮSTÁVÁ NEOTŘESITELNÁ, JE TŘEBA PŘIPO-
MENOUT, ŽE ZATÍMCO OBJEMOVĚ SMĚŘUJE K NAŠIM SOUSEDŮM TŘETINA NAŠEHO EXPORTU, V PŘIDANÉ HODNOTĚ JE TO NECELÁ PĚTINA. OPAČNÝ VZOREC PLATÍ PRO USA, KAM OBJEMOVĚ VYVÁŽÍME POUHÉ 2,5 %, NICMÉNĚ MĚŘENO PŘIDANOU HODNOTOU SMĚŘUJE TAM VÍCE NEŽ 5 % CELKOVÉHO EXPORTU. CO Z TOHO VYPLÝVÁ? PRO NĚMECKO JSME ČÁSTEČNĚ I MONTOVNOU, ZATÍMCO AMERIKA DOKÁŽE JAKO MÁLOKDO OCENIT NAŠI INOVATIVNOST.

ANALÝZA EXPORTU VÝROBKŮ A SLUŽEB

Celkový objem exportů z ČR do všech zemí (zboží a služby):¹

2013: 3 155,055 mld. Kč.

2014: 3 568,470 mld. Kč.

Meziroční růst celkových exportů do všech zemí (2013–2014): **13,1 %**.

CELKOVÝ OBJEM EXPORTŮ DO USA:

Rok	Export do USA ² (mld. USD)	Export do USA ³ (mld. Kč)	Míra růstu (vztaženo ke Kč)
2010	2,32	43,502	
2011	3,16	63,516	46,0%
2012	3,58	68,217	7,5%
2013	3,53	70,226	2,9%
2014	3,90	89,052	26,8%

Meziroční růst exportů do USA (2013–2014): **26,8 %**.

Podíl USA na celkových exportech (2014): **2,5 %**.

Podíl Německa na celkových exportech: 32,5%.⁴

Podíl USA na celkových exportech z pohledu přidané hodnoty (2014): **5,5 %**.⁵

Podíl Německa na celkových exportech z pohledu přidané hodnoty: 19%.⁶

Podíl výrobků na exportu do USA: **68,7 %**, podíl služeb na exportu do USA: **31,3 %**.⁷

Významné položky výrobků českého exportu do USA:⁸

Produkty na bázi železa a oceli (bezešvé trouby, duté profily...): **6,9 %** z celkového exportu do USA.

Motory, turbíny, pohony: **6,5 %**.

Součásti motorových vozidel, traktorů apod.: **5,5 %**.

Čerpadla: **4,1 %**.

Další exportované výrobky: pneumatiky, elektrická zařízení (propojky, zástrčky, vypínače, relé), léky, kondenzátory, součásti pro letecký a kosmický průmysl, mikroskopy.

Významné položky služeb českého exportu do USA:⁹

Služby v oblasti ICT: **7,9%** z celkového exportu do USA.

Služby v oblasti cestovního ruchu: **5,8%**.

Poradenské služby: **3,9%**.

Poplatky za duševní vlastnictví: **3,9%**.

Další exportované služby: dopravní služby, výzkum a vývoj.

ANALÝZA IMPORTU VÝROBKŮ A SLUŽEB**Celkový objem importů do ČR ze všech zemí (zboží a služby):¹⁰**

2013: 2 919,445 mld. Kč.

2014: 3 275,856 mld. Kč.

Meziroční růst celkových importů do ČR ze všech zemí (2013–2014): **12,2%**.

CELKOVÝ OBJEM EXPORTŮ DO USA:

Rok	Import z USA ¹¹ (mld. USD)	Import z USA ¹² (mld. Kč)	Míra růstu (vztaženo ke Kč)
2010	2,83	53,065	
2011	2,97	59,697	12,5 %
2012	3,03	57,736	-3,3 %
2013	3,12	62,069	7,5 %
2014	3,74	85,399	37,6 %

Meziroční růst importů z USA (2013–2014): **37,6%**.

Podíl USA na celkových importech (2014): **2,6%**.

Podíl Německa na celkových importech: **25,3%**.¹³

Podíl Číny na celkových importech: **11,0%**.¹⁴

Podíl výrobků na importu z USA: **66,7%**.

Podíl služeb na importu z USA: **33,3%**.¹⁵

Významné položky výrobků importu z USA:¹⁶

Motory, turbíny, pohony: **6,8%** z celkového importu z USA.

Součásti pro letecký a kosmický průmysl: **6,6%**.

Telefonní a vysílací přístroje: **5,9%**.

Léky: **5,1%**.

Automobily: **4,4%**.

Další importované výrobky: lékařské nástroje, zařízení pro počítače, tiskárny, kopírky, buničina.

1 ČSÚ. Výdaje na hrubý domácí produkt, běžné ceny, sezonně očištěno, 2015.

2 Zastupitelský úřad ve Washingtonu, 1. 6. 2015.

3 Přepočteno kurzem vždy k 31. 12. konkrétního roku (2010, 2011, 2012, 2013, 2014).

4 Analýza exportu AMSP ČR, 2015.

5 OECD/WTO Trade in Value Added (TIVA) Indicators, 2013.

6 OECD/WTO Trade in Value Added (TIVA) Indicators, 2013.

7 ČNB, Běžný účet platební bilance v teritoriálním členění, 2015.

8 Zastupitelský úřad ČR ve Washingtonu, 2015.

9 Zastupitelský úřad ČR ve Washingtonu, 2015.

10 ČSÚ. Výdaje na hrubý domácí produkt, běžné ceny, sezonně očištěno, 2015.

11 Zastupitelský úřad ve Washingtonu, 1. 6. 2015.

12 Přepočteno kurzem vždy k 31. 12. konkrétního roku (2010, 2011, 2012, 2013, 2014).

13 Analýza exportu AMSP ČR, 2015.

14 Analýza dopadů čínské krize na podnikatele, AMSP ČR, 2015.

15 ČNB, Běžný účet platební bilance v teritoriálním členění, 2015.

16 Zastupitelský úřad ČR ve Washingtonu, 2015.

Významné položky služeb importu z USA:¹⁷

Dopravní služby: **8,4 %** z celkového importu z USA.

Služby v oblasti cestovního ruchu: **6,6 %**.

Služby v oblasti ICT: **4,8 %**.

Poplatky za duševní vlastnictví: **4,4 %**.

Další importované služby: poradenství, finanční služby, výzkum a vývoj.

ANALÝZA INVESTIČNÍCH AKTIVIT

Celková výše zahraničních investic v ČR (1993–2014): 106,01 mld. USD,¹⁸ tj. **2 757,002 mld. Kč.**¹⁹

Celková výše investic z USA v ČR (1993–2014): 6,127 mld. USD,²⁰ tj. **159,345 mld. Kč.**²¹

Podíl investic z USA na celkových zahraničních investicích v ČR (1993–2014): **5,78 %.**²²

Závěr

- Export do USA roste **dvojnásobným tempem** (26,8%), **než je celkový růst našich exportů** (13,1%).
- V roce 2015 celkový export do USA přesáhne s největší pravděpodobností hodnotu **100 miliard korun** a USA se posunou ze 13. příčky do **TOP 10 exportních teritorií, s podílem 2,5 % na celkovém exportu**.
- S ohledem **na přidanou hodnotu jsou ale Spojené státy americké zcela klíčovou destinací** a drží se s téměř **6% podílem přidané hodnoty** hned za Německem **na druhé pozici**, společně s Francií a Itálií.
- Skladba exportovaného sortimentu odpovídá tomu, že do USA **vyvážíme stále více produkty s vyšší přidanou hodnotou, zatímco dříve jsme vyváželi spíše levné výrobky.**²³
- Zjednodušeně řečeno, **export do USA není z pohledu objemu největší**, ale z pohledu **výdělku firem zcela zásadní**.
- **Z toho vyplývá závěr, že malé a střední firmy, které neexportují tolik hmoty, ale soustředí se spíše na výdělek, mají na americkém trhu mimořádnou šanci uspět.**
- Tomu odpovídá i skladba exportu z pohledu výrobků a služeb, kdy **služby**, které generují vysoké zisky, **činí v celkovém objemu exportu skoro třetinu**.
- Zajímavé je i to, že jak s ohledem na export výrobků, tak služeb nepřevažuje vysloveně ani komodita, ani služba, **nejsme tedy závislí na jednom odvětví**.
- Podíl MSP na exportu do USA je 28%²⁴ z pohledu celé EU, **z celkového počtu MSP v EU vyváží do USA 24 %.**²⁵ Na základě průzkumu AMSP ČR vyplývá, že v současnosti do Ameriky vyváží **16 % malých a středních českých exportérů, nicméně 11 % hodlá o USA v nejbližší době rozšířit své exportní aktivity.**²⁶
- Stejně intenzivně jako export **roste i import z USA, a to téměř o 1/3 meziročně**.
- **USA se tím stávají s ohledem na vzájemný obchod jedním z nejdynamičtěji rostoucích trhů**.
- Spojené státy americké jsou historicky **pátým největším investorem** v ČR, přičemž výše amerických investic v ČR je čtvrtinová vůči investicím německým.
- Agentura na podporu investic **CzechInvest** se podílí na **všech amerických investicích celkovou výší 45 %** a zajistila za svoji historii celkem **197 amerických investic**.
- Nejvýznamnějšími investory z USA jsou společnosti z odvětví **automobilového a dopravního průmyslu, potravinářství, ICT a strojírenství**.
- **Počet českých investorů v USA se odhaduje na 35**, přičemž se jedná zejména o **obchodní pobočky tuzemských producentů, montovny nebo služby v oblasti ICT**.

ZDROJ: AMSP ČR, KAREL HAVLÍČEK, ŘÍJEN 2015

17 Zastupitelský úřad ČR ve Washingtonu, 2015.

18 ČNB, 2015.

19 Použit průměrný kurz Kč–USD (1. 1. 1994 – 23. 9. 2015), který za uvedené období činí: 26,007 Kč/USD.

20 ČNB, 2015.

21 Použit průměrný kurz Kč–USD (1. 1. 1994 – 23. 9. 2015), který za uvedené období činí: 26,007 Kč/USD.

22 ČNB, 2015.

23 Businessinfo.cz, 2015.

24 TZ Evropské komise, 04/2015.

25 Euractiv.sk, s odkazem na Eurostat, 06/2015.

26 Průzkum AMSP ČR, CzechTrade, ČEB a MPO: Export malých a středních firem, 05/2015.

Jsou USA TÍM SPRÁVNÝM TRHEM PRO MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKATELE?

JAK DOKLÁDÁ AKTUÁLNÍ ANALÝZA AMSP ČR, VE SROVNÁNÍ S CELOEVROPSKÝM PRŮMĚREM PODÍLU MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ NA EXPORTU DO USA (28% Z POHLEDU CELÉ EU) JSOU ČESKÉ FIRMY SPÍŠE POZADU: V SOUČASNÉ DOBĚ VYVÁŽÍ DO AMERIKY JEN 16% Z NICH, TAKŽE PROSTOR PRO ZLEPŠENÍ SE JISTĚ NAJDE. PŘÍZNIVOU ZPRÁVOU JE, ŽE DALŠÍCH 11% PLÁNUJE V DOHLEDNÉ DOBĚ SMĚŘOVAT SVÉ EXPORTNÍ AKTIVITY I NA AMERICKÝ TRH. A VZHLEDEM K TOMU, JAKÝ POTENCIÁL MŮŽE PRO EVROPSKÉ FIRMY MÍT OBCHODNÍ DOHODA USA A EU TTIP, JE DOBRÉ SE PŘIPRAVOVAT NA TENTO VÝVOJ JIŽ DNES.

Základem úspěchu je dobrá informovanost, konkurenceschopný produkt a kvalitní exportní tým. Vstup na trh USA pak vyžaduje dlouhodobý, cílevědomý a soustředěný přístup, založený na kvalitní rešerši cílového oboru a dále na kvalitních obchodních kontaktech.

AMSP ČR nedávno v rámci akce Czech Business Weekend in New York provedla anketu mezi 50 středně velkými exportéry. Dvě třetiny z nich přitom v současné době do USA vůbec nevyvážejí. Jeden z dotazů tak hledal i důvody, proč tomu tak je, a plných 18% uvedlo, že o místním trhu nemají informace.

Kvalitní informace však nejsou jen předpokladem úspěšného vstupu na trh, ale i dalšího rozvoje firmy na něm. Ze svého dlouholetého působení v USA mohu vzpomenout případ českého výrobce zabezpečovací a telekomunikační techniky. Jednalo se o firmu, která již byla v USA etablovaná, ale její zkušený obchodní zástupce se intenzivně věnoval dalšímu rozvoji obchodních aktivit, a trávil tak spoustu času jednáními a získáváním informací ve svém oboru napříč regiony i různými zákaznickými segmenty. Tak se mu podařilo zjistit, že americké nároky na kvalitu, provedení a vzhled jednoho z komponentů jejich zařízení, konkrétně nosné desky, jsou v USA výrazně nižší než u jiných trzích a že to není prvek, kterému by americký zákazník přikládal velký význam. To firmě otevřelo možnost výrazné úspory výrobních nákladů a zvýšení konkurenceschopnosti na americkém trhu.

Tím se dostáváme k exportnímu týmu. Protože bez kvalifikovaných,

pracovitých a motivovaných lidí, kteří umějí informace zpracovat a využít pro další rozvoj exportu firmy, není úspěchu. U Američanů naštěstí platí, že byť v jejich přístupu vůči dodavatelům z „východní Evropy“ můžeme občas pozorovat jistou omezitelnost, v obchodním jednání zde prakticky neexistují bariéry týkající se věku, pohlaví, náboženství či etnického původu partnera, na rozdíl od jiných trhů. Co je však při jednáních – samozřejmě mimo ekonomickou stránku věci – naprosto klíčové, jsou komunikace, profesionalita a jazyková vybavenost. A je závažné, že i v současné době řada českých firem bohužel stále podceňuje nutnost komunikovat kvalitní obchodní angličtinou.

V případě expanze na nové trhy je třeba pro tento účel počítat s dostatečnými volnými personálními kapacitami. Ideální je stanovit exportní strategii, včetně jednotlivých etap, dílčí úkoly a zodpovědnost konkrétních pracovníků i kontrolní body a průběžně vyhodnocovat její plnění. Stejně tak jako „honit mnoho zajíců najednou“ se nevyplácí, je dobré plánovat vstup na jednotlivé zahraniční trhy systematicky a postupně, tak aby bylo možné tomu věnovat nezbytné časové i lidské kapacity. Stačí vzpomenout případ jednoho českého výrobce spotřebního zboží, kde rozvojem obchodních aktivit v USA pověřili pracovníka, který měl kromě své běžné zákaznické agendy zároveň rozjíždět jejich vlajkovou prodejnu v Itálii, kam už stabilně exportovali. Kde pak byly priority zmíněného pracovníka v každodenní práci, asi nemá smysl zvlášť rozepisovat.



Američané umějí ocenit české produkty a to, že jsou naše firmy flexibilní a často dokážou nabídnout neobvyklá či nestandardní řešení. A pokud vývozci, kteří se na americkém trhu teprve rozkoukávají, nepodcení přípravu a v případě potřeby využijí služeb odborníků znalých místního prostředí nebo budou čerpat ze zkušeností již etablovaných českých exportérů, mají na americkém trhu velkou šanci uspět. ■

TEXT: ZUZANA PITTNEROVÁ
FOTO: SHUTTERSTOCK

Ing. Zuzana Pittnerová, konzultantka pro oblast exportu a internacionalizace, několik let působila v USA. Kromě publikace článků z oblasti zahraničního obchodu, strategie vstupu na trh a technologických a obchodních trendů působí i jako lektorka mezinárodního managementu.

LETEM SVĚTEM USA A KANADOU

Spojené státy americké



USA jsou třetí nejvíce konkureschopnou ekonomikou světa (*podle Indexu světové konkureschopnosti 2014–2015, GCI Global Competitiveness Index, který sestavuje World Economic Forum*). Lépe se umístilo už jen Švýcarsko a Singapur. USA si tuto pozici drží především díky tomu, že mají ze všech hodnocených ekonomik nejrozvinutější tržní a podnikatelské prostředí. Dalším důvodem je fakt, že jsou technologicky nejsilnější ekonomikou na světě s HDP na obyvatele ve výši 54 600 USD. Mají největší soukromý sektor na světě a jde o jeden z nejvíce inovativních spotřebitelských trhů.

V roce 2014 USA přišly po více než sto letech o post největší světové ekonomiky, první místo zaujala Čína. HDP v USA v roce 2014 činil 17,42 bilionu dolarů, tvořen službami (77,7 %), průmyslem (20,7 %) a zemědělstvím (1,6 %). Mezi hlavní průmyslová odvětví patří motorová vozidla, telekomunikace, chemikálie, elektronika, potravinářství, spotřební zboží, těžební průmysl, letecký průmysl, ropný průmysl, ocelářství a dřevařský průmysl. V hodnocení Světové banky Doing Business v letošním roce se USA umístily na 7. místě ze 189 států světa. Spolu s Kanadou a Mexikem jsou členem Severoamerické dohody o volném obchodu – NAFTA. V roce 2014 vyvezla Česká republika do USA zboží za 81 186 milionů korun. Tato hodnota představuje nárůst o 17 % oproti roku 2013.

Více na str. 23–27.

Kanada



Je rozvinutou tržní ekonomikou – HDP se pohybuje v bilionech kanadských dolarů (v roce 2014 1976 mld. CAD) a HDP na obyvatele činí 55 662 CAD. Je jedenáctou největší ekonomikou světa, mezi jejíž hlavní silné stránky patří bankovní sektor, vysoká životní úroveň obyvatel, velké zásoby přírodních zdrojů a silná obchodní a spotřebitelská základna. V hodnocení Světové banky Doing Business v letošním roce získala Kanada 16. pozici ze 189 ekonomik. Na HDP z hlediska sektorů se služby podílí 70,1 %, průmysl více než 28 % a zemědělství pouze 1,7 %.

Kanada je největším zahraničním dodavatelem USA: míří sem tři čtvrtiny kanadského vývozu, především ropy, plynu a elektrické energie. Kanada nejvíce dováží stroje a zařízení, motorová vozidla a jejich díly, ropu, chemikálie, elektrickou energii, obuv a textilní a potravinářské výrobky. Jejimi největšími dovozními partnery jsou USA (54,5 %), Čína (11,5 %) a Mexiko (5,6 %). Kanada je na třetím místě na světě v množství prokázaných zásob ropy (za Saúdskou Arábií a Venezuelou) a je pátým největším producentem ropy na světě.

Z ČR do Kanady se v roce 2014 vyvezlo zboží za 5351 mil. korun. Oproti roku 2013 klesla hodnota vývozu do Kanady o 2,5 %. Nejvýznamnějšími položkami českého vývozu jsou materiály pro stavbu železničních a tramvajových tratí (14 %); pneumatiky (5 %); turbíny na vodní páru (3 %); trouby, trubky, hadice a příslušenství z plastů (3 %); výrobky ze železa a oceli (2 %) a telefonní přístroje a ostatní přístroje pro vysílání, příjem hlasu a dat (2 %).

Více na str. 42–46.

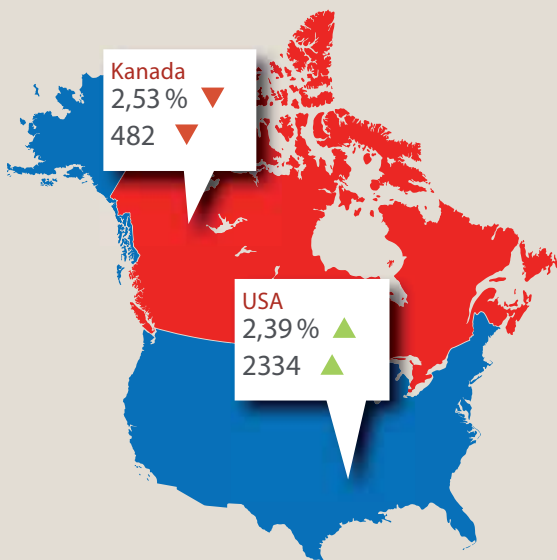
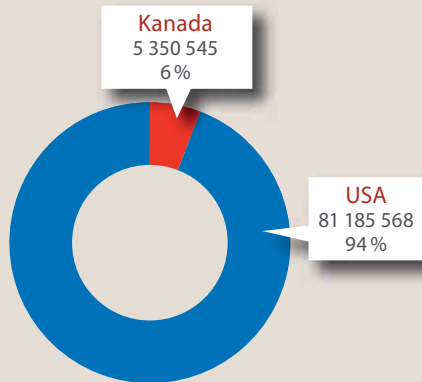
DVOUSTRANU PŘIPRAVILY SPECIALISTKY CIS – DITA NEDĚLKOVÁ A PETRA BULKOVÁ.

Centrum informačních služeb CzechTrade (CIS)

Analytické centrum, které poskytuje exportérům zdarma informační servis v podobě aktualit, analýz trendů, oborů, produktů a příležitostí na vybraných trzích (*více na www.businessinfo.cz v sekci Zpravodajství pro export*). Nově nabízí i informace ke správné klasifikaci produktů dle HS, o případných dovozních clech a dodatečných daních spojených s exportem.

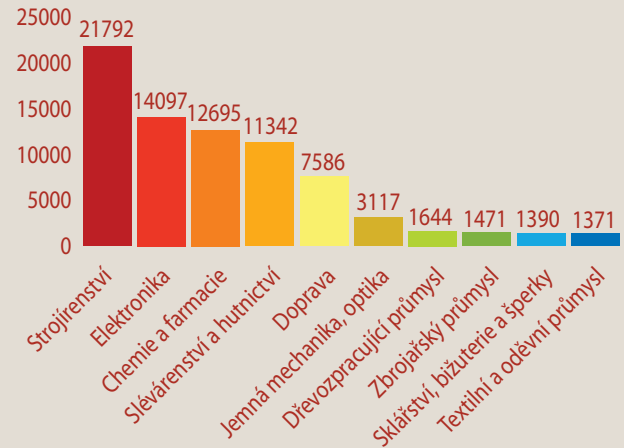
USA a Kanada

Český export (2014, v tis. CZK)



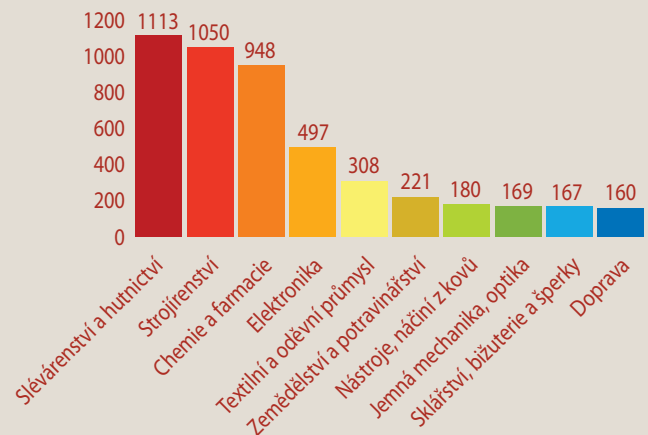
TOP obory českého vývozu do USA

(2014, v mil. CZK)



TOP obory českého vývozu do Kanady

(2014, v mil. CZK)



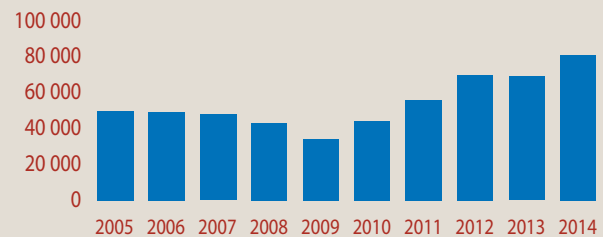
Vývoz ČR do Kanady

v letech 2005–2014 (v mil. CZK)

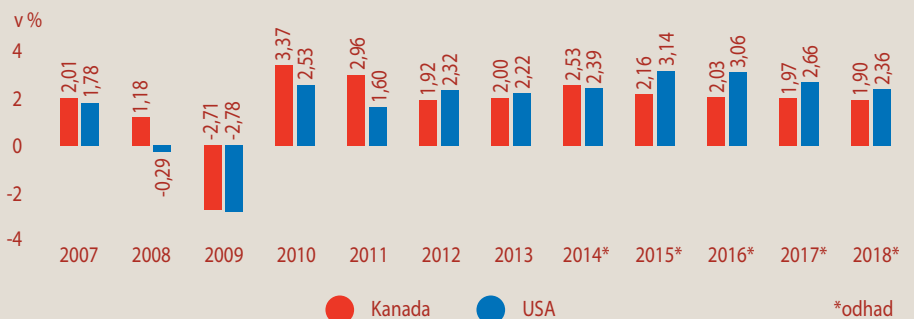


Vývoz ČR do USA

v letech 2005–2014 (v mil. CZK)



Vývoj HDP



Legenda:

- USA 2,39% ▲ ← Růst HDP 2014 + odhad růstu pro rok 2015
- 2334 ▲ ← Celkový dovoz 2014 v mld. USD + odhad růstu pro rok 2015
- ▲ Meziroční nárůst
- ▼ Meziroční pokles

Zdroj: CzechTrade

*odhad

Do světa za obchodem

USA

NEJSOU JEDNÍM TRHEM

VÝCHODNÍ POBŘEŽÍ JE ZNÁMO RYCHLOSTÍ A „AGRESIVITOU“, STŘEDOZÁPAD SVOU KONZERVATIVNOSTÍ A ZÁPADNÍ POBŘEŽÍ NÁKLONNOSTÍ K VEŠKERÝM INOVATIVNOSTEM A UVOLNĚNĚJŠÍM PŘÍSTUPEM. ZATÍMCO HDP STÁTU MASSACHUSETTS MŮŽEME PŘIROVNAT K HDP RAKOUSKA, NOVÉ MEXIKO ODPOVÍDÁ SLOVENSKU, ČESKÁ REPUBLIKA BY SE DALA SROVNAT SE STÁTEM OREGON. I NA TO JE TŘEBA POHLÍŽET, POKUD POKUKUJETE PO JEDNOM Z TRHŮ DRUHÉ NEJVĚTŠÍ EKONOMIKY SVĚTA. PATŘÍ TOTIŽ TAKÉ K TĚM NEJVÍC KONKURENČNÍM A TECHNOLOGICKY VYSPĚLÝM.





SVŮJ ZÁMĚR SEBEKRITICKY POSUŽTE

Všemu, co bylo napsáno, odpovídají také samotní spotřebitelé. Jsou zvyklí na nejvyšší kvalitu a vysoký standard a navíc očekávají i dobrou cenu a bezproblémový servis. Produkt, s nímž plánujete vstoupit na americký trh, by toto všechno měl mít a ideálně překvapit i něčím novým – inovativností a technologickým náskokem.

Splnit tyto podmínky je náročný úkol, zdejší stabilní a rozsáhlý trh však představuje lákavou odměnu. Hospodářství Spojených států amerických po překonání krize v roce 2008 neustále roste a daří se všem odvětvím, snad mimo těžbu uhlí, která jediná zaznamenává postupný, avšak nepřetržitý pokles. Navíc jde o trh s téměř 320 miliony spotřebitelů, rozdělený do více než 50 států, které se nachází ve čtyřech časových pásmech, kdy cesta z jednoho konce na druhý trvá pět hodin letu.

Rozmanitost této země z makroekonomického pohledu, to znamená i množství příležitostí pro české exportéry, ilustruje mapa, v níž přirovnáváme jednotlivé americké státy k těm světovým na základě HDP (viz str. 27 – pozn. red.). Je důležité cílit na správný konkrétní

region, protože každý z nich má svá specifika i potřeby.

ČESKÉ FIRMY BODUJÍ

Fakt, že při dobře zvolené exportní strategii si ve zdejších konkurenčním prostředí poradí i české firmy, dokládá každoroční nárůst českého exportu do USA. Stejně jako stoupající počet firem, které ve Spojených státech nejenže prorazily, ale upevnily svou pozici a dále expandují. Za všechny uvedme úspěchy značek Rudolf Jelínek, Zetor, Linet, Lasvit či Grund.

Při vstupu na americký trh se naši exportéři mohou spolehnout i na agenturu CzechTrade, jejíž zahraniční kancelář dlouhodobě působí v Chicagu. Ve spolupráci s agenturou CzechInvest, ekonomickými rady velvyslanectví a generálními konzuláty vyhledává obchodní příležitosti a aktivně je nabízí českým podnikatelům. Za poslední rok a půl nabraly aktivity na objemu a jen za posledních šest měsíců se CzechTrade podílel na realizaci 22 projektů, přičemž dalších 15 bude dokončeno do konce roku.

Spolupráce s CzechTrade je vhodná především pro malé a střední firmy, jimž může její know-how a znalosti teritoria

cestu na tento trh zrychlit, zjednodušit a především zlevnit. Agentura navíc plánuje otevřít v USA další kancelář, která by měla podpořit české exportéry i v jiných regionech Severní Ameriky.

NEVĚŘTE VŠEMU, CO SE O AMERICĚ POVÍDÁ

Říká se, že trh USA má značnou schopnost vnitřní spotřeby a Američani jsou schopni koupit všechno, když jim to reklama dobře nabídne. Pozor, není tomu tak. Jak už bylo uvedeno, nejdůležitějším faktorem je poměr cena/výkon. Stejně tak platí, že se vám málokdy podaří prodat nadstandard, pokud ho americký spotřebitel nevyžaduje. Jednoduše řečeno, pokud váš partner potřebuje počítač bez grafické karty, nemá smysl pokoušet se mu ji prodat.

Dalším krokem je přesné zacílení vašeho produktu a povědomí o konkurenci, nabídce a poptávce, což zajistí dobrý průzkum trhu.

Úhelným kamenem úspěšné exportní strategie je také personální připravenost podniku. Je nutné mít kvalitního člověka, který se bude americkému trhu a partnerům věnovat opravdu intenzivně. Nestačí pouze jazyková vybavenost, je třeba především reagovat ►►



►► v rozumném čase na požadavky a otázky, které vám budou kladeny. Neodpovědět na e-mail do týdne znamená, že se americký partner téměř s jistotou obrátí na jiného dodavatele.

Důležitá je i trpělivost. Měli byste být připraveni na to, že než se na trhu prosadíte, může to trvat opravdu dlouho. Výjimky, kdy přijdete, nabídnete své zboží a uzavřete dlouhodobý kontrakt, jistě existují, ale spíše potvrzují pravidlo, že je třeba počítat s delším časovým úsekem. Dva roky nejsou z tohoto pohledu nijak dlouhá doba, což nás přivádí k dalšímu aspektu: vstup na zdejší trh je finančně náročný.

Pokud máte jasný cíl, stanoveny priority i obchodní strategii a disponujete vším shora zmíněným, pak máte ty nejlepší předpoklady v USA uspět. Z hlediska příležitostí jen oblast kolem Chicaga s osmi miliony obyvatel můžeme přirovnat k České republice.

V další fázi je třeba také nezapomínat na kvalitní přípravu smluv a poradenství. Je velmi vhodné spolupracovat s právníkem, velmi dobře znalým lokálního, ale mnohdy i federálního práva, který bude stát na vaší straně a bude hájit vaše zájmy. Je to sice nákladné a dražší než v Evropě, ale v konečném

výsledku se to mnohonásobně vyplatí a ušetří vám mnoho starostí, ale i peněz.

Zkrátka, snažit se dělat obchod v USA podle hesla „tak to zkusím“ je víceméně ztráta času.

VSTUP NA TRH? VELETRHY, VELETRHY, VELETRHY!

Účast na výstavách a veletrzích je nejjednodušší způsob, jak potkat nákupčí, dodavatele a obchodní partnery. Budete demonstrovat připravenost a opravdový zájem. Veletrhy jsou v USA absolutně nutnou součástí obchodní strategie, a to kvůli velikosti území, kde není možné jako v Evropě sednout

Plán účasti na výstavách a veletrzích bývá připravován dlouho dopředu podle zkušeností zahraniční kanceláře a příležitostí, které aktuálně na trhu jsou. Nicméně často je účast realizována i ad hoc na základě přání firmy. Posledním takovým příkladem je úspěšná prezentace společnosti Blažek Glass na veletrhu NY NOW v New Yorku (více na str. 36–37, pozn. red.) anebo společnosti Nacházel na veletrhu Interbike v Las Vegas.

do auta a jet vyjednat obchod na druhou stranu země.

Proto jsou američtí podnikatelé zvyklí využívat možností oborových veletrhů a zvát na ně obchodníky a partnery z celých Států. To také znamená, že účast na veletrhu je poměrně hektická. Pokud nebudete mít již předem dojednaný schůzky, počítejte s tím, že budete mít maximálně pět minut na to, abyste obchodníka zaujali a v prvních pár větách mu vysvětlili, proč by měl vaše zboží koupit a zařadit do své distribuční sítě. Pokud se vám to povede a obchodník zůstane na vašem stánku déle, bude vám umožněno představit detailněji společnost, vaše aktivity a možnosti a jít do větších podrobností. Jestliže se jednání protáhne alespoň na 15 minut, je to velmi dobrý předpoklad pro to, přeměnit kontakt v obchod. Obchodník neočekává, že ho budete na stánku hostit, alkohol nepřipadá v úvahu a maximálně voda a sušenka postačí. Nebude to bráno jako nezdvořilost.

CzechTrade doporučuje a také podporuje tuto efektivní cestu na americký trh formou realizace účasti na odborných, pro veřejnost uzavřených oborových veletrzích. To má výhodu v přítomnosti nákupčích všech významných i menších lokálních, státních či federálních

obchodních řetězců, výrobců, výrobních filiálek aj. Výhodou účasti na veletrhu s CzechTrade je asistence zahraniční kanceláře, která dopředu kontaktuje nákupčí, představí českou společnost, zašle obchodníkovi firmou poskytnuté informace a domluví schůzku na stánku.

BUĎTE OBEZŘETNÍ, ALE NEBOJTE SE

Zajímavá je naše zkušenost s veletrhem SAE World Congress and Exhibition v Detroitu, který je úzce zaměřen na inovace v automobilovém průmyslu. Dá se předpokládat, že v takovém segmentu nebude v neuvěřitelném konkurenčním boji světových lídrů pro české firmy místo. Opak však byl pravdou. CzechTrade na tomto veletrhu letos zorganizoval českou účast. Stánek pod hlavičkou České republiky vzbudil velký ohlas a naše společnosti, které se veletrhu účastnily, byly nejen spokojené, ale i úspěšné. Šlo o společnost Česká zbrojovka, automobilová divize, dále FAB-ASSA ABLOY, výrobce zámků a aktivního i pasivního zabezpečení vozidel, a ZKL Bearing, výrobce ložisek.

Veletrh následně podpořila developerská skupina CTP a organizaci programu realizoval CzechTrade společně s agenturou CzechInvest. Účast měla i diplomatickou podporu ze strany generálního konzulátu v Chicagu.

Mezi další oblasti, kde je překvapivě velký potenciál úspěchu, patří potravinářský sektor. Mnoho českých podnikatelů nemá k dispozici tolik financí, aby mohlo svoji značku prodávat a především v USA marketingově podporovat. Jedna z cest je i částečně vyrábět a dodávat své výrobky pro jinou privátní značku, a tím si vytvořit podmínky pro budoucí prosazení značky vlastní. Ideální způsob, jak prorazit v této oblasti, je účast na veletrhu privátních značek v drogerii a potravinách PLMA. Po loňském úspěšném veletrhu, jehož se účastnily společnost Riceboom a Rupa, se bude letos v listopadu na národním stánku České republiky přímo prezentovat pět společností a na stánku CzechTrade jako pozorovatelé další dvě.

Regionální potraviny jsou dnes velmi populární a například bezpečnostní potraviny pak přímo hitem. A to i přesto, že doopravdy ze zdravotních důvodů potřebují bezpečnou stravu pouhá

4% spotřebitelů, avšak celých 20% tyto potraviny kupuje. Jsme přesvědčeni, že právě potravinářství a nápojářský průmysl ještě plně neuchopily možnosti amerického trhu, a v tomto sektoru se tedy budeme snažit českým výrobcům otevírat dveře, umožnit jim bližší seznámení s certifikací FDA (vládní agentura Food and Drug Association). Na veletrh PLMA 2015 tedy navážeme veletrhem Sweet and Snack v Chicagu, který je určen pouze a právě cukrovinkám, které jsou v USA velmi populární. Dalo by se říci, že „candy“ se prodávají po tunách.

Potenciál českých produktů v USA vidíme především v oblasti strojírenství, automotive, technologií a potravin. Podle toho se odvíjí i plánované české účasti na veletrzích v roce 2016 a 2017. Vedle pravidelných prezentací na veletrhu PLMA a Sweet and Snack budeme pokračovat v realizaci SAE pro automobilový průmysl, který bude v roce 2017 rozšířen i o veletrh Automechanika v Chicagu. Ještě v roce 2016 se pokusíme o pokrytí nejvýznamnějšího strojírenského veletrhu v Severní Americe IMTS Chicago 2016, kde budou podle našich informací vystavovat například české firmy jako Fermat či TOS Čelákovice a kde Česká republika bohužel národní stánek prozatím mít nebude

z důvodu vyprodaných kapacit výstavních ploch. Velmi rádi bychom uspořádali národní stánek na veletrhu NY NOW v New Yorku a pozvali tam naše výrobce vybavení domácností, reklamních předmětů, bytového designu, skleněných výrobků a dalšího.

V roce 2018 bychom rádi zařadili do našich veletržních aktivit veletrh NPE v Orlando, který se pořádá jednou za čtyři roky a patří k největším veletrhům plastických hmot na světě. Není vyloučeno, že v případě zájmu českých firem budeme usilovat i o další realizace, jako je například veletrh AeroMat pro výrobce vzdušných a vesmírných vozidel a letadel. Sledujte proto nabídku CzechTrade a počítejte s naší pomocí.

TEXT: JAN KUBATA

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV CZECHTRADE



Mgr. Jan Kubata,
vedoucí zahraniční
kanceláře
Chicago
CzechTrade



Severovýchod

(Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, New York, Rhode Island a Vermont)

Tento region leží podél Atlantského oceánu, od New Yorku po hranice s Kanadou. Známy je mediálním a kreativním průmyslem, kulturou, technologiemi a inovacemi, sídlí zde špičková zdravotní centra i nejlepší univerzity. Má nejrozmanitější nabídku vysokých škol, včetně Harvardu nebo Technologického institutu v Massachusetts (MIT). New York je nejlidnatějším městem USA a je známý jako světové finanční centrum – 50 světově nejvýznamnějších firem má své hlavní sídlo právě tady.

Středoatlantická oblast

(Delaware, Maryland, New Jersey, Pensylvánie a Washington D.C.)

Je centrem obranného průmyslu, komunikačních technologií a farmaceutického průmyslu. Směřování regionu je ovlivněno tím, že se zde nachází hlavní město, Washington D.C., kde jsou soustředěny státní instituce. Protože je Washington D.C. i hlavní turistickou destinací regionu, je pro jeho ekonomiku zásadní sektor služeb. Stát Delaware je známý legislativním a daňovým prostředím příznivým pro podnikání a z toho důvodu zde má sídlo přes 50% veřejně obchodovaných amerických společností.

Jih

(Alabama, Arkansas, Florida, Georgie, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Severní Karolína, Jižní Karolína, Tennessee, Virginie a Západní Virginie)

Ekonomika regionu je tažena sektorem zemědělství díky příznivému klimatu, nicméně její důležitou součástí je také průmysl a turismus. Region se stává i významným obchodním centrem, důvodem jsou státní pobídky, které podporují příliv zahraničních investic především do strojírenského sektoru, výhodou jsou i nižší náklady. Z toho důvodu zde sídlí výroba takových gigantů, jako je Airbus a GE Aviation.

Středozápad

(Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, Severní a Jižní Dakota, Ohio a Wisconsin)

Region je díky své produkci považován za „obilnici“ USA. Ve srovnání se zbytkem země je až na několik větších měst poměrně málo osídlený, ale významný, protože je centrem pokročilého strojírenství a zemědělství. Největším sídlem je Chicago ve státě Illinois, dopravní a logistický uzel díky přístavu i obchodní centrum.

Jihozápad

(Arizona, Oklahoma, Nové Mexiko, Texas)

Druhý nejosáhlejší a zároveň nejlidnatější region USA s populací čítající 26 milionů obyvatel. Jeho ekonomiku táhne stát Texas, kde sídlí petrolejářský a chemický průmysl a který je domovem ropných gigantů, jako je Exxon Mobil, Valero Energy a Conoco Phillips. V poslední době dochází také k rychlému rozvoji ICT, leteckého průmyslu a automotive.

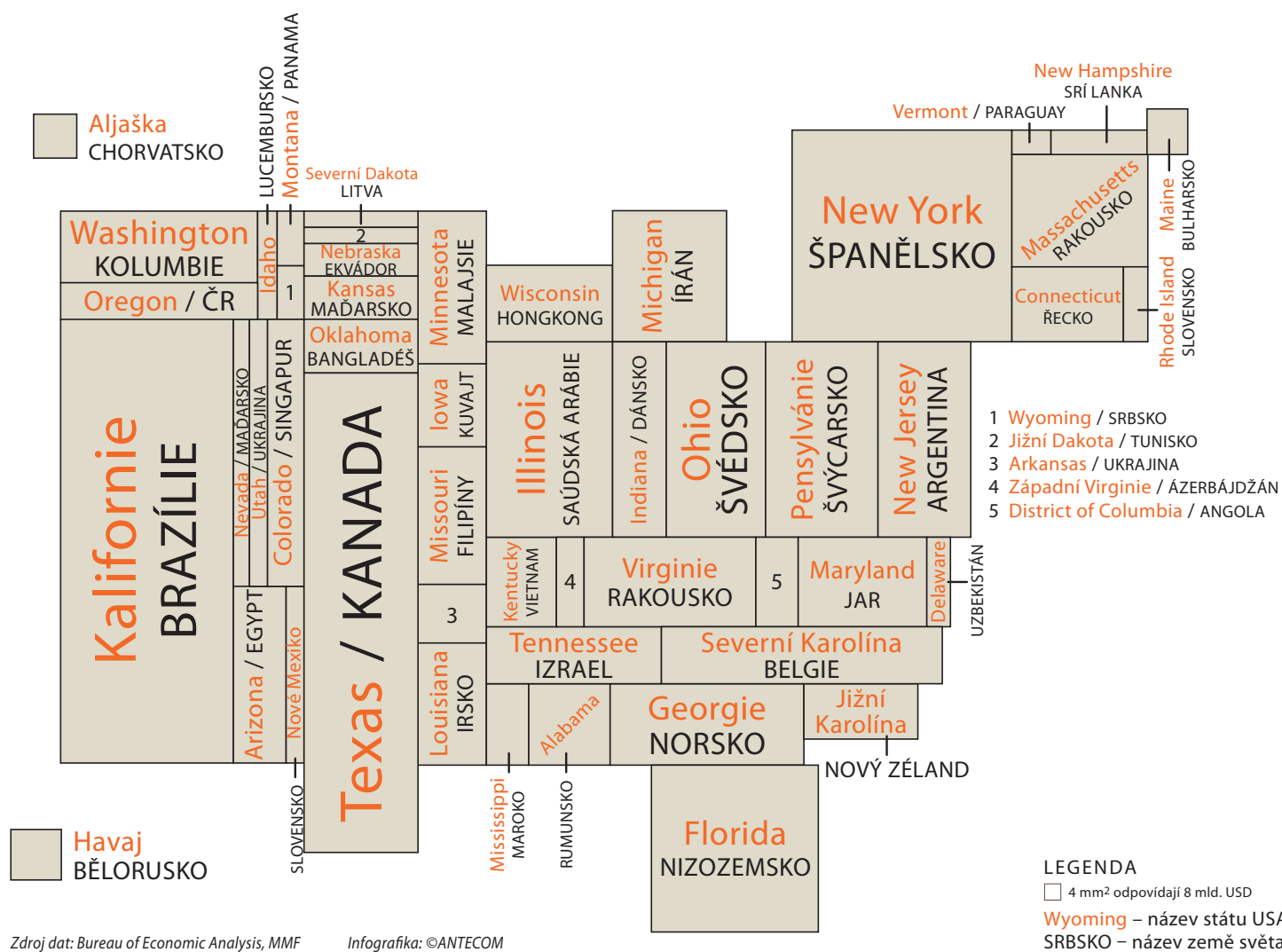
Západ

(Aljaška, Kalifornie, Colorado, Havaj, Idaho, Montana, Nevada, Oregon, Utah, Washington a Wyoming)

Nejlidnatějším státem regionu je Kalifornie, díky níž se z něj stalo technologické centrum USA, a to již v roce 1970, kdy byly položeny základy Silicon Valley. Kalifornie je i průkopníkem v oblasti environmentálních technologií. Nedávno byla vyhodnocena jako lídr v clean technology, v hodnocení jednotlivých států USA obsadila první pozici díky využívání obnovitelných zdrojů při produkci elektřiny, důrazu na udržitelnost v osobní i městské dopravě i normám kladeným na stavbu udržitelných budov. Kalifornie je také jediným státem USA, který aktivně a široce využívá při produkci elektřiny energii větrnou, solární a geotermální. Tyto zdroje tvoří 12% energetického mixu tohoto státu. V oblasti obnovitelných zdrojů energie jsou přesto dál státy středozápadu, Iowa, Jižní a Severní Dakota a Minnesota. Například v lowě a Severní Dakotě je 24% energetického mixu tvořeno větrnou energií.

HDP států USA a zemí světa

ÚDAJ HRUBÉHO DOMÁCÍHO PRODUKTU VYSTIHUJE VELIKOST EKONOMIKY DANÉHO ÚZEMÍ, ZPRAVIDLA ZEMĚ NEBO REGIONU. MAPA UKAZUJE HOSPODÁŘSKÝ ROZMĚR JEDNOTLIVÝCH STÁTŮ USA A PRO NÁZORNOST JE NAVÍC UVEDEN NÁZEV ZEMĚ SVĚTA S PODOBNĚ VELKOU EKONOMIKOU. TAK NAPŘÍKLAD KALIFORNIE VYPRODUKUJE ZHRUBA TOLIK CO CELÁ BRAZÍLIE A VELIKOST ČESKÉ EKONOMIKY PŘIBLIŽNĚ ODPOVÍDÁ OREGONU.



Zdroj dat: Bureau of Economic Analysis, MMF

Infografika: ©ANTECOM

USA PŘEDSTAVUJE NEJVĚTŠÍ EKONOMIKU NA SVĚTĚ. PRO SROVNÁNÍ HDP SPOJENÝCH STÁTŮ S OSTATNÍMI ZEMĚMI, REGIONY NEBO SVĚTADÍLY NABÍZÍME NĚKOLIK PŘÍKLADŮ:

USA = Evropská unie
USA = Čína, Japonsko a Indie
USA = 2x Čína
USA = 3x Latinská Amerika

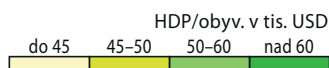
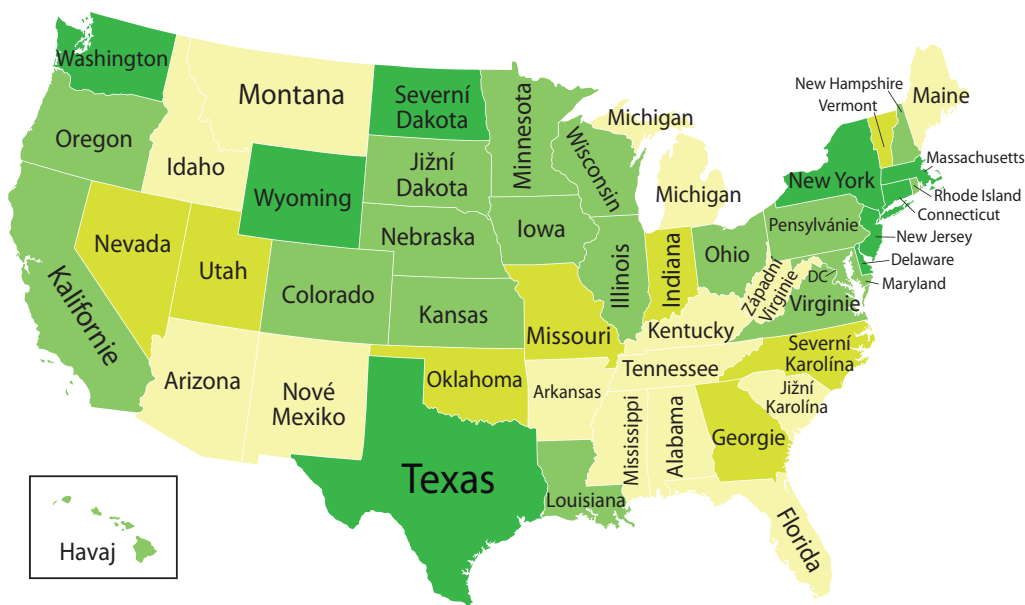
USA = 4x Německo
USA = 8x Afrika
USA = 8x Rusko
USA = 10x Austrálie

USA = 18x Nizozemsko
USA = 23x Švýcarsko
USA = 25x Saúdská Arábie
USA = 85x Česká republika



HDP STÁTŮ USA

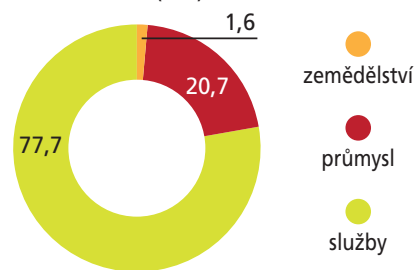
Region	HDP/obyv. v USD
District of Columbia	175 253
Aljaška	77 477
Wyoming	75 648
Severní Dakota	74 560
New York	71 128
Connecticut	70 353
Massachusetts	68 185
Delaware	67 075
New Jersey	61 433
Texas	61 136
Washington	60 476
Nebraska	59 611
Kalifornie	59 574
Maryland	58 335
Minnesota	57 943
Illinois	57 907
Colorado	57 257
Virginie	55 681
Iowa	54 910
Havaj	54 516
Oregon	54 323
Louisiana	54 068
New Hampshire	53 928
Jižní Dakota	53 760
Rhode Island	52 086
Pensylvánie	51 840
Wisconsin	50 871
Kansas	50 645
Ohio	50 306
Severní Karolína	48 585
Indiana	48 181
Utah	48 051
Oklahoma	47 318
Vermont	47 263



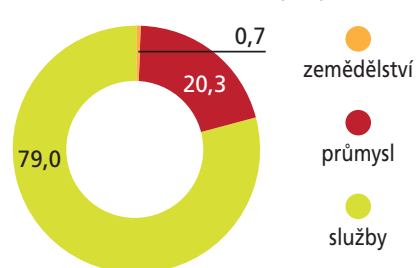
Region	HDP/obyv. v USD
Georgie	47 189
Missouri	46 913
Nevada	46 516
Tennessee	45 898
Michigan	45 562
Nové Mexiko	44 572
Montana	43 249
Kentucky	42 733
Florida	42 222
Arizona	42 213
Maine	41 981
Alabama	41 127
Arkansas	40 924
Západní Virginie	40 716
Jižní Karolína	39 380
Idaho	39 127
Mississippi	35 019

STRUKTURA HOSPODÁŘSTVÍ USA

PODÍL NA HDP (v %)



PODÍL NA ZAMĚŠTNANOSTI (v %)



Zdroj dat: Wikipedia



POMÁHÁME VÁM ZVÍTĚZIT NA ZAHRANIČNÍCH TRZÍCH.

CzechTrade vám pomůže vytipovat perspektivní zahraniční trhy vhodné pro váš export a investiční aktivity. Díky dlouholetým zkušenostem a rozsáhlé síti vlastních zahraničních kanceláří urychlí vstup na daný trh. Navíc s minimem rizik, nízkými náklady a bez zbytečných překážek. Pomohli jsme expandovat stovkám českých firem, jsme připraveni pomoci také vám.



Hynek Walner:

A MERIČTÍ ZÁKAZNÍCI NETRPÍ PŘEDSUDKY

ASI PŘED 150 LETY PROHLÁSIL ABRAHAM LINCOLN: „ODBOUREJ CLA, OTEVŘI HRANICE VOLNÉMU OBCHODU, A NAŠI DĚLNÍCI KLESNOU NA ÚROVEŇ NEVOLNÍKŮ.“ I V SOUČASNÉ DOBĚ MAJÍ SPOJENÉ STÁTY MEZI EXPORTÉRY POVĚST TRHU OSTRÁŽITÉHO VŮČI ZAHRANIČNÍ PRODUKCI A S PŘÍSNÝMI OCHRANÁŘSKÝMI OPATŘENÍMI. „TAKOVÁ TVRZENÍ NELZE PRONÁŠET BEZ KONTEXTU A KONKRÉTNÍ OSOBNÍ ZKUŠENOSTI,“ NAMÍTÁ ŘEDITEL PRO STRATEGII A MARKETING SPOLEČNOSTI JIHOSTROJ HYNEK WALNER.

„Nikoho nepřekvapí, že jeden z největších průmyslových trhů světa patří k těm nejnáročnějším. Navíc oproti Evropě má zákazník, dodavatel i prodávající ve Spojených státech jasně vymezenou a respektovanou pozici. Samozřejmě, že bez velmi kvalitního a technicky špičkového produktu nemá cenu se o tyto trhy ani pokoušet. Americký zákazník je pragmatický,

ve výběru racionální a přirozeně využívá všech předností vysoce konkurenčního trhu. Slyší na dobře vyvážený mix technické úrovně, kvality, ceny, podpory a komunikace. Z vlastní zkušenosti vím, že na rozdíl od některých evropských, asijských a ruských zákazníků nemívají Američané národní či regionální předšudky. Když se přesvědčí o technické úrovni, kvalitě, ceně a dodavatelské

spolehlivosti, nemají problém nakupovat produkci i z tzv. východní Evropy,“ tvrdí manažer.

O Američanech se někdy říká, že nemají valné znalosti geografie a jednotlivé evropské země jsou pod jejich rozlišovací schopnost. Podle Hynka Walnera má Česká republika ve Spojených státech dobré jméno a řada i běžných



Hynek Walner, ředitel pro strategii a marketing společnosti Jihostroj

Američanů má o naši zemi celkem solidní povědomí. Ví, že naším hlavním městem je Praha, že je krásná, že jsme průmyslovou zemí, máme úspěšné hokejisty, dobré pivo i další produkty. Na to, že nemálo amerických měst má více obyvatel než celá Česká republika, vlastně není míra informovanosti Američanů o daleké středoevropské zemi nijak špatná.

VYSTOUPILI JSME Z NĚMECKÉHO STÍNU

Ještě před dvaceti lety se Jihostroj na severoamerickém trhu pohyboval jako anonymní výrobce regulátorů otáček vrtulí, které byly dodávány pro německého výrobce vrtulí a na finálním trhu brandované jeho logem. Uživatelská komunita v USA si regulátor pro tzv. německou kvalitu a funkci velmi pochvalovala. Čechům to nedalo a vyšli s pravdou ven. Otevřeně se přihlásili k autorství a byli překvapeni příznivou reakcí amerických partnerů: máte skvělý produkt. Jsme rádi, že jsme se dověděli, jaké je ve skutečnosti provenience. „A tak jsme téměř za dvacet let dodali na americký trh již bezmála deset tisíc vlastních regulátorů otáček vrtule leteckých motorů,“ shrnuje úspěšnou dlouhodobou exportní bilanci Hynek Walner.

Zažité klišé, že Američané na svůj trh nikoho cizího nepustí, vyvrací třeba i pohled na běžná americká letiště. Minimálně polovina letadel je evropské, brazilské nebo kanadské provenience.

OSTRÝ ŘEZ

Na konci osmdesátých let minulého století byl Jihostroj prakticky plně integrován do domácího dodavatelského řetězce nákladních automobilů, traktorů a leteckého průmyslu. Exportoval pouze minimální množství náhradních dílů do dvou zemí RVHP – Polska a Maďarska. O to bolestivěji na něj dopadlo zhroucení tradičních trhů. U některých zákazníků činil pokles poptávky nikoliv 5%, nýbrž 95% původních objemů. Nezbytná radikální restrukturalizace společnosti se orientovala na několik základních cílů: ekonomické ozdravení subjektu, nalezení nových trhů za součinnosti silných obchodních partnerů a kontinuální vývoj a inovaci výrobního programu. Nastalo dlouhé a složité období přizpůsobování se požadavkům náročných trhů. V současné době vyváží veššínská společnost do Spojených států produkty vlastního vývoje a výroby za zhruba 10 milionů dolarů s cílem tento objem ve střednědobém horizontu zdvojnásobit.

Rekapitulace úspěchů však nevypovídá nikdy nic o tom, jakým negativním i pozitivním externím vlivům je exportér trvale vystaven. „Každý, kdo chce dělat mezinárodní byznys, se musí srovnávat s řadou vnějších, nezávislých faktorů, počínaje kurzem koruny vůči dolaru a euru – osobně si pamatuji dolar za 37 i 17 korun – přes světové finanční krize, jako byla ta v letech 2008 až 2009, až po současnou ruskou ekonomickou

krizi. Abychom minimalizovali dopad těchto proměnných, diverzifikovali jsme náš export na tři reálné i potenciálně silná teritoria: USA, EU a východní destinace, především Ruskou federaci, kde jsme aktivní již několik let. Ale stačí si vzpomenout na zahajovací projevy státníků na předloňském hannoverském strojírenském veletrhu a každý pochopí, jak se během dvou let atmosféra změnila,“ projevuje Hynek Walner, podobně jako někteří další manažeři v minulých číslech TRADE NEWS, určité rozčarování nad dopady politiky do mezinárodního obchodu.

ROZHODUJÍCÍ PROCESY CHCEME MÍT DOMA POD KONTROLOU

Kdo nahlédne do střednědobé strategie Jihostroje, udělá si jasnou představu o obchodních, vývojových, investičních, personálních i ekonomických plánech známé jihočeské firmy. Z oborového hlediska je jeho cílem zařadit se v sektoru hydrauliky mezi tři největší evropské výrobce zubových čerpadel a motorů a v odvětví letectví se stát významným dodavatelem systémů řízení pohonných jednotek pro evropské a americké zákazníky. „Kromě našich stěžejních trhů – Severní Ameriky, Evropy a Ruska se nevyhýbáme ani dalším, jako je Izrael, Jižní Korea nebo Turecko. Chceme si i do budoucna zachovat naši konkurenční výhodu, a to poměrně vysokou míru vertikální integrace výrobních procesů. To souvisí s trvalým investičním rozvojem a budováním moderní, efektivní a produktivní výrobní základny. S nimi jde ruku v ruce ▶▶





►► kontinuální produktový rozvoj v obou hlavních divizích společnosti, v hydraulice a letecké technice, v nichž paralelně probíhá řada vývojových a inovačních aktivit,“ odhaluje záměry společnosti Hynek Walner.

Jako všichni úspěšní hráči na globálních trzích je i Jihostroj pod trvalým tlakem stále náročnějších zákazníků. Běžnou realitou velešínské firmy je tedy kontinuální obměna sortimentu. Například v hydraulice jsou to litinová čerpadla s vysokými parametry či hydromotory pro chladicí systémy mobilních strojů, v letecké technice pak elektronicky řízené palivové systémy leteckých motorů pomocných energetických jednotek. S akademickou sférou a výzkumnými pracovišti spolupracuje firma na několika projektech v rámci různých národních programů podpory výzkumu a vývoje. Konkrétně se jedná o ČVUT Praha či Výzkumný a zkušební letecký ústav v Praze. Na mezinárodní úrovni zmiňme projekty velkého rozsahu, například v rámci šestého nebo sedmého rámcového programu EU pro výzkum a technologický rozvoj.

KOMERČNÍ BANKA OD NÁS NEDALA RUCE PRYČ ANI V RECESI

„Naše společnost si velmi cení dlouhodobé kontinuální a korektní spolupráce s Komerční bankou. Liší se tak od jiných bankovních institucí, jež klientům

nabízejí služby zpravidla jen tehdy, když je podnik nepotřebuje, protože se nachází v dobré finanční kondici. Ale jakmile se podnik dostane do přechodných cyklických problémů, běžných v obdobích recese, rychle se od něj odtahují.

V kontextu s konkurenčními bankami oceňujeme rovněž větší personální stabilitu zaměstnanců Komerční banky, a to zejména v segmentu korporátního financování, se kterými jsme v častějším kontaktu. Díky své kompetenci a hloubce znalostí procesů Jihostroje nám poskytují servis na vysoké úrovni, pružně a s přihlédnutím k našim potřebám,“ oceňuje partnera Hynek Walner.

V současném vysoce konkurenčním prostředí nabízejí bankovní domy vzájemně srovnatelné služby. Komerční banka však disponuje konkurenční výhodou, kterou je dlouhodobá znalost klientů a sektorové zaměření na průmysl. Díky tomuto know-how poskytuje její oddělení pro hodnocení rizik svým klientům kvalitní, rychlé a profesionální služby. „Právě v této oblasti spatřujeme největší zlepšení. S Komerční bankou máme dobré zkušenosti z minulých let a chceme pokračovat ve stabilním a dlouhodobém vztahu, v němž se obě strany cítí jako rovnocenní partneři,“ věří v perspektivu další kooperace ředitel strategie a marketingu Jihostroje. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV JIHOSTROJE A KB

Jihostroj a.s.

Průmyslová firma s více než devadesátiletou tradicí přesné strojírenské výroby, do znárodnění v roce 1946 JIKOV, prošla zásadní restrukturalizací hned na začátku 90. let. Působí na trhu výrobců letadel, automobilů, zemědělských strojů a další mobilní techniky. Exportuje více než 60% své produkce, z toho v oboru hydrauliky přes 70% a v letecké technice více než 30%. Z celkového objemu exportu představují 62% dodávky do USA. V rámci svých podnikatelských aktivit získal Jihostroj kapitálovou účast ve společnosti Jawa Moto Týnec nad Sázavou. Společnost zaměstnává přes 510 pracovníků.



Pavel Burian,
bankovní poradce
pro korporátní
klientelu,
oblast jižní Čechy
a Vysočina, KB:

„Společnost Jihostroj patří mezi letité a spolehlivé klienty Komerční banky. Vedle běžných bankovních služeb se dlouhodobě podílíme na financování provozních a investičních potřeb, které směřují zejména do oblasti vývoje a inovací výrobků a procesů. Špičkové výrobky společnosti nachází uplatnění na náročných zahraničních trzích, mezi nimiž dominují Spojené státy. V letech 2008 až 2010 došlo k významnému propadu zahraničních objednávek. Management na situaci operativně zareagoval a uplatnil celou řadu opatření včetně snižování počtu zaměstnanců tak, aby společnost z této krize úspěšně vyvedl. KB věří klientově jasné strategii a jeho produktům a stojí po jeho boku i v problematických obdobích. Společně se nám daří nalézat řešení, která přispívají ke stabilizaci společnosti na trhu i k jejímu dalšímu rozvoji.“

DÍKY CASH POOLINGU SE MOHOU V JEDNÉ STRUKTUŘE POTKAT RŮZNÉ MĚNY



Naše firma KLIKA-BP, a.s., je jednou z největších českých společností působících v oblasti protipožární bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Komplexní dodávky a servis hasicích zařízení spolehlivě realizujeme již 20 let. Vedoucí postavení zaujímáme i na slovenském trhu. Vzhledem k regionální působnosti obchodujeme ve dvou hlavních měnách: CZK a EUR. Zajímalo by nás, jak můžeme efektivně optimalizovat zůstatky na našich účtech v těchto měnách, aniž bychom museli měny jakkoliv převádět či konvertovat.

Ing. Jaroslav Drastich,
ekonomicko-personální ředitel, KLIKA-BP, a.s.



ODPOVÍDÁ VERONIKA ŠTĚPÁNKOVÁ,
VEDOUČÍ CORPORATE CASH MANAGEMENTU KB

Nástrojů pro optimalizaci firemního cash managementu je na trhu více. Pro situaci společnosti KLIKA-BP se nabízí využít víceměnového cash poolingů v evidenčním režimu.

CO JE TO VLASTNĚ CASH POOLING

Samostatné nebo majetkově propojené firmy, které u jedné banky vedou více účtů, často vnímají své zůstatky jako jednu společnou kasičku, tedy místo, kde není třeba rozlišovat, na kterém účtu se zrovna peníze nacházejí. Aby toto chápání fungovalo i z pohledu úročení,

nabízejí banky produkt cash pooling. V praxi to znamená, že veškeré zůstatky na všech účtech jsou na konci pracovního dne sečteny a úročí se celá částka. Díky tomu může klient profitovat z lepší úrokové míry.

Navíc pokud se firma rozhodne zapojit do struktury cash poolingů také kontokorentní úvěr, záporné zůstatky se započtou s kladnými, a klient tak může výrazně snížit úrok placený bance za využití zdroje. Pokud kladný zůstatek vyrovná kontokorent, pak klient bance ani žádný úrok neplatí.

zůstatky na předem dohodnutou měnu. Výsledný úrok banka naúčtuje podle klientem nastavených pravidel na jednotlivé účty v příslušných měnách.

VÝHODY

Řešení formou cash poolingů je vysoce flexibilní, struktura se nastavuje na základě individuálních potřeb klienta. Díky využití víceměnového cash poolingů si firma udrží své devizové pozice a přitom profituje z úrokové optimalizace. Víceměnový cash pooling se dá též jednoduše zkombinovat s jednoměnovými strukturami. ■

TEXT: VERONIKA ŠTĚPÁNKOVÁ
FOTO: KB A THINKSTOCK

- **Reálný cash pooling** – zapojené účty se denně fyzicky nulují a prostředky převádějí na centrální účet, kde je posléze vypočten celkový úrok.
- **Evidenční cash pooling** – zůstatky jsou ponechány na svých účtech, banka pouze sečte zůstatky na jednotlivých účtech za účelem výpočtu úroku.

VÍCEMĚNOVÝ CASH POOLING

Pro firmy obchodující ve více měnách nabízí Komerční banka tzv. cross-currency cash pooling. V jedné struktuře se mohou potkat koruny, eura a i další měny. Princip výpočtu úroku je stejný, jen následuje až poté, co KB převede všechny



KDYŽ ČEŠI KUPUJÍ AMERICKÉ FIRMY

V MINULÉM VYDÁNÍ TRADE NEWS JSME VÁS UŽ INFORMOVALI O ZAHRANIČNÍM ÚSPĚCHU SPOLEČNOSTI FERMAT CZ. PODAŘILO SE JÍ S POMOCÍ ČESKÉ EXPORTNÍ BANKY KOUPIFIRMU LUCAS Z CLEVELANDU VE STÁTĚ OHIO. BYLA TO JEJÍ UŽ PÁTÁ ÚSPĚŠNÁ AKVIZICE, OVŠEM PRVNÍ V ZAHRANIČÍ. NA OTÁZKY ODPOVÍDALI TŘI MUŽI: JIŘÍ FERENC (FERMAT CZ), PAUL MANDELBAUM (LUCAS) A KAREL BUREŠ (ČEB).

JIŘÍ FERENC, PŘEDSEDA PŘEDSTAVENSTVA FERMAT CZ: FIRMU JSME KOUPILI BĚHEM TŘÍ MĚSÍCŮ

Většinou se zahraniční investoři zajímají o Českou republiku. Ve vašem případě to bylo naopak. Co vás vedlo k této zásadní investici?

Byla to naše dlouhodobá strategie. V roce 2005 jsme se shodli, že chceme prodávat na všech světových trzích. Nejdříve jsme prorazili na český a slovenský trh, potom do zemí EU a nakonec vstoupili na trhy USA, Kanady, Mexika, Brazílie, Číny a Indie.

V USA jsme chtěli působit přímo. Buď postavit továrnu na zelené louce, nebo koupit zavedenou firmu. Zvítězila druhá varianta a firma Lucas Precision L.P., se kterou jsme již spolupracovali. Spojili jsme se s ČEB a za tři měsíce jsme firmu koupili.

Jak hodnotíte spolupráci s ČEB?

Erudovanost ČEB a její přínos se plně potvrdil. Šlo přitom o velmi náročné právní, finanční, účetní a daňové kroky. Jen za první tři měsíce po převzetí společnosti Lucas Precision jsme nově uzavřeli exportní zakázky v objemu jednoho milionu dolarů a čtyř milionů eur. Proto mohu služby ČEB doporučit.

Uvažujete o pokračování, dalších akvizicích?

Ano, chceme být celosvětovým hráčem na trhu obráběcích strojů, proto uvažujeme o dalších akvizicích v zajímavých teritoriích, které přinesou pracovní příležitosti i v tuzemsku. Opět zvolíme spolupráci s ČEB. Proč se nespojit s tím, o kom víme, že nám umí prošlapat cestu?

FERMAT má víc než stoletou historii

V roce 1902 založil František Wawerka v moravském městě Lipník továrnu na výrobu soustruhů a vrtaček. Bývalý Strojtos Lipník doplnil výrobu centrálních provozů Fermat Brno a Fermat Praha spolu s dalšími výrobními podniky Pressl a HMB Liberec. Od roku 1990 firmu řídí společnost bratří Jiří a Jan Ferencovi, kteří díky strojařskému vzdělání a obchodním dovednostem úspěšně podporují její růst a expanzi na zahraniční trhy. Dnes společnost vyrobí přes 100 vodorovných vyvrtávaček ročně a patří mezi lídry na tuzemském trhu.

PAUL MANDELBAUM, ŘEDITEL POBOČKY LUCAS MACHINE COMPANY: AKVIZICE VÝRAZNĚ ZLEPŠILA NAŠE MOŽNOSTI

Můžete čtenáře TRADE NEWS blíže seznámit se společností Lucas?

Lucas Machine Company patří historicky mezi světové výrobce horizontálních vyvrtávaček. Sídlo firmy je od začátku v Clevelandu. V roce 1900 zde Henry M. Lucas a jeho partneři založili společnost Lucas Machine Tool Company a brzy začali vyrábět v továrně v ulici East 99. První stroj dodali v roce 1901, postupně

v první řadě vyrobili 351 strojů. Lucas se také zapsal do dějin obráběcích strojů, když designoval a vyrobil originální horizontální vyvrtávačku typu Lucas. V pozdějších letech společnost postupně modernizovala modelovou řadu, nejspěšnější v době po druhé světové válce byly 41B a 42B. Výroba skončila v devadesátých letech a firma se začala věnovat výhradně servisu. Jednání s FERMAT CZ

v roce 2010 a návštěva našeho managementu v České republice vedly k tomu, že se Lucas stal jejím exkluzivním importním agentem v USA a na IMTS 2010 představil první českou vyvrtávačku. Potom jsme prodávali a servisovali výrobky FERMAT CZ v USA. Loni se společnost v souladu se svými ambicemi rozhodla Lucas Precision koupit a stali jsme se její součástí.

Jak se Lucas změnil po této akvizici?

Akvizice výrazně zlepšila naše možnosti, více se soustředujeme na prodej nových strojů. To se liší od minulosti, kdy jsme generovali profit ze zakoupených strojů. Nový směr nám umožní pokračovat v růstu. Zlepšujeme svůj byznys v mnoha aspektech, zefektivňujeme práci. Vylepšení firemních prostor, investice do našich denních operací prostřednictvím technických zlepšení a personální podpora jsou jen některé z výhod akvizice. Personální podpora je pro nás nesmírně důležitá, zkušenosti zaměstnanci v našem odvětví se hledají těžko.



Americká pobočka společnosti FERMAT CZ, Lucas Machine Company, se nachází v Clevelandu

KAREL BUREŠ, GENERÁLNÍ ŘEDITEL ČEB: S PROFESIONÁLY SPOLUPRACUJEME RÁDI

Jak se vám spolupracovalo se společností FERMAT CZ?

Spolupracovat s profesionály je pokaždé radost. S Fermatem jsme se poprvé potkali v sídle naší banky vloni a po následné návštěvě managementu ČEB v jejich prostorách během MSV v Brně jsme si ujasnili konkrétní podmínky financování. Do konce roku bylo vše vyřízeno. O to víc mě těší, že Fermat pracuje na přípravě dalších akvizic. Jsme na spolupráci s tímto dynamickým českým exportérem připraveni.

Financování akvizic je běžný produkt ČEB?

Ano. Když nám proto zástupci FERMAT CZ představili své plány – koupit v USA společnost s opravdu velkou historií – domluvili jsme se.

Je tento model využitelný i pro další společnosti s ambicemi expandovat na zahraniční trhy?

Samozřejmě. Jediným kritériem je přínos akvizice pro rozvoj tuzemské firmy, vliv na nárůst pracovních míst v ČR. Posláním ČEB je pomáhat růstu českých firem prostřednictvím podpory jejich exportních aktivit. Rádi se „podepíšeme“ pod každý dobrý a úvěrovatelný projekt. ■



Předseda představenstva FERMAT CZ Jiří Ferenc (vlevo), ředitel odboru Mezinárodní vztahy a komunikace ČEB Petr Křižan (uprostřed) a ředitel Lucas Machine Company Paul Mandelbaum před vyvrtávačkou značky FERMAT CZ

TEXT: PETR KŘIŽAN
FOTO: ARCHIV ČEB A FERMAT CZ



S VOLŠOVÝMA RUKAMA BYSTE SE U BLAŽKŮ NECHYTLI

CO MYSLÍTE? KDY JE ČLOVĚK SPOKOJENĚJŠÍ? V TĚMĚŘ STOPROCENTNĚ EFEKTIVNÍM, KOMPLEXNĚ AUTOMATIZOVANÉM PROVOZU, KDY MAČKÁ JEN TLAČÍTKA, NEBO KDYŽ KOMBINUJE TEORETICKÉ A MANUÁLNÍ DOVEDNOSTI S KREATIVITOU A INVENCÍ? „NEDOVEDU SI PŘEDSTAVIT, ŽE BYCH PRACOVALA V KYBERNETICKÉM PROVOZU, NEBO DOKONCE, BYŤ MATERIÁLNĚ ZAJIŠTĚNÁ, NEMĚLA CO DĚLAT,“ POZNAMENALA PŘI NAŠÍ PROCHÁZCE DÍLNAMI OBCHODNÍ ŘEDITELKA SPOLEČNOSTI BLAŽEK GLASS BARBORA HANOUSKOVÁ.

S přesunem výroby do Asie jsme v Evropě a Americe pozapomněli, co obnáší ruční práce, takže ji nedokážeme vždy náležitě ocenit. „Když jsme byli nedávno v New Yorku na veletrhu, pátrali jsme v okolí sochy Svobody po předmětu vyrobeném v USA. Horko těžko jsme objevili jeden. A v Evropě jsme na tom podobně. Když k nám zavítali američtí stážisté, byli překvapeni, kolika operacemi a rukama musí pilník v neautomatizované výrobě projít,“ vzpomíná na nedávnou cestu manažerka.

TATÍNEK INOVÁTOR

U Blažků je to naštěstí jiné. V roce 1997 přišla rodinná firma z Poděbrad, jejíž tradice výroby a zdobení skla sahá až do 18. století, jako první na světě s objevem skleněného pilníku. „Autorem několika patentů byl otec současně jednatelky a syn zakladatele firmy Dalibor Blažek. Podnik, který byl potomkům vrácen v restituci, se nacházel ve velmi neutěšeném stavu a vyžádal si nemalé investice. Zmíněný unikátní objev zajistil společnosti ziskovost a umožnil další rozvoj. Hned po uvedení na trh oslovil

výrobek nejen běžné uživatele, ale i odborníky,“ říká Barbora Hanousková.

V současné době exportuje Blažek Glass široký sortiment originálních skleněných pilníků různých velikostí a designů především do Německa, odkud se distribuují do dalších zemí Evropské unie. Dodávky na tamější trh představují skoro dvě třetiny firemní produkce. Zákazníky tvoří především kosmetické řetězce, lékárny, ale i běžní zákazníci.

S cílem diverzifikovat trhy věnuje firma stále větší pozornost nejen svým dosavadním odbytištím v Asii, třeba v Japonsku má vlastního českého obchodního zástupce, ale zejména v Severní Americe. Z celkového loňského obrátu zhruba ve výši 52 milionů korun směřovalo na trhy USA a Kanady pouhých 1,5 procenta. „Letos se pohybujeme již na úrovni 7,5 procenta a doufáme, že bude tento trend pokračovat,“ slibuje si obchodní manažerka.

V roce 2011 vstoupil do povědomí spotřebitelské veřejnosti další inovativní výrobek – antibakteriální skleněný pilník

Antibactif. Je potažen speciální vrstvou látek, které za působení pouhého denního světla dokonale rozkládají bakterie, viry a plísňe. Firma ho vyrábí na základě exkluzivní licenční smlouvy s majitelem IP práv, registrovaných v řadě zemí světa. Na vývoji spolupracovala s vědci z Výzkumného centra pro nanopovrchové inženýrství.

CZECHTRADE FANDÍ KRÁSE S PŘIDANOU HODNOTOU

Poděbradská firma Blažek Glass byla letos se svou kolekcí ručně broušených křišťálových lamp vybrána odbornou porotou k účasti na prestižní přehlídce Designblok 2015.

Skleněný pilník Blažek Glass

V roce 1998 získal Zlatý křišťál, nejvyšší ocenění na výstavě Silicium Bohemica. Řada významných zahraničních cen na sebe nenechala dlouho čekat.

Blažek Glass s.r.o.

Společnost je tradičním českým výrobcem broušeného olovnatého křišťálu. Její sortiment tvoří ručně broušený křišťál, křišťálové urny, světla, skleněné trofeje, šperky a propagační předměty. Ekonomicky nejvýznamnější část produkce tvoří originální skleněné pilníky, které jsou převážně exportovány do celého světa.

Společnost založil v roce 1933 dědeček současných majitelů Josef Blažek v Novém Boru. Pět let poté přesídlila do Poděbrad, kde působí dodnes. Sklo se zde vyrábělo i po znárodnění, kdy se firma stala součástí státního podniku. V roce 1992 byly sklářské podniky vráceny dětem Josefa Blažka, jimž se podařilo výrobu navzdory přerušené tradici znovu zahájit. V současné době jsou jednateli firmy vnučka Josefa Blažka Lenka Blažková Zdobinská a její manžel Petr Zdobinský. V souladu s rozvojem společnosti a výrazným zaměřením na zahraniční trhy změnila firma v roce 2009 název na Blažek Glass s.r.o.

Nicméně výsledkem úsilí těch zapálených jsou exkluzivní interiérové lampy, které působí zajímavě i za denního světla. A nepřinášejí jen estetický zážitek. Lze je vnímat také jako prostředek terapeutický, protože díky osazení RGB pásky s citlivými regulátory se dá přesně zvolit barva osvětlení v celém RGB spektru. Barvu světla lze ladit nejen tak, aby se hodila k celkové barevnosti interiéru, ale i tak, aby pozitivně ovlivňovala náladu lidí, kteří se v interiéru pohybují. Ve výsledku má blahodárný účinek: může povzbudit nebo navodit intimní atmosféru pro příjemný večer u sklenky vína.

MORPHOLOGY MATTE OKOUZLILA I AMERIKU

Lampy z této kolekce se již podívaly i po světě. Na trh je firma uvedla na veletrhu LuxeHome v Šanghaji v roce 2014. A již před zahájením veletrhu bylo jedno ze světél pod názvem Morphology Matte navrženo na cenu East Living Award za nejlepší produkt v kategorii dekorací.

Na dalším veletrhu NY Now v USA byla lampa řady Morphology Matte vybrána

porotou designérů a organizátorů pro expozici Open House 2015 v jednom z trendů vyhlášených pro tento rok – Ephemera. „Jsme velmi pyšní, že zaujala v široké konkurenci přihlášených výrobců,“ těší se manažerka z uznání na prestižní akci, na níž společnost vystavovala čtyři nové řady dekorovaných světél s doplňkovým sortimentem z užitného skla. Na přípravné fázi veletržní účasti poděbradští skláři spolupracovali s kanceláří CzechTrade v Chicagu, která pro ně oslovila potenciální zájemce a sjednala několik důležitých schůzek s potenciálními distributory produktů v USA.

„Je naděje, že se na základě této spolupráce podaří veletrh NY Now zařadit mezi veletrhy dotované z prostředků fondů EU. Agentura CzechTrade by tak mohla vybudovat v srpnu 2016 na jeho dalším ročníku náš národní stánek. Finanční podpora by tak pomohla zúčastněným českým firmám pokrýt vysoké náklady spojené s účastí,“ dodává Barbora Hanousková. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV BLAŽEK GLASS

Na designu čtyř dekorových řad pracoval vývojový tým firmy celý minulý rok a pro vývoj nerezových podstavců pro světla oslovil designérku Lenku Sůkupovou. Spolupráce se uskutečnila na základě projektu Designem ke konkurenceschopnosti administrovaného proexportní agenturou CzechTrade. Fáze kresebných návrhů a analýzy současného stavu designu ve firmě byla podpořena částkou 56 tisíc korun, ale celkově přišel vývoj firmu na více než 150 tisíc korun. Realizační fáze byla velmi náročná mimo jiné i proto, že společnost experimentovala s touto kombinací materiálů poprvé a rovněž velmi záleželo na vhodném výběru elektrických komponentů.

„Díky zaujetí našich pracovníků jsme postupně vyřešili technické rébusy, ale tvrdým oříškem se ukázalo hledání zručného a ochotného výrobce kovových komponentů. Většina firem, jak samy říkají, musí vydělat na výplaty, a prostor pro invenci a zaujetí nad rámec maximálního standardního výkonu nemají v jejich strategii místo,“ líčí anabázi za jedinečností Barbora Hanousková.



HARVARD VERSUS KOMENSKÝ

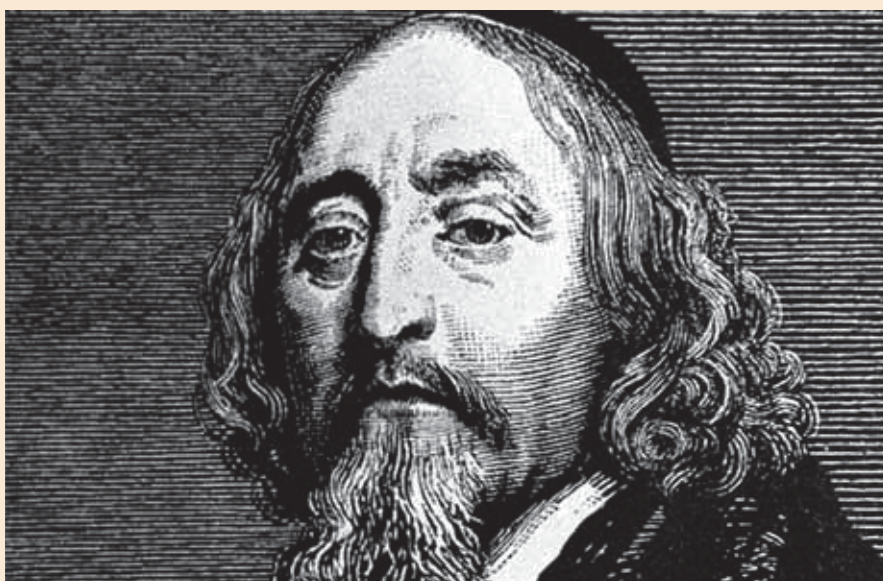
CHYBĚLO MÁLO A PRVNÍM REKTOREM HARVARDOVY UNIVERZITY SE STAL JAN AMOS KOMENSKÝ. PROČ SE NÁŠ EXULANT PŘEDEM VZDAL PRESTIŽNÍ POZICE? PRO SOUČASNÍKA NEPOCHOPITELNÁ REAKCE. ZKUSME SE NA JEHO ROZHODNUTÍ PODÍVAT V DOBOVÝCH A RODOVÝCH SOUVISLOSTECH.

SETKÁNÍ S WINTHROPEM

V srpnu 1641 odplul známý lékař a vědec John Winthrop mladší, syn zakladatele a prvního guvernéra americké kolonie na břehu zátoky Massachusetts, do Anglie, aby zde vyhledal investory a finanční prostředky především na založení provoz železáren v Nové Anglii. Během úspěšné expedice se mu podařilo přilákat odborníky a investory nejen z metalurgie, ale rovněž z řady dalších oborů potřebných pro rozvoj Massachusetts Bay.

Když se Winthrop v roce 1642 v Londýně setkal s Komenským, patřil již Jan Amos mezi věhlasné evropské učence. Na svém kontě měl neuvěřitelnou řadu vědeckých děl, která vznikla během jeho prvního, třináctiletého pobytu v polském Lešně, z nichž nejrespektovanější byla Didaktika česká, k níž později připojil Didaktiku speciální. V její latinské verzi v ní svět objevil první systematické dílo o výchově, včetně kompletní sestavy pedagogických pojmů. Komenský tenkrát snil o školské reformě, která by umožnila důkladné vzdělání (povinnou školní docházku) všem lidem bez ohledu na společenské postavení, finanční možnosti a pohlaví. Pedagogické kategorie jako syntéza rozumové, citové a náboženské výchovy, škola jako dílna lidskosti, názornost vyučování, škola hrou, přednost mateřštiny před latinou či spoluzodpovědnost rodičů za vzdělání svých dětí, jež se v Didaktice objevily, a univerzálnost autorovy vzdělávací koncepce nemohly erudovaného Winthropa neoslovit.

Většinu migrantů v Nové Anglii tvořili puritáni, kteří kladli důraz na znalost



Jan Amos Komenský

Svým výjimečným osudem a dílem solitér v našich dějinách. Naše nejvýznamnější osobnost sedmnáctého století se narodila v roce 1592 v moravské českobratrské rodině. Brzy osiřel, studoval mj. na univerzitách v Herbornu a Heidelbergu. Několik let žil u svého přítele Karla st. ze Žerotína a v roce 1628 byl donucen spolu s dalšími českými bratry odejít do doživotního exilu. Jeho novým domovem se s přestávkami stalo až do roku 1656 polské Lešno. Po uzavření vestfálského míru se stal posledním biskupem Jednoty bratrské (1649). Po požáru Lešna, kde mu mj. shořel i rukopis rozsáhlého českého slovníku a přišel o veškerý majetek, dožil život v Amsterdamu, kam přijel na pozvání Vavřince de Geera, syna svého někdejšího mecenáše. Městská rada mu přirčila pravidelnou apanáž a dotace na dokončení didaktických a pansofických spisů. Zemřel 15. listopadu 1670 a je pochován v nedalekém Naardenu.

písmu, jež vyžadovala gramotnost, a pěstovali obecnou vzdělanost. (Podle některých historických zdrojů se v Massachusettské společnosti pravděpodobně nacházel větší počet absolventů kolejí na počátku 17. než ve 20. století.) V polovině sedmnáctého století požadovala Massachusettská kolonie, aby každé město s více než padesáti rodinami založilo střední školu (akademii),

jež by připravovala studenty do kolejí. I když nebyl zákon plně respektován, symbolizoval respekt ke vzdělání. Příslušníci nejmajetnější vrstvy posílali své potomky na studia do Anglie.

VŠUDYPŘÍTOMNÁ ÚCTA

Přesvědčit Komenského, aby odešel až za oceán, bylo zřejmě i pro

výmluvného Johna Winthropa nad jeho síly. V Anglii se Komenskému otevíraly zajímavé možnosti. Skupinka britských učenců opatřila finanční prostředky, vědecký tým a kolej, v níž by pod jeho vedením vznikl a působil vševědný encyklopedický ústav. Tak by se mu splnil největší sen: chtěl dokončit pansofický projekt. Dostalo se mu navíc přímo královského přijetí, dokonce byl pozván do Dolní sněmovny parlamentu, aby zde pronesl přednášku o svých vševědných vizích. Všudypřítomná úcta a zájem o jeho myšlenky a dílo ho překvapily a dojaly. Sice neovládal angličtinu, ale v pracovním ohledu to příliš nevažilo, protože dorozumivacím jazykem učenců té doby byla latina.

Jeho žena však s cestou z poněkud provinciálního, zato známého prostředí Lešna do vzdálené země váhala. Než si manželé vyměnili dopisy, přerostl konflikt mezi Dolní sněmovnou a králem Karlem I. v občanskou válku. Nebylo to poprvé ani naposledy, kdy se Komenský vzdálil od svého snu, jenž se zdál být již na dosah ruky.

SETKÁNÍ S LUDVÍKEM DE GEEREM

Musel finančně zaopatřit svou rodinu. Proto kývl na nejlákavější z četných pozvání od pohádkově bohatého nizozemského obchodníka Ludvíka de Geera se švédským občanstvím a šlechtickým titulem. Muže, jemuž se říkalo Krupp třicetileté války, který Švédům poskytoval štedré válečné úvěry a časem se stal největším evropským zbrojařem.

Protestanta-kalvinistu a tvrdého podnikatele však k podpoře Komenského nejspíš vedla hlavně pragmatická úvaha, že vzdělávací reformy, které se rozhodl sponzorovat, budou lukrativní investicí, jež se mu časem vrátí ve vyšší kvalifikaci jeho zaměstnanců. Jana Amose, jehož provázela pověst, že jako nikdo jiný dokáže vzdělání usnadnit a učinit přitažlivé, dokonce uvítal

Komenského potomci žijí v Kalifornii

Rod byl zachován díky jeho druhé dceři z druhého manželství Alžbětě, která se provdala za otčova nejbližšího spolupracovníka Petra Figula-Jablonského. Z tohoto svazku vzešlo pět Komenského vnoučat – čtyři synové a jedna dcera. Linie pokračovala přes druhého vnuka Samuela Amose Figula. Třetí vnuk zdědil dědův talent a spolu s Leibnizem založil berlínskou Akademii věd a stal se jejím prezidentem. Nejstarší potomek rodu, Gerta Viktorie Kalliková-Figulusová (1912–1997), navštívila ČR v 90. letech. V roce 1939 se provdala za architekta Ferdinanda Kallika, s nímž se v roce 1947 vystěhovala do Jižní Afriky. Později odešli do Kanady, odkud se přesunuli do Glendale u Los Angeles. Od syna Jana a dcery Jarmily se dočkala několika vnoučat. Celý život hovořila velmi dobře česky.

slovy: „Moc vědění nechť se zasnoubí s rostoucí vojenskou a politickou mocí Švédska.“ De Geerův záměr oslovil rovněž kancléře Oxenstjernu a šestnáctiletou královnu Kristinu. Při audiencích se však Komenský kromě debat o projektu nikdy nezapomněl zmínit o tom, co mu stále leželo na srdci: o osvobození Českého království a obnovení náboženské svobody ve své vlasti. Švédská vojska v té době pronikla až do Slezska a na Moravu a pro nekatolický exil svítla naděje na návrat domů.

POLITICKY NAIVNÍ VIZIONÁŘ

Pro Komenského představovala švédská zakázka především příležitost k finančnímu zajištění rodiny a blízkých spolupracovníků. Myšlenky a srdce ho táhly jinam. Potřeboval se soustředit a více pracovat na pansofii-vševědě a na svém největším životním díle

– panorthosii-všenápravě. Ale sedět šest let na dvou židlích, aniž by si toho jeho mocní zaměstnavatelé všimli, nešlo donekonečna. Stále víc se zpoždovaly práce na školských učebnicích, metodice a osnovách švédské školské reformy. Přátelské vztahy mezi ním a jeho klienty zvolna chladly a vysychaly i finanční toky.

Poslední kapkou, kterou džbán Komenského trpělivosti přetekl, byly podmínky vestfálského míru v roce 1648. Švédové, na něž Komenský spoléhal, hodili moravské a české nekatolíky přes palubu a ponechali Čechy v mocenské sféře Habsburků. Pro exulanty to znamenalo definitivní ztrátu naděje na návrat do vlasti. Jan Amos, znechucen výtkami, že pracuje pomalu, odevzdal sedm spisů – metodická díla a učebnice, ale osnova organizační reformy školského systému chyběla. Švédská státní správa proto přistoupila k reorganizaci škol podle konkurenčního návrhu odborníků z uppsalské univerzity. Unavený a zklamán, navíc podruhé čerstvě odvoděný Komenský se na podzim téhož roku vrátil do Lešna.

Jiný by po tolika strastech již rezignoval. Ne tak Komenský. Pokračoval v práci na sedmi svazcích vizionářského spisu o více než třech tisících stranách. A opět zasáhla nešťastná náhoda. Obecná porada o nápravě věcí lidských se ztratila a bude objevena až ve dvacátém století. Mimo jiné z ní vyplývá, že uctívaný „učitel národů“ měl víc podob a svými problémy nám byl blíží, než bychom si kdy dokázali představit: „Jsme všichni v Evropě na jedné lodi a hledíme na ostatní světadily, jak se na svých lodích potácejí oceánem vlastních pohrom... První, ne-li jediný, co má být pro nás všechny cílem, je štěstí lidského rodu. Složte zbraně a odějte se rouchem míru.“ ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV AUTORKY

SEVERNÍ AMERIKA

V OBRAZU ANAMORFNÍCH MAP

Po Asii a Africe je Severní Amerika třetím největším světadílem. S 565 miliony obyvatel je srovnatelná s Evropskou unií. Hospodářsky patří region k těm nejdůležitějším na světě. Spojené státy jsou největší ekonomikou na světě, když vyprodukují takřka tolik co země EU dohromady. Kanada zaujímá 11. a Mexiko 15. místo v žebříčku států podle HDP.

Jak USA, tak Kanada patří k absolutně nejvyspělejším zemím světa. Důvodů je celá řada. Oba státy disponují bohatými přírodními zdroji a zároveň jsou řídce osídlené. Světové války proběhly mimo jejich území. Tržní ekonomika a demokracie zde mají dlouhou tradici. Kladou velký důraz na výzkum a aplikaci hi-tech. Americký dolar je daleko nejvýznamnější rezervní měna, když pokrývá přes 60% celosvětových potřeb. Na každý dolar v USA připadají dva dolary v oběhu v zahraničí. To dává USA výhodu levných půjček i možnost tištění nových bankovek s minimálním vlivem na inflaci.

Prosadit se na lukrativním, ale tvrdém severoamerickém trhu není jednoduché. Výběr komodit zobrazených v mapách na následující straně ukazuje, že se zde českým vývozcům docela daří.

HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT



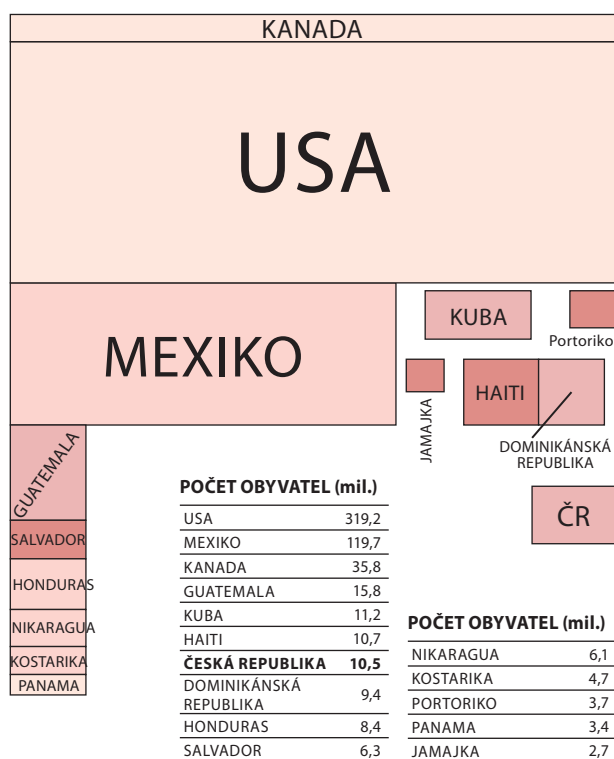
LEGENDA

□ 4 mm² odpovídají 18 mlrd. USD

Pozn.: Mapa neobsahuje země s importem pod 18 mlrd. USD.

Zdroj dat: Wikipedia Infografika: ©ANTECOM

POČET OBYVATEL



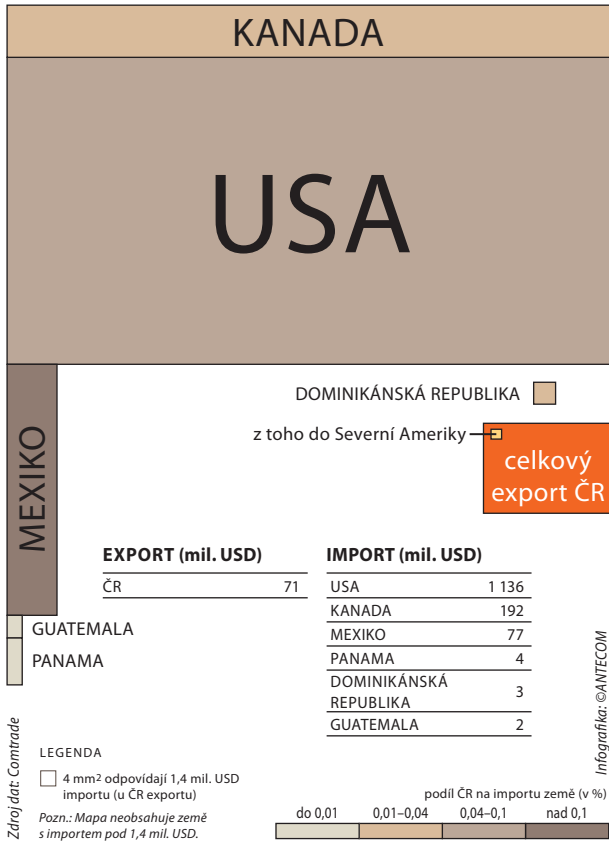
LEGENDA

□ 4 mm² odpovídají 0,5 mil. obyvatel

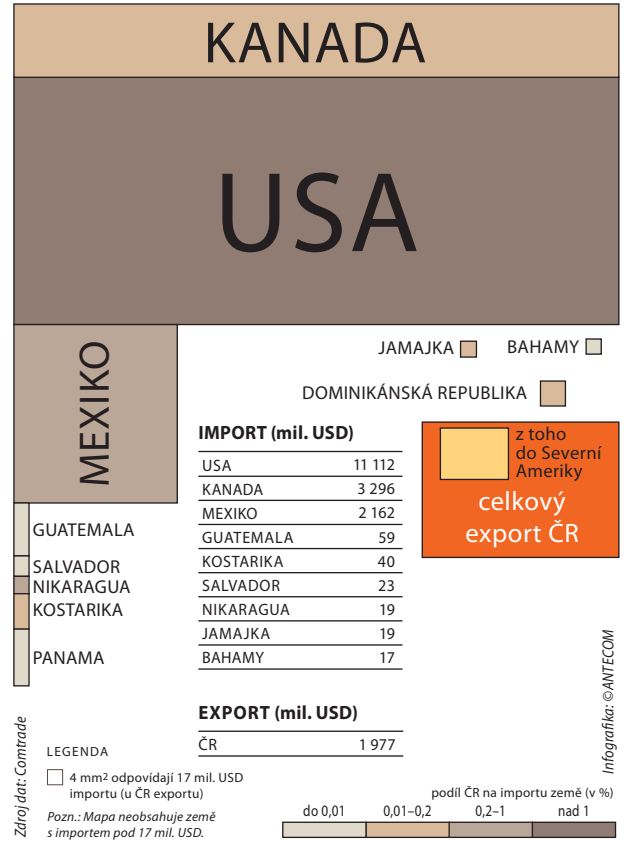
Pozn.: Mapa neobsahuje země s méně než 0,5 mil. obyvatel.

Zdroj dat: Wikipedia Infografika: ©ANTECOM

IMPORT HYDRAULICKÝCH MOTORŮ A POHONŮ



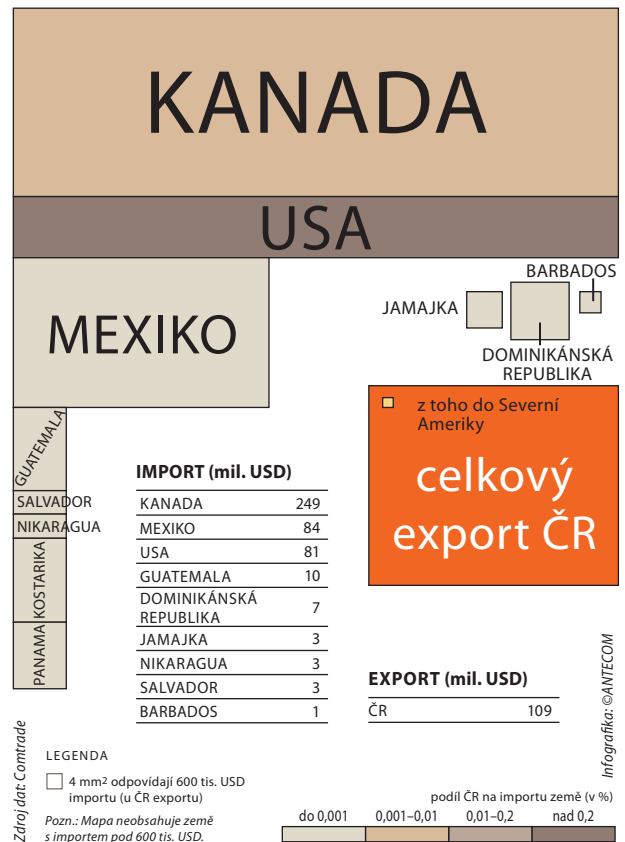
IMPORT ČERPADEL NA KAPALINY



IMPORT BRUSEK



IMPORT PAVENÉHO SKLA BROUŠENÉHO NEBO LEŠTĚNÉHO





KANADU

MÁME NA DOSAH RUKY

AČKOLI SE LECKOMU PŘI POHLEDU NA MAPU TAJÍ ZE VZDÁLENOSTI MEZI KANADOU A ČESKOU REPUBLIKOU DECH, MŮŽEME TUTO SEVEROAMERICKOU DESTINACI ZAŘADIT MEZI RELATIVNĚ SNADNO DOSTUPNÉ. BLÍZKOSTI NAŠICH ZEMÍ NAPOMÁHÁ INTENZIVNÍ SDÍLENÍ SPOLEČNÝCH HODNOT, JAKO POSILOVÁNÍ PRÁVNÍHO STÁTU, BUDOVÁNÍ TRŽNÍ EKONOMIKY A ROZVOJ VOLNÉHO OBCHODU, PODPORA DEMOKRACIE A LIDSKÝCH PRÁV ANEBŮ I DŮRAZ NA SOCIÁLNÍ JISTOTY A RODINU. V NEPOSLEDNÍ ŘADĚ NÁS SBLIŽUJÍ TAKÉ SPOLEČNÉ KULTURNÍ REFERENCE VYCHÁZEJÍCÍ HISTORICKY Z EVROPSKÝCH TRADIC, STEJNĚ JAKO VELKÝ POČET ČECHŮ, KTEŘÍ NAŠLI V ZEMI JAVOROVÉHO LISTU SVOU DRUHOU VLAST.

Pro Českou republiku by se Kanada mohla stát v oblasti obchodu a investic perspektivním mimoevropským partnerem na úrovni Ruska, Číny a USA. S frekvencí leteckých spojení se zkracují i reálné vzdálenosti a příležitosti. Před časem oznámila letecká společnost Air Canada zahájení přímých letů na lince Toronto – Praha – Toronto v květnu 2016.

Z širšího politického hlediska jsme Kanadou vnímáni jako blízký partner euroatlantické bezpečnostní architektury se silným důrazem na kolektivní obranu. Kanadská vláda sleduje náš postoj k ratifikaci smluv mezi EU a Kanadou (SPA a CETA) a pozorně vnímá potenciál

vzájemné spolupráce mezi Kanadou a zeměmi střední a východní Evropy (SVE) včetně ČR. Rovněž má zájem zapojit se do aktivit Visegrádského fondu.

NOVÝ KONTEXT BILATERÁLNÍCH VZTAHŮ

Právě zmíněné strategické smlouvy mezi EU a Kanadou se mohou stát historickým milníkem i pro vztahy mezi ČR a Kanadou. Od Komplexní ekonomické a obchodní dohody (CETA) se očekává podstatný nárůst objemu obchodní výměny a investic mezi EU a Kanadou. CETA odstraní řadu tarifních a zejména netarifních obchodních překážek

a umožní přístup na trh veřejných zakázek nejenom na federální úrovni, ale i na úrovni provincií a měst. Má přinést liberalizaci 92 procent celních tarifů v oblasti zemědělské produkce a posílí přístup na kanadský trh zejména v sektoru zpracovaných zemědělských výrobků, vína a lihovin. V oblasti zemědělství jsou však z režimu úplného odstranění cel vyňaty některé citlivé produkty. Kanada zároveň souhlasila s ochranou 179 zeměpisných označení původu výrobku, včetně „Žateckého chmele“ a „Českého piva“. Smlouva přináší také vyšší mobilitu pracovníků a služeb včetně vzájemného uznávání kvalifikace.

Kanada je v současnosti 46. exportním trhem ČR z hlediska dovozu a ve vzájemném obchodu se pohybujeme okolo 50. místa. Vzhledem k ekonomickému potenciálu Kanady je nízký objem obchodní výměny překvapivý.

Z našeho pohledu patří mezi silné stránky česko-kanadské ekonomické spolupráce standardní vztahy bez konfliktních témat, kladná obchodní bilance (od roku 2011), obrovský ekonomický potenciál partnerské země – Kanada je členem skupiny G8 a jedenáctou ekonomikou světa se stabilním růstem, silnou kupní silou a rozšiřující vývozní kapacitou energetických zdrojů. Kanadská ekonomika nabízí značnou shodu sektorových poptávek s kapacitami, jimiž disponují čeští výrobci (např. technologie v oblasti těžby nerostů, dopravní zařízení, energetika, stavebnictví, informační a komunikační technologie, nanotechnologie, čisté technologie, biotechnologie apod.). Mezi klady patří i solidní základ kanadských investic v ČR.

Mezi naše slabé stránky ve vzájemné ekonomické spolupráci patří nízký objem obchodní výměny či portfolio českého exportu do Kanady, které tvoří zejména produkty s nižší přidanou

hodnotou. Významnou bariérou pro české subjekty je silné konkurenční prostředí, regulace trhu a celková finanční nákladnost realizace projektů. Přesto s kvalitním produktem a konkurenceschopnou cenou mají české firmy na tamějším trhu nemalou šanci.

Zastupitelský úřad ČR v Ottawě vychází z aktuální poptávky kanadského partnera, která klade důraz na produkty s vyšší přidanou hodnotou. Do ní patří především technologie v oblastech těžby nerostů a dopravního strojírenství či technologie v energetice. Mezi vyhledávané sektory patří i biotechnologie a informační systémy. Zatím však většinu českého vývozu představují kolejnice, lité výrobky ze železa, pneumatiky apod. Další prioritou české ekonomické diplomacie v Kanadě je zvýšení objemu kanadských investic v ČR.

Z USA DO KANADY

Ve své strategii zaměřené na zvýšení objemu obchodní výměny mezi ČR a Kanadou využíváme přítomnosti českých firem v USA a potenciálu rozšíření jejich aktivit na kanadský trh, úzce propojený s americkou ekonomikou. Inicivovali jsme již některé konkrétní

projekty a oslovujeme i další české subjekty působící v USA s pobídkou rozšířit svou klientelu o zákazníky v Kanadě.

Kanada patří mezi nejúspěšnější země ve schopnosti inovovat své produkty. Proto si novou dynamiku zaslouží i modely spolupráce R&D či věda, výzkum a inovace, kde můžeme od Kanady očekávat přínos například v oblasti inovačního rozvoje nových produktů a technologií. Zásadní krok vpřed lze však uskutečnit pouze prostřednictvím konkrétní nabídky výzkumného projektu, pokud možno doprovázeného perspektivou finančního zajištění ze strany privátního sektoru.

KANADANÉ SE JIŽ V ČESKU ROZKOUKALI

V současné době u nás působí řada významných kanadských firem, které se podílejí na zvyšování technologické úrovně českého průmyslu, jmenujme například značky Celestica, Magna International, Bombardier, Bata či Apotex. V lednu 2012 byla podepsána česko-kanadská Dohoda o podpoře a ochraně investic. Ta přispívá k souběhu dalších pobídkových faktorů v ČR, kterými jsou mj. vysoce kvalifikovaná ▶▶





Foto: JANA PEŠAVOVÁ

►► pracovní síla, dopravní infrastruktura, ekonomická a měnová stabilita, nízké platové náklady či členství v EU. To jsou argumenty, které spolu se systematickým mapováním kanadské ekonomiky, výtíčováním perspektivních oblastí spolupráce a prezentací českých investičních pobídek ve spolupráci s agenturou CzechInvest pomáhají lákat kanadské investice do ČR.

V současné době se naše ekonomická diplomacie opírá o poměrně funkční systém pobídkové a informační infrastruktury. Kvalitativní posun nastal podpisem rámcové dohody mezi MPO a MZV o zásadách spolupráce, jejíž součástí jsou mj. systém sdílení informací (SINPRO) a společné Klientské centrum pro podnikatele. Oba nástroje lze plně využít v rámci ekonomické diplomacie s touto severoamerickou zemí.

ZEMĚ KVALIFIKOVANÝCH ČESKÝCH MIGRANTŮ

Jako užitečný nástroj ekonomické diplomacie se v Kanadě osvědčilo systematické budování sítě honorárních konzulů. Cílem je nominovat do téměř každé kanadské provincie klíčového zástupce České republiky, jehož hlavní misí, kromě administrativní pomoci českým krajanům a turistům, bude vytváření užitečných neformálních vztahů s ekonomickou a politickou

elitou v dané provincii. Dosavadní vynikající spolupráce s českými honorárními konzuly Jerrym Jelinkem v Calgary a Hynkem Žikovským v Montrealu potvrzuje správnost této strategie.

Významným sektorem, který má podíl na zvyšování prestiže ČR v zahraničí, je turistický ruch. Zastupitelský úřad ČR ve spolupráci s pobočkou agentury CzechTourism v New Yorku (s působností pro Kanadu) připravuje na rok 2016 intenzivnější aktivity v kanadském teritoriu, jež vycházejí z rostoucího počtu kanadských turistů v ČR. Informační kampaň o naší republice včetně výběru cílové klientely jistě pozitivně ovlivní i plánované obnovení přímé linky mezi Torontem a Prahou. Kromě kanadských turistů očekáváme na palubě letadel mířících do Prahy i potenciální investory, vědecké pracovníky či studenty. ■

TEXT: PAVEL HRNČÍŘ

FOTO: JANA PEŠAVOVÁ, SHUTTERSTOCK,
ARCHIV MZV A CZECHTRADE



Mgr. Pavel Hrnčíř je velvyslancem ČR v Kanadě

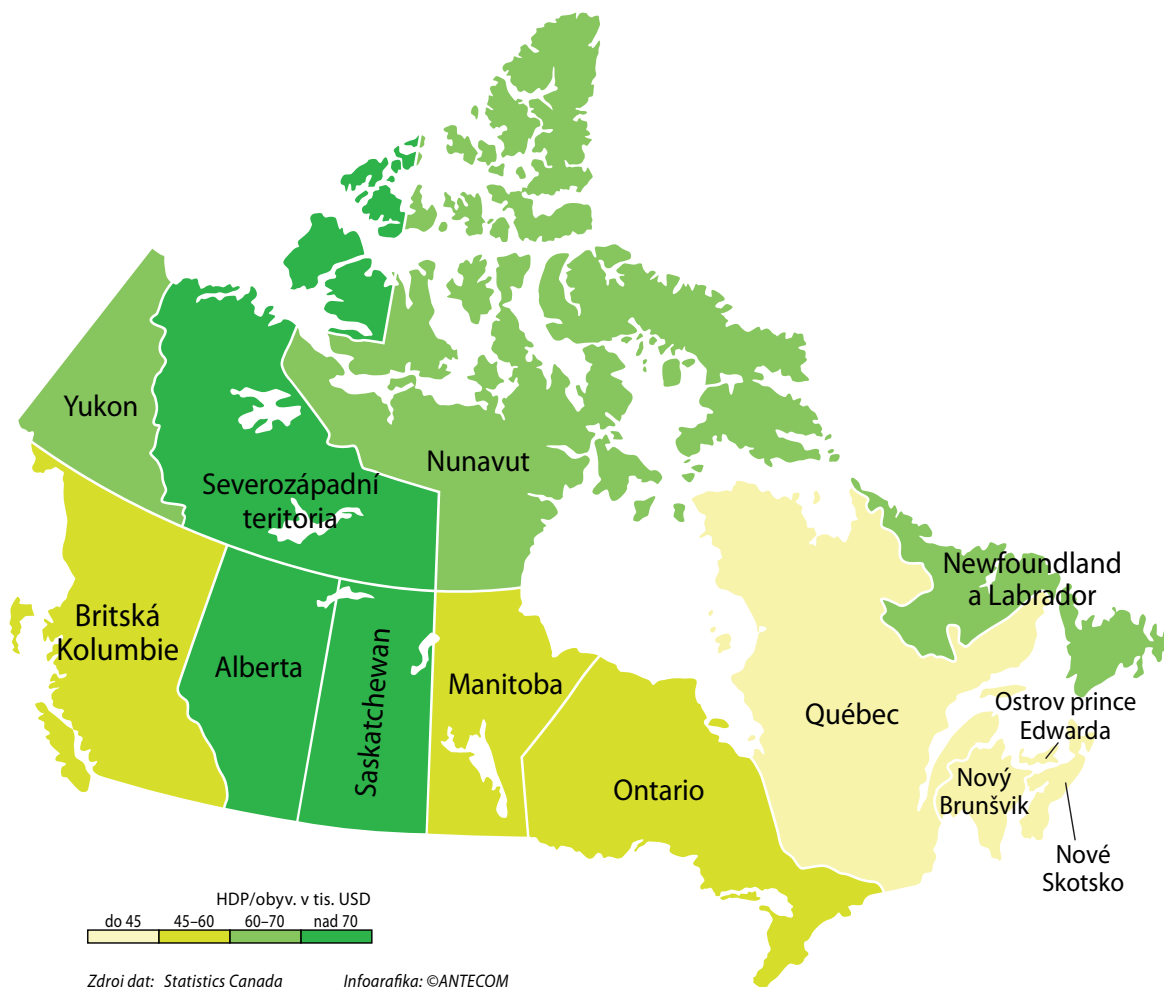
RADY DO KAPSY PRO OBCHODOVÁNÍ S KANADOU PODLE VEDOUcíHO ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE V CALGARY JAROSLAVA JELÍNKY



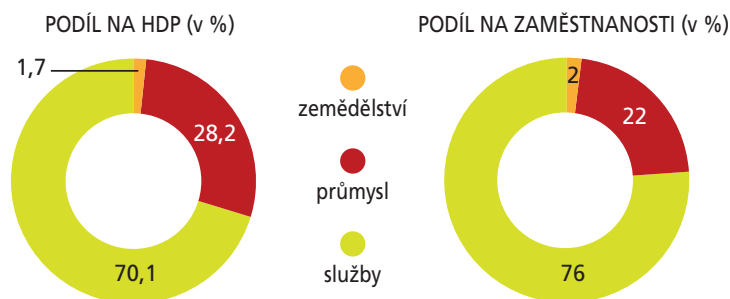
- 1 Znalost angličtiny (a v provincii Québec i francouzštiny) je samozřejmostí.
- 2 Připravte si kvalitní tištěné a elektronické katalogy, krátkou prezentaci výrobku a jeho jednoznačné přednosti oproti konkurenci.
- 3 Obstarejte si průzkum trhu a zjistěte případné obchodní bariéry, přesně specifikujte cílovou skupinu, vytvořte plán působení na trhu (prezentace, reklamace, náhradní díly apod.), zvolte obchodního partnera včetně způsobu komunikace. Nezbytná je osobní návštěva zákazníka.
- 4 Kanadští partneři jsou většinou neformální, zdvořilí a věcní. Pokud ucítí z nabídky potenciál pro vzájemný obchod, ozvou se zpět s doplňujícími dotazy, na něž očekávají rychlou reakci. Nezareaguje-li český partner okamžitě, ztrácí Kanadčan zájem.
- 5 Počítejte s tím, že se zvyšuje tlak na cenu a naopak snižuje požadavek na trvanlivost. Kvalitní zákaznický servis je předností. Zboží se prodává s možností je vrátit bez udání důvodu.
- 6 Vhodnou formou, jak proniknout na kanadský trh, je účast na specializovaném veletrhu, který nabídne co nejširší okruh potenciálních zákazníků. Nezapomeňte si připravit jasnou a atraktivní prezentaci nabízeného výrobku či služby.

HDP PROVINCIÍ KANADY

Provincie	HDP/obyv. v USD	Provincie	HDP/obyv. v USD	Provincie	HDP/obyv. v USD
Severozápadní teritoria	97 826	Newfoundland a Labrador	65 882	Nový Brunšvik	41 001
Alberta	81 957	Ontario	49 860	Nové Skotsko	40 319
Saskatchewan	73 063	Britská Kolumbie	48 676	Ostrov prince Edwarda	38 633
Yukon	67 742	Manitoba	47 064		
Nunavut	67 076	Québec	43 216		



STRUKTURA HOSPODÁŘSTVÍ KANADY



Zdroj dat: Wikipedia

Příležitosti pro české firmy

Železniční infrastruktura

V současné době Kanada zažívá výrazný růst investic v městské železniční infrastruktuře. Za zmínku stojí pětadvacetiletý regionální dopravní plán The Big Move na rozvoj integrované a tranzitní dopravy v oblasti The Greater Toronto Hamilton Area s plánovanými investicemi 50 miliard dolarů. Jeden z aktuálně probíhajících projektů je Eglinton Crosstown, který představuje investici ve výši 5,3 miliard dolarů a má za cíl zlepšit tranzitní dopravu v Torontu. Jedná se o budování devatenáctikilometrového železničního koridoru s 26 stanicemi. Tento projekt se stal největší tranzitní expanzí v historii Toronta a dokončen má být v roce 2021. Dalším z řady projektů je Train de l'Ouest – městská železniční linka, která propojí Pointe-Claire s centrem Montrealu. Součástí této linky bude zastávka na mezinárodním letišti Montréal-Pierre Elliott Trudeau.

Infrastruktura

V rámci plánu The New Building Canada Plan, dosud největšího projektu na vybudování federální infrastruktury v historii Kanady, se plánuje 53 miliard dolarů investic do veřejné infrastruktury v desetiletém období 2014–2024. Mezi oblasti s příležitostmi v rámci tohoto plánu patří budování sociálních služeb (nemocnice, vzdělávací zařízení a bydlení). Dále se počítá s budováním dopravní infrastruktury (silnice, mosty a veřejná doprava) a výstavbou čistíren odpadních vod.

Letecký průmysl

Kanadský letecký průmysl je strategicky důležitý pro kanadskou ekonomiku z hlediska zaměstnanosti, inovací, produktivity, výzkumu a vývoje, HDP i obchodu. V leteckém průmyslu působí v Kanadě více než sedm set společností a zaměstnává více než 180 tisíc lidí. Letectví přispívá k HDP Kanady 29 miliardami dolarů. Třiasedmdesát procent aktivit v tomto odvětví se zaměřuje na výrobu, zatímco údržba, opravy a generální opravy představují 27 %. Přibližně 83 % kanadského leteckého průmyslu se soustřeďuje na civilní letectví a 17 % na vojenské. Kanadský letecký výrobní sektor a sektor oprav a údržby se za posledních deset let (2004–2014) významně rozšířil a vykazuje růst o 29 %, respektive 37 %. Z hlediska globální výroby civilních letadel se Kanada nachází na třetím místě, přičemž se na léta 2014–2021 předpokládá rychlejší růst kanadské výroby než na globálním trhu (22 % pro Kanadu oproti celosvětové produkci 11 %). Mezi hlavní hráče v tomto odvětví v Kanadě patří Bombardier, Pratt & Whitney Canada, Rolls-Royce Canada, Bell Helicopter Textron Canada, Boeing Canada, CAE and L-3. Kanadský letecký průmysl je velmi významným inovátorem. Více než 20 % činností v tomto odvětví se věnuje výzkumu a vývoji a každý rok se v tomto oboru investuje 1,8 miliard dolarů do R&D. Letecký průmysl Kanady se také významně podílí na exportu země – téměř 80 % výrobků, a to do USA (62 %), Evropy (23 %), Asie (8 %), zbytek do Afriky, Středního východu a do Střední a Jižní Ameriky.

Vodohospodářství a čištění odpadních vod

Přibližně 150 miliard litrů nečištěných odpadních vod skončí každý rok v kanadských vodních tocích. Pro kanadskou vládu je prioritou životní prostředí, lidské zdraví a ekonomické otázky s tím související, a proto je odhodlána problematiku čištění odpadních vod řešit. Více než 150 zařízení na úpravu odpadních vod potřebuje rekonstrukci nebo renovaci do roku 2020. Loni v únoru oznámila kanadská vláda rozšíření plánu First Nations Water and Wastewater Action Plan s dalšími investicemi 323,4 milionů dolarů během příštích dvou let. Tyto investice mají za cíl zlepšit rozvody pitné vody a čištění odpadních vod prostřednictvím několika pilířů: podpory budování kapacit, zaškolení obsluhy, vynutitelnosti norem, investic do infrastruktury a ochrany veřejného zdraví. Hlavní oblasti projektů čištění odpadních vod se nacházejí v Britské Kolumbii a Albertě.



Česká banka pro český export

Česká exportní banka, a.s.,
Vodičkova 34, 111 21 Praha 1, Česká republika,
tel.: +420 222 843 111, e-mail: ceb@ceb.cz,
fax: +420 224 226 162

www.ceb.cz



ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA

Howard Deck:

ČESKÁ REPUBLIKA MÁ OBROVSKÝ POTENCIÁL

„ŽIL JSEM SKORO V KAŽDÉ ZEMI EVROPY. OSMNÁCT LET JSEM PRACOVAL V JEDNÉ FRANCOUZSKÉ MEZINÁRODNÍ FIRMĚ, TAKŽE JSEM HODNĚ CESTOVAL. MUSÍM ŘÍCT, ŽE JSEM NEZAŽIL ZEMI, KTERÁ BY MĚLA PRACOVITĚJŠÍ, PŘÁTELŠTĚJŠÍ, KREATIVNĚJŠÍ A AMBICIÓZNĚJŠÍ LIDI NEŽ ČESKÁ REPUBLIKA. JE TO PRO MĚ ČEST PŘIJET DO SLAVKOVA A SPOLUPRACOVAT S FIRMOU LIKO-S, PROTOŽE LIDÉ TU JSOU NAPROSTO VÝJIMEČNÍ,“ ŘÍKÁ HOWARD DECK, VÝKONNÝ ŘEDITEL KANADSKÉ SPOLEČNOSTI ICYNENE, KTERÁ JE VÝROBCEM STEJNOJMENNÉ IZOLAČNÍ PĚNY. ČESKÝ LIKO-S JE NEJVĚTŠÍ MONTÁŽNÍ FIRMOU TÉTO PĚNY V EVROPĚ A PROVÁDÍ TESTOVÁNÍ A CERTIFIKACE PRO TRHY EVROPSKÉ UNIE. VRAŤME SE VŠAK TAM, KDE TO VŠECHNO ZAČALO.



Šéf společnosti LIKO-S Libor Musil (vlevo) s výkonným ředitelem Icnene Howardem Deckem (uprostřed) při prohlídce projektu LIKO-NOE

objevilo, a poslali tehdejšího šéfa exportu na stavební veletrh do kanadského Toronta. „Kromě jiného dovezl malinký prospektík od zajímavé firmy v Kanadě. Pochopili jsme, že je to něco, co má budoucnost, a také ji začali hned plánovat,“ usmívá se manažer.

Jejich plány se však se skutečností protunuly o mnoho později, než předpokládali, jak už to v případě přelomových vývojových projektů bývá. Místo rychlého nástupu na trh s novou technologií se dostali do konfrontace s velmi složitým systémem certifikace pro celou Evropu. „Vedle certifikačních průtahů jsme naráželi i na silný lobbying výrobců tradičních izolací, kteří už na příkladu Kanady a USA věděli, že sem přichází velmi silný konkurenční produkt. Nicméně i s tím jsme si poradili a od roku 2007 jsme jako první v Evropě začali tvořit novou éru zateplování rodinných domků a dřevostaveb velmi kvalitní pěnovou izolací.“

OD MYŠLENKY DVA ROKY KE SPOLUPRÁCI

Společnost LIKO-S vždy hledala ve stavebnictví místo na trhu, kde se tvoří nové, inovativní přístupy. „Několikrát jsme se stali těmi, kdo tvoří nový trh. Po revoluci to bylo v oblasti akustických stropních podhledů, poté u systémových příček a konceptu efektivních objektů pro firmy (živé stavby®). V roce

2005 jsme přemýšleli, s čím novým bychom mohli přijít na trh tepelných izolací. Bylo to v době, kdy se izolace na naše stavby prodávaly formou veřejné dražby – kdo dal více, ten získal vagon minerální vaty,“ začíná své vyprávění zakladatel slavkovské firmy, předseda představenstva Libor Musil.

Podle jeho slov si tehdy dělali globální průzkum toho, co se kde zajímavého

KVALITA SE PŘITAHUJE

Kanadský výrobce Icnene je v současné době jedničkou na severoamerickém trhu, kde zaznamenal meziroční růst 24 procent a celkově mu patří už 16 procent z trhu všech izolací. Daří se mu ale i v zahraničí, například v Japonsku, v němž má další výrobní závod.

„Od začátku naší spolupráce jsme cítili podporu kanadského partnera



CO JE TO ICYNENE

- Extrémně lehká stříkaná izolace nadouvaná vodou.
- Vytváří bezesparou kompaktní vrstvu, dokáže přilnout ke všem povrchům a vypěnit veškeré detaily.
- Vyniká životností a odolností proti vlhkosti a změnám teplot.
- Má velice nízkou nasákavost, proto se v ní nedrží vlhkost a nevznikají plísně.
- Nemění tvar a přizpůsobí se konstrukci.
- Ve většině konstrukcí nepotřebuje ochranu parozábranou – igelitem, a dům tak může „dýchat“.
- Rychle aplikovatelná odbornou firmou – jeden den = jeden dům.

a po prvotním otūkávání, kdy nás brali jako nadšence, poznali, že to myslíme vážně a chceme tento vývoj v zateplování podpořit hlavně technickými argumenty a kvalitními prodejními nástroji. Získali jsme si jejich respekt a dnes znalosti v naší firmě určují jejich postup v jiných zemích Evropy a naše spolupráce je velmi otevřená.

Výsledkem je, že denně na česko-slovenském trhu izolujeme pět až deset rodinných domků, spolupracujeme na vývoji nových pěn a navrhujeme další optimální skladby obvodových pláštů staveb a některé skladby jsme si nechali patentově chránit,” shrnuje úspěšnou spolupráci Libor Musil a odkazuje na své výzkumné středisko LIKO-NOE, jehož je společnost Icynene partnerem. V klimatické komoře se bude simulovat životnost izolace nad padesát let a zkoumat další vlastnosti produktu.

A CO DÁL

Kanadská Icynene se v letošním roce rozhodla vybudovat svůj výrobní závod v Evropě. Největším favoritem je v tuto chvíli Česká republika. Kromě výhodné logistické pozice byla hlavním argumentem právě kvalitní spolupráce s firmou LIKO-S. Jak už jsme zmínili, v současné době probíhají v LIKO-Su certifikace

pro celou EU a návrhy nových skladeb a konstrukcí. Přenesení výroby s sebou přinese nejen zrychlení dodávek, ale hlavně silnější marketingovou podporu. Díky zahájení evropského vývoje bude možné velice rychle reagovat na požadavky jednotlivých zákazníků a přizpůsobit parametry izolace danému objektu.

Kvalitu všech aplikací přitom slavkovská firma staví na vědomostech a vývoji

nových řešení. „Nesnažíme se prodat sudy pěny, ale nejlepší řešení izolace pro naše zákazníky,” doplňuje ředitel subdivize Chytrá izolace Icynene Jan Vimr a dodává: „Přesně to symbolizuje letošní spojení kanadského produktu Icynene se znalostmi naší Chytré izolace.“ ■

TEXT: JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV LIKO-S





ZEMÍ PROTIKLADŮ A NEKONEČNÉ PŘÍRODNÍ NÁDHERY

Víte, jak vyzrát na nepřízeň osudu? Návod jsme našli v Kanadě v městečku zvaném Chemainus. V roce 1970 tu byla zavřena pila a mnoho zdejších obyvatel přišlo o práci. Místu hrozil zánik, a tak sem povolali místní umělce, aby na stěny zdejších zdí a domů vymalovali obrazy zachycující historii osídlování Kanady. Dnes je městečko vyzdobeno více než 40 gigantickými kresbami a další dále vznikají. Záměr se podařil a Chemainus se stal jako velká galerie pod širým nebem se spoustou kavárniček magnetem na turisty.

Pokračujeme dále na sever a zastavujeme se v národním parku MacMillan. Nemůžeme pominout zdejší Cathedral Grove – les mohutných borovic douglasek, z nichž některé jsou starší 800 let a jejich kmeny dosahují obvodu až 9 metrů. Naším cílem byl v této severní části ostrova hlavně Pacific Rim National Park. Procházky po nekonečné divoké pláži západní části ostrova Vancouver, známé jako Long Beach, patří k opravdu silným zážitkům. Barvy písku tu přecházejí z okrové žluté do zelenohnědých odstínů a při odlivu pláž pokrývají tisíce barevných mořských hvězdic ozdobených zelenými kroužky mořských sasaneček. Dokonalé zákony přírody jim umožní přežít bez mořské vody přesně do doby dalšího přílivu. Zvláštností těchto opuštěných divokých pláží jsou stovky či spíše tisíce kmenů nanesených na mořský břeh a pohozených jako náhodně rozhozené tyčinky

mikáda. Kmeny jsou pečlivě zbavené kůry, dohladka opracované, vylouhované slanou vodou a vybělené sluncem. A všechno tohle dřevo tu zůstává ležet ladem. Nikomu se nevyplatí ho převážet z takové dálky. Husté lesy, které se rozkládají na většině území Kanady, nabízejí mnohem dostupnější zdroje pro těžbu dřeva.

Kanadské přírodní parky jsou proslulé a každý je něčím osobitý a zvláštní. Učarují všem bez rozdílu. Zdejší nádherná azurová jezera, čisté mléčně zbarvené ledovcové řeky, alpské louky, zasněžené vrcholky hor i ledovce a vodopády patří k té nejúžasnější nabídce zdejší úchvatné přírody. My jsme měli to štěstí, že jsme viděli i medvědy baribaly nebo obrovského jelena wapiti, který se poklidně pásal v těsné blízkosti naší cesty.

Jaký protiklad k moderní metropoli Vancouver! Toto ekonomicky vzkvétající město se svým zeleným srdcem, 400 hektarů velkým Stanley Parkem, rušným centrem Downtown a s mrakodrapy, jejichž tabule jiskří v zářícím slunci. A opět všudypřítomné dřevo. Pokud máte pocit, že jsou domky z jiného materiálu, je to jen díky dokonale provedeným matoucím obkladům. Mnohými bývá právě Vancouver označován za jedno z nejatraktivnějších měst k životu na světě. Snad díky své poloze mezi Tichým oceánem a scenérií hor, které ho lemují, snad kvůli blízkosti

přírody, která nabízí celoroční sportovní vyžití, snad kvůli své prosperitě či toleranci. Zdůraznila bych právě tu toleranci. Bok po boku zde pokojně žijí obyvatelé z celého světa. Kéž by se světu podařilo žít ve stejné vzájemné toleranci a symbióze s přírodou, jako to dokážou obyvatelé kanadského Vancouveru. ■

TEXT A FOTO: JANA PEŠAVOVÁ





Jana Pešavová vystudovala FEL ČVUT a již patnáct let pracuje v pojišťovnictví. Ve volném čase se věnuje sportu a díky novému přírůstku do rodiny – kobylce Seňoritě – plánuje návrat k celoživotnímu koníčku – ježdění na koni.

Je nadšenou cestovatelkou a amatérskou fotografkou. Má ráda přírodu a půvab málo civilizovaných míst, stejně jako zajímavé historické památky.



P RACOVNÍ TRH KANADY

FAKTA A ČÍSLA

Statistika

Nezaměstnanost	7,0% (srpen 2015)
Počet pracovních hodin	36,6 hodin/týden (5 týdnů dovolené)
Věk odchodu do důchodu	67 let

Středoškolské vzdělání

Úroveň	Základní a středoškolské vzdělání rozděleno do 12 stupňů.
Věk absolventa	17 let

Vysokoškolské vzdělání

Úroveň	bakalářské, magisterské, Ph.D.
Délka studia	3–8 let
Kvalita	jedny z nejlepších univerzit na světě, např.: McGill University, HEC
Akademický titul	B.Comm., BAA, LL.B, MSc., Dr.
Průměrný věk absolventa	23 let

REGIONÁLNÍ ROZDÍLY

Kanada je rozdělena na čtyři hlavní regiony, mezi nimiž jsou velké ekonomické rozdíly ovlivněné mnoha faktory, jako jsou např. urbanizace, využitelnost přírodních zdrojů a v neposlední řadě vlastní ekonomický vývoj. Životní úroveň v celé Kanadě je vysoká (HDP 1,992 bilionu US\$ za rok 2014) a nezaměstnanost nízká (v srpnu 2015 činila 7%).

Atlantická Kanada (Newfoundland a Labrador, Nový Brunšvik, Ostrov prince Edwarda a Nové Skotsko) produkuje 6% celkového HDP. Nezaměstnanost např.

v provincii Newfoundland a Labrador byla v srpnu 2015 na 11,5% a v provincii Nový Brunšvik 10,1%.

Centrální Kanada, což jsou provincie Ontario (39% HDP) a Québec (20% HDP), je motorem kanadské ekonomiky. Nezaměstnanost se v těchto provinciích v srpnu 2015 pohybovala na 6,8% (Ontario) a 8,0% (Québec).

Provincie západní Kanady (Manitoba, Saskatchewan, Alberta a Britská Kolumbie) produkuje 35% HDP. Míra

nezaměstnanosti v Saskatchewanu byla v srpnu 2015 na 4,7%, což je nejnižší míra nezaměstnanosti ze všech kanadských provincií. Nezaměstnanost v Manitobě a Albertě se pohybovala okolo 5,7%, respektive 6%.

Severní Kanada (Yukon, Severozápadní teritoria, Nunavut) je kvůli svému geografickému profilu často opomíjenou oblastí. V budoucnu se počítá s růstem významu tamějších provincií v návaznosti na globální oteplování (tání ledových ploch).

Profese	Průměrná roční mzda	Profese	Průměrná roční mzda
Řidič vysokozdvížného vozíku	11 EUR/ hodina (velké regionální rozdíly)	Head of Sales **	100 000–135 000 EUR
Sekretářka *	35 000–55 000 EUR	CEO ***	135 000–235 000 EUR + 50–100% bonusy
Ekonom VŠ	50 000–67 000 EUR	Při směnném kurzu 100 CAD = 67,25 EUR	
Inženýr technického směru	55 000–85 000 EUR	* 5 let praxe, dobrá angličtina	
Sales Specialist **	55 000–85 000 EUR	** 10 let praxe, dobrá angličtina	
		*** 15 let praxe, velmi dobrá angličtina	

Typické nefinanční odměny

Standardní zaměstnanci	den volna navíc, vouchery do restaurace, vstupy na golf apod.
Manažerské pozice	hrazení nadstandardní zdravotnické péče, dny volna navíc, rodinný balíček na dovolenou

PERSONÁLNÍ PORADENSTVÍ

Nástroje recruitmentu

Cílové skupiny	kandidáti ve věkovém rozmezí 30–50 let
Nejoblíbenější	LinkedIn

Recruitment – personální agentury

Cílové skupiny	velký záběr pozic až po střední management (průměrný věk 25–50 let)
Nejoblíbenější	Agentury většinou využívají sociální sítě a inzerci v periodikách.
Náklady	10–18% roční základní mzdy a bonusů v prvním roce

Executive search – headhunteri

Cílové skupiny	pozice středního a vyššího managementu
Nejoblíbenější	Konzultanti využívají kombinaci osobních kontaktů, sociálních médií a networkingu.
Náklady	20–25% roční základní mzdy a bonusů v prvním roce

Podpora zahraničních investorů

The Canadian Trade Commissioner má kanceláře po celé Kanadě a více než 161 kanceláří po celém světě. Zabývá se poskytováním odborného poradenství a řešením problémů týkajících se exportu a investic v Kanadě.

Více informací naleznete na <http://www.international.gc.ca/investors-investisseurs/index.aspx?lang=eng#>.

V ČR: The Canadian Embassy, Ve Struhách 95/2, Praha 6, 160 00
Tel.: (420) 272 101 800

Společnost **Teamconsult** je personálně poradenská společnost působící v ČR a SR v oblastech executive search a outplacement již více než 20 let. Při zakázkách překračujících hranice ČR a SR **Teamconsult** pracuje v rámci sítě **Glasford International** (www.glasford.com), což je uskupení předních světových personálně poradenských firem v oblasti executive search, respektive headhuntingu. V oblasti outplacementu je Teamconsult členem celosvětové sítě **Career Star Group** www.careerstargroup.com.

Zdroj: Teamconsult CR s.r.o., www.teamconsult.cz, ve spolupráci s Glasford International Canada – Libera, www.liberarh.com, oba členové Glasford International, www.glasford.com

NEJISTOTA JE JEDINOU JISTOTOU, KTEROU SOUČASNÝ SVĚT NABÍZÍ

„AUTOMOBILOVÝ SEKTOR ČEKÁJÍ ZÁSADNÍ ZMĚNY, REVOLUCI, JAKOU ZAŽIL NAPŘÍKLAD HUDEBNÍ PRŮMYSL, ALE NEČEKÁM,“ ŘÍKÁ ŠÉF PRODEJŮ VOLKSWAGEN GROUP MARTIN JAHN. TEN MEZI NEJVÝZNAMNĚJŠÍ TRENDY SOUČASNOSTI ŘADÍ AUTONOMNÍ ŘÍZENÍ A PROPOJENÍ VOZŮ S INTERNETEM. TĚM NAVZDORY – A NEBO MOŽNÁ PŘÁVĚ DÍKY NIM – SE ALE PODLE NĚJ VZTAH LIDÍ K INDIVIDUÁLNÍ MOBILITĚ MĚNIT NEBUDE. NA ROZVÍJEJÍCÍCH SE TRZÍCH JE TOTIŽ AUTO STÁLE SYMBOLEM STATUSU, NA TĚCH ROZVINUTÝCH PAK HRAJE VÝROBCŮM DO KARET DEMOGRAFIE, MYSLÍ SI JAHN.



Martin Jahn je v současné době šéfem mezinárodních fleetových prodejů Volkswagen Group, členem dozorčí rady Škoda Auto a prezidentem Sdružení automobilového průmyslu

Během krize se hlasitě mluvilo o tom, že ten, kdo není na trzích BRICS, MINT a podobně, jako by nebyl. Problémy Číny, Ruska či Brazílie na straně jedné a prodeje v EU a USA na druhé ale jako by svědčily o opaku. Jak i proto potenciál rozvinutých trhů a takzvaného globálního jihu vidíte vy?

Já si myslím, že střízlivý pohled ukazuje, že staré trhy jako Amerika, Evropa nebo Japonsko představují solidní základ, kde se jednak realizují poměrně solidní objemy a kde jsou také velké marže. Přeci jen jsou to trhy, kde se prodávají také dražší auta, dobře vybavená, která přinášejí právě vyšší marže. Rozvíjející se trhy jsou naopak důležité z pohledu objemů a dalšího růstu. To, co zmiňujete vy, je zkrácený pohled některých analytiků nebo novinářů, kteří hledají nějakou senzaci nebo něco zajímavého. Pro automobilky ale vždy platilo, že oba typy trhů byly důležité. Tak tomu bude i v budoucnu. Dnes nicméně, to máte pravdu, jsou trhy BRICS poměrně nestabilní.

ODCHODY SE NEVYPLÁČEJÍ

Zaměříme se tedy na trhy BRICS, do nichž byly vkládány velké naděje. S výjimkou Indie dění v posledních měsících připomíná tvrdé probuzení ze sna.

Souhlasím, Brazílie a Rusko, to je docela velký průšvih. Indie, která byla dlouho řečneme pasivní, začíná od té doby, co

se vlády ujal nový prezident a vláda, nabírat poměrně pozitivní kurz. A Čína naopak zpomaluje, tedy není to tak, že by se propadala, ale ten nedávný poměrně razantní růst oslabuje a problémy s akciovým trhem tomu nepřidávají. BRICS tak bude hrát roli místa další expanze, ale v porovnání s klasickými trhy prostě není tak stabilní. Je třeba tam vstupovat s větší obezřetností.

Zmínil jste Rusko, kde mnohé firmy kvůli geopolitickým třenicím zažívají velké problémy. Podobné napětí přitom roste na mnoha frontách. Dovedete si představit, že některý z těchto velkých, alespoň ještě nedávno velmi zajímavých trhů minimálně dočasně vyklidíte – a to ať už z politických důvodů nebo kvůli tomu, že daná ekonomika zažije kolaps?

Já si myslím, že na těch velkých trzích je třeba vytrvat a překonat krize. Ony nejsou ničím novým, opakují se, například zmíněné Rusko a Brazílie měly problémy už v minulosti. Navíc to není moc jednoduché, protože náklady na odchod z takového trhu a návrat na něj jsou poměrně velké. V podstatě se tak vyplatí tam nějakou dobu negativního vývoje přečkat. Ani pro image značky není moc dobré, když z trhu odcházíte, a pak se zase vracíte. Kvůli pověsti i kvůli financím se tak odchody a návraty moc nevyplácejí. Můžete je dělat u menších trhů, ale ne u velkých, jako je Rusko a Brazílie.

V případě BRICS se bavíme o rozvíjejících se trzích. Jak nahlížíte na takzvané frontier markets, tedy ty, které by se měly stát hitem poté, co se z Číny a spol. stanou stálice? Často citovanými příklady jsou Nigérie nebo Pákistán. V poslední době se mluví také o Íránu, který vystupuje z politické izolace a Volkswagen o něj podle mých zdrojů má zájem.

Volkswagen to svým způsobem už i oficiálně deklaroval, o iránský trh má zájem. První rozhovory probíhají a bezpochyby jde o trh, který je zajímavý. Nemůže nahradit výpadek Ruska nebo Brazílie, ale zaslouží si bezpochyby pozornost. Dalším zajímavým trhem, kterému se v poslední době daří, je Mexiko. Stejně tak má smysl v této souvislosti sledovat ASEAN, země jako Filipíny, Malajsie a Thajsko budou do budoucna pro všechny zajímavé; jsou to místa, kde je možné očekávat solidní vývoj. Nesmím zapomenout ani na Afriku, Nigérie a podobně jsou trhy, na něž je třeba se též dívat. Zatím ale ani v případě jednoho z nich nedošlo k nějakému explozivnímu růstu.

JDE O TO NEMÍT VŠECHNA
VEJCE V JEDNOM KOŠÍKU,
ALE RIZIKA ROZLOŽIT
A BÝT SCHOPEN RYCHLE
REAGOVAT.

V DOBĚ NEJISTOTY VYŽADUJME PŘEDVÍDATELNOST

Nejen kvůli ukrajinské krizi se na finančních trzích v loňském roce začal bouřlivě diskutovat návrat geopolitiky, tedy možné dopady faktických i případných sporů mezi jednotlivými zeměmi a aliancemi zemí na trh. Do jaké míry je to problém nebo obecněji řečeno záležitost, kterou musí teď reflektovat i globální výrobci, jako je Volkswagen?

Určitě je to věc, kterou musí mít člověk na paměti. Na druhou stranu geopolitické tenze tu byly a jsou pořád, spíše je otázka, jakou mají intenzitu. K tomu

samozřejmě přispívají finanční krize, ceny surovin i rozvoj ekonomické síly dané země. Že by tu geopolitika vůbec nebyla, to si nemyslím, někdy jen hraje pozitivní roli, někdy negativní, nikdy ji ale nelze úplně ignorovat. Je nicméně pravdou, že jsme za posledních pět let viděli tolik změn jak v oblasti finančních trhů, tak v oblasti cen surovin a geopolitiky, že nejistota a neustálá změna jsou jedinou jistotou, kterou dnes máme. Je tak třeba neustále sledovat, co se děje, a přizpůsobovat se tomu.

Zkusme ten recept na úspěch v době, kdy je jedinou jistotou nejistota, rozvést.

Je potřeba věci sledovat a být maximálně flexibilní. V podstatě se hledají faktory a území, kde je alespoň jistá míra předvídatelnosti – předvídatelnost hraje v plánování a obecněji v byznysu čím dál tím větší roli, protože je jí čím dál tím méně. To znamená, že se předvídatelnost snažíme vyžadovat jako jistou podporu nebo podmínku od vlád jednotlivých zemí. V podstatě ať už jsou jakékoli změny v oblasti daní, zaměstnavatelské politiky nebo přijetí eura, potřebujeme o tom vědět, potřebujeme řečneme stabilitu. Abychom alespoň na tradičních trzích věděli, co se bude dít.

Tedy hledání jistoty v nejistotě. A co se týče rozvíjejících se trhů?

Ta nejistota je tam mnohem, mnohem větší a je potřeba tam věci, jak jsem řekl, prostě sledovat a být maximálně flexibilní. Jde o to nemít všechna vejce v jednom košíku, ale rizika rozložit a být schopen rychle reagovat. To se přitom týká jak nových technologií, tak právě i geopolitických trendů. Na druhou stranu je fakt, že i příliš rychlá reakce může být škodlivá, protože například firmy, které před několika lety příliš brzy zainvestovaly do elektromobility, jež se následně neukázala úplně životaschopná, kvůli tomu trpěly. Trendy je tak třeba podchytit a začít se podle nich chovat ve správné době. Správné rozpoznání trendů a jejich realizace je prostě dnes předpokladem úspěšného rozvoje každé globální firmy, což platí více než kdykoli v minulosti.

Které trendy teď považujete z pohledu automobilek a jejich budouc-

nosti za nejdůležitější? Jinými slovy: co by měli výrobci sledovat a následně s tím také pracovat?

V současné době je to určitě autonomní řízení. Samozřejmě, že alternativní pohony budou hrát důležitou roli. Je otázka, jestli se prosadí více hybridy

ZA POSLEDNÍCH PĚT
LET JSME VIDĚLI TOLIK
ZMĚN JAK V OBLASTI
FINANČNÍCH TRHŮ, TAK
V OBLASTI CEN SUROVIN
A GEOPOLITIKY, ŽE
NEJISTOTA A NEUSTÁLÁ
ZMĚNA JSOU JEDINOU
JISTOTOU, KTEROU DNES
MÁME.

nebo elektrická auta nebo auta na vodík. To je samozřejmě důležité, ale já si myslím, že autonomní řízení a konektivita, tedy spojení auta s internetem, s okolním světem, je tím hlavním trendem, tam je potřeba se posouvat kupředu. Nemyslím si nicméně, že by automobilový průmysl prošel nějakou zásadní změnou, nevidím tam žádný game changer, který by náš obchodní model úplně postavil na hlavu, jak se to například stalo v hudebním průmyslu nebo ve spotřební elektronice. Autoprůmysl je v porovnání s nimi trochu konzervativnější a změny v něm trvají delší dobu než nějakých pět let. Čeká nás tak určitě zajímavý vývoj, automobilový průmysl se nachází v bodě, kdy nejspíš přijdou významné změny. Ty se ale budou odehrávat pomaleji než v jiných oborech.

Výzkumy, podle nichž už automobil v myslích nemála mladých nepatří k top prioritám, vás prozatím ze sna nebudí, respektive skutečné nákupy nakonec tolik neovlivní?

Pokud se mladý člověk nakonec usadí a má rodinu, bude potřebovat auto ▶▶

► víc. Navíc tím, jak se auta budou měnit, jak budou čím dál tím víc propojena s okolním světem, s internetem, s tím, jak poroste možnost autonomního řízení, si i tato generace najde k autu určitý vztah. Přeci jen ta osobní svoboda a individuální mobilita jsou poměrně velkým výdobytkem moderní společnosti a nečekám, že by se ho lidé v dohledné době v nějaké větší míře vzdávali. K tomu je třeba přičíst, že je to trend týkající se Evropy nebo rozvíjených trhů a nikoli těch rozvíjejících se, kde je pořád auto důležitý symbol statusu. Například v Číně k tomu, abyste se dobře oženil, potřebujete vlastní auto.

A co v Evropě?

V Evropě se s tím, jak stárne populace a jak je starší populace dobře zabezpečená, kupuje více aut nebo novější auta než v minulosti. Tím se rozšiřuje zákaznická základna v segmentu starších lidí nebo důchodců. Mění se přístup části populace k autům, který je určitě možné sledovat, tak podle mě nebude

mít žádný výrazný dopad na prodeje automobilů v Evropě ani v Americe v příštích řekněme pěti letech.

V souvislosti se Spojenými státy a Evropou se teď hodně diskutují výhody spojené s dohodou o další liberalizaci vzájemného obchodu, známou jako TTIP. Co od ní čekáte vy?


Já si nemyslím, že to bude mít na autoprůmysl nějaký zásadní dopad. Z globálního hlediska je podle mě asi v pořádku a logické, aby měly Amerika a Evropa podobnou dohodu. Ta dohoda by přitom měla být vyjednána tak, aby byla férová pro obě strany, aby byla férová pro všechny typy průmyslu, tedy ne aby došlo k „obětování“ jednoho druhu průmyslu, jak tomu bylo například v dohodě s Koreou. Stručně: z globálního, strategického hlediska je to správně, na autoprůmysl ale nečekám žádný dopad. ■

TEXT: ROMAN CHLUPATÝ

FOTO: ARCHIV MARTINA JAHNA

Osmnáctého září 2015 americká Agentura pro životní prostředí oznámila, že skupina Volkswagen porušila zákon na ochranu ovzduší. Dieselové motory TDI totiž vybavila softwarem umožňujícím falšovat výsledky testů emisí oxidů dusíku. Rozhovor s Martinem Jahnem vznikl předtím, než se tyto informace objevily. Vzhledem k jeho zaměření i tomu, že odpovědi postihují současnou situaci a budoucnost celého sektoru a nikoli pouze Volkswagenu, jsme se rozhodli relevantní část rozhovoru se souhlasem Martina Jahna zveřejnit. Takzvanou dieselgate sledujeme a budeme o ní informovat v dalších číslech.

inzerce



Je nám velkou ctí
chránit náš
národní poklad

Jsme hrdým pojistitelem
Národního divadla.

Národní  divadlo


GENERALI

Víme, jak ovládnout světlo

Výhody LED svítidel značky Filák

- Jedinečnost – světlo může být vyrobeno podle přání klienta
- Úspora a větší svítivost i díky cílené regulaci světla pomocí originálních difrakčních mřížek
- Garance 35 tisíc světelných hodin bez poklesu výkonu
- Použití kvalitních materiálů (žádné plasty, které se přehřívají a snižují výkon)
- Snadná údržba

JAK SE MALÁ JIHOČESKÁ FIRMIČKA STALA PARTNEREM EVROPSKÝCH VÝROBCŮ NÁKLADNÍCH AUT

K DOBRÉMU ZVUKU ČESKÝCH INOVACÍ VE SVĚTĚ PŘÍSPĚLA V NEDÁVNÉ DOBĚ RODINNÁ FIRMA LEŠIKAR A JEJÍ SNÍMAČ OTÁČEK PRO TACHOGRAFY. DÍKY PILOTNÍMU PROJEKTU EGAP A TECHNOLOGICKÉ AGENTURY ČR NA PODPORU EXPORTU VÝSLEDKŮ VÝZKUMU A VÝVOJE SE JÍ PODAŘILO PROSADIT SE MEZI ZAHRANIČNÍMI VÝROBCI NÁKLADNÍCH AUT A PODSTATNĚ NAVÝŠIT SVŮJ VÝVOZ. NEJEN O TOM JSME HOVOŘILI S PŘEDSEDOU PŘEDSTAVENSTVA SPOLEČNOSTI LEŠIKAR JAKUBEM LEŠIKAREM.



Jakub Lešikar,
předseda představenstva společnosti Lešikar

Můžete čtenářům TRADE NEWS přiblížit, čím se vaše společnost zabývá?

Vyvíjíme a dodáváme různé typy snímačů s bezpečnostní funkcí pro dopravní prostředky, tahače a vysokozdvizné vozíky. V autobusech jde například o kontrolu zavřených dveří. Rádi se věnujeme projektům, díky nimž jsou auta šetrnější k životnímu prostředí.

I když jste zatím malou jihočeskou firmou, máte už řadu let pobočku ve Švédsku. To není zrovna obvyklé. Jak se to přihodilo?

Ve Švédsku jsme našli porozumění pro naše inovační podnikání již krátce po založení firmy před patnácti lety. Tamní trh je pro nás atraktivní, realizujeme odsud naše marketingové a prodejní aktivity. Tak jako se kdysi umělci sjížděli do Paříže, působí v této severské zemi vynálezci. A to je pro nás zdrojem inspirace a nových podnětů.

Pomáhají vám různé státní programy na podporu výzkumu a vývoje? Jaké konkrétně a jak se vám tato spolupráce osvědčila?

Od roku 2014 jsme členy centra kompetence Pokročilé senzory, které financuje Technologická agentura ČR. S podporou Operačního programu Inovace zase realizujeme typové schválení výrobku pro trh EU. Zapojení do struktur české znalostní ekonomiky i s podporou státu podpořilo naše aktivity a přispělo k jejich rozvoji.

Jak jste se dověděli o aktivitě EGAP na podporu exportu výsledků výzkumu a vývoje?

Před rokem tento nový program představil v rámci odpoledne s Technologickou agenturou ČR na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně poradce generálního

ředitele EGAP David Havlíček. Můj tatínek – vývojář – se akce zúčastnil. Byl to závěrečný bod programu a dodnes jsem tatínkovi vděčný za to, že na semináři zůstal až do úplného konce.

Jaký váš konkrétní vývoz tento program podpořil?

Evropským výrobcům nákladních aut můžeme díky financování ČSOB, které EGAP pojistil, vyvázet náš vynález snímače otáček pro tachografy. Je to součástka, která pro černou skříňku nákladního auta dodává informace o rychlosti vozidla a zda řidič dělá povinné přestávky v jízdě.

V čem je jedinečnost tohoto řešení oproti zahraniční konkurenci?

Evropská regulace vyžaduje, aby nové tachografy nebyly ovlivnitelné vnějším prvkem, zejména působením magnetu. Náš produkt je technologicky nejvyšší, jako druzí v Evropě jsme byli schopni takové zařízení vyvinout. Naše řešení, které je chráněno mezinárodním patentem, snese oproti konkurenci působení stokrát silnějšího vnějšího magnetu.

Kde všude je o váš produkt chráněný patentem zájem?

Obrací se na nás většina výrobců nákladních aut v Evropě. Pro výrobce nadřazených systémů může použití našeho



Zabraňme výprodeji českého know-how do zahraničí

Několikanásobné zvýšení tržeb privátní firmy, nová pracovní místa a desítky milionů korun ve prospěch české ekonomiky, takový bude výsledek spolupráce mezi exportní pojišťovnou EGAP a Technologickou agenturou České republiky (TA ČR). To jsou výsledky prvního pilotního projektu obou institucí na podporu exportu českých firem, které se týkají společnosti Lešikar. A další budou následovat.

Ve schvalovacím řízení jsou například návrhy na výrobu moderních filtrů do čistíren odpadních vod, na datové rozvaděče nebo na produkci prostředků na účinné a rychlé čištění vzácných kovů.

V případě projektu společnosti Lešikar, který financuje ČSOB, státní podpora v podobě pojištění EGAP pomohla dotáhnout úspěšný výzkum až na konečný trh k zahraničním zákazníkům. Bez tohoto pojištění by firma nezískala bankovní financování a nemohla by rozjet výrobu. „Společná podpora EGAP a TA ČR zvýší tržby společnosti Lešikar na několikrát násobek současného stavu. Podpoříme kvalitní český nápad, českou firmu, zároveň přivedeme do ekonomiky několik desítek milionů korun na tržbách a podpoříme zaměstnanost v ČR,“ uvedl generální ředitel EGAP Jan Procházka.

Na základě úspěchu pilotního projektu se státní instituce a podnikatelské svazy dohodly na další spolupráci. EGAP, TA ČR, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo zahraničních věcí, Czech Trade, Svaz průmyslu a dopravy, Hospodářská komora a Asociace malých a středních podniků a živnostníků podepsaly mnohostranné memorandum o další spolupráci v tomto projektu. „Je to důležitý krok k tomu, abychom zabránili výprodeji českého know-how do zahraničí. Tato spolupráce umožní české nápady držet u nás a vyvážet až výsledné produkty,“ okomentovala podpis předsedkyně TA ČR Rut Bízková.

snímače znamenat dosažení nezávislosti vůči jejich přímé konkurenci. Obchodní potenciál představuje i chystané rozšíření tohoto systému dopravní bezpečnosti z EU do USA a Ruska.

Co to znamená pro vaši firmu?

Z mikrofirmy vyrosteme v malý nebo středně velký podnik. Zákazníci z automotive sektoru nás nechají vymýšlet nové věci. Budeme jim moci dodávat další výrobky.

Jaká byla spolupráce se zástupci EGAP a TA ČR? Doporučil byste za-

pojení do aktivity EGAP také dalším podnikům?

Dostalo se nám od obou institucí maximální podpory. Domnívám se, že ochota EGAP pojistit projekt představovala kritický faktor úspěchu. S doporučením bych rozhodně neváhal. Zejména tam, kde podnik čelí nestandardním rizikovým faktorům, se kterými si kromě EGAP nikdo jiný neporadí.

Na čem v současnosti pracujete? Můžete nám prozradit něco ze svých plánů?

V rámci centra kompetence pracujeme mimo jiné na snímačích pro turbodmychadla. Obtížnost úlohy spočívá v extrémně vysokých provozních teplotách a otáčkách, které musí snímač zvládnout. Pokud zákazníci přijmou tachografický snímač, nabídneme jim snímač hladiny močoviny do systému pro hlídání emisí (Euro 6).

Chceme se stát důvěryhodným partnerem výrobců nákladních aut. Splnit jejich očekávání ohledně kvality. Překvapit je tím, co naše výrobky umějí. Těším se na kreativní týmovou práci a společně zdolávání překážek.

Přejeme hodně úspěchů. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE HANA HIKELOVÁ
FOTO: ARCHIV EGAP



Otec Jakuba Lešikara začínal podnikat téměř na koleně

BABYLONSKÉ ZMATENÍ JAZYKŮ ANEBO POJĎME NĚCO SPOLEČNĚ UDĚLAT

KONKURENCESCHOPNOST JE JEDNO Z NEJVÍCE POUŽÍVANÝCH, A PŘITOM NESROZUMITELNÝCH SLOV, MIMOŘÁDNĚ OBLÍBENÉ OD DEVADESÁTÝCH LET MINULÉHO STOLETÍ, KDY JEJ DO SVĚTA VYPUSTIL PREZIDENT CLINTON TVRZENÍM, ŽE „KAŽDÝ NÁROD JAKO VELKÁ KORPORACE SOUTĚŽÍ NA GLOBÁLNÍM TRHU“. POKUD OD TĚ DOBY CHTĚLI POLITICI COKOLI PROSADIT, ALE NECHTĚLI ČI NEUMĚLI TO ZDŮVODNIT, ODKAZOVALI NA NUTNOST POSILOVAT KONKURENCESCHOPNOST. MORRISSON (1988) UVÁDÍ, ŽE MEZI LETY 1983 AŽ 1987 SE TERMÍN „KONKURENCESCHOPNOST“ OBJEVIL VÍCE NEŽ 5700KRÁT V TITULCÍCH ČLÁNKŮ NOVIN A ČASOPISŮ.

V této souvislosti stojí za připomenutí, že u nás jen o pár let dříve vládla rétorika „souboru opatření, zdokonalování a přestavování hospodářského mechanismu“. Dnes neustále slyšíme termíny „reformy, nerovnosti a globalizace“. Ve všech případech jde o slova obsažená ve stovkách publikací, ale často není nejjednodušší porozumět, co jimi míníme, jak věci chápeme a co považujeme za správné a pravdivé. Natož co vlastně společně udělat!

POSEDLOST KONKURENCESCHOPNOSTÍ

„Řekněme si konečně pravdu. Mluvit o konkurenceschopnosti na úrovni národních ekonomik je nesmysl. A posedlost konkurenceschopností je špatná i nebezpečná zároveň.“ Těmito slovy končí svůj známý text z roku 1994 Paul Krugman. Definice konkurenceschopnosti národa je mnohem problematictější než v případě korporace, uvádí autor. Výsledek korporace je její hospodářský výsledek; pokud korporace nemůže zaplatit svým zaměstnancům, dodavatelům a věřitelům, zkrachuje. Na druhou stranu státy nemohou v tomto smyslu zkrachovat. A mimo chodem i role států se od role firem liší, například při zajišťování obrany či poskytování veřejných služeb.

Nebezpečí plynoucí z posedlosti vlád podporovat konkurenceschopnost

Krugman shrnuje do tří bodů: může vést k obchodním válkám a podporovat protekcionismus (zvláště u zatvrzelých merkantilistů, kteří mají za to, že export je hra s nulovým součtem). Druhým nebezpečím je podpora špatné vládní politiky, která brání strukturálním změnám, a třetím je plýtvání a vynakládání neefektivních výdajů státu.

Bezmyšlenkovitost při používání slova konkurenceschopnost a jeho hojnost dávají Paulu Krugmanovi za pravdu.

V dnešní každodenní realitě se téma konkurenceschopnosti stáčí velmi často do podoby sepisování nejrůznějších strategických materiálů, jejichž smyslem je obvykle snaha získat peníze do vlastní kapitoly ministerstva na vyplácení dotací, zajištění pohodlné perspektivy v podobě zážitkové turistiky úředníků (podpora exportu), vyplácení zcela nesmyslných a nebezpečných dotací (fond rizikového kapitálu, který v případě České republiky byl koncipován jako převážně státní fond financující rizikové projekty) či platby externím konzultacím společností ochotně obstarávajícím nezbytné texty (a podporu pro jejich adorování) ze strany podnikatelských reprezentací. To vše, zdá se, podporuje tvrzení, že všechny věci nakonec stejně vedou ke svému protějšku!

Stejné problémy s podporou konkurenceschopnosti nastávají na úrovni Evropské unie. Snaha J. Delorse

a Evropské komise ze známé definice Lisabonské strategie, ambice EU stát se „nejvíce konkurenceschopným regionem světa do roku 2010“ či pozdější skromnější „schopnosti poskytovat vysokou a stále rostoucí životní úroveň při co nejnižší nedobrovolné nezaměstnanosti“ (EC, 2010).

Diskuze po Krugmanově článku vedla ve dvou směrech. První poukazoval na obtíže se samotnou definicí a nevěrohodnými daty, druhý směřoval k teoriím Michaela Portera, zejména jeho diamantu konkurenceschopnosti a knize Konkurenční výhoda národů. Tato 855stránková, těžce a nezáživně napsaná práce vyšla poprvé v roce 1990. Svým způsobem změnila svět a zařadila Portera mezi nejvlivnější myslitele v oblasti řízení a konkurenceschopnosti. Jeho empiricky založená doporučení přináší téma geograficky a sektorově orientovaných klastrů, vzájemné propojení faktorů a podmínek (výrobní, struktura firem, vzájemná spolupráce a rivalita, poptávkové podmínky), internacionalizace a zkoumání ohnisek růstu (business huby).

Kritici Portera poukazovali na podceňování vlivu mezinárodních vztahů, zejména u malých ekonomik, nebo naopak velkých (co platí pro USA, neplatí pro Kanadu). Pro implementaci Porterova přístupu jsou nejzajímavější snahy kanadské, jihokorejské a singapurské vlády využít jeho teorii k praktické hospodářské



Konkurenceschopnost není výsledkem hry s nulovým součtem či vítězstvím, ve kterém bere vítěz vše – v globální ekonomice země mohou růst a zároveň získávat. Přitom vývoj jednotlivých odvětví se může odlišovat. Zatímco staticky konkurenceschopnost připomíná efektivnost, dynamicky má hodně blízko k ekonomickému rozvoji, případně schopnosti se strukturálně měnit (flexibilita).

Diskuze o konkurenceschopnosti na úrovni státu znamená více než úsilí o pozitivní obchodní bilanci, vyšší podíl na trhu, produktivitu, slabou či silnou měnu. Historie dokonce dokládá, že vítězi nejsou země nejlépe vybavené přírodními zdroji. Jde o naplnění ambice „vítězné bitvy“, obhajoby smyslu, proč jsme jako národ vlastně tady. Z ekonomického pohledu jde o schopnost měnit se, inovovat, naplňovat (zdokonaľovat se). To vše v konfrontaci s věčnou otázkou, jaký svět skutečně je a jak by měl vlastně vypadat.

JAKÁ BUDOUCNOST ČEKÁ SVĚTOVOU EKONOMIKU?

A jaké v ní bude místo pro Evropu? Podle předpovědí společnosti PwC budou světové ekonomice v roce 2050 dominovat v první desítce země BRIC (Brazílie, Rusko, Indie, Čína). Spojené státy poklesnou z dnešní první pozice na třetí. Rusko, Mexiko a Indonésie přeskochí Německo a Velkou Británii. A to budou jediné dvě evropské země, které se vůbec v první desítce udrží.

V roce 2015 se budoucnost Evropy jeví náhle otevřená. Skutečně nastupuje, jak říká Ulrich Beck v knize *Moc a protiváha moci v globálním věku*, to, co předpovídali Friedrich Nietzsche, Karel Marx, Immanuel Kant a Max Weber? Nietzsche už před 150 lety volal po odhodlání Evropy „skoncovat s rozbrědle protahovanou komedií své rozdrobenosti a právě tak se svým dynastickým a demokratickým mnoho chtěním“. A platí předpověď Karla Marxe, že tím, co prolomí národní politickou axiomatiku a otevře hru velké politiky, bude globalizující se kapitál, a nikoliv politika států? Nastupuje snad Kantova vize kosmopolitní světoobčanské společnosti? Co když skutečně přichází „čas posunu velkých kulturních problémů, kdy se i věda připravuje na to, že změní své stanovisko i svůj pojmový aparát, aby ▶▶

politice. Zajímavým pokusem o implementaci Porterova konceptu diamantu konkurenční výhody byla metoda definování projektů pro exportní strategii České republiky pro období 2004–2010 (Chovanec, 2006).

Zdá se, že trendem v 21. století je posun od domácích klastrů k mezinárodním, od soutěže ke kooperaci, od obchodu k podnikatelským aktivitám v nejširším slova smyslu podle hodnoty vznikající v různých částech globalizované světové ekonomiky. Sdílení kulturních odlišností je důležité pro růst národní konkurenceschopnosti, kulturní vlivy a kvalita způsobu tvoření politiky začínají být dominantní.

PŘEDBĚŽNÉ SHRNTÍ

Na mezinárodní konkurenceschopnost se lze dívat ze dvou hledisek: firemní (mikro) a národní perspektivy (makro), ideálně by měly být obě výsledkem společné shody. Ale ani tato shoda nezaručuje, že ať již je vládní politika aktivnější či pasivnější, bude ve shodě s individuálními rozhodnutím vlastníků firem, jak investovat svůj kapitál a řídit společnost. Viditelná ruka státu může pomoci (Scott, Lodge, 1985), ovšem může i ublížit, uškodit a otrávit poctivé a slušné, dodejme.

Konkurenceschopnost je termín označující něco, co je vnímáno pozitivně. Musí růst, podporovat se a posilovat.

Problém je, že některé nástroje mohou vést ke svému opaku – dotace/šedá ekonomika, přemíra/nedostatek regulace, vysoké/nízké mzdové náklady a kurz měny apod.

Co je však tím „zlatým grálem“, „šémem“, který zajistí prosperitu a vysokou životní úroveň? Absolutní či relativní náklady práce, směnný kurz, úspěšná zahraničně-obchodní bilance, komparativní výhody, efektivní průmysl, technologie, inovace, sociální infrastruktura, například dobře fungující instituce a vlády. Porter navrhuje vybrušování diamantu (Porter 1990), jeho kritici přicházejí s dvojitým diamantem (Rugman, Chuz 1993, Dunning 2003), Dong-Sung Cho (1994), představují devítifaktorový model, později dokonce dvojitý dvojitý diamant (Dual Double Diamond, Cho, Moon and Kim, 2008). Světové ekonomické fórum (WEF) zkoumá 12 perspektiv, které ovlivňují produktivitu země, Mezinárodní institut pro rozvoj řízení (IMD) sleduje 79 klíčových kritérií, Doing Business (mezinárodní finanční korporace – IFC) se zaměřuje převážně na regulaci a snadnost podnikání...

Většina definic se kloní k tomu, že mezinárodní konkurenceschopnost není cílem sama o sobě, ale prostředkem k vysoké životní úrovni. (Platí i pro mikroperspektivu konkurenceschopnosti – je zisk nebo hodnota společnosti a její bohatství cílem, anebo prostředkem pro podnikatele? A k čemu vlastně?)

Česká republika se letos v žebříčku globální konkurenceschopnosti Světového ekonomického fóra umístila na 31. místě ze 140 ekonomik světa. Oproti loňsku zaznamenala posun o 6 příček vzhůru, což představuje druhé významné zlepšení v řadě. Po nejslabším období 2013–2014 jsme se tak vrátili na úroveň let 2009–2010.

► z výše myšlenky pohlédla na proud událostí, jak předvídal Max Weber?

SVĚT 2050: LEVNÉ KVALITNÍ „MOZKY“ Z ČÍNY, RUSKA, INDIE

Profesor Stéphane Garelli publikoval v ročence světové konkurenceschopnosti IMD cestovní mapu klíčových změn do roku 2050. Hlavní výzvy? Vysoké deficity rozpočtů USA a eurozóny, rozdílné hospodářské oživení, propad jižních zemí Evropy, dlouhodobá nezaměstnanost USA, Evropy, exploze globálních dluhů, které jsou stále více drženy asijskými a arabskými zeměmi, jež zdaleka neslibují jejich reinvestování do zemí původu. Protekcionismus ovládá světové trhy a levná pracovní síla z průmyslu je nahrazována levnou silou kvalitních mozků z Číny, Ruska, Indie, tedy zemí, jež společně „vyprodukují“ 14 milionů ambiciózních, motivovaných a pracovitých absolventů univerzit ročně. Absolventů, kteří díky informačním technologiím řeší úkoly přicházející z celého světa. Soutěž hodnotových systémů, růst sociálních výdajů Asie, absolutní snižování chudoby, růst Afriky, atomizace hodnotového systému Evropy...

Dá se na něco z toho nějak připravovat? A jak může Česká republika vyjít s čistým štítem z této šlamastyky, která zřejmě čeká celý kontinent?

Skutečná konkurence je konkurence nového produktu, nové technologie, nového zdroje nabídky, nového typu organizace, říká Joseph A. Schumpeter. Nepříliš úspěšný politik, zoufale neúspěšný investor a vynikající ekonom. Za hybnou sílu inovací a vynalézání označoval samotné podnikatele a tvořivou atmosféru uvnitř firem. Vynálezy a dobře přístupné a zajištěné bankovní

produkty pomáhají na svět inovacím a růstu prosperity. V tomto smyslu lze číst i jeho formulace, že „podnikat znamená neustále inovovat“. Což, jak říká poněkud cynicky, nebude pro každého zdaleka tak snadné. O tom koneckonců svědčí i jeho výrok: „Pokud vám chybí talent, snažte se ho získat prací.“

NEJVYŠŠÍ ČAS, ABY SE EVROPA PROBUDILA

Ztráta pozic Evropy a její budoucnost se pro diskuzi mohou stát dobrým východiskem. Je bláhové věřit v zachování sociálních standardů Evropy, když Unie nebude stačit ekonomickému výkonu světa. Problém blahobytné Evropy se zdá být právě v tom, o čem mluvil Schumpeter – v absenci oné „čisticí role destrukce“, která vede k zániku neproduktivního, jež uvolňuje cestu novým řešením, novým firmám, schopnějším pracovníkům.

Z pohledu evropské politiky to lze přičítat přílišné snaze o vyrovnání různé ekonomické úrovně regionů, pokušení morálního hazardu nejrůznějších dotačních schémata, při kterých se velmi často zapomíná na tlak globální konkurence a nutnost měnit a hledat světová řešení jako protipól udržení tradičního (a tak dobře ošetřeného) zájmu toho minulého.

A právě proto je čas pro dlouhodobou hospodářskou politiku státu, která podpoří prostředí pro růst produktivity v nejširším slova smyslu, podnikatelské prostředí, které uvolní kreativitu firem při hledání přidané hodnoty jejich řešení a přiláká kapitál investující do naší schopnosti inovovat. A na této cestě se dopracujeme snad k dohodě, co to vlastně ta konkurenceschopnost je a co znamená pro jejich aktivitu.

Najdeme-li u této debaty shodu, že konkurenceschopnost je prostředek pro zachování vysoké životní úrovně a atraktivnosti země, pak podmínkou jejího růstu je zvyšování produktivity a přidané hodnoty řešení, které země (firmy na jejím území) nabízejí do světa. V tomto smyslu můžeme definovat konkurenceschopnost jako „stálou snahu státu a firem rozvíjet schopnost tvořit a přinášet nová řešení (inovace) pro globalizovaný svět“. A tím zvyšovat životní úroveň a přitažlivost země pro obyvatele i národní a globální kapitál.

Jestliže anglický termín „efficiency“ znamená dělat věci správně, „effectiveness“ znamená dělat správné věci (Drucker, 1954). Konkurenceschopnost a debata o ní na národní úrovni by měla definovat, co jsou ty správné věci pro tuto zemi. A tak zůstává jenom „maličkost“ – dohodnout se, co, jak a jakým způsobem správně dělat. Na úrovni státu i firem a jejich reprezentací.

Ale žádné „carpe diem“! Pokusit se učinit svět o málo lepší, než do jakého jsme se narodili, je pak možnou odpovědí na otázku, proč je toto téma vlastně důležité. Národní cíl a aspirace země, vize vlastního národa, jakýsi národní projekt o vlastní budoucnosti je o to důležitější, že by mohl přispět i k odpovědi na otázku, zda má smysl i nadále udržovat český národ. ■

TEXT: MARTIN TLAPA

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV MZV



Martin Tlapa je náměstkem ministra zahraničních věcí ČR zodpovědným za řízení sekce mimoevropských zemí, ekonomické a rozvojové spolupráce. V minulosti byl náměstkem státního tajemníka pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR a náměstkem ministra průmyslu a obchodu ČR. V rámci působení na MPO vedl tým, který připravoval exportní strategii ČR na období let 2006–2010. Významně se také podílel na tvorbě strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR. Vystudoval Vysokou školu ekonomickou, kde také příležitostně přednáší, titul MBA získal studiem na Sheffield Hallam University a Českém vysokém učení technickém.

levneELEKTRO.cz

nejoblíbenější eshop v ČR - ShopRoku2014

Máme nový eshop

Moderní responzivní design i pro mobilní zařízení a řada nových funkcí připravených právě pro Vás.



concept
česká značka elektrospotřebičů

sleva 25%

Z AKČNÍ NABÍDKY VYBÍRÁME



899 Kč

DOPRAVA
ZDARMA

EXKLUSIVNĚ U NÁS

SUŠIČKA POTRAVIN CONCEPT SO 1015L
+ bylinkové plato ZDARMA

CzechInno
www.techinno.cz

VIZIONÁŘI 2015

MÁTE LEPŠÍ? NÁPAD



HODINKY PRO WORKHOLIKY

Jděte na
www.vizionari2015.cz
a přihlašte se.

Generální odborný partner:

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽI



Hlavní odborní partneři projektu:



Odborní partneři projektu:



Mediální partneři projektu:

Libor Musil:

PŘEDAT FIRMU DĚTEM JE PŘI VŠEM PLÁNOVÁNÍ ALCHYMIIE

V PŘEDVEČER PŘEDÁVÁNÍ POMYSLNÉHO ŽEZLA LETOŠNÍM VÍTEŽŮM NEJVĚŠTÍ TUZEMSKÉ SOUTĚŽE RODINNÉHO PODNIKÁNÍ EQUA BANK – RODINNÁ FIRMA ROKU, KTEROU JIŽ POČTVRTÉ VYHLAŠUJE A ORGANIZUJE AMSP ČR, JSME POŽÁDALI O PÁR SLOV LOŇSKÉ VÍTEŽE – RODINU MUSILOVÝCH Z FIRMY LIKO-S. TA SI VLONI ODNESLA HNED DVĚ OCENĚNÍ: STALA SE HLAVNÍM VÍTEŽEM A ZÍSKALA I CENU VEŘEJNOSTI. ZA VŠECHNY ODPOVÍDALI ZAKLADATEL A GENERÁLNÍ ŘEDITEL SPOLEČNOSTI LIBOR MUSIL A JEHO SYN JAN.



Rodinný tým Musilových, zprava: Libor Musil, jeho manželka Jana, syn Jan, zeť Orrain Williams a dcera Hana Williams Musilová

S jakými pocity budete předávat pomyslnou štafetu letošnímu vítězi?

Libor Musil: Na tento okamžik už se moc těšíme, rádi poznáme další rodiny, které mají podobný osud jako my, pokusíme se od nich něco naučit a třeba jim i my můžeme svými zkušenostmi pomoci. Doufám, že pro ně bude vítězství stejným povzbuzením, jako bylo pro nás. A hlavně máme radost, že se bude opět o rodinném podnikání více mluvit a že v naší republice postupně získává respekt, který si právem zaslouží.

Jako jiné rodinné firmy určitě řešíte spoustu problémů spojených s ná-

stupnictvím. Máte pro ostatní nějaký recept, kdy je nejlepší děti do firmy zapojit a jak je motivovat?

Libor Musil: Jednotný recept neexistuje, každá rodinná firma a rodina jako taková jsou samozřejmě originálem. Když si však někdo stěžuje na děti, že neměl to štěstí, odpovídám, že iniciativa a aktivita je vždy na straně těch starších, tedy rodičů. I tak považujeme za velký dar, že se obě děti k rodinné firmě přidaly a mají chuť v tom, co jsme s manželkou vybudovali, pokračovat. Na nás rodičích je, abychom jim předali firmu, v níž se budou moci plně uplatnit a rozvíjet. Aby měly pocit, že je i jejich dílem.

Právě to je asi největší kámen úrazu. Spousta dětí se s firmou svých rodičů nedokáže ztotožnit. Argumentují tím, že mají svůj vlastní život a chtějí si vybudovat něco svého. Špatnými vzpomínkami, kdy na ně máma s tátou v začátcích podnikání neměli čas. Jak tomu bylo u vás? Vždyť jste začal pracovat v LIKO-Su hned po návratu ze střední školy v Anglii, tedy v osmnácti letech. Neměl jste někdy chuť během těch čtyř let práce v rodinném týmu zkusit něco jiného?

Jan Musil: Víte, že neměl? Mě naše firma strašně moc baví a nemám pocit, že bych se v ní nemohl rozvíjet. Cítím hrdost na to, co se rodičům podařilo vybudovat, a zároveň zodpovědnost, i vůči zaměstnancům. U nás doma se o problémech vždycky otevřeně mluvilo. Když s námi táta nemohl na dovolenou, věděli jsme přesně, co musí řešit a proč tomu tak je. To, že naši spolu podnikají a bavíme se o práci i doma, jsme se se sebou vždy brali jako normální. Těsně po návratu z Anglie jsem se chtěl rozjet do světa, možná studovat vysokou školu. Můj táta tehdy udělal to nejlepší, co mohl. Řekl mi, že když chci cestovat po světě, musím si na to vydělat. Přišel jsem s řešením, že si na cestu vydělám v naší firmě.

Libor Musil: Pamatuju si na to, jako by to bylo včera. Honza začal pracovat jako asistent v obchodním oddělení, pak dostal jako obchodník na starost severozápadní Čechy: lítal od domu

k domu a prodával, prošlapával si cestu v blátě na novostavbách. Později jsme potřebovali vyřešit odchod jednoho manažera ve výrobě, dělal tedy půl roku manažera výroby a také se toho zhostil dobře. Když jsme našli náhradu, vrátili jsme ho do obchodu. V té době se ukázala příležitost v Rakousku, takže naskočil na rakouský trh a chodil po domech v Rakousku. Tam to bylo horší než v Čechách, protože nemůžete vstoupit na pozemek a jen tak rozdávat letáky. Po roce se mu s naší podporou podařilo rakouský trh rozběhnout, i v této zkoušce tedy obstál. Poslední rok pracuje jako vedoucí exportu v naší divizi Interiéry, má na starosti marketing a vývoj produktu a hospodaří už s poměrně velkým budgetem.

A co dcera Hanka?

Libor Musil: Ta je o pět let starší než Honza, ale vrátila se k nám do Slavkova teprve před rokem po několika letech působení v USA. I s manželem, který je Američan původem z Jamajky a řídil na Floridě jeden z největších hotelů o 2500 zaměstnancích. Za ten rok prošla jednotlivými divizemi, seznámila se s provozem a nyní je pravou rukou mé

MUSÍME FIRMU UTVOŘIT

TAK, ABY PASOVALA

DĚTEM, NE NÁM.

ženy, která má ve firmě na starosti lidské zdroje a vše, co s tím souvisí. Snaží se dceru postupně do této práce zasvětit. Momentálně se Hanka učí dělat pracovní pohovory, odhadovat lidi, komunikovat s manažery a řešit problémy uvnitř týmu. Její manžel dostal logicky na starost americký trh, ale momentálně se soustředí hlavně na studium češtiny. Počítáme s ním ve firmě jako s velkou oporou. Řekl bych, že jeho čas teprve přijde.

Můžete popsat, v jaké fázi se nyní vaše pomyslné generační předávání žezla nachází, a prozradit, co vás čeká?

Libor Musil: Děti na sebe navázaly drobnější funkce a jsou na úrovni



Areál společnosti LIKO-S ve Slavkově u Brna

středního managementu, na tom se učí. Využíváme chvíle, kdy ještě nejsou zatíženy rozhodovacími pravomocemi, abychom je co nejdříve vzdělávali, příští rok bude hodně o vzdělávání. Nicméně považujeme s manželkou za důležité, aby co nejdříve dostaly plnou odpovědnost. Sám jsem začínal s podnikáním v sedmadvaceti a od čtyřadvaceti jsem byl v plném záprahu. Víím, že to, co jsem zvládl tehdy, bych už dnes nezvládl. Některé věci bych nepřekousl. Přál bych tedy i svým dětem, aby měly možnost projít etapou zkoušek a omylů co nejdříve. Ať by totiž prošly jakoukoli školou, žádná situace jim nenasimuluje pozici majitele firmy. Na to skriptá neexistují. Zvláště u firmy, která je živým mechanismem, produkuje a neustále se vyvíjí jako ta naše.

Když mluvíte o chybách, nemáte obavy, že by mohly vaši firmu ohrozit?

Libor Musil: Sám jsem se nejvíce naučil na chybách. Byl jsem několikrát pouze kousíček od krachu a víím, že právě tehdy se kalila ocel, to byly ty pravé zkoušky. Dneska máme zakázek, že nevíme, co dřív, vymýšlíme nové projekty a žijeme krásný život. Ale dovedu si představit, že děti povedou firmu a že se jim třeba nebude dařit. Proto máme my rodiče za úkol předělat její strukturu, aby odpovídala novému obsazení. Musíme ji utvořit tak, aby pasovala dětem, ne nám. Realizujeme přechod na holdingové uspořádání a nejspíš společnost rozdělíme do dvou tří menších samostatných útvarů, z hlediska bezpečnosti a odpovědnosti vůči zaměstnancům a dodavatelům. Aby jedna chyba nebo špatné rozhodnutí nepoložilo celý podnik.

Vidím, že myslíte na všechno. Co je pro vás na rodinném podnikání nejtěžší?

Jan Musil: Myslím si, že opravdu nejtěžší je vyrovnat se s tím, že můj otec je šéf, majitel, ale zároveň stále můj otec, sestra je moje kolegyně, ale stále moje sestra... Rozdělit práci a rodinu nějakým násilným řezem prostě nejde. Člověk s tím musí opravdu citlivě pracovat, neustále přemýšlet, jaké bude mít jeho rozhodnutí a chování návaznosti, co to udělá nejen ve firmě, ale i v rodině. Protože udržet vynikající vztahy v rodině chápu jako hlavní prioritu.

Libor Musil: Naprosto souhlasím, stejně tak to cítíme i my rodiče. Zároveň musím říct, že příchodem dětí do firmy se zvedla její kvalita. Možná to zní zvláště, ale je to pravda. Šlo nejen o jiný pohled – ony nám také nedají nic zadarmo, jako všechny děti se trefují do rodičů a my to musíme rozdýchávat. Učíme se kvalitněji komunikovat, dotáhnout řešení každého problému, který mezi námi vznikne, protože i ten nejmenší nesoulad přeskočí hned do rodinné polohy, a to samozřejmě nechceme. Vztahově nesmíme nic opominout, protože rodina je na prvním místě. Důležité je, abychom o všem mluvili, všechno si hned vyříkali. Abychom všichni věděli, co je před námi a co z toho pro nás každého vyplývá, společně plánovali, a přitom nebrali plány jako dogma, ale jako pružný mechanismus. Abychom se učili a rozvíjeli a ještě nás to všechny naplňovalo a bavilo. ■

S MUSILOVÝMI SI POVÍDALA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV LIKO-S



NA KUBĚ OCENÍ ZNAČKU CZECHOSLOVAKIA ANEB NÁVRAT PO ČTVRTSTOLETÍ

KUBA HLEDÁ SVÉ MÍSTO V 21. STOLETÍ. FRANCIE NAPŘÍKLAD JIŽ VYSLALA DO HAVANY DELEGACI NA NEJVYŠŠÍ ÚROVNI DOPROVÁZENOU DVĚMA STOVKAMI PODNIKATELŮ. TAKÉ MY BYCHOM NEMĚLI NOVOU EXPORTNÍ ŠANCI PROPÁSNOUT, ZVLÁŠTĚ KDYŽ MŮŽEME NAVÁZAT NA HISTORICKY DOBROU SPOLUPRÁCI.

Když loni v lednu v rozhovoru pro Alter eko vyzval generální ředitel exportní pojišťovny EGAP Jan Procházka české podnikatele, aby se víc porozhlédli po Latinské Americe, protože Čínu chtějí dobýt všichni, znělo to po desetiletích okouzlení levnými výrobky a levnou čínskou pracovní silou jako hlas zdravého rozumu.

Koncem roku 2013 se totiž vrátil z návštěvy tehdy slibně rostoucí Brazílie. Tam si mimo jiné uvedomil, že nás

v těchto končinách stále vnímají jako Czechoslovakii. Také proto se na přípravách říjnové podnikatelské mise Hospodářské komory ČR, která se připojila k náměstkovi ministra zahraničních věcí Martinu Tlapovi, vedoucímu oficiální delegace na Kubu, intenzivně podílela Česko-slovensko-kubánská smíšená hospodářská komora.

Kuba představuje v poslední době vedle Íránu velkou příležitost pro naše exportéry. „Česká republika již v minulosti

podpořila zahájení evropsko-kubánského dialogu o rozšířené spolupráci a dnes společně se zeměmi EU usilujeme o posílení spolupráce v řadě oblastí, včetně ekonomických a kulturních vztahů,” prohlásil před cestou Martin Tlapa.

Cesta do Havany si kladla za cíl oživit a povýšit vzájemné vztahy a byla příležitostí nejen k jednáním s kubánskými ministerstvy a představiteli akademické sféry, ale přítomnost podnikatelské mise



umožnila také identifikaci klíčových projektů česko-kubánské obchodní relace. V této souvislosti se uskutečnilo rovněž setkání české reprezentace s nezávislými kubánskými ekonomy a představiteli občanské společnosti.

ZACÍLENO NA ENERGETIKU, POTRAVINÁŘSTVÍ A ZDRAVOTNICTVÍ

Podle prezidenta Hospodářské komory ČR Vladimíra Dlouhého se Kuba vydala na cestu hledání nové pozice v 21. století. Vzhledem k novým příležitostem a vzájemným ekonomickým vztahům z let 1959 až 1989, kdy existovala úzká spolupráce československých a kubánských podniků, by byla škoda nových podmínek nevyužít, i když na Kubě zatím k podstatným politickým změnám nedošlo. Středoevropské ekonomiky a Čína však dokazují, že lze dosáhnout významných transformačních kroků v ekonomice rychleji než v oblasti politické a společenské.

Součástí delegace byli rovněž zástupci Ministerstva financí, aby se dohodli na výši kubánského dluhu a jeho splácení. Jedním ze způsobů jeho kapitalizace je vkládání dlužných prostředků do společných projektů, které by na ostrově realizovaly české společnosti.

Během pobytu proběhlo rovněž business forum organizované HK ČR, jednání na kubánském Ministerstvu zahraničních věcí a na Ministerstvu obchodu a investic, debata ve Středisku genetického inženýrství a biotechnologií, přednáška na ekonomické škole o hledání příležitostí v ekonomické diplomacii a v neposlední řadě setkání s tamějšími podnikateli.

Naše Ministerstvo zahraničních věcí vytypovalo několik sektorů s největším potenciálem spolupráce. Mezi tři hlavní patří zemědělství a potravinářství (Kuba dováží 80% potravin), energetika a s ní spojené služby, modernizace energetických zařízení a zdravotnictví. Linet jako světová značka je na Kubě již přítomen a uvažuje se, že by se mohl stát vůdčím subjektem skupiny dodavatelů z odvětví zdravotnictví a zdravotnické techniky.

RIZIKO? EGAP NABÍZÍ POMOC

Podle Vladimíra Dlouhého tvořily delegaci především podnikatelské subjekty, které na tradici nenavazují. Výjimku tvoří třeba společnosti Wikov Industry, Full Medical Services, Vítkovice Machinery Group, zmíněný Linet a subjekty z oblasti biotechnologií a cestovního ruchu.

Kuba a Írán představují pro české exportéry velkou šanci. V případě pojišťování exportu na Kubu uplatňuje EGAP specifický režim, kdy se stále ještě řeší staré pohledávky a nové pojištění se poskytuje v návaznosti na splácení starých dluhů. „V rámci tohoto režimu nicméně EGAP v posledních čtyřech letech pojistil český export za 24 milionů eur, tedy téměř 650 milionů korun. Tento vývoz směřoval především do odvětví energetiky a dodávek zemědělských produktů, zejména do vývozu pšenice, sladu a chmele,“ shrnul dosavadní pomoc českým exportérům Jan Procházka a nabídl jim další podporu při ošetřování potenciálních rizik na staronovém exportním teritoriu. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: SHUTTERSTOCK

PRO VŠECHNY, KTEŘÍ PODNIKAJÍ A MYSLÍ I NA DRUHÉ

Antonín Neubauer se již od roku 1993 věnuje dělení materiálů vodním paprskem. Vedle podnikání podporuje řadu společensky prospěšných a charitativních spolků v okolí Nového Města na Moravě.

Kromě titulu MAKRO Dobrý podnikatel získal i hlavní cenu – 100 000 korun v hotovosti.

Představujeme
Vám vítěze, jímž
se stal pan Antonín
Neubauer!



MAKRO DOBRÝ PODNIKATEL 2015

vy & makro

Antonín Neubauer:

ZÁKLADEM ÚSPĚŠNÉHO PODNIKÁNÍ JSOU SPOKOJENÍ ZAMĚSTNANCI

DRUHÝ ROČNÍK SOUTĚŽE MAKRO DOBRÝ PODNIKATEL VYHRÁL ANTONÍN NEUBAUER Z NOVÉHO MĚSTA NA MORAVĚ. VÍCE NEŽ DVACET LET SE VĚNUJE DĚLENÍ MATERIÁLŮ VODNÍM PAPSKEM. KROMĚ SVÉHO ÚSPĚŠNÉHO PODNIKÁNÍ PODPORUJE ŘADU AKTIVIT A CHARITATIVNÍCH PROJEKTŮ VE SVÉM OKOLÍ. NA SLAVNOSTNÍM VYHLÁŠENÍ VÝSLEDKŮ A PŘEDÁNÍ CEN JSME MU POLOŽILI NĚKOLIK OTÁZEK.



Antonín Neubauer převzal hlavní cenu 100 000 korun z rukou šéfa české pobočky Makro Guillaumea Chêna (vpravo)

Co jste se rozhodl podpořit?

Zajímáme se o své okolí dlouhá léta. Společenské, kulturní, sportovní i charitativní dění je pro nás důležité. Již několik let sponzorujeme waldorfské hnutí ve Žďáru nad Sázavou, hospic v Novém Městě na Moravě, antroposofické vzdělávání, sportovní oddíly i školy.

Jak máte v plánu využít výhru?

Výhru rozdělím mezi své pravidelné sponzorské aktivity, možná i přidám nějaké další. Přesný plán ještě nemám, vítězství mě velmi překvapilo. Když jsem viděl příběhy ostatních podnikatelů a jejich společenskou odpovědnost, říkal jsem si, že nemám šanci. ■

ZDROJ: MAKRO

Co je pro vás základem úspěšného podnikání?

Opravdu velký důraz kladu na ohodnocení svých zaměstnanců. Snažím se udržet výši jejich mezd a zároveň jim dopřát něco navíc. Důležitý je pro nás i přístup ke kvalitě našich služeb, výrobků a celkový přístup k zákazníkovi. Vždy se snažíme dodržet co nejkratší možné termíny a nízké ceny, díky nimž si dokážeme zachovat silnou pozici na trhu.

Mimořádně nízká fluktuace zajišťuje stabilitu naší firmy i vysokou míru profesionality. Při oslavě výročí 15. a 20. roku

podnikání jsme strávili společně týden v Benátkách a na Krétě. Pomáhá to udržet přátelskou atmosféru ve firmě.

Jak jste začínal podnikat?

Když jsem se v roce 1993 stal spoluzakladatelem naší společnosti, měli jsme již zkušenosti s řezáním materiálů vodním papskem. Dokážeme rozdělit sklo, dlažbu, lehké slitiny, ocel, plast i měkké materiály. Je to mnohdy nenahraditelná technologie, díky níž se můžeme těšit prakticky trvalému přísunu zakázek.

MAKRO DOBRÝ PODNIKATEL

Soutěž, kde již druhým rokem AMSP ČR zasedá v porotě, je určena pro malé a střední podnikatele s méně než třiceti zaměstnanci, kteří jsou aktivní alespoň dva roky. Široká veřejnost svými hlasy vybrala držitele Ceny veřejnosti, odborná porota pak rozhodla o vítězi hlavní ceny ve výši 100 000 korun a titulu Makro Dobrý podnikatel 2015. www.dobrypodnikatel.cz



A RCHIV NENAFOUKNETE, ALE... POJÍZDNÉ REGÁLY UMOŽŇUJÍ SKLADOVAT AŽ O TŘETINU VÍCE

FIRMA, KTERÁ DOBRĚ NASLOUCHÁ PŘÁNÍM TRHU, DOKÁŽE SVÉ PORTFOLIO SPRÁVNĚ USMĚRNIT, ROZŠÍŘIT ČI JINAK PŘIZPŮBIT A INOVOVAT. DOMÉNOU CHRUDIMSKÉ SPOLEČNOSTI PROMAN JE KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ SKLADŮ, A TO PŘEDEVŠÍM SKLADŮ PRO PRŮMYSL, OBCHODNÍ ŘETĚZCE NEBO LOGISTICKÁ CENTRA. OBJEVILI SE VŠAK TAKÉ ZÁKAZNÍCI, KTEŘÍ POTŘEBOVALI REGÁLY PRO ARCHIVY, MUZEA NEBO KNIHOVNY.

„V těchto případech jsou řešením pojízdné policové regály,“ říká společník firmy Pavel Čížek. „Dnes už je sami vyrábíme, a dokážeme tak vytvořit vše doslova na míru. Každoročně vybavíme těmito regály prostory u přibližně padesáti zákazníků.“

Pojízdné regály navýší objem úložných prostor až dvojnásobně oproti regálům pevným. Stěžejním parametrem je však nosnost podlah. Pokud mají pojízdné regály zaplnit jedno či více pater budovy, jsou nezbytné statické výpočty.

NEJEN ŠANONY, ALE I KROJE A SKLENICE

Pojízdné policové regály nacházejí uplatnění především tam, kde je

potřeba uchovávat spisy. S postupným prodlužováním skartačních lhůt nabývají evidence a archivy všech úřadů na objemu. Využijí je také muzea, soudy, nemocnice, úřady nebo knihovny. Speciálně v muzeích mohou být regály opatřeny mnoha doplňky, které umožňují ukládání nejrůznějších předmětů.

„Navrhovali jsme a vyráběli například regály pro uskladnění obrazů, sklenic, odznaků, zbraní, map a mnoha dalších věcí,“ doplňuje Pavel Čížek. „Zajímavé bylo například vybavování pojízdných regálů tyčemi pro zavěšení krojů. Většinu těchto zakázek už od samého začátku připravujeme přesně podle toho, co se bude v regálech skladovat a kdo bude mít k jednotlivým regálům přístup.“

ZAMČENÝ, NEBO ODEMČENÝ? VŽDY BEZPEČNÝ

Řada regálů stojících za sebou může být opatřena posuvnými dveřmi; regály tak lze snadno uzavřít. Vznikne blok skříní, ve kterých je uložený materiál zabezpečený. Je možné také vytvořit oddělené bloky regálů a každý zvlášť uzamknout pro přístup omezeného okruhu uživatelů.

Pro uživatele jsou pojízdné regály naprosto bezpečné. Umožňují například zablokovat každý podvozek proti samovolnému pohybu. Pokud je v uličce mezi regály jedna nebo více osob, je jejich bezpečnost několikanásobně chráněna.

Ani nepozornost jiné osoby a snaha vytvořit uličku jinde nemůže způsobit zranění. Mechanický bezpečnostní systém zamezí vzniku jakéhokoliv nebezpečného tlaku.

Mezera, která vzniká mezi jednotlivými řadami, je opatřena gumovými nárazníky. Pokud je však potřeba uložit nějaké předměty bezprašně, přidává se po celém obvodu ještě speciální gumový profil nebo kartáčky.

Nové regály zpravidla přicházejí na řadu v momentě, kdy už původní řešení nedokáže nabídnout dostatek skladovací kapacity nebo nevyhovuje bezpečnostním předpisům, často jsou také součástí rekonstrukce budovy či modernizace interiéru. Je velmi důležité, aby v plánu rekonstrukce nebo modernizace figurovala montáž regálů až na posledním místě. Jakmile je takový regál smontován, jen stěží by se v místnosti daly provádět další práce, jako například malování, instalace osvětlení, klimatizace a podobně.

NA MÍRU PROSTORU I UKLÁDANÝM VĚCEM

„Díky tomu, že si podvozky vyrábíme sami na základě vlastní dokumentace, dokážeme zareagovat na každý, i nestandardní požadavek zákazníka,“ vysvětluje Pavel Čížek. „Nejsme limitováni moduly, vše dokážeme přizpůsobit a najít dobré řešení. Bereme v úvahu, co chce zákazník ukládat, jaké jsou

rozměry těchto předmětů, jaká je jejich hmotnost a mnoho dalších detailů. Důkladně ověřujeme také přístupovou cestu do objektu, abychom naplánovali, jak budeme hotové regály stěhovat. Po podepsání smlouvy trvá přibližně 6 až 8 týdnů, než vše vyrobíme a na místě smontujeme.“

Zajímavým příkladem větší zakázky byla dodávka pojízdných regálů pro tři objekty Vojenského historického ústavu v Lešanech. Firma Proman zde figurovala jako subdodavatel stavební firmy a vyrobila celkem 240 pojízdných regálů s různými speciálními doplňky, především speciálními úchyty a zásuvkami. Některé regály jsou uzamykatelné. Kolečky byly zabetonovány do podlahy hned při stavbě objektů. Poté, co se vnitřky budov dokončily, přišla na řadu montáž regálů.

Mezi klasické reference firmy Proman patří například návrh, výroba a montáž pojízdných regálů pro Městskou knihovnu v Pardubicích. Ta se nachází v historické budově na Pernštýnském náměstí v samém centru města. Depozitáře knihovny zabírají tři patra. Ani po téměř deseti letech od realizace této zakázky nezaznamenal Proman jedinou závadu nebo poškození.

Pokud se však přesto u některého zákazníka závada objeví nebo dojde k poškození některého dílu, přichází na řadu servis, který je díky vlastnímu skladu náhradních dílů rychlý a velmi flexibilní.

Proman s.r.o.

Česká firma se sídlem v Chrudimi vznikla v roce 1994 a je dodavatelem komplexních řešení skladů, od návrhu až po realizaci a servis. Její regálové systémy nacházejí uplatnění ve velkoskladech, ve všech odvětvích průmyslu, v bankovním sektoru, ve správních organizacích i u drobných podnikatelů.

Firma postupně založila pobočky také na Slovensku, v Chorvatsku, Bulharsku, Rumunsku a rovněž v Maďarsku, stále prodejce má v Srbsku, Polsku, na Ukrajině a ve Slovinsku.

Své aktivity provozuje v celkem dvaceti zemích. Nyní například uskutečňuje zakázku pro firmu Lidl na Slovensku a v Chorvatsku, do Německa a Francie dodává plošiny. Pro korejského výrobce automobilů dokončila zakázku na Slovensku a v Polsku.

Pro menší zákazníky vybudovala také úspěšný e-shop.

„Naším krédem je chovat se vůči klientům od začátku až do konce poctivě. Důkazem kvality našich výrobků jsou pro nás zákazníci, kteří se vracejí,“ uzavírá Pavel Čížek. ■

TEXT: VLASTA PISKAČOVÁ
FOTO: ARCHIV PROMAN



ZÁVAZEK JE PRÁVNÍM POUTEM VÍTE OPRAVDU, S KÝM JSTE VE SMLUVNÍM VZTAHU?

V LOŇSKÉM ROCE JSME SE V NAŠEM ČLÁNKU O SMLOUVÁCH PO NOVOU ANEB UZAVŘETE SMLOUVU A NEMUSÍTE SI TOHO ANI VŠIMNOUT (TRADE NEWS č. 2/2014) RÁMCOVĚ VĚNOVALI NEJPODSTATNĚJŠÍM ZMĚNÁM V OBLASTI SMLUVNÍHO PRÁVA VYPLÝVAJÍCÍM Z NOVÉHO OBČANSKÉHO ZÁKONÍKU (NOZ).

NA NĚKTERÉ DŮLEŽITÉ NOVINKY NÁM NEZBYL PROSTOR, PROTO SE K TOMUTO TÉMATU VRACÍME. TENTOKRÁT SE ZAMĚŘUJEME NA ZMĚNY ZÁVAZKŮ.

Na úvod je vhodné vysvětlit, že NOZ pojímá závazek jako právní pouto mezi věřitelem a dlužníkem, z něhož má věřitel vůči dlužníkovi právo na určité plnění (pohledávku) a dlužník má povinnost toto právo splněním dluhu uspokojit. Závazkem je tedy celý závazkový vztah mezi věřitelem a dlužníkem, dluh jako součást závazku je tím, co má dlužník plnit věřiteli. NOZ odlišuje pojem „závazek“ od pojmu „dluh“, ale i od pojmu „smlouva“. Smlouva je právním jednáním, které závazek mezi věřitelem a dlužníkem vytváří. Život či podnikání nezřídka přináší potřebu řešit změny závazků.

POSTOUPENÍ SMLOUVY

V praxi občas dochází k situaci, že některá ze smluvních stran má záměr, aby ji v dalším plnění smlouvy nahradil někdo jiný, a aby tedy ve smluvním vztahu stávající smluvní strana již nefigurovala. Dříve se takové situace řešily dohodou zpravidla kombinující převod práv (postoupení pohledávek) a závazků (dřívější právní úpravou chápaných i jako povinností dlužníka) na třetí subjekt jako nového účastníka smlouvy, neboť právní úprava chyběla. NOZ tuto situaci řeší novým institutem – postoupením smlouvy.

Postoupení smlouvy je tedy případ, kdy některá strana stávající smlouvy převádí svá práva i povinnosti ze smlouvy na třetí osobu. Druhá (tzv. postoupená) smluvní strana však musí s postoupením souhlasit. Souhlas může

udělit i předem prohlášením zahrnutým do textu smlouvy již při jejím uzavření. Postoupit nelze smlouvu, ohledně které již bylo zcela splněno (při trvajícím či pravidelně se opakujícím plnění lze smlouvu postoupit jen s účinky k tomu, co ještě nebylo splněno).

Zahrnutí úpravy postoupení smlouvy do NOZ je určité pro praxi přínosem, dvě věci jsou však zarážející, respektive mohou představovat problémy. První z nich je možnost vtělit do smlouvy ujednání, že smlouva se uzavírá tzv. na řad některé ze smluvních stran (nebo ujednání podobného významu). V tomto případě pak taková strana může postoupit smlouvu rubopisem, tzn. jednostranným písemným prohlášením připojeným na zadní straně smlouvy. Protože NOZ stanoví, že ohledně rubopisu platí právní předpisy o směnkách, lze zřejmě připustit i užití tzv. blankoindosamentu. V tomto případě v rubopisu vůbec nebude uvedeno, na koho se smlouva postupuje, a postupník se stane smluvní stranou tím, že se mu smlouva jen předá. Postupník potom může zvážit, zda se v rubopisu sám vyplní nebo postoupí smlouvu (pouhým předáním) další

osobě. Tímto způsobem dojde k anonymizaci smluvních stran. Úprava je některými odborníky kritizována jako ideální nástroj korupce či účetních a daňových machinací, zahrnutý do NOZ paradoxně v době vládního boje za transparentnost (zejm. např. ve formě zrušení anonymních akcií).

Druhý problém představuje nevhodně řešená úprava osvobození postupitele od jeho povinností, resp. prolomení tohoto osvobození postoupenou stranou. Okamžikem účinnosti postoupení smlouvy vůči postoupené straně (tzn. vůči druhé smluvní straně) se postupitel (tzn. převádějící strana) osvobozuje od svých povinností v rozsahu postoupení. Postupitel přestává být stranou smlouvy a již nemusí plnit povinnosti pro něj ze smlouvy vyplývající. Tomuto následku může postoupená strana zabránit prohlášením vůči postupiteli, že jeho osvobození odmítá. Zásadní potíž tkví v tom, že postoupená strana tak může učinit ještě do 15 dnů ode dne, kdy se dozvěděla nebo musela zjistit, že postupník (tzn. nový účastník smlouvy) neplnil. Nevyloučí-li se aplikace tohoto pravidla dohodou všech stran, bude postupitel až do zániku závazku (a to u dlouhodobých smluv i třeba několik dalších let) v nejistotě, zda nebude povinen plnit místo postupníka. Řešením by bylo stanovit v NOZ počátek běhu lhůty pro učinění prohlášení postoupené strany o odmítnutí osvobození již ode dne účinnosti postoupení, postupitel by se tak v relativně krátké době dozvěděl, zda je od svých povinností definitivně

Současná úprava postoupení smlouvy staví postupitele do nejistoty, že třeba i za několik let po postoupení smlouvy může být vyzván k plnění.



osvobozen či nikoliv. Takové řešení by však muselo přijít s novelou NOZ.

PŘEVZETÍ MAJETKU

Další důležitou novinkou vyplývající z NOZ je právní úprava převzetí majetku. NOZ stanoví, že převezme-li někdo od zcizitele veškerý majetek nebo jeho poměrně určenou část, stává se společně a nerozdílně se zcizitelem dlužníkem z dluhů, které s převzatým majetkem souvisí a o nichž nabyvatel při uzavření smlouvy věděl nebo musel vědět. Nabyvatel však není povinen plnit více, než kolik činí hodnota majetku, jež takto nabyl. Jedná-li se však o převod majetku na osobu blízkou (např. na děti, rodiče či sourozence), stává se nabyvatel solidárním dlužníkem bez omezení, ledaže prokáže, že o určitém dluhu nevěděl ani vědět nemusel.

Shora uvedená úprava se aplikuje nejen v případě, že převod „veškerého“ majetku ze smlouvy výslovně vyplývá (smlouva je takto formulována), ale i v případě, že smlouva o této skutečnosti mlčí. Rozhodující je tedy faktický stav majetku na straně zcizitele, a úprava tak bude použitelná např. i na převod jedné nemovité věci, pokud převodce kromě ní již žádný majetek nemá nebo má majetek jen zanedbatelné hodnoty. Úprava se aplikuje bez ohledu na protiplnění (tzn. i na kupní smlouvu, na základě níž převodci náleží kupní cena).

POSTOUPENÍ POHLEDÁVKY

Smlouvou o postoupení pohledávky věřitel postupuje (za úplatu či bezúplatně)

svou určitou celou pohledávku (např. z uzavřené smlouvy) nebo její část jiné osobě (postupníkovi). Na rozdíl od postoupení smlouvy se nejedná o institut nový. Postoupením pohledávky dochází ke změně v osobě věřitele (osoby, jež má vůči dlužníkovi právo na plnění).

Je vhodné vzít na zřetel změnu právní úpravy ve vztahu k ručení postupitele (převodce pohledávky) za dobytost pohledávky. Pokud si strany ve smlouvě o postoupení pohledávky za úplatu neujednají něco jiného, bude postupitel automaticky ručit za dobytost pohledávky. Podle staré právní úpravy byl právní režim ručení obrácený, ke vzniku ručení bylo třeba výslovné dohody smluvních stran, a automaticky k němu tedy nedošlo.

PŘEVZETÍ DLUHU

Stejně jako u postoupení pohledávky se ani v tomto případě nejedná o nový právní institut. Převzetím dluhu dochází pouze ke změně v osobě dlužníka. K převzetí dluhu musí dát věřitel souhlas.

Významnou novinku však představuje ustanovení NOZ, podle něhož přejde-li na nabyvatele při převodu vlastnického práva k věci zapsané ve veřejném seznamu i zapsané zástavní právo nebo jiná jistota váznoucí na věci, nastupuje vyvratitelná domněnka, že na nabyvatele přešel i dluh zajištěný jistotou. Může se tedy např. jednat o převod nemovité věci zatížené zástavním právem zapsaným v katastru nemovitostí, neboť převodem nemovité věci zástavní právo nezaniká a zatěžuje ji nadále. V tomto

NOZ zcela obrátil právní režim ručení postupitele pohledávky. Je-li pohledávka postupována za úplatu a neujednají-li strany něco jiného, ručí postupitel automaticky za dobytost pohledávky.

případě se bude mít za to, že na nabyvatele nemovité věci přešel i dluh zajištěný zástavním právem (např. dluh ze smlouvy o úvěru). Přestože i v tomto případě musí dát věřitel k převzetí dluhu souhlas, lze z hlediska ochrany nabyvatele doporučit vtělit do smlouvy ujednání vylučující přechod dluhu zajištěného zástavním právem na nabyvatele. Pokud by totiž věřitel nabyvatele nemovité věci jako nového dlužníka nepřijal, nabyvatel věřiteli nic dlužit nebude (věřiteli vůči nabyvateli žádné přímé právo na plnění nevznikne), ale nabyvatel bude mít vůči dlužníkovi (převodci nemovité věci) povinnost zařídit, aby dlužník nemusel věřiteli plnit. ■

TEXT: PETR KVAPIL

FOTO: MAREK JENŠÍK A SHUTTERSTOCK



Mgr. Petr Kvapil je advokátem a partnerem advokátní kanceláře KVAPIL & ŠULC sídlící v Praze

Pomozte zajistit dětem lepší budoucnost

UNICEF již 66 let zachraňuje životy dětí. Vše, co děláme, je zaměřeno na dosažení pozitivních změn v jejich životech – konkrétní programy pomoci dětem rozvíjíme ve více než 190 zemích a oblastech světa. Miliony dětí chráníme před různými formami násilí a vykořisťování, milionům dětí poskytujeme vzdělání, zdravotní péči a výživu.

Tradice, zkušenosti, dobré jméno – to vše přispívá k celosvětové autoritě naší organizace. Zavázali jsme se prosazovat všude ve světě základní práva dětí na přežití a optimální rozvoj, dát jim budoucnost plnou života.

KLÍČOVÉ PRIORITY NAŠÍ PRÁCE:

- přežití a rozvoj malých dětí
- základní vzdělání a rovnost pohlaví
- ochrana dětí
- obhajoba dětských práv
- HIV/AIDS a děti

UNICEF je jedinou organizací OSN, jejíž činnost není financována z rozpočtu OSN, ale výhradně z dobrovolných příspěvků. Největší část pomoci je poskytována dětem žijícím v krizových oblastech a v chudých zemích s vysokou dětskou úmrtností.

S POMOCÍ NAŠICH PŘÍZIVCŮ JSME V UPLYNULÉM ROCE NAPŘÍKLAD MOHLI ZAJISTIT:

- v Nigérii léčbu 224 000 těžce podvyživených dětí ve věku do 5 let,
- 6 milionům obyvatel Súdánu, většinou dětí, přístup k základní zdravotní péči,
- dodávky potravin, pitné vody, nouzových přístřeší a hygienických zařízení pro téměř 3 miliony Pákistánců žijících v oblastech postižených katastrofálními záplavami.

JAK MŮŽETE POMOCI:

- Nákupem blahopřání a dárkového zboží UNICEF
- Nákupem certifikátu Dárků pro život
- Pravidelným měsíčním příspěvkem jako Přítel dětí UNICEF
- Adopcí panenky z projektu „Adoptuj panenku a zachrániš dítě“

Více informací o možnostech podpory a programech UNICEF naleznete na www.unicef.cz.

Děkujeme!

www.unicef.cz

unicef 



HON NA KANDIDÁTY KVALITU JEN BENEFITEM NEZÍSKÁŠ

FIRMY SE DNES PŘETAHÚJÍ O KVALITNÍ PRACOVNÍKY. JEJICH NEDOSTATEK VEDE I K TOMU, ŽE JE ZAČÍNÁJÍ LÁKAT NA NEJRŮZNĚJŠÍ BENEFITY. JESTLIŽE ALE ZÍSKÁTE KANDIDÁTA A POSLÉZE TAKÉ ZAMĚŠTNANCE POUZE NEBO HLAVNĚ DÍKY NABÍDNUTÉMU BENEFITU, CO MŮŽETE ČEKAT, ŽE SE STANE, AŽ BENEFITY NEBUDETE MOCI NAVYŠOVAT, NEBO KDYŽ PŘIJDE NĚKDO JINÝ A NABÍDNE JEŠTĚ NĚCO NAVÍC? JE PRAVDĚPODOBNÉ, ŽE SE Z VAŠEHO ZAMĚŠTNANCE STANE KANDIDÁT A POZDĚJI MOŽNÁ ZAMĚŠTNANEC JINÉ FIRMY. JAK TEDY PŘILÁKAT VÍCE TĚCH, KTEŘÍ BUDOU LOAJÁLNĚJŠÍ?

JAK ZÍSKAT NOVÉ A UDRŽET TY, CO MÁME

Existuje jistá škála motivace a v její spodní části můžeme najít ty, kteří v zásadě hledají práci hlavně proto, aby „jim bylo pomůženo“. To znamená, že je pro ně prioritní, co získají, co jim práce přináší (peníze, benefity, osobní výhody apod.). Na tom, že chce někdo za práci peníze, není nic špatného, ale pokud je to jediná věc, která jej motivuje k práci, je to trochu smutné. Loajalita tohoto člověka zpravidla odpovídá jeho platu a tím je také omezená. Chtít něco navíc nebo s ním počítat v těžkých časech moc nemůžete.

V horní části škály jsou lidé, pro které je kromě platu důležitá konkrétní práce. Motivuje je práce samotná a není to typ lidí, kteří považují za největší životní vítězství získat úžasné placené místo, kde nebudou nic dělat. Zajímají se o práci, protože „chtějí pomáhat“. Pokud se taková osoba navíc ztotožní s účelem firmy, můžete získat vysoce loajálního zaměstnance, který bude sám sebe vnímat jako součást firmy v dobrých i složitých časech.

Velmi často se setkávám s tím, že právě účel společnosti je něco opomíjeného, neznámého, zapomenutého. Přitom je to základní věc, která podmiňuje existenci firmy. Je to základní myšlenka a důvod, proč je na trhu, proč přežívá. Základní účel není cíl, není to ani motto nebo marketingový slogan, který pomáhá propagovat. Je to v zásadě velmi jednoduchý popis toho, co společnost

vytváří hodnotného, komu a jak to pomáhá nebo prospívá. Je důležité formulovat jej tak, aby takový účel mohl pochopit i někdo, kdo o naší firmě nic neví.

JAKÉ EFEKTY PŘINÁŠÍ ZVEŘEJNĚNÍ ÚČELU FIRMY?

Definování a zveřejnění účelu má několik pozitivních efektů. Jsou to tyto:

1 Definování účelu má přijít od nejvyššího vedení společnosti a díky tomu si vedení opět po letech uvědomí, proč vlastně dělá svou práci.

2 Zveřejnění účelu stávajícímu týmu je ten nejlepší způsob, jak ty vysoce motivované lidi ujistit o tom, že tady jsou na správném místě. Pracovitě a loajální zaměstnanci chtějí všude, a pokud chcete předejít tomu, že vám je bude někdo přetahovat, dejte si záležet na tom, aby každý znal účel společnosti a mohl se s ním ztotožnit.

3 Pokud uvedete základní účel společnosti ve známost, můžete si všimnout, že schopnost spolupráce mezi jednotlivci se zlepšuje. Společný účel je víc než příkaz nebo osobní zájem. Žabomyši války jsou pryč, pokud kromě cílů jsou definovány a zveřejňovány také účely.

4 Při najímání v rámci představování společnosti sdělte uchazeči účel společnosti a pozorujte, zda jeho zájem vzrostl. Může se stát, že úplně „ožije“ a bude se opravdu zajímat o práci. Nebo také zjistíte, že účel přejde stejně, jako

byste řekli „chleba s máslem“. Zájem či nezájem kandidáta o váš účel vám může pomoci vybrat toho správného.

5 Pokud namísto marketingových sloganů budete schopni komunikovat veřejnosti základní účel a například také předložit důkazy o jeho naplnění, tedy kdy a jak jste opravdu pomohli a byli prospěšní, máte větší možnost získat pro sebe ty nejlepší pracovníky. A nejen ty. Veřejnost tvoří také vaši stávající i potenciální zákazníci, i ty tak ujistíte, že spolupracovat právě s vámi je správná věc.

SHRNUTÍ:

Pro motivování stávajících zaměstnanců a také přilákání těch nových využijte sílu základního účelu vaší společnosti. Dejte si s tím práci a odměnou vám bude vysoká loajalita. Myslete ve velkém, a přesto jej definujte co nejjednodušeji. Připomínejte účel tak často, jak je to jen možné, a buďte přitom kreativní a nápadití. ■

TEXT: LUCIE SPÁČILOVÁ
FOTO: ARCHIV PERFORMIA



Lucie Spáčilová je výkonnou ředitelkou společnosti Performia Česká republika, má dlouholeté zkušenosti v oblasti personalistiky, zároveň také vede

klíčové semináře a přednáší na téma výběru a hodnocení zaměstnanců.

www.performia.cz

FIREMNÍ NOVOROČENKY KONTA BARIÉRY

můžou pomoci komukoliv...



K|o|n|t|o|B|a|r|i|é|r|y

Více informací o nabídce tištěných a elektronických novoročních přání pro firmy a úřady na www.antipol.cz nebo na tel.: 224 214 452 (Konto Bariéry) a 777 970 818 (Antipol Brno)

ECVET MŮŽE ZLEPŠIT VZDĚLÁVÁNÍ V TECHNICKÝCH OBORECH

PODPORA TECHNICKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ JE MOMENTÁLNĚ TĚMATEM, KTERÉ SE SKLOŇUJE VELMI ČASTO, A TO NEJEN V SOUVISLOSTI S ROKEM PRŮMYSLU A TECHNICKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ. EXISTUJÍ ALE NĚJAKÉ EVROPSKÉ NÁSTROJE, KTERÉ MOHOU POMOCI ZLEPŠIT SITUACI TECHNICKÝCH OBORŮ A UPLATNITELNOST JEJICH ABSOLVENTŮ?

Vzhledem k tomu, že zaměstnavatelé a jejich asociace dlouhodobě upozorňují na strukturální nedostatek absolventů v určitých oborech (strojírenství, elektrotechnika, doprava, IT a další), je logický jejich požadavek, aby žáci středních odborných škol a učilišť svou praktickou část vzdělávání realizovali ve skutečném pracovním prostředí, ne pouze na školních „trenažérech“. K tomu je třeba ještě mnohé ve školském i firemním systému upravit, aby se vzájemná spolupráce a výměna staly běžnou realitou. V první řadě je třeba motivovat zaměstnavatele, aby si žáky brali na svá pracoviště, a školy, aby je na praxe v podnicích uvolňovaly. Také je potřeba dát oficiální rámec tomu, když se žák s firmou dohodnou na realizaci praktického vyučování a firma bude případně ochotna poskytovat žákovi motivační příspěvek, pokud bude ochoten po ukončení studia do firmy nastoupit.

V neposlední řadě je třeba zajistit, aby žáci při praxi ve firmách v ČR i v zahraničí vykonávali takové činnosti, které jsou součástí jejich vzdělávacího programu, nikoli aby obrazně řečeno čtrnáct dnů „zametalí dvůr“. Je pozitivní, že v nabídce evropských nástrojů na podporu mobility žáků i zaměstnanců (namátkou jmenujme Europass, ECVET, EQAVET, program Erasmus+) můžeme

nalézt takové, které nám v této věci mohou pomoci.

Konkrétně jde o zmíněný ECVET, což je zkratka pro Evropský systém přenosu kreditů v odborném vzdělávání. Je podobný vysokoškolskému systému kreditů, který už 25 let zajišťuje možnost absolvovat část vzdělávání na zahraniční univerzitě, aniž by student poté musel vzdělávání opakovat. ECVET byl přijat v roce 2009 jako obdobný nástroj na podporu mobility žáků středních odborných škol. Systém je postaven na vzájemné důvěře vysílající a přijímající organizace, která na konci pobytu přezkouší žáka z dohodnutých dovedností, které se měl naučit, a jeho mateřská škola toto hodnocení akceptuje.

Odborníci v diskuzích o zavedení systému ECVET u nás došli k závěru, že tento systém může významně podpořit kvalitu praxí v reálném pracovním prostředí firem. Nyní je třeba nalézt jasné postupy, jak tento systém adaptovat na „národní mobilitu“. K tomu účelu lze využít popisu odborných dovedností ze Školního vzdělávacího programu, nebo ještě lépe popisu z Národní soustavy kvalifikací. Tak lze vytvořit malé balíčky, „jednotky výsledků učení“, třeba o rozsahu dvou týdnů, na nichž se pak škola a firma dohodnou, že se je žák v praxi



naučí. Zdá se, že toto může být dobrý nástroj, jak zajistit, aby žáci na praxích ve firmách vykonávali ty činnosti, které pro své studium potřebují, a nejen nějaké pomocné práce.

Podrobnější informace:
www.naeramusplus.cz/cz/reformy-a-systemy-vzdelavani-ecvet/

TEXT: MILOŠ RATHOUSKÝ
 FOTO: ARCHIV DZS

MILOŠ RATHOUSKÝ JE ČLEMEM NÁRODNÍHO TÝMU ECVET
 EXPERTŮ DOMU ZAHRANIČNÍ SPOLUPRÁCE



Za obsah sdělení odpovídá výlučně autor. Sdělení nereprezentuje názory Evropské komise a Evropská komise neodpovídá za použití informací, jež jsou jeho obsahem. Spolufinancováno z programu Evropské unie Erasmus+ a z Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy.



Richard Hindls:

TRADE NEWS PŘINÁŠÍ KVALITU A NADHLED

„Hospodářský svět se neobejde bez kvalitních informací. Ale informace samotné ještě zdaleka nevytváří kulturu podnikání, kulturu obchodních vztahů, kulturu tohoto dnešního hospodářského světa. Tu dotváří až přítomnost jistého nadhledu a širšího vnímání světa hospodářství. A právě takováto sdělení a nadhled vnáší do tohoto světa svou odborností TRADE NEWS. Proto mu přeji hodně čtenářů, kteří se chtějí něco dozvědět, a i nadále spoustu stejně kvalitních textů ze světa hospodářství jako doposud.“

Prof. Ing. Richard Hindls, CSc., dr. h. c., je významným českým statistikem a ekonomem. V letech 2006–2014 působil jako rektor VŠE v Praze, v současnosti je vedoucím katedry statistiky a pravděpodobnosti VŠE. Je členem mnoha odborných grémií v ČR i zahraničí a na svém kontě má bohatou publikační činnost.



Johanna Pauly:

KVALITNÍ ČASOPIS JE RADOST VZÍT DO RUKY

„Setkání s kvalitním zdrojem informací je vždy nejen přínosné, ale i osvěžující. Právě takovou prvotřídní kvalitu představuje TRADE NEWS, který je radost vzít do ruky a ponořit se do jeho obsahu. Přitahuje nejen svým pěkným grafickým zpracováním, ale především zajímavě strukturovanými autorovými články a rozhovory, zaměřenými na jednotlivé země a oblasti.

Je znát, že redakce připravuje tento časopis s entuziasmem, a proto je výsledek její práce přínosem nejen pro mnoho podnikatelů a firem, ale také pro další zájemce o hodnotné poznatky ze světa, a to nejen byznysu.“

Johanna Pauly je historička a teoretička průmyslového designu, dlouholetá vedoucí kurátorka oddělení průmyslového designu Národního technického muzea v Praze. Přednáší o dějinách designu na školách a symposiích a je autorkou koncepce výstav a expozic designu v NTM a řady odborných publikací. V současné době stále učí na Fakultě umění a architektury v Liberci.



Sylva Daničková:

TRADE NEWS JE OKNEM DO SVĚTA OBCHODU A PODNIKÁNÍ

„Ačkoli svět obchodu a podnikání není světem mně vlastním, jen zpozdválí ho sleduji a málo o něm vím, zjistila jsem nad TRADE NEWS s údivem, že je osídlen lidmi, s nimiž bychom rychle našli společnou řeč a s nimiž bych si rozuměla v mnoha otázkách lidského bytí ve 21. století stejně, jako si rozumím s přáteli ze světa umění nebo vědy.

TRADE NEWS pro mne bylo oknem, kterým jsem poprvé blíže nahlédla někam, kde stojí za to projít se i pobýt. Rychle zaujme obecně málo známými událostmi a snahami prostředí podniků a živnostníků, je ale zajímavé i jako zrcadlo životů, plánů, úspěchů či zápasů těch, kdo se v tomto prostoru pohybují. V rozhovorech, zprávách a reportážích představuje osobnosti, se kterými bych se jinak asi neseťkala, seznámit se s nimi mne ale těší, obohacuje, povzbuzuje. O výborném dojmu z pohledu na stránky TRADE NEWS ani nemluví. Odvážuji se mít naději, že lidé, s nimiž se tu lze setkat, jsou schopni citem pro hlubší smysl věcí rozeznat znamení doby a využít toho, co umí a co naplňuje jejich život, k obecnému dobru, to je k účasti na uzdravení planety Země, která je naším společným domovem.“

Sylvie Daničková je česká herečka, konferenciérka, redaktorka a překladatelka. Po roce 1989 působila v redakci Akademického bulletinu tiskového odboru AV ČR, kde po deset let mj. publikovala rozhovory s předními českými vědci, které vyšly knižně pod názvem Skrytá poselství vědy. Za dlouholetou popularizaci vědeckých poznatků byla v roce 2009 oceněna čestnou medailí Vojtěcha Náprstka.

Šéfredaktorka

PhDr. Jana Jenšíková

Redakce

PhDr. Věra Vortelová
Ing. Mgr. Daniel Libertin
Mgr. Luboš Y. Koláček
Ing. Vlasta Piskačová
PhDr. Jiří Frey
PhDr. Jozef Gáfrík, CSc.

Grafická úprava

Ing. Valeria Ashhab

Korektury

PhDr. Milena Gillová

Produkce

Mgr. Marek Jenšík

Ekonomický servis

Ing. Tereza Gulánová

Právní servis

Advokátní kancelář Kvapil & Šulc

Foto

Isifa Image Service
www.profilepictures.cz

Distribuce

V.R.V. s.r.o.

Tisk

Akontext s.r.o.

Vydavatel

ANTECOM s.r.o.
Blatenská 2166/7
148 00 Praha 4
produkce@antecom.cz
Tel./fax: +420 272 935 558
Redakční servis: +420 602 313 176
www.antecom.cz

Titulní foto

Manhattan, New York
Shutterstock

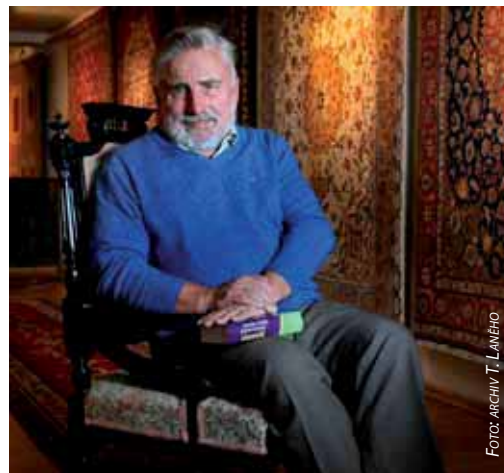
Za obsah inzerce zodpovídá inzerent.
Žádné části textu nebo fotografie
z Trade News nesmí být používány,
kopírovány nebo jinak šířeny v jakém-
liv formě či jakýmkoliv způsobem bez
písemného souhlasu vydavatele.

www.tradenews.cz
www.itradenews.cz

Připravujeme



V minulosti bylo označení „turecké hospodářství“ symbolem chaosu, nefunkčnosti a korrupce. Ale Bospor je místem obchodu již po tisíce let a dosud zdaleka nedosáhl svého velkého potenciálu, vycházejícího třeba jen z výhodné polohy. O co blíže je současná turecká ekonomika k té české? A jak si vedou a jaký vývoj očekávají naše firmy v Turecku? Na to se pokusíme odpovědět v příštím čísle TRADE NEWS.



Jací jsou Turci a dokáží překonat překážky na cestě k trvalé prosperitě? Odpovědi budeme hledat také u našeho bývalého velvyslance v Ankaře Tomáše Laného.



Zavedeme vás do Roudné na Táborsku, kde stojí na části náhonu bývalého mlýna plně funkční malá vodní elektrárna. Její majitel Vladislav Dvořák nám prozradí, jak se mu podařilo ji vybudovat a jaké to je vyrábět a prodávat elektrinu.

800 521 521
www.kb.cz

JSME SOUČÁSTÍ VAŠEHO ROZVOJE

KB – SPOLEHLIVÝ PARTNER INOVATIVNÍCH FIREM

- financování s podporou nových dotačních programů
- úvěrový program ve spolupráci s Evropským investičním fondem

ÚVĚŘ EUROINOVACE

- cenové zvýhodnění
- nižší nároky na zajištění



NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ

