TRADE NEWS

5 / 2014

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Malajsie čeká na své objevení

MALÉ A STŘEDNÍ FIRMY JSOU ZLATOU HŘIVNOU ČESKA

INDONÉSIE VONÍ PO HŘEBÍČKU

ON-LINE ANGLIČTINA PRO MALAJSII VZNIKLA V ČECHÁCH

12. Den podnikatelů České republiky

13. listopad 2014

od 16.30 hodin

Kongresový sál hotelu Ambassador,
Václavské náměstí 5, Praha 1

Udržíme růst malých a středních firem?

Debata o hospodářské politice s osobní účastí prezidenta Miloše Zemana, vicepremiérů Andreje Babiše a Pavla Bělobrádka, ministrů Michaely Marksové-Tominové, Karly Šlechtové a Jiřího Dienstbiera

Vyhlášení vítězů projektu AMSP ČR a KB Nastartujte se – Young Business a soutěže Equa bank Rodinná firma roku

Akci předchází SME Exportní fórum na téma Příležitosti v USA 14.00–16.00 (v Dvořákově síni)

Vstup volný po předchozí registraci

www.amsp.cz

AMSP ČR

Vážení čtenáři,

daně nezvyšujme, ale vybírejme. Tak zní naše nepsaná dohoda s ministerstvem financí, která je zatím dodržována. Ministerstvo ovšem nasadilo nevídané tempo a napříč segmenty firem začíná nekompromisně naplňovat svůj záměr založený na snížení státního deficitu. Pragmaticky vzato by malým a středním firmám možná více vyhovoval režim vyšších daní a méně důsledných kontrol. Jedno, dvě procenta na dani z příjmu nebo DPH jsou totiž z pohledu konečné optimalizace celkem jednoduchá práce. Občas tedy od podnikatelů slýcháme, že naše dohoda je rovna smlouvě s ďáblem. Přesto si za ní stojíme, neboť nejsme připraveni obhajovat nepoctivé firmy na úkor těch zodpovědných. Nikdo nemůže mít radost z daní, ale každý soudný člověk musí pochopit, že jejich neplacení je cesta do pekel.

I proto jsme podpořili zatím největší opatření vůči českému maloobchodu, restauracím a hotelům spočívající v elektronické evidenci tržeb. Velké výhrady ovšem máme k jeho zavádění. Má-li začít nový režim fungovat od roku 2016, potom je již nyní pět minut po dvanácté s ohledem na vyhlášení technologické platformy, segmentů trhu, na které evidence dopadne, a časového harmonogramu implementace. Téměř půl milionu přípojných míst není pouze otázkou spojení s centrálním serverem, ale je provázáno s modernizací skoro sta tisíc stávajících stanic a pochopitelně i nákupu nového hardwaru, což se dotkne tří set tisíc přípojných míst. To vše bude stát čas i peníze. Bagatelizace některých zájmových skupin, které celý proces zavádění podceňují, může totiž způsobit na trhu chaos, jenž zesměšní ministerstvo a zlomí vaz zatím korektnímu ministrovi. Nechci strašit, ale zatím cokoliv, co se u nás zavádělo plošně, dopadlo fiaskem. Stačí vzpomenout na zmatek kolem registračních značek aut či světový unikát datových schránek, ve kterých je dnes takový chaos, že už se v něm ztrácí i ti, co je zaváděli.

Zatím poslední průzkum naší asociace zaměřený na exportní aktivity malých firem nasvědčuje tomu, že podnikatelé mají zdravý rozum, který jim velí nečekat na státní podpory, strategie a koncepce, ale starat se o zakázky a řídit přitom kupeckým způsobem svá rizika. Tristní tuzemská debata o dopadu rusko-ukrajinské krize na byznys nemá naštěstí na chování podniků žádný větší vliv. I přes pesimistické scénáře malé firmy vyvážejí čím dál více. Rusko a Ukrajinu většina z nich velmi rychle nahradila jinými trhy, a i když situaci pochopitelně sledují, vědí, že jediná cesta k přežití a eliminaci budoucích rizik je rozšíření počtu odběratelů napříč kontinenty.

Číslo TRADE NEWS, které právě držíte v rukou a které mapuje příležitosti v jihovýchodní Asii, je toho jasným důkazem. Podniky si více než kdy jindy uvědomují, že věřit mohou jen svým schopnostem a na nich mohou postavit světlé zítřky. Nebrečí, nehledají viníky a nečekají ani na zázrak ani na státní či evropskou podporu. To, že o naše zboží a služby vzrůstá ve světě zájem, je téměř čtvrtstoletí od sametové revoluce pro český byznys výborná vizitka.

O tom všem budeme diskutovat s prezidentem České republiky Milošem Zemanem, vicepremiéry Andrejem Babišem a Pavlem Bělobrádkem, ministryněmi Karlou Šlechtovou, Michaelou

Foto: Vlasta Piskačová

Marksovou-Tominovou a ministrem Jiřím Dienstbierem na největší akci AMSP ČR. Dvanáctý ročník Dne podnikatelů ČR přivítá 13. listopadu čtyři stovky podnikatelů a všechny, kteří mají na podnikatelské prostředí vliv. Jako hlavní médium naší asociace u toho bude i TRADE NEWS.

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
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: 4. 11. 2014 Náklad: 8200 výtisků

Zlatý středník 2013 – 1. místo – PRKlub

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

Z obsahu vybíráme

12 Rozhovor
Bublu Thakur-Weigold: Malé a střední firmy jsou zlatou hřivnou Česka

16 Rozhovor / Indonésie
Indonésie voní po hřebíčku

20 Do světa za obchodem / ASEAN
Letem světem zeměmi ASEAN

23 Pojištění exportu
Země ASEAN aneb Kde je zakopaný pes?

24 Do světa za obchodem / Indonésie
Země tisíců ostrovů stoupá raketovým tempem

28 Rozhovor / Investor roku
Singapur, nebo Kuala Lumpur?

32 Objektivem
O balijském hinduismu

36 Rozhovor / Malajsie a Singapur
Mladí Malajsijci se dnes už podnikání nebojí

38 Do světa za obchodem / Malajsie
Malajsie čeká na své objevení

42 Legendy
Známí čeští objevitelé Malajsie

44 Rozhovor / Young Business
On-line angličtina pro Malajsii vznikla v Čechách

48 Profiliga / Synthesia
Česká chemie poráží konkurenci ekologickými inovacemi

50 Anketa / Thajské firmy
Na Češích oceňujeme píli, know-how a schopnosti

54 Profiliga / Jablotron
Dalibor Dědek: Nejlepší je učit se z vlastních úspěchů a cizích chyb

59 Podpora exportu
Asijské sólo pro české turbíny

62 Rozhovor / Pojištění exportu
Poptávka je po Bělorusku, Ázerbájdžánu a Kazachstánu

64 Anketa / Technické vzdělávání
Málo techniků? Podpořme vazbu firma – student

66 Vzdělávání
Již tisícovka firem využívá Národní soustavu kvalifikací. Přidejte se k nim!

69 Rodinné podnikání
Jitka a Richard Kantovi: Zachraňujeme staré řemeslo

70 Profiliga / Lázně Luhačovice
Eduard Bláha: Chystáme se na nárůst poptávky

74 Právní rádce / Svěřenské fondy
Objevte nové možnosti správy majetku

77 Finanční rádce
Financování obchodních transakcí inženýrských firem

CzechTrade
Partner pro váš export

Na zahraničních trzích se vyznáme

Plánujete expanzi na nové trhy?
Nechcete utrácet za náhodné kontakty a zbytečné cesty?

CzechTrade vám nabízí služby, které si můžete dovolit, a navíc vám je ušije na míru podle vašich požadavků.

Je pro vás výhodné mít potřebné informace dříve, než se vydáte do zahraničí. A to přímo z první ruky, od odborníků CzechTrade a zahraničních zástupců působících v teritoriu.

www.czechtrade.cz

BusinessInfo.cz

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU

Ministerstvo financí vyšlo vstříc požadavku AMSP ČR: Elektronická evidence tržeb se bude zavádět postupně

Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR se podařilo dojednat s Ministerstvem financí ČR kompromis v zavádění elektronické evidence tržeb. Systém se nebude zavádět pro všechny podnikatele současně, ale odstupňovaně. AMSP ČR apelovala na ministra financí Andreje Babiše a jeho tým, aby se z důvodu očekávaného chaosu odstupňovalo zavádění do režimu jednoho roku.

Ministerstvo financí požadavek asociace akceptovalo, zavádění bude skutečně postupné, nicméně nebude se jednat o horizont dvanácti měsíců, ale pouze šesti. Od 1. ledna 2016 by měly evidenci podléhat restaurační, stravovací a ubytovací služby, od 1. dubna 2016 pak maloobchod/velkoobchod a následně od 1. července 2016 ostatní činnosti, například kadeřníci, obuvníci, svobodná povolání atd. AMSP ČR oceňuje rozumný přístup ministerstva, který dává šanci na přípravu jak podnikatelům, tak implementačním firmám i státním úředníkům.

„Je to rozumné řešení, byť jsem názoru, že i tak to bude velmi hektické. Uvědomme si, že se bude jednat o největší zásah do historie tuzemského maloobchodu za poslední generaci. Změna se dotkne téměř 500 tisíc takzvaných přípojných míst u desetitisíců firem. Tyto kroky podporujeme, ale varujeme před zjednodušováním celého režimu, bude to časově i finančně náročné. Takzvaný chorvatský vzor, založený na jednoduchém mobilním připojení, vypadá přijatelně, ale skladba jejich maloobchodu a služeb je úplně odlišná, nemluvě o počtu přípojných míst. Jsem rád, že se nám snad i podařilo ministerstvo přesvědčit, že dříve uvažovaná účtenková loterie je nesmyslný experiment, který navíc totálně selhal na Slovensku," konstatuje Karel Havlíček, předseda představenstva AMSP ČR. ■

Zdroj: AMSP ČR
Foto: Thinkstock

Dotace z EU? Nekompetentní a nadměrné kontroly

Z evropských fondů přiteče v období 2014 až 2020 téměř 24 miliard eur. Dvě třetiny firem plánují o dotace požádat. Přibližně čtvrtina těch, které v minulém období dotaci získaly, k nim však zatím nepatří. O dotace žádat nebudou, neboť je odradila komplikovaná administrativa, nadměrná kontrola a časté měnění podmínek během dřívější realizace.

Vyplynulo to z obsáhlého průzkumu AMSP ČR a Komerční banky, který realizovala agentura Ipsos. Oslovila 400 firem a 100 obcí, které v minulém programovém období dotaci získaly.

„Palčivým problémem je kontrola uzavřených dotačních projektů probíhající až po několika letech. Finanční úřady při ní mívají zcela odlišný názor na provedení projektu než poskytovatel dotace v době jeho realizace a nekompromisně trestají firmy vracením dotací včetně penále. To se může odrazit v opadajícím zájmu malých a středních podniků o dotace, a to nechceme," konstatuje generální ředitelka AMSP ČR Eva Svobodová.

Karel Havlíček, předseda AMSP ČR, k tomu dodává: „Firmy začíná strašit hrozba vrácení dávných dotací. Jednalo-li se o cílený podvod, potom je vše v pořádku, ale horší je, že je to mnohdy velmi diskutabilní, navíc likvidační sankce. Kontroly většinou provádějí úředníci, kteří s odbornou problematikou nemají nic společného, přesto rozhodují, často intuitivně, o osudu firem. Spolehlivě tím odrazujeme od dalšího čerpání."

Odborné poradenství řeší složitou administrativu

Stále však platí, že dotace budou pro české firmy představovat obrovskou finanční injekci. Velké společnosti mají dostatečné vnitřní kapacity na mapování příležitostí i zpracování samotných žádostí. Oproti tomu pro většinu malých a středních podniků i obcí je spolupráce s poradenskými firmami nepostradatelná. Nově vyhledávají pomoc i u svých bank, které je dokážou obsloužit nejen úvěrově, ale i ve smyslu dotačního poradenství.

Podle slov Ivety Ocáskové, ředitelky korporátního bankovnictví KB, bude v období 2014 až 2020 zachován princip vyplácení dotací „ex post". Tedy nejprve bude muset příjemce projekt zrealizovat a teprve poté mu bude dotace vyplacena. „Z tohoto důvodu v minulém programovém období celá čtvrtina všech příjemců dotací využila k financování podpořených projektů bankovní úvěr. Do budoucna stejně uvažuje téměř polovina subjektů. Jsem ráda, že v této oblasti patříme mezi lídry na trhu, a to i díky odbornému poradenství našich specialistů v regionech už od roku 2007. Jelikož průzkum nepochybně prokázal, že poradenství bank si MSP i obce váží, připravujeme podstatné rozšíření našich služeb tak, abychom jim ještě více pomohli prodrat se dotační administrativou. Věřím, že smysluplné využití dotačních zdrojů pomůže posunout naše podnikatele k vyšší konkurenceschopnosti, a to nejen na našem malém lokálním trhu. Je známo, že dotace nejsou samospasitelné. Ale při spojení s dobrým nápadem, správným obchodním přístupem, efektivní výrobní technologií a neutuchajícím tahem na branku jsou určitě vítanou injekcí," vysvětluje Iveta Ocásková.

Obce žádaly o dotace dvakrát častěji než podniky. Platí zároveň, že čím větší subjekt, tím vyšší částky požaduje. Nejčastěji žádaná částka u firem byla 3,8 milionu korun, u obcí 3 miliony korun. Obce očekávají, že jim dotace pokryje 80 % nákladů celého projektu, firmy jsou skromnější.

Zatímco v minulosti úvěr od banky využila cca čtvrtina obcí i firem, do budoucna nad ním přemýšlí téměř polovina. Tento trend svědčí o zkušenostech firem s opožděnými platbami od poskytovatelů dotací, kdy firmy tuto situaci řeší vyšším čerpáním úvěrů na realizaci projektů. ■

Zdroj: AMSP ČR
Foto: Thinkstock

EVROPSKÉ DOTACE PRO FIRMY

Mladá Boleslav 6. 11. 2014

Zlín 12. 11. 2014

Hradec Králové 19. 11. 2014

Seminář k očekávaným dotačním příležitostem pořádá AMSP ČR ve spolupráci s Komerční bankou.

Více informací a registrace na www.amsp.cz v Kalendáři akcí. Vstup volný.

Americké pumy jsou výzvou pro všechny

Po loňském úspěšném mezinárodním fóru k Africe uspořádala v říjnu Mezinárodní obchodní komora v ČR (ICC ČR) ve spolupráci s Ministerstvem zahraničních věcí ČR v prostorách pražského Černínského paláce již šestý ročník konference East-West Business forum, tentokrát s podtitulem „Latin America". Za účasti více než dvou stovek zástupců domácího i mezinárodního byznysu, nevládních organizací a vlád dvaceti zemí světa otevřela nové možnosti pro další rozvoj obchodní, hospodářské a finanční spolupráce České republiky se zeměmi Latinské Ameriky.

Konference vytvořila příjemné dvoudenní pracovní prostředí, v rámci něhož se měli i představitelé českých firem možnost blíže seznámit s prozatím neobjevenou šelmou světové ekonomiky. Země Latinské Ameriky jsou totiž ekonomy a prognostiky často nazývány „americkými pumami".

„Vývoz do zemí Latinské Ameriky nezaujímá na celkovém mimoevropském vývozu ČR výrazný podíl: do tohoto vzdáleného regionu vyváží zboží v hodnotě cca 20 miliard Kč asi 3000 českých exportérů. Přesto nebo právě proto platí pravidlo, že v dobách, kdy některé známé trhy ztrácejí na síle, je třeba hledat nové," zhodnotil vzájemnou obchodní spolupráci Michal Mejstřík, předseda Mezinárodní obchodní komory v ČR.

Dlouhodobý potenciál zemí Latinské Ameriky je nezpochybnitelný. Velké zásoby komodit, levná pracovní síla a progresivní demografické složení populace jsou tři hlavní pilíře budoucí ekonomické prosperity. Podmínky dosažení dlouhodobě udržitelného růstu regionu představil José Ramón Perea, ekonom OECD: „V posledním desetiletí dosáhla Latinská Amerika úctyhodného růstu, ten však nyní vykazuje jasné znaky vyčerpání, trend, který zdůrazňuje potřebu realizace strukturálních reforem." Mezi oblasti, na které by se měly vlády zemí Latinské Ameriky pro dosažení tzv. inkluzivního růstu (podporujícího ekonomiku s vysokou zaměstnaností a se sociální a územní soudržností) zaměřit, patří hlavně zdravé podnikatelské prostředí a efektivní správa veřejných financí.

Konference představila nové příležitosti a podmínky podnikání v jednotlivých zemích Latinské Ameriky, včetně integračních uskupení. Podle ekonomických odhadů má například Pacifická aliance v ideálním scénáři potenciál stát se během příštích 15 let ekonomickým blokem číslo jedna a čtvrtou nejsilnější ekonomikou na světě. Zajímavé pro české exportéry by mohlo být i připravované ekonomické propojení této aliance s Japonskem a Čínou a také fakt, že má již vyjednané dohody o volném obchodu s EU (*příležitostem v Latinské Americe jsme věnovali TRADE NEWS 2/2014, více www.itradenews.cz – pozn. red.*).

O své zkušenosti s podnikáním v Latinské Americe se podělily úspěšné české firmy jako Rudolf Jelínek, Vítkovice Machinery Group či Lasvit. Účastníci ocenili i osobní matchmakingová setkání s reprezentanty z Brazílie, Chile, Mexika a Peru i setkání s generálním ředitelem UNIDO panem Li Yongem na téma „Inkluzivní a udržitelný průmyslový rozvoj".

Více informací na www.ewbf.cz. ■

Zdroj: ICC ČR

AIRFRANCE

Zarezervujte si Seat +

a užijte si během Vašich cest více pohodlí a odpočinku.

Více informací a možnost rezervace na www.airfrance.cz nebo +420 233 09 09 33.

Češi si u rodinných firem rádi připlatí

Pro dvě třetiny Čechů je důležité, zda výrobky a služby, které nakupují, pocházejí od českých rodinných firem. Devět z deseti je navíc ochotno si za tyto výrobky připlatit. Nejraději Češi u rodinných firem kupují potraviny (87 %), řemeslné výrobky (75 %), služby (44 %) a oblečení a obuv (37 %). Vyplynulo to z průzkumu, jejž si nechala vypracovat Equa bank u příležitosti vyhlášení Ceny veřejnosti v soutěži Equa bank Rodinná firma roku, kterou organizuje ve spolupráci s AMSP ČR.

„Význam rodinných firem v České republice pomalu roste a zákazníci dávají stále častěji přednost jejich produktům a službám. Tento trend potvrzuje i náš průzkum. Současně jsou tyto firmy pro národní hospodářství velice důležité, neboť umí flexibilně reagovat na změny poptávky či respektují specifika dané oblasti. V některých západoevropských zemích produkují až 80 % HDP. I my máme hned několik příkladů firem, které před 25 lety začínaly v garáži nebo na půdě a dnes exportují výrobky do celého světa. Doufáme, že takových úspěšných příkladů bude čím dál více," uvádí David Řehoř, ředitel rozvoje obchodu firemního segmentu Equa bank. Rodinné firmy jsou pro dvě třetiny Čechů především symbolem tradice. Každý druhý Čech považuje výrobky a služby rodinných firem za kvalitní, 46 % dotazovaných uvádí, že tyto firmy se vyznačují spolehlivostí. Nejčastějšími důvody, které Čechy motivují k vyhledávání výrobků a služeb rodinných firem, jsou pak kvalita (71 %), osobní přístup k zákazníkovi (54 %) a podpora místní produkce (49 %). ■

Zdroj: Equa bank

Nový projekt Fandíme řemeslu! na veletrzích Střechy Praha a Řemeslo Praha 2015

Nový dlouhodobý projekt na podporu řemesel v ČR Fandíme řemeslu! bude na veletrhu prezentován formou společné expozice řemeslných cechů, ukázkami prací a řadou přednášek. Projekt je první akcí tohoto druhu, kterou zahájila v roce 2014 AMSP ČR, partner veletrhu. V rámci Řemeslného dne v pátek 23. ledna 2015 proběhnou podnětné přednášky a semináře a také budou předána ocenění zástupcům jednotlivých cechů za nejlepší „řemeslný počin" – jakoukoli aktivitu cechu, která podpoří jeho členy, mladé učně nebo povědomí o řemeslu mezi širokou veřejností.

Ve spojení s rozhodujícími cechy, Komerční bankou a za podpory Českého rozhlasu započala AMSP invazi do všech regionů a ve spolupráci s nejlepšími organizacemi hájícími zájmy tuzemského řemesla přesvědčuje, že investovat do kvalitního řemesla se vyplatí. Cílem projektu je vytvořit všem klíčovým cechům zázemí a jednotnou komunikační platformu vůči všem legislativním či exekutivním institucím. Prvním krokem bylo uhájení výdajových paušálů pro OSVČ z řad řemeslníků a hned dalším je návrh dílčích změn živnostenského zákona. Následuje i zvýhodněná nabídka bankovních produktů pro zapojené cechy a jejich členy.

Kompletní přehled o současné nabídce materiálů pro střechy, izolace i fasády včetně mnoha novinek nabídne 17. ročník veletrhu Střechy Praha. Tento nejvýznamnější středoevropský veletrh pro stavbu a renovace střech proběhne 22. až 24. 1. 2015 v PVA Expo Praha Letňany souběžně s veletrhem úspor energií Solar Praha a veletrhem pro řemeslo, vybavení a bezpečnost práce řemeslníků Řemeslo Praha.

Zdroj: AMSP ČR

INTERNATIONALE HANDWERKSMESSE

POZVÁNKA K ÚČASTI NA VELETRHU I.H.M.

66. mezinárodní veletrh řemesel, stavebnictví, interiérů a designu

Výstaviště Mnichov, www.ihm.de
11. – 17. března 2015

Veletrh I.H.M. 2015 byl zařazen do projektu "Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí" s dotací až 120 000 Kč na vystavovatele.

Projektu se mohou zúčastnit všechny výrobní podniky – plátci daní se sídlem v ČR, vyjma podniků se sídlem v Praze (s výjimkou těch, jejichž výrobní provozovna se prokazatelně nachází mimo region hl. města Prahy). Podpora je poskytována do výše 100 % způsobilých výdajů, maximálně však do výše 120 000 Kč bez DPH. Do způsobilých výdajů se řadí: nájemné výstavní plochy, realizace expozice, technické přívody a zápis do katalogu. Bližší informace k programu naleznete na www.czechtrade.cz. O dotaci se žádá jednoduchou administrativní cestou.

Tento projekt podporuje Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

Základní informace o veletrhu:
I.H.M. je největším německým řemeslným veletrhem zaměřeným na malé a střední podnikání. Veletrhu se pravidelně účastní přes 1000 vystavovatelů z dvaceti zemí a mezi českými vystavovateli je velmi oblíben. Na veletrhu mají čeští výrobci ideální příležitost k navázání nových obchodních vztahů jako i možnost přímého prodeje svých výrobků. Návštěvnost veletrhu se pohybuje kolem 135 000 návštěvníků.

Doporučená uzávěrka přihlášek:
15. 12. 2014

Bližší informace a přihlášky, oficiální zástupce veletrhu pro ČR a SR:

EXPO-Consult+Service, s.r.o.
Tel. 545 176 158, info@expocs.cz

DALŠÍ ŠTIKY V ČESKÝCH BYZNYSOVÝCH VODÁCH

Jedenáctý ročník ekonomického žebříčku Štiky českého byznysu zná své vítěze. Ovládla jej liberecká společnost Benteler Maschinenbau CZ, která vyvíjí speciální stroje a zařízení pro sklářský a automobilový průmysl. Titul Česká štika udělila porota českobudějovické rodinné firmě ELEKTRA PV, která se zaměřuje na prodej elektrospotřebičů pro domácnost. Žebříček Štiky českého byznysu založila společnost Coface Czech počátkem roku 2005 s cílem identifikovat české rostoucí podniky s dobrými výsledky hospodaření a dobrou úrovní likvidity i finanční stability. Jedním z partnerů soutěže je také Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a k mediálním partnerům patří i TRADE NEWS. Soutěž již tradičně pořádá Agentura Helas.

V NEPÁLU PŘISTÁL PRVNÍ L 410

Na letišti v nepálském Káthmándů došlo k předání prvního letadla L 410, vyrobeného v Kunovicích a financovaného Českou exportní bankou. Díky spolupráci Aircraft Industries s Českou exportní bankou se výrazně zvýšily šance uspět s L 410 na dalších trzích zemí SAARC (Jihoasijská asociace pro regionální spolupráci). GOMA Air plánuje do roku 2015 rozšířit svoji flotilu o další dvě letadla z Kunovic a zájem o ně projevili i zástupci dalších domácích leteckých přepravců. Ti totiž dosud nakupovali levnější, již použitá letadla typu Cessna Grand Caravan, která se potýkala s celou řadou technických problémů a došlo dokonce i k několika tragickým událostem. L 410 tak představuje nejen výrazné zvýšení komfortu, ale hlavně bezpečnosti cestujících. „Předání prvního L 410 v Nepálu potvrzuje náš zájem teritoriálně diverzifikovat portfolio úvěrů České exportní banky. Snažíme se pomáhat českým exportérům prosadit na náročných trzích," dodává Karel Bureš, generální ředitel České exportní banky.

Z předání prvního letadla L 410 v nepálském Káthmándů

ČKD PRAHA DIZ DOKONČUJE MONTÁŽ STROJOVNY PRO ELEKTRÁRNU V TURECKU

ČKD Praha DIZ dokončuje montáž strojovny pro elektrárnu Yunus Emre – Adularya v Turecku. Uvedení prvního bloku do provozu se očekává počátkem roku 2015. Projekt, na kterém ČKD DIZ spolupracuje s firmou Vítkovice Power Engineering, zahrnuje dodávku a uvedení do provozu dvou turbosoustrojí o výkonu 145 MW (parní kondenzační turbína s olejovým hospodářstvím a generátor) a dodávky strojů a zařízení, jako jsou například kondenzátor s čisticí jednotkou, nízkotlaké a vysokotlaké ohříváky, napájecí a kondenzátní čerpadla, vývěvy, nádrže, potrubí a armatury a příslušenství, vše včetně měření a regulace.

VYPÍNAČE ABB ROZSVÍTILY 16. ROČNÍK DESIGNBLOKU

Po třech letech se prestižní přehlídky současného českého designu Designblok opět účastnila společnost ABB, Elektro-Praga. Velmi netradičně představila svou poslední designovou novinku – vypínače Levit®. Ke spolupráci

Vypínače Levit na letošním Designbloku

Nové sídlo AMSP ČR

Sokolovská 100/94
(Meteor Centre Office Park B)
186 00 Praha 8 – Karlín

na vytvoření expozice vyzvalo ABB designéra této vypínačové řady, Jana Čapka, který nabídku s nadšením přijal a rozhodl se proměnit prostor prvorepublikového hotelového pokoje v organický tvar mořské vlny.

ČESKÝ PORCELÁN VYKAZUJE RŮST EXPORTU DO ASIE A NĚMECKA

Struktura prodeje společnosti Český porcelán se postupně mění tak, jak firma reaguje na situaci na trzích. Informoval o tom předseda představenstva Vladimír Feix s tím, že porcelánka z Dubí aktuálně registruje nárůst exportních zakázek, které činí asi 65 % tržeb. Rostou rovněž dodávky tzv. bílých výrobků převážně na německý trh. Modré výrobky, tj. hlavně cibulák, jsou pak podle V. Feixe důležité pro asijské trhy Jižní Koreje a Japonska a také pro český trh.

PSJ DODALO ENERGOCENTRUM PRO PŘÍSTAV V DELTĚ VOLHY

Společnost PSJ dokončila v ruském přístavu Olya dodávku kogeneračního zdroje, tvořeného dvěma turbínami vyrábějícími elektřinu na bázi plynových motorů o výkonu 2 MW. Součástí prací bylo i vyvedení elektrického výkonu linkou vysokého napětí na rozvodnu 110 kV a provedení elektrických rozvodů v přístavu. Garantem instalace a zprovoznění turbín vyrobených společností Tedom byla firma Enkom. Významným dodavatelem technologií byl ABB. Projektový manažer PSJ Ivan Pella doplnil, že v polovině roku 2015 by se mohla začít v Olyi realizovat druhá etapa kogeneračního zdroje, která má obnášet dodávku čtyř turbín.

Vánoční ozdoby z dílny Českého porcelánu

SKLÁRNA PRECIOSA ORNELA ZTROJNÁSOBILA PRODUKCI PERLIČEK

Společnost Preciosa Ornela očekává, že v roce 2014 prodá 4000 tun perliček. Na sklářském sympoziu v Jablonci nad Nisou o tom informoval obchodní ředitel firmy Petr Puš. Kapacita výroby hlavního produktu sklárny se podle něj od roku 2009 ztrojnásobila – tehdy prodali 1600 tun perliček. Dále uvedl, že s konkurencí z Číny bojuje jeho firma kvalitou: do prodeje jde jen asi polovina vyrobených perliček.

ČR A SR BUDOU KOOPEROVAT V OBLASTI ENERGETIKY NA TŘETÍCH TRZÍCH

České a slovenské instituce podepsaly na 56. mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně memorandum o spolupráci na projektech v oblasti energetiky na tzv. třetích trzích. Informovalo o tom Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Signatáři memoranda jsou společnosti Škoda Praha, Slovenské energetické strojárne, Česká exportní banka a Exportno-importná banka Slovenskej republiky.

MAKRO VYBUDUJE V PRAŽSKÝCH STODŮLKÁCH VZDĚLÁVACÍ CENTRUM

Společnost MAKRO Cash & Carry ČR u velkoobchodu v pražských Stodůlkách postaví víceúčelové vzdělávací centrum pro malé a střední podnikatele. Určeno bude zejména profesionální gastronomii a maloobchodu. První návštěvníky přivítá už koncem března 2015. Na ploše 1200 m² nabídne špičkové profesionální kuchyně, školicí prostory i konferenční místnosti. Celková investice dosáhne 80 milionů korun.

Zdroj: ČIA a TZ firem
Foto: archiv 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

DÁREK ZDARMA!

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

Bublu Thakur-Weigold:

Malé a střední firmy jsou zlatou hřivnou Česka

Podle paní Bublu Thakur-Weigold, expertky v oblasti inovací a nových technologií ze Švýcarského federálního technologického institutu v Curychu, se Češi podceňují a lpí na tom, co nefunguje dobře, místo aby zdůrazňovali svoje kvality. Přitom mají ve světové konkurenci rozhodně co nabídnout.

Většinu svého profesního života jste strávila v Německu a posledních šest let ve Švýcarsku. Znáte tedy velmi dobře tamní prostředí a můžete srovnávat. V čem je podle vás Česká republika silná?

Optikou nahlížení zvenčí vidím obrovský pokrok, který jste od roku 1989 udělali, a proto vaši zemi obdivuji. I když vám samotným připadá třeba tempo pozitivních změn pomalé. Jako jednu z vašich největších konkurenčních výhod bych uvedla geografickou blízkost jak k různým trhům, tak k materiálovým tokům v Evropě – díky vaší infrastruktuře. A pak nesmírnou kreativitu a velký počet talentů.

Věnujme se nejprve detailněji infrastruktuře. Myslíte si tedy, že období velmi dlouhých materiálových toků, například mezi Německem a Čínou nebo jinými zeměmi jihovýchodní Asie, pomalu končí?

Minimálně skončila pohádka o tom, že země je placatá a že je to všude stejně blízko, z toho už lidé vystřízlivěli. Jako expert v řízení dodavatelských řetězců a v oblasti logistiky to vidím jasně: čím delší je daný dodavatelský řetězec, tím méně je efektivní. Jistě, technologie jdou neskutečně dopředu, ale voda prostě nezačne téct do kopce jen proto, že máme internet. A stejně tak materiál nedostanete z Číny do Evropy za jediný den. Ledaže by se přepravoval výhradně letecky, ale to si nemůže u levných produktů nikdo dovolit. Takže Česká republika má neskutečnou přirozenou výhodu ve své blízkosti ke spotřebitelům a k firmám a není žádná hanba ji maximálně využít.

Talenty nejsou na rozdávání

A co ty talenty?

Máte úžasnou novou generaci, která přemýšlí globálně a má motivaci. Pokaždé, když se sem vrátím, setkávám se s dalšími a dalšími lidmi, kteří jsou ochotní jít do rizika, jsou zvídaví, mluví několika jazyky a jsou flexibilní. Ale i ti bývají často zaměření příliš negativně. Říkají, že máte špatné politiky, že všechno tu jde moc pomalu, že je tu silná byrokracie a korupce. Odpovídám jim: „Přestaňte lpět na svých slabinách a podívejte se na své silné stránky. Máte obrovskou zásobárnu talentů, které jsou připraveny to rozjet."

> Máte obrovskou zásobárnu talentů, které jsou připraveny to rozjet.

Je jasné, že oproti čínským dodavatelům máme vyšší odbornost, historii, určitě víc nápadů. Většinou nevezmeme pouze šroubovák a nemontujeme, jak nám někdo řekne, ale přemýšlíme, jak by to šlo udělat lépe a rychleji. Jsme v tom třeba i lepší než Němci?

To by bylo na samostatný rozhovor. Německo samo o sobě je jednou z nejinovativnějších zemí, to jistě víte. Nicméně si myslím, že jste kreativnější, svým způsobem svobodomyslnější, a to se projevuje i v přístupu k inovacím. Podle mne můžete svým klientům, třeba i německým automobilkám, navrhovat inovace ve výrobních procesech, a být tak více proaktivní, a tím pádem zvýšit svou přidanou hodnotu a stát se pro ně nepostradatelnými.

Nikdo v dodavatelském řetězci není rád, když musí svého dodavatele vyměnit. Sice existují pochopitelně země, kde je levnější pracovní síla, a tím pádem lacinější dodavatelé, ale nikdo nemůže nahradit know-how a aktivní roli, kterou máte v tomto procesu vy. Máte společný historický a kulturní vývoj s Německem a dalšími zeměmi, máte silnou pozici malých a středních podniků, což z mého pohledu vytváří ideální soulad s německými firmami a to, na co ony slyší. V Německu jsou tisíce malých a středních podniků (SME), které by velmi rády spolupracovaly s českými partnery, s českými dodavateli daleko spíše než s těmi čínskými. Z osobní zkušenosti vím, že žádný evropský manažer nemůže být spokojený s tím, že musí být vzhůru celou noc, aby na dálku řídil dodavatele v Číně;

> V Německu jsou tisíce malých a středních podniků, které by velmi rády spolupracovaly s českými partnery, s českými dodavateli daleko spíše než s těmi čínskými.

nemluví s nimi stejným jazykem, nemá tentýž kulturní kód, nerozumí tomu, jak přemýšlí a o čem si povídají. Němečtí manažeři tam neradi jezdí, neradi vysvětlují detaily výrobních procesů, bojí se okopírování svých produktů z čínské strany, neradi řeší problémy s pracovní silou v Číně, navíc věci tam trvají mnohem déle. Tohle všechno dává České republice obrovskou výhodu. Vaše země má sice dražší pracovní sílu, ale máte ohromné množství výhod, které za ty peníze navíc německým podnikům stojí.

Říká se, že Čína je nízkonákladovou zemí a levným výrobcem. Nehrají tu peníze hlavní roli?

Jsem přesvědčená, že tvrzení, že je Čína levný výrobce, je jeden velký mýtus, když si spočítáte všechny nevýhody. Naproti tomu je ze strany německých podniků směrem k Čechům mnohem větší důvěra a ta je pro dlouhodobý úspěch dodavatelských vztahů a dodavatelských řetězců klíčová. Češi by to rozhodně měli využít, být víc proaktivní, sami se nabízet německým firmám, říct jim: „Jsme chytří, jsme schopní a jsme blízko, rozumíme vám." Kdybych byla manažerkou, měla bych zcela jasno, pro koho se rozhodnout.

SME JAKO JEDEN Z JOKERŮ STABILITY

Již řadu let žijete a pracujete ve Švýcarsku, které je na špičce konkurenceschopných zemí. Je možné, že by ho Česko mohlo někdy dohnat?

Švýcarsko je opravdu hodně daleko. Řada ukazatelů, jimiž se konkurenceschopnost měří, je tam dotažena k až neskutečné dokonalosti. Je to také velmi pragmatická země – věci se tam zdokonalovaly po staletí, nebyly tam žádné války, žádná výrazná politická nestabilita. Na jednu stranu si myslím, že Česká republika nikdy nebude jako Švýcarsko, ale na druhou stranu byste takoví ani neměli být. Nesouhlasím s ideou absolutního poměřování. Nikdy by se neměly poměřovat jednotlivé ukazatele výkonnosti, jelikož to narušuje chápání celého systému. Česká republika by se měla zaměřit na svůj systém. Když se například podíváte na rychlost ekonomického růstu za posledních 25 let, pravděpodobně bude Česko mnohem lepší než Švýcarsko. Švýcarsko za posledních 25 let zdaleka nedosáhlo toho, čeho Česká republika.

Nesnažte se být druhým Švýcarskem. Vaším cílem by mělo být, abyste dosáhli co nejvyšší úrovně jako Česká republika. Protože pokud se stanete druhým Švýcarskem, budete muset obětovat své silné stránky jakožto České republiky. A proč? Znovu doporučuji, zaměřte se úzce na své silné stránky, na věci, které nejsou ▸▸

Bublu Thakur-Weigold s námi hovořila na pražské VŠE, kde byla jedním z hlavních hostů konference Konkurenceschopnost ČR 2014

nahraditelné, a vytěžte z nich maximum. Ať už jde o geografickou blízkost, kreativitu či sílu malých a středních podniků.

[Víte, co by za vaše SME dal Obama?]

Bublu Thakur-Weigold je expertkou na poli logistiky, řízení dodavatelského řetězce, inovací a transferu technologií. V současné době pracuje ve Švýcarském federálním technologickém institutu (ETH) v Curychu, jedné z nejkvalitnějších polytechnických škol v Evropě i na světě, kde má na starosti výuku a výzkum v oblasti logistiky. Vedle toho je partnerem ve firmě E3 Associates International, kde pomáhá firmám uspět pomocí inovace procesů. Ve Švýcarsku žije a pracuje šest let, předtím působila více než dvacet let v Německu na konzultantských a manažerských pozicích se specializací na dodavatelské řetězce, IT a firemní procesy, mj. pro společnost Hewlett-Packard. Významnou oblastí jejího zájmu a nejnověji i výzkumu jsou malé a střední výrobní podniky v Německu a ve Švýcarsku.

Zmínila jste malé a střední podniky. Měli bychom se tedy pokusit jejich roli ještě posílit?
Zcela jistě, to je vaše obrovská hodnota, možná si ji ani neuvědomujete. Podívejte se třeba na Velkou Británii a USA. Tam se snaží vytvořit silnější strukturu SME, ale vůbec se jim to nedaří, protože jim tam chybí tradice. Víte, co by za vaše SME dal Obama? Když jsou vaši lidé mentálně nastavení na podnikání, máte tradici skvělých rodinných firem, stačí to už jen zkombinovat s dobrým vzděláním – a máte vyhráno.

Co myslíte tím „dobrým vzděláním"?
Vzdělávací systém musí být plně přizpůsoben prioritám a silným stránkám dané ekonomiky: zaměřte se na svá klíčová průmyslová odvětví a podle nich nastavte většinové zaměření škol. V případě Česka je tedy podle mého názoru zásadní dále posilovat roli malých a středních podniků a kupní sílu střední třídy, což je klíčem k prosperující a demokratické společnosti. Tato střední třída se pak stane pravidelnou zásobárnou vaší pracovní síly a energie.

Elity jsou samozřejmě také důležité, například jako motor pozitivních změn a inovací ve společnosti. Je třeba ovšem umět s těmito mechanismy zacházet, aby situace nebyla taková jako v USA nebo v Británii, kde je příliš velká polarizace moci a bohatství právě ve prospěch elit – totéž se děje například i v Rusku. Jednoduše si nemyslím, že model, který je nastavený například v USA, je dlouhodobě udržitelný, a to přestože v mnoha kritériích konkurenceschopnosti jsou zcela na vrcholu; ale to jsou právě zase jen ta jednotlivá kritéria, zatímco jejich systém jako celek příliš nefunguje. A když se podíváte na systém, který je v Česku, pořádně, možná dojdete k závěru, že funguje celkem dobře! ■

Za rozhovor děkují Jana Jenšíková a Daniel Libertin
Foto: Marek Jenšík a archiv Bublu Thakur-Weigold

Tištěné a elektronické
FIREMNÍ NOVOROČENKY,
které pomáhají
KONTU BARIÉRY

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

TRADE NEWS Mediální partner

Inovátoři,

JEŠTĚ JE ČAS SE PŘIHLÁSIT DO ČTVRTÉHO ROČNÍKU SOUTĚŽE NOVÝCH NÁPADŮ

Úspěšný projekt, jehož cílem je podpořit tvořivost a zajímavé myšlenky malých a středních firem, jednotlivců, akademické sféry i veřejné správy, pokračuje. Prostřednictvím soutěže Česká inovace oslovuje inovátory bez ohledu na jejich věk, odvětví nebo zkušenosti. Posláním této akce je rozpoznat perspektivní inovace, ocenit jejich autory a podpořit uplatnění nových nápadů v praxi.

Uzávěrka soutěže je 21. listopadu. Soutěžní projekty bude hodnotit nezávislá porota odborníků v pěti kategoriích. Vítězové budou vyhlášeni 27. března 2015 na Festivalu České inovace v Národní technické knihovně v Praze.

NOVINKOU JE CENA ZA KREATIVITU

Cena za kreativitu nově vyzdvihne netradiční novátorské řešení v praktickém životě, jež může být teprve myšlenkou na počátku svého vývoje. V kategorii Inovační nápad budou hodnoceny inovace pocházející od jednotlivců nebo studentů, v kategorii Nadějná inovace budou posuzovány začínající firmy. Inovační hvězda zhodnotí malé a střední firmy, kategorie Inovativní firma je určená společnostem nad 250 zaměstnanců a pátá kategorie se zaměří na Inovace ve veřejné správě. Již druhým rokem se bude také vyhlašovat speciální Cena za společenskou prospěšnost inovace.

Minulého ročníku se zúčastnilo 127 projektů z celé České republiky. Absolutním vítězem se stal unikát v moderním stavebnictví a designu – beton propouštějící světlo LiCrete.

Česká inovace se snaží vytvořit na území ČR „inovační hřiště“, které dává prostor pro zviditelnění a propagaci nápadů jak v Česku, tak na mezinárodní scéně. Generálními partnery jsou společnosti 3M Česko a Era. AMSP ČR je od prvního ročníku podporovatelem celé akce a podílí se na vyhodnocování soutěže, předseda Karel Havlíček je členem hlavní poroty. Magazín TRADE NEWS patří k mediálním partnerům akce.

Indonésie
voní po hřebíčku

Máme se rádi, nemáme se rádi. Budem se mít rádi? Slova známé písničky mi zazněla v uších během povídání s Tomášem Petrů, když zdůrazňoval, že pokud chcete uspět v Indonésii, musíte dosáhnout stavu, kdy se se svým indonéským partnerem budete mít rádi. Co se týče Tomáše, neznám nikoho fundovanějšího na Indonésii, a proto jsem ho o rozhovor pro TRADE NEWS požádal. Žil v této ostrovní zemi dlouhou dobu a poznal ji na vlastní kůži. Jelikož se máme rádi, neodmítl.

PhDr. Tomáš Petrů, Ph.D., je český indonesista, který působí v Orientálním ústavu Akademie věd ČR

Jak Indonésie voní?
Po hřebíčku a prostě po té bujné vegetaci. Ta vůně je nejkrásnější po ránu. Ale je to s rozvojem moderní civilizace stále vzácnější. Takový indonéský standard je kombinace prádelny, exhalací z výfukových plynů a vůně hřebíčkových cigaret. Tento klimaticko-čichový vjem jsem poprvé ucítil při vystoupení z letadla v Jakartě před devatenácti lety při mé první návštěvě Indonésie a dodnes se mi vryl do paměti. Pokaždé, když mě po přistání ovane, vím, že jsem opět ve své druhé domovině.

S jakými problémy se v takovém prostředí setká evropský podnikatel?
Čeká ho samozřejmě jiná mentalita a všeobecně odlišné kulturní prostředí. Například „gumový čas", jak říkají sami Indonésané, který způsobuje nedochvilnost a může někdy dost vyvést z míry. Vzpomínám si, jak jsme před patnácti lety s jedním českým obchodníkem s nábytkem čekali v hotelové lobby na obchodního partnera hodinu a tři čtvrtě a když konečně dorazil, tak se ani neomluvil. Nenapadlo ho to, protože kdyby čekal on, tak by mu to přece také nevadilo. Netušil, že nám utíká čas, že bychom za tu dobu mohli proběhnout dvě dílny či továrny, že platíme hotely, letenky a každý den je třeba maximálně využít. Ovšem i toto se už radikálně mění a moderní indonéští obchodníci chodí více na čas. Uspěchat se však v Indonésii nedá nic.

Problémy může způsobit i pomalejší indonéská administrativa a také dosud rozšířená korupce. Proto je na všechny tyto záležitosti výhodné najmout šikovného místního spolupracovníka – Indonésané totiž rádi jednají přes někoho, kdo otupí hrany kulturních rozdílů. Najít někoho takového na dálku prakticky není možné. Dokonce i na místě to může být problém, protože místní se řídí zásadou *tak kenal maka tak sayang*, což doslova znamená: když se neznáme, nemáme se rádi, ale vlastně to hlavně říká: těžko se můžeme mít rádi. Poznat se tak vyžaduje čas, trpělivost a přizpůsobivost.

Indonésie je obrovská a lidnatá země. Když do ní někdo cizí přichází, kde je nejlepší začít?
Dobré je využít služeb místních přátel nebo aspoň známých, mít kontakt na někoho místního nebo aspoň na zde dlouho žijícího cizince, který zná místní způsoby a pomůže zprostředkovat spojení s potenciálními partnery. Protože, jak jsem už zmínil, Indonésané mají rádi, když je při prvním setkání nějaký prostředník.

Hlavně ti, kteří nežili nikdy na Západě nebo jsou z venkovských oblastí. Nakráčet někam do firmy nebo továrny a oznámit, že s nimi chci dělat byznys, možné sice je, ale vyvolá to trochu údiv.

Určitě je dobré využít třeba služeb česko-indonéské obchodní komory, kde působí Indonésané, kteří studovali nebo pracovali u nás nebo mají minimálně potuchy o naší zemi a zároveň mohou pomoci navést nováčky v Indonésii správným směrem.

NA ÚŘADECH DÁTE SPROPITNÉ, VELKÁ KORUPCE SE VŠAK TRESTÁ

Jak moc je nutné mít kontakty na místní vlády, či přímo na guvernéra? Předpokládám, že nepotismus a korupce jsou problémem i v Indonésii.

Ano, asi stejně jako v jakékoli jiné zemi na světě samozřejmě může pomoci, pokud někdo má kontakty „nahoře". Ten pak může pomoci a dodnes se známostí a kontaktů využívá pro pomoc osobám blízkým nebo členům rodiny. K zásadní změně však došlo, pokud jde o korupci. Uším Evropana to může znít divně, ale v Indonésii je zcela běžné, srozumitelné a správné, že když přijdete třeba na úřad a něco chcete, tak vedle oficiálního úředního poplatku, třeba ve formě nějakého kolku, poskytnete úředníkovi ještě drobný finanční obnos. Snad by to bylo možné přirovnat ke spropitnému. Odosobnělý byrokratický systém se tak z pohledu místních stává „lidským".

Vláda však vyhlásila boj tzv. velké korupci a její tažení je docela úspěšné. Vznikla vládní komise pro potírání korupce a seznam obviněných, usvědčených a odsouzených osob je nejenom dlouhý, ale obsahuje i celou řadu vysoce postavených úředníků, politiků i obchodníků. Zhruba 250 až 300 z nich lze označit za „velké ryby" a mnozí byli odsouzeni k mnohaletým trestům odnětí svobody.

Jednou z ekonomicky nejdůležitějších složek indonéské společnosti vždy byli Číňané. Jaké je jejich dnešní postavení?

Čínská komunita je důležitá nejenom v Indonésii, ale vlastně v celé jihovýchodní Asii. Její postavení je však v různých zemích odlišné a v Indonésii v posledních letech došlo, opět v souvislosti s již zmíněnými reformami, k výrazným změnám.

Číňané představují asi 3 až 4 procenta populace, což vzhledem k tomu, že v Indonésii žije přes 250 milionů obyvatel, dává něco mezi 7 až 10 miliony lidí. Procentuálně jich sice není tolik jako třeba v Thajsku nebo v Malajsii, ale jejich ekonomický význam v zemi i regionu je značný. V kontrastu třeba s Malajsií, kde čínská komunita představuje více než 24 procent populace, jsou indonéští Číňané velmi dobře kulturně asimilováni. Je však třeba říci, že v minulosti byli vystaveni zásadnímu asimilačnímu tlaku, který měl v některých letech podobu velmi brutálních fyzických represí. Dnes už je však situace naštěstí úplně jiná a v jistém ohledu zaznamenáváme jakýsi čínský revival. Konfucianismus byl prohlášen šestým oficiálním náboženstvím, opět bylo obnoveno čínské školství a mladá generace se vedle dialektů učí i mandarínskou čínštinu. Indonéští Číňané však mluví indonésky a mladá generace je už schopná komunikovat i v angličtině.

> MÍSTNÍ SE ŘÍDÍ ZÁSADOU TAK KENAL MAKA TAK SAYANG, COŽ DOSLOVA ZNAMENÁ: „KDYŽ SE NEZNÁME, NEMÁME SE RÁDI." POZNAT SE TAK VYŽADUJE ČAS, TRPĚLIVOST A PŘIZPŮSOBIVOST.

Kde na ně lze nejspíš narazit?

Pokud jde o indonéské Číňany, většinou ve městech, kde provozují nejrůznější podniky. Protože za Suharta byli diskriminováni nejenom kulturně, ale i ekonomicky, vznikl systém, kterému se říká Ali-Baba. Ali je místní, který od úřadů dostal licenci na nějaký podnik, Baba je Číňan, který dodal kapitál a případně i know-how. Tak vznikla i řada velkých podniků, tzv. cukongů, které hrají důležitou roli v ekonomice.

Tímto propojením místních a Číňanů opět vzniklo něco, co je, například ve srovnání se sousední Malajsií, zvláštní. Zatímco v Indonésii všichni mluví indonésky a nějak se dokázali propojit, v Malajsii má každé velké etnikum své postavení, kam ostatní téměř nezasahují, a prestižním jazykem je angličtina. Malajci jsou bumiputra (doslova „synové země") a zastávají úřední posty, ostatní etnika jsou non-bumiputra a každé má své profesní pole působnosti. Indové, pokud mluvíme o elitě, jsou právníci a lékaři, Číňané obchodníci, účetní a inženýři.

Cožpak Indonésie rovněž není etnicky, nábožensky a jazykově rozmanitá?

Samozřejmě že je, ale společnost funguje jinak než třeba v Malajsii. V Indonésii je více než 300 různých etnik, mezi nimiž zhruba se čtyřicetiprocentním podílem na populaci dominují Javánci. Ti ale na rozdíl od Malajsie, kde je politická moc vlastně oficiálně v rukou Malajců, nemají oficiálně žádné nadstandardní postavení. Jáva a hlavní město Jakarta, které na ostrově leží, jsou však přirozeným politickým, průmyslovým i populačním centrem země. Dlouhou dobu Javánci v politice dominovali, dobře to je vidět třeba na tom, že šest ze sedmi prezidentů byli Javánci.

Dnes se však situace mění. Velice výmluvným důkazem je třeba Basuki Purnama, současný starosta, respektive guvernér Jakarty, která je, stejně jako Praha, zároveň městem i provincií. Nejenom, že je to indonéský Číňan, ale i křesťan. Je tedy zároveň příslušníkem etnické i náboženské minority. Něco takového by ještě nedávno nebylo možné. Je to také práce nově inaugurovaného indonéského prezidenta Joka Widoda, který Purnamu do vysoké politiky vytáhl.

INDONÉSKÉ FIRMY MAJÍ REZERVY V INOVACÍCH

Zmínil ses o rozdílné dynamice jednotlivých etnik uvnitř Indonésie, ale jak je na tom Indonésie v regionálním srovnání s ostatními státy?

Částečnou odpověď přinese pohled na některé ekonomické statistiky. Třeba HDP na hlavu je výmluvným ukazatelem, Indonésie je na tom v tomto ohledu lépe než Vietnam nebo Filipíny. Ale za těmi čísly se skrývají skutečnosti, které běžně nejsou vidět. Při debatách s místními poměrně rychle vyplyne, že největší rezervy jsou v oblasti inovací. Indonéské firmy už velmi solidně zvládají imitace, ale pokud jde o inovace, pak zatím výrazně zaostávají například za Indií, o Singapuru nemluvě. V Indonésii například dnes všechny velké světové firmy šijí boty a oblečení, ale vývojových středisek je jak šafránu. Vědí, že potřebují zvýšit kvalitu svých absolventů, a to v celém segmentu vysokoškolského vzdělání, jako poměrně velký handicap byla identifikována nedostatečná znalost angličtiny, kterou v Indii, Malajsii či Singapuru ovládá nesrovnatelně větší počet lidí. Angličtinu se Indonésané jezdí učit hlavně do Austrálie.

Pokud jde přímo o podnikání, místní mají pocit, že oni zabezpečí místo a pracovní sílu, investor přinese kapitál a know-how. Zároveň se domnívají, že tato dělba rolí bude automaticky znamenat i podíl padesát ku padesáti při rozhodování a dělbě zisků, což zahraniční partneři samozřejmě nechtějí vždy akceptovat. Pro firmy z České republiky se, předpokládám, že podobně jako v dalších zemích regionu, otevírá prostor pro dodávky například čerpadel, čističek vody, zařízení pro vodní elektrárny a obecně strojní či elektrotechnické technologie. České firmě ELDIS se například podařila dodávka civilních radarů, protože mezi ostrovy poměrně dynamicky roste civilní letecká doprava.

Každopádně Indonésie má velký potenciál, protože má – na rozdíl od Číny – dostatečné množství lidí v mladém věku, její ekonomika je dostatečně diverzifikovaná a vykazuje průběžný růst přes pět procent a v neposlední řadě má ohromné přírodní bohatství. Navíc je to země, která prochází důkladnou demokratickou transformací a i nedávné ekonomické reformy zde vytvořily mnohem příjemnější prostředí pro investory oproti době před několika lety.

Mají místní o České republice nějaké znalosti, vědomosti nebo alespoň povědomí?

Moc ne, ale přirovnal bych to k tomu, jak málo toho většina Čechů ví o Indonésii. Když se řekne jihovýchodní Asie, tak si většina lidí u nás představí pagodu a Buddhu, ale jen velmi málo lidí ví, že v Indonésii převládá islám, o tom, že to je nejlidnatější muslimská země světa ani nemluvě. Určitý zvuk snad mělo Československo, tedy Made in Czechoslovakia, což bylo uvedeno například na motocyklech Jawa, které však v dnešním provozu nenajdeme, na vodních pumpách ze Sigmy nebo zbraních ze Zbrojovky Brno. Pokud jde o naši obchodní přítomnost v Indonésii, je otázkou, zda by lépe než na těžkopádné Czech Republic nereagovali na Czechia, ale to je jen můj pocit z rozhovorů s místními. Kulturně o nás nic moc nevědí, ale zase tady platí, že je tomu tak i v opačném gardu. Jednoznačně nejznámějšími Čechy v Indonésii jsou sportovci. Dříve Emil Zátopek, dnes Pavel Nedvěd. ■

S Tomášem Petrů si povídal Michael Romancov
Foto: archiv Tomáše Petrů a Thinkstock

PhDr. Michael Romancov, Ph.D., politický geograf, přednáší na Institutu politologických studií Fakulty sociálních věd UK Praha a na katedře mezinárodních vztahů a evropských studií Metropolitní univerzity Praha

CzechLink

CZECHINVEST
Agentura pro podporu podnikání a investic

PROJEKT KAPITÁLOVÝCH ÚČASTÍ CZECHLINK

Snadná cesta ke strategickému partnerovi pro podnikání

Díky bezplatnému projektu mají čeští podnikatelé jedinečnou příležitost navázat kontakty se zahraničními partnery a vytvářet joint venture partnerství nebo přímo najít investora. Hlavním cílem projektu je usnadnit českým podnikům kontakt se zahraničními investory, kapitálově posílit podnikatelské subjekty a zvýšit příliv zahraničních investic do České republiky.

Projekt CzechLink je účinným nástrojem pro podporu rozvoje českých společností!

PROJEKT JE URČEN PRO:

- Malé, střední i velké podniky ze zpracovatelského průmyslu s minimálně pětiletou historií a sídlem v ČR
- Společnosti, na jejichž majetek nebyl prohlášen konkurz či povoleno vyrovnání, nebo vůči nimž nebylo zahájeno insolvenční řízení

CZECHINVEST V RÁMCI PROJEKTU NABÍZÍ:

- Aktivní vyhledávání zahraničních investorů
- Vypracování mezinárodního propagačního prospektu o Vaší společnosti
- Zařazení Vaší společnosti do systému nabídek joint-venture a akvizičních cílů

Více informací získáte na www.czechinvest.org/czechlink nebo na e-mailové adrese czechlink@czechinvest.org.

Letem světem zeměmi ASEAN

Brunej

Zatím málo objevená Brunej je malou a velmi bohatou ekonomikou, která těží z velkých zásob ropy (nerostné suroviny představují téměř 90 % exportu a 67 % HDP). To přináší velká plus v podobě příznivých podmínek pro zahraniční podnikatele ve snaze o diverzifikaci ekonomiky. Nabízí však i excelentní infrastrukturu, vysokou úroveň telekomunikací a vzdělané anglicky mluvící obyvatelstvo. Brunej je závislá na dovozu strojů a vzhledem ke klíčovým sektorům, jakými jsou stavebnictví a těžební průmysl, spočívá příležitost v dovozu právě těchto technologií. Klíčový je také rozvoj obnovitelných zdrojů energie.

Filipíny

Jedná se o čtvrtou největší anglicky mluvící zemi se 100 miliony obyvatel. Třetina z nich je mladší 35 let, což zajišťuje ekonomický růst, ale hlavně poptávku po nových technologiích a trendech. Tomu odpovídá i růst HDP přes 7 %, což je v regionu srovnatelné pouze s Čínou. Táhne jej sektor služeb, nově však roste i význam a podíl průmyslu. Problémem zůstávají administrativní a legislativní překážky, ať se jedná o omezení zahraničního vlastnictví v určitých sektorech anebo problémy s registrací produktů. Nejlepším řešením je realizovat prodej přes ověřené místní či výhradní distributory. I přes tvrdou mezinárodní konkurenci je to teritorium velmi zajímavé především díky rostoucí poptávce po strojích a technologiích (potravinářské a zemědělské), ale také silničních a železničních vozidlech.

Singapur

Je naším nejvýznamnějším partnerem z pohledu exportu do regionu ASEAN. Směřuje do něj přes 20 % našeho vývozu, a to i přes rostoucí konkurenci z Číny, Malajsie, Tchaj-wanu a dalších regionálních hráčů. Má nejpříznivější podnikatelské prostředí na světě a jedná se o neobyčejně otevřenou a liberalizovanou ekonomiku (omezen pro zahraniční subjekty zůstává sektor služeb, jako je TV, audiovizuální a mediální služby, právní služby, bankovní sektor a sektor zdravotní péče). Výhodou je také technologická vyspělost a anglicky mluvící populace, která ze Singapuru činí destinaci vhodnou pro vývoz high-tech výrobků a technologií, a to bez obav z porušování ochrany duševního vlastnictví. Dlouhodobě se profiluje i jako finanční, bankovní a obchodní centrum jihovýchodní Asie. Je jedinečnou příležitostí pro export zdravotnického vybavení, laboratorních a vědeckých zařízení a ICT, ale i tradičního strojírenství. Zároveň však patří k jednomu z nejvíce konkurenčních míst na světě a vyžaduje přímé zastoupení v zemi.
Více na str. 28–30, 36–37, 44–46.

Indonésie

V současnosti 16. největší ekonomika světa, která má 4. největší populaci čítající 248 milionů obyvatel (polovina mladší 30 let), z nichž 18 % (tedy 40 milionů) se řadí mezi střední třídu. I když je to trh náročný a často ochranářský, což vyžaduje spolupráci s místními zástupci či distributory, skýtá neobyčejný potenciál díky nebývalé domácí poptávce a ekonomickým výsledkům, které představují skoro polovinu produkce zemí ASEAN. Je třeba se však přizpůsobit i silné konkurenci regionálních lídrů. Příležitosti jsou v energetice, těžebním průmyslu, potravinářských a zemědělských technologiích, projektech rozvoje infrastruktury, stavebních technologiích a materiálech. Indonéská vláda podporuje i dovoz některého spotřebního zboží a participaci ve službách, jako je turismus.
Více na str. 24–33.

Laos

Laoská ekonomika roste a posouvá se do nové etapy regionální a globální integrace, a to díky vstupu do WTO v roce 2013 a intenzivnější ekonomické integraci v rámci ASEAN. Trpí však neduhy, které jsou společné komunistickým zemím, pro další udržitelný růst je proto nutná liberalizace domácího i zahraničního obchodu spolu s uvolněním dovozních omezení a tarifů (ty jsou jedním z největších bariér) stejně jako zrychlení privatizace anebo zjednodušení podnikatelského prostředí spolu s omezením byrokracie. Z hlediska možných příležitostí je třeba počítat také s obrovskou mezinárodní konkurencí. Na rozdíl od svých regionálních sousedů patří Laos k menším zemím s 6,6 milionu obyvatel, kdy 70 % pracuje v zemědělském sektoru, přičemž skoro polovina obyvatel je mladší 20 let. Pro české firmy bude zajímavý pokračující růst infrastruktury a klíčových odvětví, jako je energetika i služby.

Malajsie

Země byla v roce 2013 po Singapuru naším druhým nejvýznamnějším partnerem v regionu ASEAN; export dosáhl svého rekordu hodnotou přesahující 3,5 miliardy korun. Jedná se o konkurenceschopnou ekonomiku, kde služby a průmysl tvoří 75 % HDP. Letos by měla růst udržitelným tempem 5,5 %, což je způsobené industrializací a významnými státními investicemi do rozvoje infrastruktury. Jedním z důvodů je však velmi příznivé podnikatelské prostředí a spolupráce se soukromým sektorem; některé sektory jsou však pro zahraničí uzavřené či silně omezené, jako například automobilový sektor, finanční služby, telekomunikace. Dalším omezením je zatím nedostatečná ochrana duševního vlastnictví. I přesto se však Malajsie podle indexu kvality podnikatelského prostředí doing business umístila na 6. místě ve světovém srovnání.
Více na str. 36–43.

Myanmar

Podle posledních odhadů Mezinárodního měnového fondu čeká myanmarskou ekonomiku raketový růst 8,8 % díky zvýšené produkci zemního plynu i růstu investic. Tato otevírající se ekonomika s 60 miliony obyvatel tak představuje velmi zajímavý potenciál pro české podnikatele napříč průmyslovými sektory i sektorem služeb. Například turismus za poslední rok vzrostl o více než 100 %, ale vzestupnou tendenci mají i telekomunikace a poskytování finančních služeb. Český vývoz do Myanmaru patří k nejnižším v regionu. Nejvýznamnější oblastí exportu je potravinářství následované sektory mechaniky, optiky a strojírenství. Příležitosti skýtá rozvoj energetiky, neboť je málo rozvinutá a země musí čelit častým blackoutům především v obdobích sucha (většina elektřiny je získávána z vodních zdrojů). Proto stát podporuje zahraniční investice v oblasti výroby elektřiny z obnovitelných zdrojů a její distribuce.

Vietnam

Český vývoz sice v roce 2013 dosáhl svého rekordu a za poslední 10 let vzrostl více než dvacetinásobně, z hlediska exportních trhů zemí ASEAN je však Vietnam až na 5. místě. I přes jisté zpomalení stále patří k významným ekonomikám regionu s velkým potenciálem dalšího růstu. Výhodou je stabilní politické prostředí, růst HDP 5,6 % s pozitivním výhledem až do roku 2015, dobrá geografická poloha, velký trh s 92 miliony obyvatel (skoro polovina mladší 30 let) a ekonomika integrovaná v globálních řetězcích, jako je WTO, účast v Transpacifickém partnerství (TPP) nebo Asijsko-pacifickém sdružení volného obchodu (APEC), v neposlední řadě i regionální integrace v rámci ASEAN. Bariérou je tvrdá konkurence, náročný vstup na trh v podobě byrokracie a tarifních omezení dovozu vybraných produktů, a proto je v podstatě nutné na trhu působit přímo. Nové příležitosti jsou v oblasti IT a telekomunikacích, energetice a širokém spektru strojů a zařízení pro důlní průmysl, potravinářském a zemědělském průmyslu, ale i produktech potravinářského a chemického průmyslu nebo technologicky náročných výrobcích zdravotnického vybavení, mechaniky a optiky.

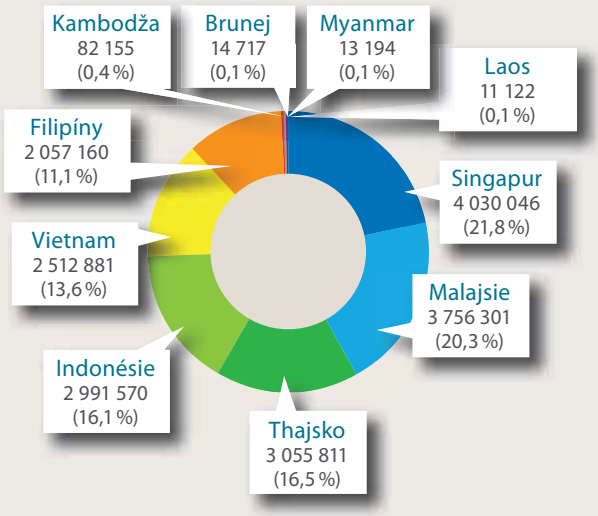
Thajsko

Thajsko je druhou největší ekonomikou ASEAN, která však od roku 2013 zpomaluje vlivem politické nestability i klesající domácí spotřeby. Jedná se o exportní ekonomiku taženou průmyslem a sektorem služeb, což z ní činí dobrý cíl pro české podnikatele. Thajská poptávka se totiž potkává s naší tradiční nabídkou, a proto jsme na trhu silní ve vývozu strojů, plastů, ale i skla. Český export do tohoto regionu v roce 2013 přesáhl 3 miliardy korun. Export produktů konkurujících domácí produkci je omezen dovozními tarify, což se týká například automobilů a autodílů, některých potravin a nápojů, textilu a obuvi. Příležitosti se naopak rýsují v oboru zdravotnictví, ICT a při rozvoji infrastruktury.
Více na str. 50–51.

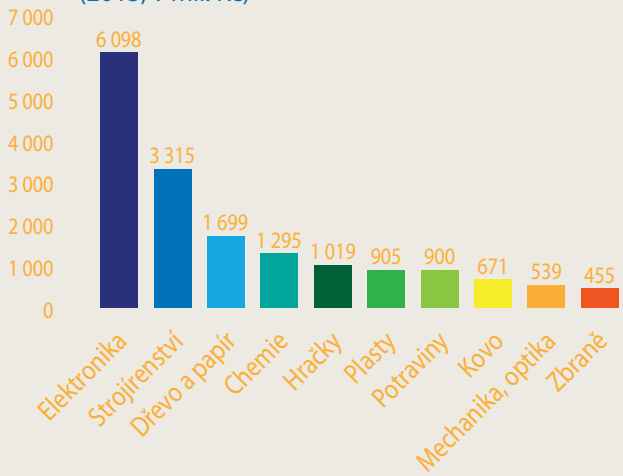
Dvoustrana byla připravena ve spolupráci se specialisty v pražské centrále CzechTrade a zahraničních kancelářích.

Země ASEAN

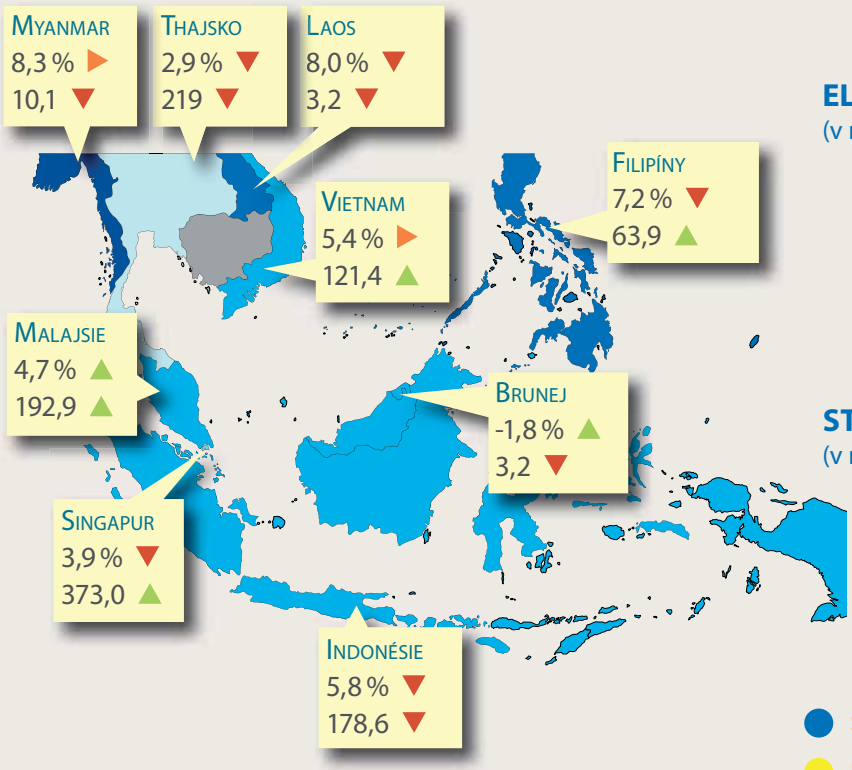
Český export do zemí ASEAN
(2013, v tis. Kč)

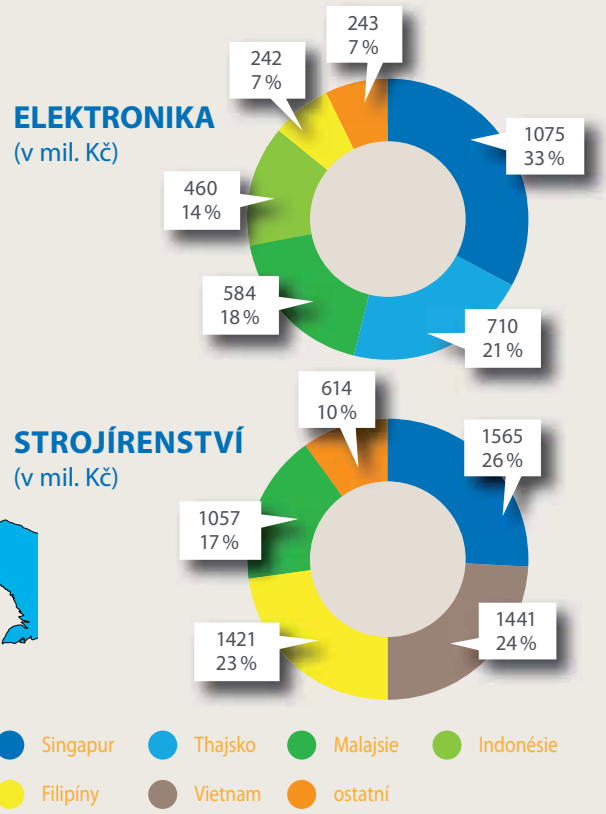


TOP obory českého vývozu do zemí ASEAN
(2013, v mil. Kč)



TOP položka českého vývozu: elektronika a strojírenství





Legenda:

Růst HDP 2013 v %

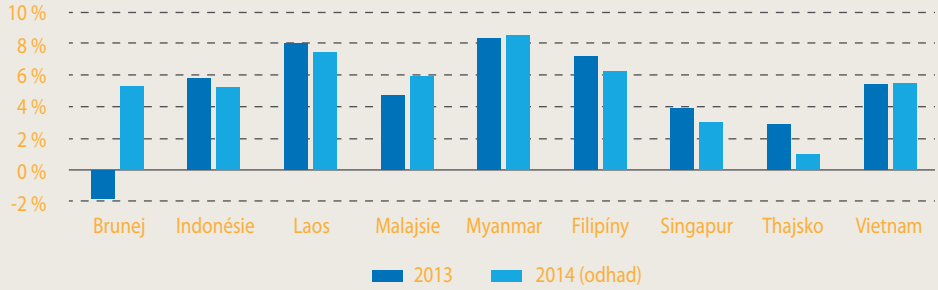
1,0–2,9 | 3,0–4,9 | 5,0–5,9 | 6,0–7,9 | 8,0–8,9

SINGAPUR
3,9 % ▼ ← Růst HDP 2013 + odhad růstu pro rok 2014
373,0 ▲ ← Celkový dovoz 2013 v mld. USD + odhad růstu pro rok 2014

▲ Meziroční nárůst
▼ Meziroční pokles

Zdroj: CzechTrade

ASEAN – růst HDP (v %)



Země ASEAN aneb Kde je zakopaný pes?

Mezi dvanáct prioritních zemí pro první roky implementace Exportní strategie patří Vietnam a do cílené skupiny tzv. zájmových zemí spadá Singapur, Thajsko a Indonésie. EGAP se při pojišťování exportu do těchto zemí musí řídit pravidly OECD. Hodnocení jednotlivých zemí podle klasifikace OECD je přitom (až na Laos a Myanmar) spíše pozitivní, tedy s nižší úrovní rizika.

Země ASEAN	Hodnocení
Brunej	2
Filipíny	3
Indonésie	3
Kambodža	6
Laos	7
Malajsie	2
Myanmar	7* nepojistitelné
Singapur	0
Thajsko	3
Vietnam	5

Země jsou klasifikovány, tj. zařazovány, do osmi rizikových kategorií, kde 7. kategorii představují státy s nejvyšší úrovní teritoriálního rizika a 0. kategorii s minimální úrovní rizika.

Vietnam je pro zahraniční investory jedna z patnácti nejzajímavějších ekonomik, a to především díky rychlosti rozvoje trhu a zlepšující se infrastruktuře. Velký potenciál pro české firmy je v Indonésii. Hlavně v oborech strojírenství, automobilový průmysl, stavebnictví, elektronika, IT, životní prostředí, zdravotnictví, energetika a potravinářství. „EGAP pojišťoval v roce 2010 performance bond na dodávku zařízení pro vodní elektrárnu PLTA Pakkat a v předchozích letech i dodávky zařízení pro malé vodní elektrárny. Konkrétně se jednalo o pojištění akontační záruky, záruky za řádné provedení kontraktu a pojištění předexportního úvěru na výrobu a dodání zařízení pro hydroelektrárnu Ampel Gading do Indonésie. Dále pak také například dodávky průmyslových armatur," doplňuje informace o konkrétních projektech náměstek generálního ředitele a vedoucí obchodního úseku EGAP Marek Dlouhý.

Také na Filipínách se umí prosadit české firmy s výrobou, dodávkou a montáží elektromechanických zařízení vodních elektráren. Známý je obchodní případ vývozu 73 tramvají pro filipínské město Manila. Do Thajska EGAP pojišťoval dodávky hrotových brusek.

Kupní síla a rozsah ekonomik ASEAN jsou již nyní srovnatelné s Čínou a jejich politický význam stoupá. Přestože je jihovýchodní Asie lákavá z hlediska exportu, nebývá však pravidlem, že prvotní nadšení trvá až do konce realizace projektu. Kde je tedy zakopaný pes?

„Například právní systém ve Vietnamu je odlišný od evropského a je potřeba věnovat pozornost správnému ukotvení zajišťovacích instrumentů, tak aby byly v souladu s místní legislativou. Podle našich zkušeností mnohdy nejsou standardní zajišťovací instrumenty k dispozici zahraničnímu (nevietnamskému) subjektu," říká ředitelka odboru hodnocení pojistných rizik EGAP Jiřina Rovná. Stejného názoru je i ředitel odboru pro vymáhání pohledávek René Jakl: „Vývozce/pojištěný může těžko realizovat zástavy svým jménem, vždycky musí mít prostředníka – typicky je to místní banka – a to se ukazuje jako slabý článek. V případě její nečinnosti je velmi obtížné její součinnost při realizaci zástav vynutit. Rovněž právní řád je odlišný a je potřeba znát místní specifika."

Další věcí, kterou je při vyjednávání obchodu nutné brát v potaz, je odlišná kultura. Při jednání s vietnamskou stranou „nic není problém", všechno je odsouhlaseno. Když s něčím zásadně nesouhlasí, pak „si to ještě musíme rozmyslet". Nelze však říci, že všechno je ve Vietnamu špatně a nefunguje. Zkušenosti, ze kterých EGAP vychází, jsou z předchozích let a je možné, že situace se mezitím zlepšila. ■

Text: Lucie Bauerová
Autorka je pracovnicí odboru PR a komunikace EGAP

Země tisíců ostrovů stoupá raketovým tempem

Indonésie je dnes 16. největší ekonomikou světa, která dosahuje každoročně trvalého růstu HDP okolo 6 procent. Má čtvrtou největší populaci čítající 248 milionů obyvatel a zároveň jednu z nejmladších, neboť polovině je méně než třicet let. Podle odhadů mezinárodních ekonomických institucí tvoří nyní střední třída již 18 procent obyvatelstva, což představuje 40 milionů spotřebitelů. Jako počet obyvatel Singapuru a Malajsie dohromady.

Všechny uvedené skutečnosti utvářejí potencionální trh pro široké spektrum produktů, začínající od výrobků běžné denní spotřeby až po nákup letadel. Po Číně nejrychleji se rozvíjející ekonomika v rámci nejvyspělejších zemí G-20 bude jistě přitahovat zájem všech investorů a exportérů v nejbližších letech, protože i politicky patří mezi stabilní země jihovýchodní Asie. Také český vývoz do Indonésie má pozitivní kurz a v rámci zemí ASEAN se jedná o naši čtvrtou nejvýznamnější exportní destinaci. Prozatím.

Pokud čekáte rychlý úspěch, jděte raději jinam

Proniknout na indonéský trh však není nijak jednoduché, a to nejenom z pohledu velké geografické vzdálenosti.

Nejperspektivnější země pro zahraniční obchod a investice

Pořadí	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1.	Čína	Čína	Čína	Čína	Čína	Čína	Čína	Čína	**Indonésie**
2.	Indie	Indie	Indie	Indie	Indie	Indie	Indie	Indie	Indie
3.	Thajsko	Vietnam	Vietnam	Vietnam	Vietnam	Vietnam	Thajsko	**Indonésie**	Thajsko
4.	Vietnam	Thajsko	Thajsko	Rusko	Thajsko	Thajsko	Vietnam	Thajsko	Čína
5.	USA	USA	Rusko	Thajsko	Rusko	Brazílie	**Indonésie**	Vietnam	Vietnam
6.	Rusko	Rusko	USA	Brazílie	Brazílie	**Indonésie**	Brazílie	Brazílie	Brazílie
7.	Korea	Brazílie	Brazílie	USA	USA	Rusko	Rusko	Mexiko	Mexiko
8.	**Indonésie**	Korea	**Indonésie**	**Indonésie**	**Indonésie**	USA	USA	Rusko	Myanmar
9.	Brazílie	**Indonésie**	Korea	Korea	Korea	Korea	Malajsie	USA	Rusko
10.	Tchaj-wan	Vietnam	Tchaj-wan	Tchaj-wan	Malajsie	Malajsie–Tchaj-wan	Tchaj-wan	Myanmar	USA

Zdroj: JAPAN BANK for INTERNATIONAL COOPERATION SURVEY 2013

Pro tabulku byly brány v úvahu následující pozitivní a negativní faktory:

+

1. budoucí potencionální růst místního trhu,
2. levná pracovní síla,
3. současná velikost místního trhu,
4. dodavatelská základna,
5. vývoj průmyslového klastru.

–

1. zvyšující se náklady na pracovní sílu,
2. nerozvinutá infrastruktura,
3. vymahatelnost práva a jeho časté změny,
4. působení konkurence v daném oboru,
5. těžkosti s náborem vedoucích pracovníků,
6. obecně pracovní problémy.

Během let zde totiž významně vymizela povědomost o českých výrobcích, průmyslu a České republice obecně. Není toho mnoho, na co se dá navázat.

Navíc se jedná o specifický, náročný a velmi konkurenční trh. To je ještě doprovázeno mnoha ochranářskými opatřeními ze strany státu. Letos například vydala vláda nově revidovaný tzv. Negative Investment List, který taxativně stanovuje podíl vlastnictví v podnikatelských subjektech mezi zahraničním a domácími investory v různých oborech ekonomiky Indonéské republiky.

Dovážet do Indonésie jakékoliv výrobky bez spolupráce s místním zástupcem či distributorem je prakticky těžko proveditelné, a to z důvodu nutné registrace produktu požadované státními organizacemi a zároveň i kvůli nezbytné znalosti místního trhu. Například běžně uveřejňovaná výběrová řízení jsou až na absolutní výjimky jen v indonéštině. K jejich získání je nutná místní registrace podnikatelského subjektu, kdy se již diskriminačně předpokládá jen účast společné indonésko-zahraniční firmy. K získání detailních informací o složité problematice zakládání zahraničních kanceláří a společností je možné využít spolupráci s kanceláří CzechTrade v Jakartě.

ZEMĚ OBROVSKÝCH ROZDÍLŮ

Mnoho zemí Evropské unie, zvláště Německo, Nizozemsko nebo Velká Británie, dlouhodobě působí na trhu bez jakéhokoliv přerušení. Využívají k tomu svých bilaterálních obchodních komor, jako jsou BritCham, EKONID, EuroCHam, IFCCI, INA, CCI Barcelona apod. Společnou zastřešující nadstavbou je pak EIBN – EU-Indonesia Business Network (*www.eibn.org*).

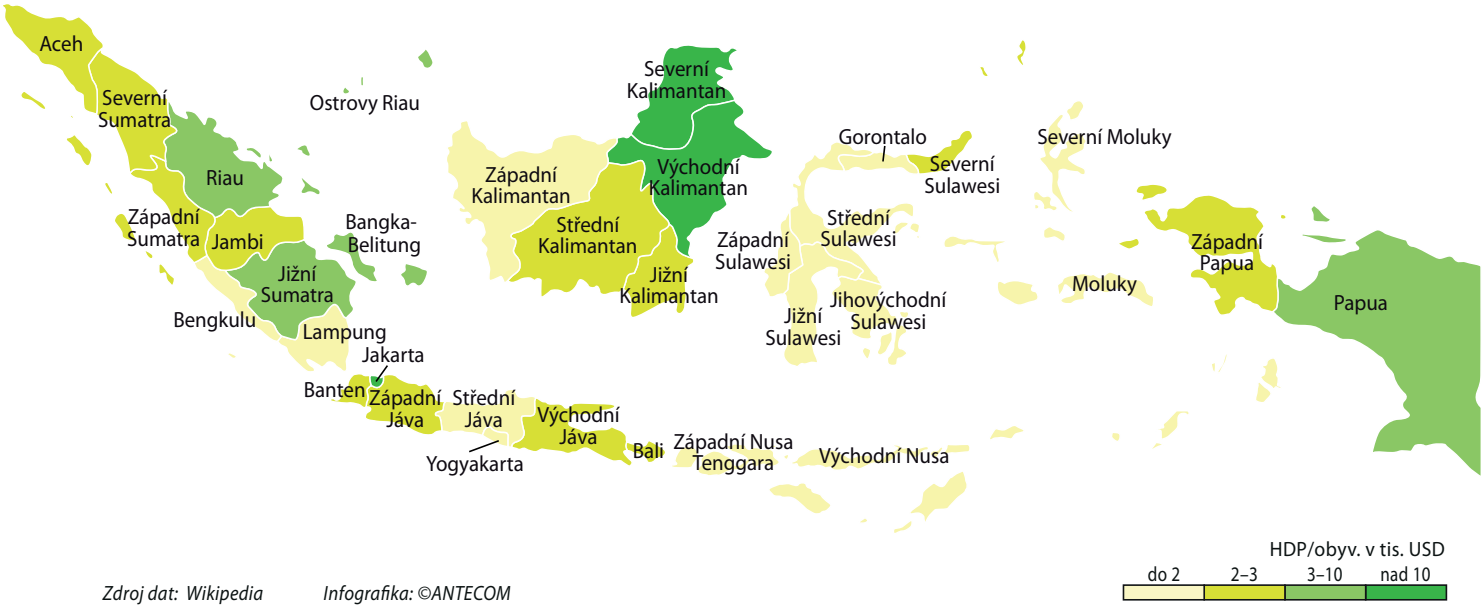
Při rozhodování o případném vstupu na trh je také třeba respektovat značné odlišnosti Jakarty a ostrova Jáva. Ty jsou v mnohem větší míře rozvinuté a zatím tam směřuje více domácích i zahraničních investic než do dalších oblastí indonéského souostroví včetně Sumatry.

Ačkoli byste mohli v některých regionech získat dojem, že uspějete se standardními produkty či zastaralými technologiemi, je tomu právě naopak. V Indonésii musíte nabídnout pouze světově konkurenceschopné výrobky a špičkové technologie, případně luxusní a tradiční produkty s dlouhou historií. Panuje tu totiž obrovská konkurence ze všech asijských zemí včetně Japonska, Číny, Indie či zemí ASEAN.

Text: Pavel Kalina
Foto: Thinkstock a archiv CzechTrade

Ing. Pavel Kalina je vedoucím zahraniční kanceláře CzechTrade v Jakartě

HDP PROVINCIÍ INDONÉSIE



Zdroj dat: Wikipedia *Infografika: ©ANTECOM*

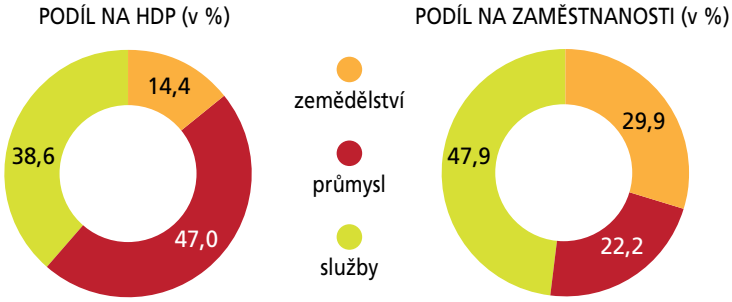
Poznámka: Severní Kalimantan vznikl vyčleněním z Východního Kalimantanu až koncem roku 2012. Proto údaj HDP na obyvatele vypovídá k oběma novým provinciím dohromady.

provincie	HDP/obyv. v USD
Východní Kalimantan	16 441
Severní Kalimantan	16 441
Jakarta	11 955
Riau	8 597
Ostrovy Riau	6 577
Papua	4 296
Bangka-Belitung	3 123
Jižní Sumatra	3 022
Aceh	2 764
Západní Papua	2 757
Východní Jáva	2 705
Severní Sumatra	2 648

provincie	HDP/obyv. v USD
Střední Kalimantan	2 538
Západní Sumatra	2 414
Západní Jáva	2 376
Jambi	2 296
Bali	2 292
Jižní Kalimantan	2 132
Banten	2 059
Severní Sulawesi	2 035
Střední Sulawesi	1 863
Západní Kalimantan	1 839
Střední Jáva	1 805
Yogyakarta	1 773

provincie	HDP/obyv. v USD
Jižní Sulawesi	1 761
Jihovýchodní Sulawesi	1 725
Lampung	1 627
Bengkulu	1 420
Západní Nusa Tenggara	1 304
Západní Sulawesi	1 216
Gorontalo	979
Východní Nusa	770
Moluky	766
Severní Moluky	649

STRUKTURA HOSPODÁŘSTVÍ INDONÉSIE



Zdroj dat: Wikipedia

Pozvánka na veletrhy

Indonesia International Airport Technology

2.–4. 9. 2015
www.i2at.com

Electric, Power and Renewable Energy Indonesia

16.–19. 9. 2015
www.pamerindo.com

Příležitosti pro české firmy

ICT

Indonéský trh je ideálním spotřebitelem v oblasti ICT. Jedná se o zemi s čtvrtým největším počtem uživatelů Facebooku (5. místo z pohledu uživatelů Twitteru) a s největším světovým počtem tweetů na světě, a to v Jakartě, která předstihla Tokio.

Stavebnictví a rozvoj infrastruktury

Indonéský rozpočet na rozvoj infrastruktury v letech 2011–2014 činí 755 trilionů IDR, kdy 38 % je určeno na energetické projekty (například vodní elektrárna Karama o kapacitě 4x 112,5 MW), 19 % na rozvoj silniční infrastruktury (stovky kilometrů dálnic na ostrovech Sumatra, Kalimantan a Sulawesi), 18 % na železniční infrastrukturu (například skoro 300 km železnice Purukcahu–Bangkuang–Mangkatip), zbytek do telekomunikací, přístavů (přístav Hub Kuala Tanjung na Sumatře), letišť (letiště Karawand na ostrově Jáva), rozvodů vody a další. Velká část projektů je přitom určena pro public-private partnership, a skýtají tak možnost participace zahraničních subjektů i v rámci subdodávek. Příležitosti jsou i v oblasti stavebních materiálů, což je dáno rostoucí stavební aktivitou a množstvím investic.

Energetika

Většina energie pochází z fosilních zdrojů, 7 % je získáváno z vodních elektráren a 5 % z geotermálních zdrojů. Indonésie počítá s nárůstem spotřeby energie a elektřiny, musí tak posílit výrobní kapacity, a to s využitím spíše obnovitelných zdrojů energie, nicméně je třeba zlepšit i rozvod elektřiny a elektrifikaci jednotlivých oblastí. České firmy jsou v energetickém sektoru silné a mají reference z asijských zemí, což jim přidává na konkurenceschopnosti, a mohou tak využít příležitostí v podobě stavby zhruba 30 tepelných elektráren a několika vodních. Co se týče výroby elektřiny, aktuální instalovaná kapacita činí 43,528 MW, z čehož většinu vyrábí státní Perusahaan Listrik Negara (PLN), která má monopol i na distribuci, elektrifikace činí 75,30 %. Nové elektrárny jsou budovány v rámci vládních programů Fast Track I a II a v režii PLN, nicméně je zde velké množství projektů otevřených i pro public-private partnership. Sem spadá například stavba centrální elektrárny pro ostrov Jáva s kapacitou 2x 1 GW.

Environmentální technologie

Vedle příležitostí, které představuje plánovaná výstavba vodních elektráren, jsou v Indonésii žádaná řešení pro distribuci vody, od územní obnovy (řízení vodních zdrojů, zavlažování) až po zlepšení zásobování vodou a nakládání s odpadními vodami.

Potravinářské stroje

Problémem indonéského zemědělství je nedostatečná produktivita a konkurenceschopnost. Výsledkem je, že země je sice 6. největším exportérem zpracovaného cukru, ale také jedním z největších importérů surového cukru. Tento stav je způsoben tím, že modernizace zpracování cukru probíhala rychleji než celková modernizace zemědělství. Produktivita obou segmentů je však stále nedostatečná a skýtá velký potenciál pro vývoz cukrovarů pro rozvíjející se soukromé zpracovatele. Další příležitostí je vývoz technologií pro zpracování vedlejších produktů ze zpracování cukru na biopaliva. Stejná situace panuje i v segmentu zpracování mouky a příležitostech pro dovoz mlýnů a dalších technologií.

Text: Dita Nedělková, specialistka CzechTrade
Foto: Agáta Hrubšová

Singapur, nebo Kuala Lumpur?

Před rokem, kdy vznikal první rozhovor s Václavem Muchnou pro Trade News, zakladatel a majitel společnosti Y Soft rozšiřoval své podnikání u protinožců. Na osobní schůzku jsme si museli počkat a nyní v moderním prostředí domovského sídla firmy v Brně během hodinového vyprávění opět nejprve míříme na druhý konec světa. Ovšem v souladu s hlavním tématem tohoto čísla tentokrát do jihovýchodní Asie.

Václav Muchna, zakladatel a majitel společnosti Y Soft

Nulová nezaměstnanost? To je realita

Jak se vám podniká v Singapuru?
Singapurskou pobočku máme šest let, lidé ale vydrží ve firmě zhruba dva roky. Stále jsme přemýšleli, co děláme špatně, než jsme přišli na to, že to na tom trhu tak prostě je. Díky nulové nezaměstnanosti lidé své pracovní pozice „točí". Konkrétně v našem oboru – v oblasti tisku a kopírek – v podstatě každý, kdo do naší firmy přišel, byl předtím u tří čtyř podobných firem. Trh je relativně malý, lidé se mezi sebou znají. Není tam problém s kvalifikací, spíše s tlakem na cenu, na benefity a podobně. Některé benefity jsou pro nás úsměvné, byť opodstatněné. Zaměstnanec například přišel s požadavkem na proplacení zimního oblečení, protože létá pracovně do Evropy a doma ho nepotřebuje.

Která část jihovýchodní Asie je podle vás nejpříznivější pro budování obchodu?
Pokud bych dnes šel do jihovýchodní Asie znova, od nuly, tak bych hodně zvažoval Kuala Lumpur v Malajsii. Tam už je také kvalifikovaná pracovní síla, ale nižší životní náklady. Velká výhoda Singapuru spočívá v tom, že všichni mluví anglicky. V Malajsii je znalost angličtiny relativně dobrá, není tam nulová nezaměstnanost, poměr cena/výkon je tam určitě lepší. Singapur si hodně uvědomuje, že dochází k odlivu firem právě do této oblasti. Často odcházejí hlavně velké firmy. A život experta je tam velmi drahý. Pokud tam někoho pošleme, a často i s rodinou, hradíme mu samozřejmě jeho životní náklady – kromě platu také ubytování, školu dětem, auto… Cena za byt se ročně může zvednout až o 15 procent. Pokud tam však chceme podnikat, experty potřebujeme. Je to jediný způsob, jak přenést know-how. Nic jiného nefunguje.

Co konkrétně Singapur dělá proti odlivu firem?
Singapurská vláda má jen omezené možnosti, jak s tím bojovat. Aktivovala oficiální programy na podporu malých a středních podniků. Vědí, že velké korporace se u nich neudrží. Incentivy pro malé a střední firmy jsou ale velmi silné, dostávají v podstatě „živý cash".

> Mít vlastní experty v zahraničí je drahé. Ale je to jediný způsob, jak přenést know-how. Nic jiného nefunguje.

Jak dlouho vláda poskytuje tuto podporu?
Řekl bych rok dva. Před třemi lety, kdy jsem v Singapuru pobýval, se o podpoře sice spekulovalo, ale ještě neexistovala. Přesto všechno bych určitě zvažoval oblast okolo Kuala Lumpuru. Jak už jsem uvedl, podnikání v Malajsii mě z mnoha důvodů láká.

Nadřízený má vždycky pravdu

Vy jste před šesti lety pobočku v Singapuru zakládal. Co vás tam nejvíc překvapilo?

Singapur je mix Evropy a Asie, takže ten šok není tak velký. Spíše jsem zpočátku zažil překvapení z odlišné komunikace. V Asii existuje velmi silný hierarchický systém. Je-li člověk v roli nadřízeného, velmi složitě získává jakoukoliv zpětnou vazbu na cokoliv. Zaměstnanci sami od sebe „nic neřeknou". Když jsem například jednoho zaměstnance vyzval, aby popsal určité věci, které ve firmě nefungovaly, hovořil velmi nesouvisle a nesrozumitelně. Poté se však svému manažerovi omlouval za to, že vůbec o věcech mluvil před nadřízeným. Přitom šlo o člověka se skvělými výsledky, který je velmi ceněný.

Další věc je to, že zdejší lidé nedají najevo, pokud něčemu nerozumí, vše takzvaně „odkývou". Je proto nutné nechat je, aby vše parafrázovali, a tímto způsobem si ověřit, zda rozumí. Meetingy jsou tedy mnohem delší.

Znamená to, že už ve školách jsou děti vedeny jinak?
Ano. Je to dáno vzdělávacím systémem a kulturními hodnotami. V Americe jsou na školách děti vedené k tomu, aby se ptaly. V Evropě se snažíme přiblížit americkému modelu, ale děti zatím nepovažují za odměnu to, že by mohly před celou třídou dělat prezentaci. Pokud se v americké škole dítě na něco zeptá, je to vnímáno jako skvělé, když se zeptá tady, smějí se mu spolužáci, ale učitel odpoví, v Asii ho ztrapní samotný učitel. Z toho vyplývá celá kultura. Je tedy potřeba to vědět a komunikaci tomu přizpůsobit.

Jak na vás zapůsobilo prostředí Singapuru?
Město je absolutně čisté, nádherné, zelené, to jsem nikde jinde nezažil. Když jsme přijížděli z letiště, měli jsme pocit, že jsme v pralese. Stromy tvoří nad dálnicí klenbu, vše roste, bují, konstantní teplota je 30 až 31 °C. Jedinou změnou počasí je déšť, který se objevuje tak třikrát za den.

ZÁKAZNÍKA NA PRVNÍ POHLED NEVIDÍTE

Kolik času jste tam v té době trávil?
Do Singapuru jsem létal přibližně jednou za dva měsíce na týden nebo čtrnáct dní. Nejprve jsme vyřizovali základní věci, kanceláře, účty a podobně. Pak už jsme cestovali po regionu. Začali jsme Malajsií přes Filipíny až do Indonésie. To už je ryzí Asie a my jsme se často nestačili divit. Když jsme přistávali nad slumy, říkal jsem si někdy: co tady dělám, kdo ty naše věci koupí? Zákazník tam není na první pohled vidět. Začínali jsme ve čtyřech, dnes je v singapurské pobočce sedm lidí.

Říká se, že asijský trh je hodně založený na vztazích. Je to pravda?
Určitě. Budují se dlouho, obchod tedy není rychlý. Je důležité umět nabídnout dobrou cenu a lokální podporu. V Singapuru žijí převážně etničtí Číňané a Malajci, také spousta expertů z Evropy. Vyplatí se umět čínsky. Mluví se tam samozřejmě anglicky, ale to není úplně ono. V Indonésii mluví indonéštinou (Bahasa Indonesia) a v Malajsii zase malajsijštinou (Bahasa Malaysia), ale ty nejsou v podnikání tolik potřeba.

Zmíním se ještě o Indonésii. Je to obrovská země, velký trh, který má malé HDP a postupně jde nahoru. Pokud tam bude vláda, která bude liberalizovat ekonomiku, levná pracovní síla zajistí Indonésii velký příliv investic. Je to zajímavý trh s velkým potenciálem a s dobrou šancí prosperovat. Ne nadarmo se o Indonésii hovoří jako o trhu budoucnosti. Na Filipínách mne zaujala velmi dobrá úroveň základní angličtiny. Všechna call centra jsou právě tam. Ovšem angličtina je skutečně jen na základní úrovni. A může tam také být problém s bezpečností.

Když jste se zmínil o vztazích, jak se vám tam navazují? Jak jste se s místními lidmi cítil?
Výborně. V Asii jsou lidé velice milí, příjemní a pohostinní.

Připravujete se nyní na nějaké nové teritorium? Na co soustředíte své síly?
Prodáváme už do více než sta zemí. V těch zbylých je ekonomika velmi slabá a trhy pro nás nejsou perspektivní. Na trhy lze vstupovat buď zeširoka, nebo naopak s užším fokusem na jednotlivá teritoria. My jsme chtěli postavit globální firmu. V našem oboru, pokud jsme pokryli „zeměkouli", stali jsme se pro velké globální firmy rovnocenným hráčem, dokážeme nabídnout hodnoty, kterým se těžko konkuruje. Umíme ▸▸

poskytovat podporu v patnácti jazycích, v sedmi až osmi časových zónách. To má samozřejmě velkou výhodu. Soustředíme se na teritoria, kde už nějakým způsobem jsme a snažíme se tam maximalizovat zisk. Aktuálně například ve Francii. Děláme tam velké změny a snažíme se zužitkovat vše, co jsme se dosud naučili. Pak máme v plánu Indii, Brazílii, Severní Ameriku, zároveň se samozřejmě zaměřujeme na Oceánii a na Japonsko. Poté, co jsme pokryli svět, se na tyto trhy chceme soustředit detailně.

VÝVOJÁŘŮ JE POŘÁD MÁLO

Je o vás známo, že si zakládáte na neformální, dynamické firemní kultuře. Jak se vám daří udržet tohoto ducha nyní, kdy vaše firma vyrostla a je v ní 250 lidí?

Řekl bych, že jsme až moc korporátní, ujelo mi to. Je to podobné, jako když je vašim malým dětem najednou 15 let. Přemýšlím nad tím, co udělat pro to, abychom do naší firmy více vrátili toho původního ducha. Firemní hodnoty máme nastaveny a definovány jako osobnostní charakteristiky. Cenné je pro nás tedy to, že jsou zaměstnanci otevření změnám, snaží se tyto změny sami podporovat, jsou otevření diskuzím, dělají rádi etický byznys, práce je baví, jsou aktivní. Soulad s firemní kulturou se také našim lidem promítá do odměn.

Start-upy, se kterými často spolupracujeme, mají často problém s tím, že sice hodnoty definují, ale lidé se jimi neřídí. A ptají se nás, co pro to mají udělat? Já na to mám jednoduchý recept: dejte to do peněz. Peníze fungují, musejí se umět správně použít a nesmí být jediným motivačním faktorem. Je to potřeba správně zkombinovat. Když sáhnete na peníze, znamená to, že to myslíte vážně.

Máte už nějaké nápady, jak udělat firmu „méně korporátní"?

To, co musíme změnit, je komunikace ode mne směrem k zaměstnancům. Chci se vrátit k méně formálnímu způsobu. Vyzkoušel jsem si nedávno neformální debatu se zaměstnanci, z meeting roomů jsme nechali odvézt stoly, takže jsme jednali jen v kroužku. Najednou mezi námi nebyla bariéra a jednání mělo zcela jiný náboj. Je potřeba se zaměřit na denní komunikaci a odstraňovat různé bariéry, které jí brání. Myslím, že to lze dělat i při 250 lidech, je to hodně záležitost nastavení mysli.

Získali jste také ocenění za své investice a nová pracovní místa. O co přesně šlo?

Agentura CzechInvest, se kterou spolupracujeme dlouhodobě na dílčích dotačních projektech, vyhlašuje každoročně soutěž Investor roku. Získali jsme první místo za rok 2013 v kategorii IT a sdílené služby. Porotu zaujal náš produkt YSoft SafeQ, který umožňuje společnostem kontrolovat náklady na tisk dokumentů, snížit případné plýtvání, zvýšit komfort uživatelů, a tím i pozitivně působit na životní prostředí. Roli při hodnocení hrálo také to, že jsme se rozhodli investovat více než 70 milionů korun a vytvořit v Brně 40 nových pracovních míst v oblasti výzkumu a vývoje. Vytvořili bychom jich i více, ale v Brně nenajdeme více lidí. Investovali jsme také do nového sídla, abychom zajistili reprezentativní a zároveň příjemné pracovní prostředí pro naše lidi.

Znamená to, že kvalifikovaných lidí pro váš obor je nedostatek?

Zájem o vývojáře je v Brně i v Praze velký, poptávka výrazně převyšuje nabídku. V IT je to stoprocentně tak, že firmy prosí zaměstnance, aby pro ně pracovali. Už v roce 2012 jsme se rozhodli posílit vývoj, do roku 2015 v něm chceme mít 115 lidí. Navíc máme nové projekty, takže budeme ještě potřebovat další vývojáře. Produkt se vymýšlí u nás. Tady máme přehled o tom, co který region potřebuje. A tady budeme potřebovat nové lidi. ■

S Václavem Muchnou si povídala Vlasta Piskačová
Foto: archiv Y Soft

boutique ★★★★
HOTEL RADUN
Est. 1928
Zažijte úslužnost první republiky v Luhačovicích

www.hotelradun.cz

Vyhrajte MERKUR pod stromeček! Zavzpomínejte si na svá mladá léta

Kdo z nás zkušenějších si jako dítě s menší či větší intenzitou nehrál s Merkurem… Jak už jsme psali v minulém čísle, tato legendární stavebnice nezmizela v propadlišti dějin. Merkur žije dál v mnoha podobách.

Jednu z nich může získat pět z vás, kteří pošlou správnou odpověď do tipovací soutěže na homepage našeho portálu **www.itradenews.cz**.

Soutěžíme
od 15. listopadu do 5. prosince 2014.

Tak hodně štěstí!
Vaše redakce TRADE NEWS a společnost MERKUR TOYS

O BALIJSKÉM HINDUISMU

Před dvěma měsíci jsem řešila otázku: Jaký způsob života si na Bali vybrat? Žít jako turista u moře v Kutě či na Bukitu, nebo to zkusit na venkově s Balijci? Závisí to na tom, co člověk preferuje a co mu dovolí peněženka. Obojí má své výhody i nevýhody. Možná intuitivně, možná lišácky jsem zvolila mix. Život na vesnici ve větším klidu u místních lidí. Trochu dál od moře, ale jenom kousek od Ubudu, kulturního centra Bali, kde seženu téměř všechno, po čem se mojí evropské duši zasteskne.

Po osmi týdnech je pro mě Bali asi mnohem víc než krásné pláže na Bukitu, surfování v Canggu a šnorchlování v Blue Lagoon. Je to nespočetné množství chrámů, terasy s nádhernými rýžovými políčky barvy tak šťavnaté zelené, že byste se do ní nejraději zakousli. Noční trhy a warungy se skvělým jídlem, s rýží na všechny možné i nemožné způsoby, od sladké černé rýže bubur injin až po nasi campur se sambalem, kořeněným ochucovadlem s různým obsahem chilli, které vám zatopí pod kotlem tak, že za pár vteřin jste kompletně propocení, hučí vám v uších a barvy se vám zdají tak nějak barevnější.

Čím jsem tu však déle, tím víc se mi zdá, že Bali znamená především hinduismus. Náboženství, které tu na vás dýchá na každém kroku a projevuje se úplně ve všem. V lidech, náladě, vztazích, toleranci, v přístupu ke každodennímu životu, k smrti i k práci. Ráno, v poledne, večer. Vždy je důvod na obětní dary různých tvarů a velikostí. Od drobných, skládajících se z několika zrnek rýže, až po propracované výtvory plné tropického ovoce. A že je někdo později pošlape nebo je sežere kočka? No tak ať, bohové i démoni si svoje stejně už vzali ve vteřině, kdy byly dary položeny na své místo.

Nový život, nový rok, nová motorka, úplněk, kremace... Příležitost k obřadu se vždycky najde. V kostýmech, za doprovodu gamelanu a vůně vonných tyčinek. Účastní se všichni bez ohledu na věk, pohlaví či místo.

Už tedy vím, že Bali je víc než největší turistický ráj Indonésie. Ale je to skutečná Indonésie? Je to jedna z jejích mnohých podob. Podoba mně ze všech nejbližší! ■

Text a foto: Agáta Hrubšová

Agáta Hrubšová je Slovenka žijící posledních 12 let v Praze. Pracovala v oblasti farmacie a od srpna studuje na Bali indonéský jazyk díky stipendiu indonéské vlády a programu Darmasiswa 2014/2015.

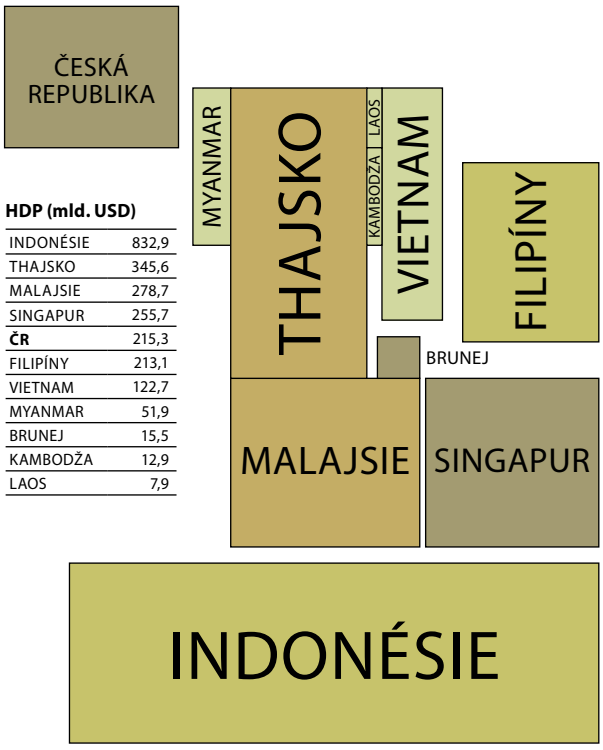
Země ASEAN

V obrazu anamorfních map

Sdružení národů jihovýchodní Asie (ASEAN) bylo založeno v roce 1967 a čítá deset členských států. Organizace usiluje hlavně o ekonomický růst a zlepšení sociální situace obyvatel, ale postupuje svou vlastní cestou. Spolupráce je založena na ideálech nevměšování, minimální institucionalizace, konsenzu, nepoužití síly a nekonfrontace.

Přestože region pokrývá pouhá 3 % zemské souše, žije v něm 9 % světové populace. Málokdo si uvědomuje, že samotná Indonésie je čtvrtou nejlidnatější zemí světa. Pozoruhodný je ekonomický rozměr oblasti. Kdyby bylo sdružení jedním státem, zařadil by se velikostí HDP na 6. místo na světě (po USA, Číně, Indii, Japonsku a Německu). Při výběru komodit pro anamorfní mapy jsme se řídili snahou ukázat ty, které čeští výrobci vyvážejí do tohoto velmi vzdáleného regionu nejvíce.

HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT



HDP (mld. USD)

INDONÉSIE	832,9
THAJSKO	345,6
MALAJSIE	278,7
SINGAPUR	255,7
ČR	215,3
FILIPÍNY	213,1
VIETNAM	122,7
MYANMAR	51,9
BRUNEJ	15,5
KAMBODŽA	12,9
LAOS	7,9

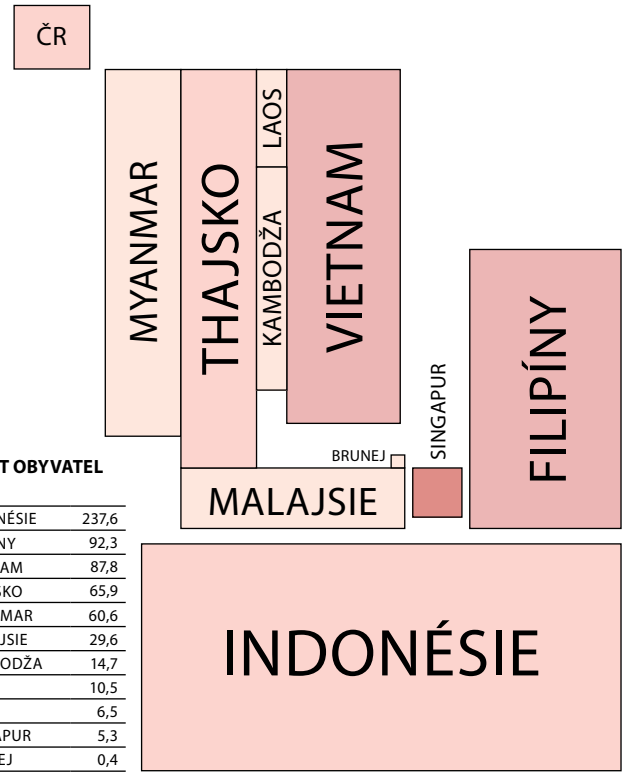
LEGENDA

4 mm² odpovídají 2 mld. USD

HDP/obyv. (v tis. USD): do 2 | 2–5 | 5–20 | nad 20

Zdroj dat: Wikipedia Infografika: ©ANTECOM

POČET OBYVATEL



POČET OBYVATEL (mil.)

INDONÉSIE	237,6
FILIPÍNY	92,3
VIETNAM	87,8
THAJSKO	65,9
MYANMAR	60,6
MALAJSIE	29,6
KAMBODŽA	14,7
ČR	10,5
LAOS	6,5
SINGAPUR	5,3
BRUNEJ	0,4

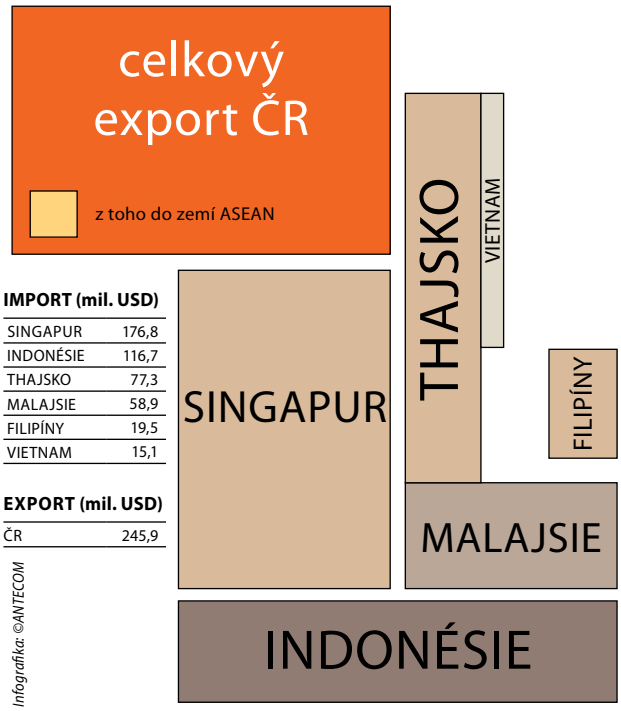
LEGENDA

4 mm² odpovídají 500 tis. obyvatel

hustota zalidnění (obyv./km²): do 100 | 100–200 | 200–1000 | nad 1000

Zdroj dat: Wikipedia Infografika: ©ANTECOM

IMPORT SLOUČENIN S AMINOVOU FUNKCÍ



IMPORT (mil. USD)

SINGAPUR	176,8
INDONÉSIE	116,7
THAJSKO	77,3
MALAJSIE	58,9
FILIPÍNY	19,5
VIETNAM	15,1

EXPORT (mil. USD)

ČR	245,9

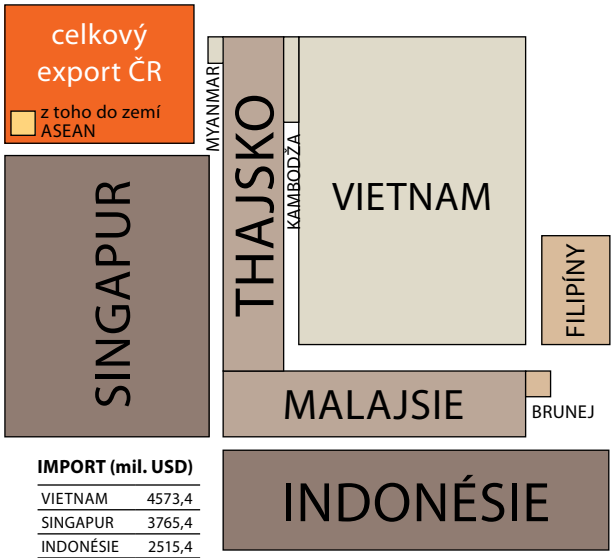
LEGENDA

4 mm² odpovídají 2,25 mil. USD importu (u ČR exportu)

podíl ČR na importu země (v %): do 0,1 | 0,1–0,5 | 0,5–2 | nad 2

Zdroj dat: Comtrade Infografika: ©ANTECOM

IMPORT TELEFONNÍCH PŘÍSTROJŮ



IMPORT (mil. USD)

VIETNAM	4573,4
SINGAPUR	3765,4
INDONÉSIE	2515,4
THAJSKO	1327,1
MALAJSIE	1298,3
FILIPÍNY	581,4
KAMBODŽA	84,5
BRUNEJ	41,7
MYANMAR	26,0

EXPORT (mil. USD)

ČR	1711,4

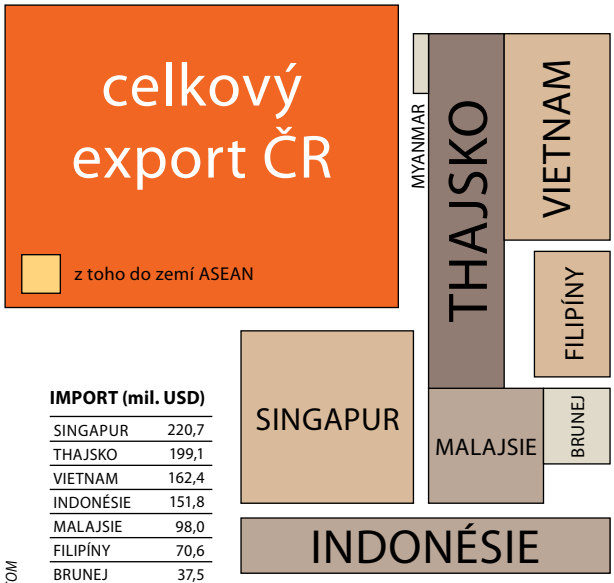
LEGENDA

4 mm² odpovídají 15 mil. USD importu (u ČR exportu)

podíl ČR na importu země (v %): do 0,02 | 0,02–0,1 | 0,1–0,5 | nad 0,5

Zdroj dat: Comtrade Infografika: ©ANTECOM

IMPORT TRUBEK A HADIC Z PLASTŮ



IMPORT (mil. USD)

SINGAPUR	220,7
THAJSKO	199,1
VIETNAM	162,4
INDONÉSIE	151,8
MALAJSIE	98,0
FILIPÍNY	70,6
BRUNEJ	37,5
KAMBODŽA	9,1
MYANMAR	6,8

EXPORT (mil. USD)

ČR	884,6

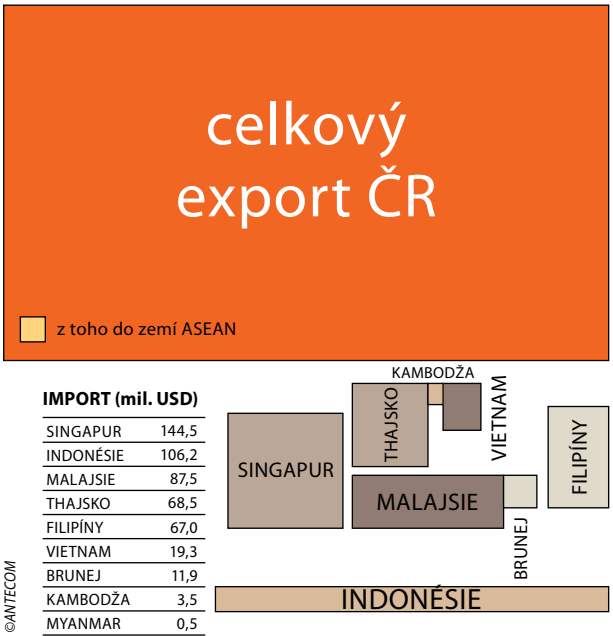
LEGENDA

4 mm² odpovídají 1,7 mil. USD importu (u ČR exportu)

podíl ČR na importu země (v %): do 0,1 | 0,1–1 | 1–2 | nad 2

Zdroj dat: Comtrade Infografika: ©ANTECOM

IMPORT TŘÍKOLEK, KOLOBĚŽEK, PANENEK, HRAČEK, PUZZLE



IMPORT (mil. USD)

SINGAPUR	144,5
INDONÉSIE	106,2
MALAJSIE	87,5
THAJSKO	68,5
FILIPÍNY	67,0
VIETNAM	19,3
BRUNEJ	11,9
KAMBODŽA	3,5
MYANMAR	0,5

EXPORT (mil. USD)

ČR	2351,6

LEGENDA

4 mm² odpovídají 2,5 mil. USD importu (u ČR exportu)

podíl ČR na importu země (v %): do 0,5 | 0,5–1 | 1–2 | nad 2

Zdroj dat: Comtrade Infografika: ©ANTECOM

Mladí Malajsijci se dnes už podnikání nebojí

Gerard Linus Sta Maria pochází z Malajsie, vystudoval management ve Velké Británii a do roku 2004 žil a pracoval v Kuala Lumpuru ve společnosti KFC, kde se postupně vypracoval od manažera restaurace až na pozici senior operations managera. Již deset let žije v České republice a působí jako brand training manager ve společnosti AmRest. Kromě Česka má na starosti také region Polska, Maďarska a Balkánu, takže tráví hodně času na cestách. Náš rozhovor vznikal téměř doslova v běhu.

Jak byste na úvod charakterizoval mentalitu malajsijských a singapurských obchodníků?
Za posledních dvacet let se toho hodně změnilo. Mladí Malajsijci jsou dnes více ochotní jít do rizika, chtějí dosáhnout svých podnikatelských cílů. Ovšem v Malajsii je podnikatelský sektor stále oblastí, kde dominují Číňané. Jsou velmi dobří jak v podnikání, tak v získávání nových kontaktů.

Kdo má v malajsijských a singapurských firmách pravomoc rozhodnout o uzavření a podmínkách obchodu?
Žiji mimo Malajsii více než deset let, ale do té doby byly pravomoci většinově v rukou vedoucích pracovníků. To znamenalo: „Já manažer řeknu, ty pracovník to uděláš." Mohu ale bezpečně říct, že od té doby se to také hodně změnilo, i když máme v tomto ohledu stále co dělat ve srovnání s Evropou nebo USA.

Gerard Linus Sta Maria působí jako brand training manager ve společnosti AmRest a kromě Česka má na starosti také Polsko, Maďarsko a Balkán. Je ženatý a má dvě děti. Volný čas tráví nejraději s rodinou, rád také běhá, hraje fotbal a zušlechťuje svou zahradu.

Jakou roli hraje při uzavírání obchodu psané slovo a jakou zvyklosti?
Pro mě osobně je psané slovo absolutní bernou mincí. Když na to přijde, co je psáno, to je dáno, ačkoli zejména menší podniky dají také na ústní ujednání.

Dodržují tamější obchodníci uzavřené smlouvy, nebo mají po jejich podepsání snahu ještě nějaké body otevřít?
Jsem zcela přesvědčen, že tamní firmy plně dodržují veškeré smluvní podmínky. Například v Singapuru, jak vím od přátel, kteří mají vlastní firmy, je třeba vždy dostatečně doložit transparentnost vaší firmy, a nadto jsou tam velmi přísné zákony. Takže je to něco, co rozhodně nestojí za to riziko.

Jakou roli tam hraje příslušnost ke společenské a profesní vrstvě?
Na tuhle otázku by asi byly hodně odlišné názory; nicméně mám dojem, že zejména v Singapuru je status velmi důležitý, a podle mého názoru tam lidé regulérně soutěží o to, kdo bude patřit do té nejvyšší třídy. Vzdělání a úspěch jsou v Singapuru brány jako celoživotní cesta.

Když už jsme u Singapuru, je národnostně i nábožensky velmi pestrý. Jaké kroky vláda uplatňuje, aby se předcházelo konfliktům mezi různými skupinami obyvatel?
Rovnováha mezi jednotlivými rasovými a náboženskými skupinami je singapurskou vládou považována za klíčový prvek úspěchu Singapuru a hrála významnou roli v utváření singapurské identity. Shrnul bych to tak, že je úžasné, že jak v Malajsii, tak v Singapuru může žít vedle sebe tolik lidí různých vyznání; v některých případech stojí jejich chrámy a svatyně dokonce hned vedle sebe. Ačkoli je tam náboženská tematika důležitou součástí každodenního života, každá náboženská skupina si je toho vědoma a považuje za zásadní, aby byla chráněna rovnováha a harmonie, v níž tam lidé mezi sebou žijí. Řekl bych, že Malajsie a Singapur jsou v tomto těmi nejlepšími vzory pro některé problematičtější části světa. Velmi důležitou roli v udržování náboženské rovnováhy a v podpoře dialogu mezi jednotlivými skupinami hrají také vlády obou zemí.

> Jsem zcela přesvědčen, že tamní firmy plně dodržují veškeré smluvní podmínky.

A co profese? Jaké převažují u Číňanů, k jakým inklinují Malajsijci, v kterých oborech převažují Indové? A proč? Má to historické kořeny?
Začnu vaší druhou otázkou. Ano, profese obyvatel Malajsie velmi úzce souvisí s historickými událostmi, k nimž došlo před získáním nezávislosti země. Číňané jsou obvykle hodně zaměřeni na byznys. Vedle toho, že chtějí mít rychlý úspěch a slušně vydělávat, aby dosáhli na lepší životní úroveň, jsou také známí svou pílí a ochotou obětovat opravdu hodně tomu, aby jejich podnikání mělo úspěch. Také umějí jít do rizika a mají odvahu dělat důležitá rozhodnutí.

Malajsijci si raději vyberou práci v kanceláři, z které budou mít stabilní příjem, i když musím říct, že vláda dělá hodně pro to, aby se více zapojili do podnikatelského sektoru. Mnozí Malajsijci tak již učinili a mají úspěch. Existuje také mnoho Malajsijců a Číňanů, kteří podnikají společně, a je to výhodné pro obě strany. Indové se obecně vzato angažují v různých oblastech; hlavně co se týče nejrůznějších malých živností, například malých restaurací. Indická kuchyně je v Malajsii velmi populární. Indové také často zastávají odborné profese typu lékařů či právníků. ■

Za rozhovor děkují Daniel Libertin a Jana Jenšíková
Foto: archiv G. Linuse Sta Maria a Thinkstock

Malajsie
čeká na své objevení

Řekli byste, že je Malajsie momentálně, hned po reexportně zaměřeném Singapuru, druhým největším exportním trhem České republiky v oblasti jihovýchodní Asie? Tento fakt možná některé z vás překvapí. Tím spíš, když vezmeme v úvahu, že se tato země s 30 miliony obyvatel zdaleka nemůže srovnávat s lidnatými státy v oblasti, jako jsou Indonésie, Filipíny nebo Vietnam. Významná je i dynamika růstu vzájemného obchodu, která v roce 2013 činila 35 procent a letos se pohybuje na úrovni 22 procent. Přitom český vývoz do Malajsie tento rok pravděpodobně překročí úroveň 220 milionů USD.

DOBŘE SKRÝVANÉ TAJEMSTVÍ

Další důležitá statistika vypovídá, že Malajsie je s 11 tisíci USD hrubého domácího produktu na obyvatele nejvyspělejší zemí jihovýchodní Asie, nepočítáme-li městský stát Singapur. Již několik desetiletí se růst zdejší ekonomiky pohybuje v rozmezí 5 až 10 procent ročně. V letošním roce se očekává nárůst národního produktu o 5,5 procenta.

S nadsázkou by se dalo tvrdit, že Malajsie je dobře skrývaným „tajemstvím" regionu jihovýchodní Asie a že na své objevení českými podnikateli teprve čeká. Není pochyb o tom, že je pro české firmy atraktivním cílem a i přes svou geografickou vzdálenost zasluhuje naši pozornost.

LÁKÁ STABILITA A EKONOMICKÝ ROZVOJ

Co tedy činí tuto zemi z pohledu našich vývozců a investorů zajímavou? V první řadě je to její politická a ekonomická stabilita a dále strategické umístění uprostřed silně rostoucího trhu ASEAN, jehož projekce růstu se odhaduje na 5 % ročně do roku 2020.

Dalším důležitým plusem je systematická vládní politika zaměřená na podporu rozvoje progresivních výrobních sektorů a služeb, jako jsou informační technologie, biotechnologie, nanotechnologie, energetika obnovitelných zdrojů, zdravotnictví, finanční služby, ale i rozvoj tradičních klíčových oborů spojených s těžbou ropy.

Faktorem skýtajícím příležitosti zůstávají masivní investice do infrastruktury země. Síť nových a širokých dálnic, viadukty a tunely zanechávají impozantní dojem v každém novém návštěvníkovi.

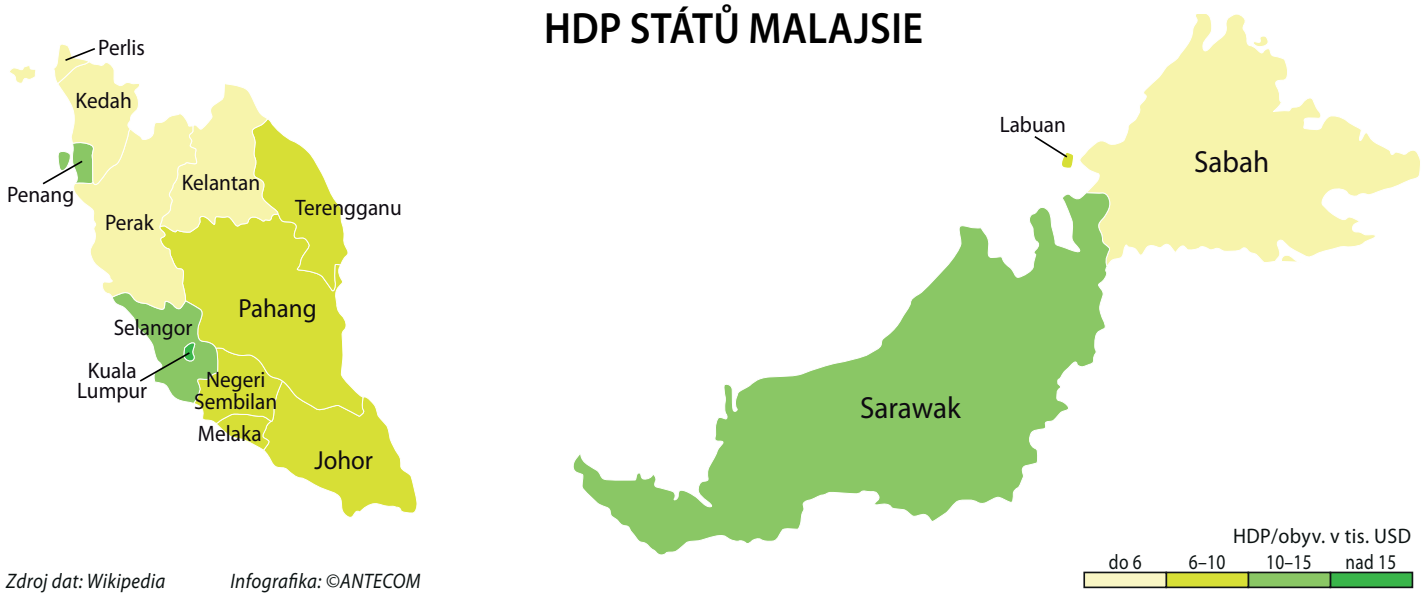
Podobně ohromí například i supermoderní velkokapacitní letiště KLIA, nacházející se u hlavního města Kuala Lumpur. V jeho těsné blízkosti byl letos v květnu otevřen další terminál KLIA2, určený především pro nízkonákladové lety v regionu, jenž má přepravit kolem 30 milionů pasažérů ročně.

VIZE 2020

Malajsie svůj vývoj promýšlí, investuje do něj, cílevědomě pracuje na zahraničním propojení a také využívá výhodné geografické polohy uprostřed územně roztroušeného, ale vysoce perspektivního trhu ASEAN. Navíc se nachází na trase dopravních, a to jak námořních, tak i leteckých cest spojujících Evropu, Blízký východ a Indii s Dálným východem.

Za posledních několik desetiletí prošla tato nádherná tropická země robustním vývojem, v jehož průběhu se změnila z převážně agrární a surovinově orientované oblasti na moderní stát se zpracovatelským průmyslem a zvyšujícím se podílem služeb. Kdo měl možnost navštívit ji v nedávné době a viděl například koncentraci elektrotechnických a výpočetních firem ve státě Penang na severozápadním pobřeží Malajského poloostrova, mrakodrapy a rychlost jejich výstavby v hlavním městě Kuala Lumpuru či již zmiňovanou hustotu a kvalitu dálniční sítě, dá mi jistě za pravdu.

HDP STÁTŮ MALAJSIE

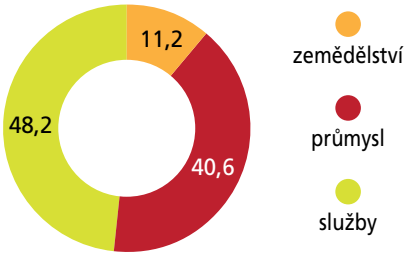


Zdroj dat: Wikipedia *Infografika: ©ANTECOM*

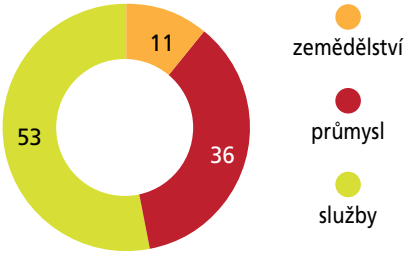
stát	HDP/obyv. v USD
Kuala Lumpur	18 218
Penang	10 893
Sarawak	10 845
Selangor	10 212
Labuan	9 480
Negeri Sembilan	8 949
Melaka	8 041
Pahang	7 405
Johor	6 809
Terengganu	6 260
Sabah	5 614
Perak	5 238
Perlis	4 980
Kedah	4 329
Kelantan	2 694

STRUKTURA HOSPODÁŘSTVÍ MALAJSIE

PODÍL NA HDP (v %)



PODÍL NA ZAMĚSTNANOSTI (v %)



Zdroj dat: Wikipedia

Z hlediska podnikatelského prostředí je relevantní, že Malajsie je jako bývalá britská kolonie anglicky hovořícím regionem napojeným na mezinárodní podnikatelské prostředí, který zdědil řadu prvků britského administrativního a právního systému. K tomu má navíc velké ekonomické a technologické ambice. Vláda momentálně implementuje program Vize 2020, který by měl Malajsii přivést v průběhu následujících šesti let mezi země s vysokými příjmy.

DOBRÁ ZPRÁVA NEJEN PRO LETECKÝ PRŮMYSL

Jedním z příkladů nového směřování Malajsie může být i nedávno podepsaná dohoda o strategické spolupráci a kapitálovém vstupu malajsijského investora do předního českého leteckého výrobce, firmy Evektor z Kunovic, která předpokládá objem investice ve výši 200 milionů dolarů v průběhu několika let. Jedná se o bezprecedentní událost v bilaterálních hospodářských stycích, a to nejen co do objemu prostředků, ale především co do charakteru investice, tedy podpory české technologické firmy. Evektor připravuje

Šance v obnovitelných zdrojích

V roce 2012 v Malajsii probíhalo 377 projektů elektráren z obnovitelných zdrojů energie s celkovou kapacitou 311,56 MW, přičemž podíl na energetickém mixu je zhruba 10 %. V budoucnu se plánuje velký rozvoj právě velkých i malých vodních elektráren. Jejich podíl na energetickém mixu by měl v roce 2020 dosáhnout až 30 %. Nové provozy se plánují ve státech Pahang, Kelantan, Perak, Sarawak (například projekt přehrady Murum) s tím, že pokryjí rostoucí průmyslovou poptávku, avšak elektřina bude určena i na vývoz. Do roku 2020 bude země potřebovat dalších 10,8 GW nové instalované kapacity, aby reagovala na zvyšující se poptávku. Nové elektrárny by však měly stále využívat především zemního plynu a uhlí. Příkladem je třeba realizace zařízení pro zpracování LNG ve státě Johor a Sabah.

Zdroj: CzechTrade

výrobu moderního víceúčelového letounu za účasti konsorcia dalších dvaceti českých leteckých výrobců.

Dohoda má navíc implikace i pro zvyšování povědomí o podnikatelských příležitostech na obou stranách a nakonec bude mít konkrétní dopady v podobě perspektivy vzdělávání malajsijských studentů v technických oborech v České republice. V této souvislosti bych rád připomněl, že v Česku studuje již řadu let několik set malajsijských vládních stipendistů, a to na lékařských fakultách v Praze, Hradci Králové a v Olomouci.

Ne náhodou představují největší položku naší vzájemné obchodní výměny, která se pohybuje okolo jedné miliardy dolarů ročně, elektrotechnické, telekomunikační a výpočetní komponenty. Jedná se o důsledek přímých zahraničních investic nadnárodních společností v obou zemích. V exportu jsou dále silně zastoupeny chemické výrobky, pneumatiky, dopravní prostředky, ale i potraviny. Tradičně významný je náš vývoz speciální techniky. Dovoz obsahuje kromě zmíněných technologických výrobků též surový kaučuk, obuv a oděvy, nábytek, chemikálie a výrobky z plastů a pryže. Výčet odvětví dokazuje různorodost obchodních a podnikatelských aktivit a příležitostí.

NEBOJME SE BÝT PRŮBOJNĚJŠÍ

Malajsie však nabízí mnohem více. Technologické a na ně navazující výzkumné a školské obory mohou být perspektivní i mimo již zmiňované letectví. Koncem září uspořádalo naše velvyslanectví v Kuala Lumpuru misi firem a univerzit z České republiky z oblasti informačních a telekomunikačních technologií. Na jednání s nimi přišlo přes 60 zástupců z více než 40 malajsijských firem a institucí, vesměs na úrovni nejvyššího managementu. Obdobnou akci za účasti špičkových českých výzkumných ústavů z oblasti biomedicíny a biotechnologií připravuje náš úřad na listopad 2014. Tyto příklady uvádím pro dokreslení, jak lze uvažovat i mimo standardní strukturu vzájemné obchodní výměny. A možná právě zde existují nové příležitosti.

Ze strany českých firem a institucí to ovšem chce jistou míru odvahy a nebojácnosti cestovat a objevovat, ale také průbojnosti a vyšších ambicí. Jako několikaletý aktivní zprostředkovatel propojování českých subjektů s asijskými partnery s potěšením pozoruji vyšší exponovanost českých firem v regionu. Trend je tedy příznivý. Naše podnikatele a firmy bych chtěl za celý zastupitelský úřad v Kuala Lumpuru ujistit, že pomoc ekonomickým a obchodním zájmům České republiky v regionu je naší nikoliv deklarovanou, ale v praxi každodenně provozovanou realitou a prioritou. ■

Text: Rudolf Hykl
Foto: Thinkstock a archiv autora

Rudolf Hykl
je velvyslancem ČR
v Malajsii

Známí čeští objevitelé Malajsie

Nikdy už se nedozvíme, kdo všechno fakticky „objevil" Malajsii pro českého „konzumenta", respektive kdo do ní cestoval v různých časových horizontech, pobýval a poznal zdejší prostředí.

Zachovaly se nám totiž jenom nejrůznější mediální, zejména tedy literární či fotografické, důkazy takových exotických návštěv, které autoři během svého pobytu, zejména však po svém návratu do vlasti, prezentovali formou nejrůznějších společenských výstupů: od rozličných výstav či přednášek přes novinové články až po knižní publikace.

A tak si dnes můžeme připomenout jména (vzato v historické posloupnosti) jako třeba **Václav Stejskal** (1851–1934), který se v roli lodního komisaře v letech 1886–1888 zúčastnil plavby do Indie, Malajsie, Indonésie, Číny i Japonska na palubě pyšné rakousko-uherské korvety Aurora, a to jako průvodce korunního prince Rudolfa Habsburského. Doma se pak proslavil vlastnictvím několika stovek dálněvýchodních předmětů, které po své smrti odkázal Národnímu muzeu v Praze, kde jsou uchovány dodnes.

To entomolog **Karel Doležal** žil a pracoval v Malajsii a na Borneu plných sedm let, v domovině pak své poznatky veřejně přednáší – jako vlastně první – roku 1853, a získá tím řadu dalších dobrodruhů, kteří na místo vyráží. Také lékař nizozemské armády KNIL **Karel Ďurdík**, který pobýval v Acehu řadu let (snad již od roku 1873 až do roku 1883), přináší domů řadu unikátních poznatků.

Roku 1884 vydává svou knihu *Osm let ve Východní Indii* český geolog, paleontolog a cestovatel **Otakar Feistmantel** (1819–1885), o tři roky později pak své *Politické zřízení Východní Indie Britské* a obdobný *Nástin všeobecných zeměpisných poměrů Východní Indie Britské*, které jsou vlastně vůbec první ekonomicko-politicko-sociální studií o dobové Malajsii. Však se také jeho odbornými poznatky řídili zakladatelé sbírek pražského Náprstkova muzea!

Pak se ale na obzoru objeví zcela zásadní dobová cestovatelská kometa, dobrodruh jménem **Enrique Stanko Vráz** (1860–1932), cestovatel, fotograf a zejména pak autor proslulých

cestopisů. Vždyť také opakovaně obeplul svět! Do Asie se poprvé vydává z amerického západního pobřeží, kdy roku 1896 vypluje ze San Franciska do Japonska a Číny, aby se zde přes Hongkong dostal do naší Malajsie. Zde pak, jak se dozvídáme z jeho poutavých děl (zejména z knihy *S lovci lebek na Borneu*), cestuje přes Singapur až na Borneo, dva měsíce žije mezi snad až „lidožroutskými" Dajaky v povodí řek Sadong, Batang, Luparu či Simijanu.

Naopak entomolog, paleontolog či koleopterolog, též cestovatel a opět slavný dobový pisatel cestopisů **Josef Kořenský** (1847–1938) poněkud decentněji popisuje ve svých dílech svoji vášeň pro cestování ruku v ruce s vědeckým výzkumem. Roku 1909 vydává v Praze knihu *V Malajsku*, z níž je mimo jiné zřejmé, že v té době ještě není obecně znám rozdíl mezi Indonésií a Malajsií.

Celý tehdejší Orient pak v řadě svých knih (a dokonce ještě dříve, než vyrazil na cesty!) přibližuje českým čtenářům **Jan Havlasa** (vl. jm. Jan Klecanda, 1883–1964), který v Malajsii pobýval v rámci své cesty kolem světa, zejména však po Japonsku, Číně a Indii v letech 1912–1914, přičemž se tak vlastně stává prvním Čechem, který se systematicky zabývá jak jihovýchodní Asií, tak Malajsií samotnou.

Autor Sunjatsenovy sochy v Nankingu, český sochař **Bohuslav Kočí**, přesídlil do malajsijského Alor Staru ještě před druhou světovou válkou. Prchnout se odtud pokusí na americké lodi počátkem japonské ofenzivy, leč Japonci loď potopí...

První český překlad místní klíčové knihy *Pak Belalang* pořídí cestovatel **Jiří Baum** (1900–1944), který Malajsii navštíví roku 1928 cestou na ornitologický kongres na Jávě. V této souvislosti zdejší ostrovy procestuje, aby se dokonce roku 1929 setkal v Taipungu se svým slavným krajanem, hudebníkem **Janem Kubelíkem**. Navíc se během ročního pobytu naučí výtečně malajsijsky.

Pak tu máme také **A. V. Nováka**, který si svůj cestopis *Malajskem na Sumatru* vydává roku 1931 vlastním nákladem a je mimo jiné inspirací pro desítky dalších nejmenovaných Čechoslováků, kteří tím směrem též vyrazí.

Dále vzpomeňme opět jen ty nejznámější a nejváženější osoby, jako třeba akvaristu **Vladimíra Sadílka** (1913–1982), který sem zavítal v posledním roce svého života; cestovatelskou a publicistickou „siamskou" dvojici **Jiřího Hanzelku** (1920–2003) a **Miroslava Zikmunda** (1920), kteří však píší spíše o sousední Sumatře, Jávě a Bali, kde pobývali sice roku 1962 mezi Malajsijci, leč jejich ostrov museli vzhledem k vypjaté politické situaci v zemi minout.

Malajsii však nemohl minout legendární český cestovatel, etnograf a spisovatel **Miloslav Stingl** (1930), oceněný letos prestižní cenou KALF (Klub autorů literatury faktu) za celoživotní dílo, čestný náčelník indiánského kmene Kikapů, který za svůj život navštívil 151 zemí světa a napsal 41 knih, jež vyšly ve 239 vydáních v úhrnném nákladu více než 16 milionů výtisků; na svých cestách, včetně Malajsie, pořizuje vždy také filmový záznam, obvykle unikátní.

V současné době se Malajsii věnuje intenzivně biolog a ekolog **Jiří Neustupa** (1976), opakovaně zde pobývá i svérázný novodobý cestovatel a podnikatel zejména v cestovním ruchu **Rudolf Švaříček**, který sem již zorganizoval celou řadu expedic i zájezdů. Na malajsijském poloostrově Sarawaku a Sabahu pak natáčel výtečný kameraman a vůbec filmař, sportovec a dobrodruh **Pavel Barabáš** (např. televizní *Cestománie*).

Jestli jsme na někoho v našem výčtu zapomněli, snad nám to velkoryse promine. ■

Text: Luboš Y. Koláček
Foto: Thinkstock

On-line angličtina pro Malajsii vznikla v Čechách

„Před pár lety, když jsem se chtěl učit francouzštinu, nemohl jsem najít žádnou zábavnou a efektivní on-line výuku," říká Pavel Röder. Zastihli jsme ho v kanceláři firmy Click and Study, kterou vlastní spolu se společností BLUE OCEAN Management. Se svým nápadem vytvořit on-line výuku jazyků formou hry dokázal zaujmout nejen agenturu CzechInvest, ale také investory v Singapuru, kam už za měsíc opět odcestuje dohlédnout na hladký průběh spuštění svého produktu na zdejším trhu.

Pavel Röder, spolumajitel a výkonný ředitel společnosti Click and Study

Co rozhodlo o tom, že expandujete nejprve v jihovýchodní Asii?
Rozhodla naše účast v programu CzechAccelerator agentury CzechInvest. Poté, co jsme byli vybráni, jsme společně vyhodnotili, že nejvhodnějším trhem pro náš produkt je Malajsie, případně další státy jihovýchodní Asie. Důvodem jsou plánované investice tamních vlád do jazykového vzdělávání. Následoval pobyt v singapurském „inkubátoru", dostali jsme kancelář, mohli jsme také využívat služeb mentora. Byl to Američan, který tam žije přes dvacet let a má se start-upy a s vyvíjením internetových firem hodně zkušeností. Velmi nám pomohl, hlavně v začátku, kdy mně osobně trvalo minimálně tři týdny, než jsem se rozkoukal. Inkubátor nám poskytl projektovou manažerku, která domluvila základní schůzky nezbytné pro založení firmy a spojila nás s právníky. Také pomohla se strukturováním našeho byznys plánu.

Měl jste zkušenosti se startupovými projekty z Kanady. Zúročil jste je?
Částečně samozřejmě ano, ale hodně věcí je v jihovýchodní Asii jinak. Většina jednání stojí samozřejmě na lidech a v Asii mají zcela jinou mentalitu.

Jaké rozdíly jste nejvíc pociťoval?
Singapur je obchodní centrum, žije tam hodně Američanů a Evropanů, ale například v Malajsii jsou už velké rozdíly v komunikaci. Asiaté vám nikdy neřeknou „ne", neřeknou na rovinu, co si myslí. Pro ně je to neslušné. Vůbec nejdou do konfrontací. Pokud bych se například rozzlobil na svého dodavatele, on pouze tiše odejde a druhý den mi řekne: „Doufám, že ses uklidnil, jinak bych s tebou nemohl spolupracovat. Nebudu si ničit zdraví." Není možné udělat obchod na první schůzce, když máte štěstí, získáte sympatie na druhé nebo až na třetí. Zároveň neodpovídají na e-maily. Stalo se mi, že mi tři týdny nepřišla žádná odpověď a až pak se mi ozval konkrétní člověk.

Jsou však velmi pracovití a systematičtí, jdou většinou za jednou věcí a tu dělají celý život. Není tam mnoho kreativních lidí, kteří by přemýšleli nad rámec svého segmentu. Proto potřebují Evropany, kteří přinášejí kreativitu. Singapur jim to umožňuje.

> V Asii potřebují evropskou kreativitu.

250 tisíc dolarů do začátku

Singapur prý velmi dbá na duševní vlastnictví. Jak se to projevuje v praxi?
Je tam opravdu silně cítit podpora začínajících firem. Pokud má kdokoliv nějaký nápad, může okamžitě založit firmu a po zápisu žádat vládu o 250 tisíc dolarů podpory. V Singapuru jsou inkubátory, v nichž mají zkušení byznysmeni na starost 10 až 15 začínajících podnikatelů a radí jim. Jejich prostřednictvím se pak vybírá, kdo vládní podporu dostane a kdo ne. Tyto soukromé inkubátory také ručí za úspěšnost portfolia

start-upů, a pokud mají nízkou úspěšnost, peníze přes ně v budoucnosti již netečou. Prvních 50 tisíc dolarů obdrží firma na samotný produkt. Nesmí je tedy utratit za právníky nebo za poradce, jako je tomu u nás.

Peníze se uvolňují postupně. Přímo ve smlouvě je stanoveno, jaké atributy musí firma splnit a do kdy. Zcela logicky je podmínkou, že musí být založena právě v Singapuru. Nelze ji pak snadno prodat například do Silicon Valley, protože je vázaná těmito právy.

Kolik podpořených firem skutečně uspěje?
Rizikovost fondů je jedna ku třiceti. Avšak zisk úspěšné firmy pokryje vklady do těch, co neuspěly.

A vaše první kroky při získávání podpory v Singapuru?
Nejdříve jsme přímo v místě hledali partnera, který by nám pomohl se vstupem na trh. Aplikace je jedna věc, druhou je rozšíření produktu mezi lidi. Čekalo nás několik „koleček" s investory, úspěch přišel až téměř na konci našeho pobytu. Byznys plán i samotný software jsme několikrát předělávali. Oslovil nás jeden místní fond a pak také japonský fond. S oběma jsme nyní v due diligence, už pouze finišujeme práci na softwaru, abychom tam mohli vše spustit.

JAPONCI NÁS OSLOVILI SAMI

Kdo nejvíce podporuje internetové produkty?
Pokud jde o internetové start-upy, tak nejsilnější fondy, které v Singapuru fungují, jsou z japonského kapitálu. Místní nemají tyto Japonce z historických důvodů příliš v oblibě, ale je to také kapitál z japonských korporací, který jim dává obrovskou moc. Japonské fondy vyhledávají nápady uplatnitelné v podnikání v jihovýchodní Asii. Předpokládají, že vývoj internetových produktů pro tyto velké trhy bude překotný. Sami nás oslovili, chtějí v budoucnu investovat do e-learningu.

Jak vás napadlo udělat z on-line výuky jazyka hru?
Když jsem v Kanadě pracoval v investičním fondu, měl jsem na starost projekt Wall Street Survivor. Šlo o to, udělat z obchodování s akciemi hru na internetu. To se povedlo a po roce měl tento projekt velmi dobrý exit. Zároveň jsem měl možnost vidět, že investice do internetového projektu je velice systematická věc. Napadlo mne, že pokud jde udělat hra z obchodování s akciemi, proč ji neudělat i z učení se jazykům. Zároveň jsem viděl, že u nás je velký potenciál v oblasti start-upů. Spojil jsem se proto se společností BLUE OCEAN Management, o níž jsem věděl, že start-upy podporuje, a společně jsme na projektu začali pracovat. CzechAccelerator agentury CzechInvest nám připadal jako velice dobrá forma pomoci.

Je váš on-line produkt zaměřený výhradně na angličtinu?
Angličtinou začínáme. Chceme si ověřit, že tento způsob výuky bude fungovat. Po prvním roce však plánujeme mít v nabídce pět jazyků, a to za cenu, která je až desetinásobně nižší než cena standardního měsíčního kurzu. Výuka probíhá formou hry, za každou „akci" v aplikaci dostane uživatel odměnu a zároveň vidí, jak si stojí i jeho kamarádi, takže může soutěžit. Řeší situace z reálného života, rozhovory na zastávce, objednání kávy v Paříži a tak podobně. Za jednotnou sazbu patnáct dolarů měsíčně se tak dospělí i děti mohou učit, co chtějí, na co zrovna mají chuť. Aplikace bude fungovat na tabletech, smartphonech, na webu i na chytrých televizích.

> ANGLIČTINOU ZAČÍNÁME, PLÁNUJEME VŠAK DALŠÍCH PĚT JAZYKŮ.

Budou ve výuce titulky nebo vysvětlivky v „domovském jazyce" uživatele?
Videa jsou pouze v angličtině, následné otázky a kvízy jsou samozřejmě v různých jazycích. Těch bude celkem devět. Začínáme však s malajsijštinou, čínštinou, francouzštinou a češtinou.

A co další vývoj?
Pro vývoj používáme metodiku Lean start-up, kterou jsem poznal v Kanadě. Na základě výsledků uživatelů se produkt průběžně vyvíjí a vylepšuje. Měříme tedy úplně vše: které lekce lidi baví, které je nebaví a proč.

Který trh přijde na řadu po Malajsii?
Malajsii a Singapur spustíme samozřejmě nejdříve. Lidé tam mají poměrně dobré připojení na internet, většina z nich vlastní tablety doma a mají platební karty pro on-line platby. Následovat bude Indonésie, kde žije 300 milionů lidí. Je tam zatím poměrně pomalé připojení k internetu a pouze 15 až 25 milionů kreditních karet, platba kartou po internetu není zatím standardní. Internet mají především v mobilu. Projekt budeme proto nejprve spouštět ve spolupráci s vybranými privátními školami. Ty budou mít svoji vlastní verzi pro tablet. V celé jihovýchodní Asii se vlády zavázaly, že koupí každému žákovi základních a středních škol tablet.

Plánujete také vstup do Číny?
Od vstupu na čínský trh nás mnozí, včetně singapurských Číňanů, odrazují. I oni sami se bojí vstupovat do Číny a s internetovými produkty už vůbec ne. Je tam velké nebezpečí odcizení. Do Číny má smysl jít, až bude produkt opravdu robustní.

Jak produkt nyní při jeho zavádění na malajsijský trh marketingově podpoříte?
Jednak pomocí článků v médiích a samozřejmě prostřednictvím výkonnostního marketingu. Budeme si platit linky na Googlu a na Facebooku. V Malajsii je tohle poměrně neoraný trh, prokliky jsou tedy hodně levné oproti Evropě. Máme svého specialistu, který bude mít pod palcem celý marketingový rozpočet. Každý měsíc získáme určitý počet uživatelů a ten se postupně bude zvyšovat. Ke konci prvního půl roku bychom měli být na plném počtu zákazníků, které máme v byznys plánu. Stále se však jedná jen o nějaké nižší jednotky tisíc lidí, kteří to zkouší. Na to, jak je ten trh obrovský, máme poměrně velký polštář.

Jaký je v Asii „hlad" po angličtině?
V Malajsii zájem o angličtinu rychle roste, ročně až o 40 procent. Hned pak následuje Čína. V Singapuru naopak mluví anglicky skoro každý. Porovnává se i přízvuk. Pokud zde chce člověk získat dobrou práci, musí mluvit perfektní britskou angličtinou. Asiaté jsou na sebe hodně přísní.

Kolik trávíte času přímo v Asii vy osobně?
V Singapuru jsem byl čtyři měsíce a nyní tam občas zajedu na týden, na dva. Koncem roku budeme celý projekt spouštět, strávím tam tentokrát několik měsíců. ■

Za rozhovor děkuje Vlasta Piskačová
Foto: Archiv P. Rödera a Thinkstock

3 OTÁZKY PRO ONDŘEJE VOTRUBU,
STATUTÁRNÍHO NÁMĚSTKA GENERÁLNÍHO ŘEDITELE AGENTURY CZECHINVEST

Nástupcem Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI), z kterého mohli čeští podnikatelé v uplynulých letech čerpat dotace na své projekty, bude v nadcházejícím období Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OPPIK). Podporu z něj bude zprostředkovávat právě CzechInvest. Jak bude nový OPPIK konkrétně vypadat?
Převážná většina oblastí podpor OPPIK přímo navazuje na předchozí programy v rámci OPPI. Jsou zde zařazeny například výzkum a vývoj, podpora podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků, účinné nakládání s energiemi nebo rozvoj vysokorychlostních sítí a komunikačních technologií.

Jak se změní výše podpory?
Celková alokace programu je 4,3 miliardy eur. V souvislosti s novými pravidly Evropské komise pro regionální podporu, která vstoupila v platnost letos v červenci, klesne maximální možná výše podpory jednotlivým projektům. Pro malé podniky z 60 na 45 procent, střední z 50 na 35 procent a pro velké ze 40 na 25 procent. Ve výjimečných případech, zejména výzkumně-vývojových projektů, pak bude žadatelům poskytnuta zvýšená, padesáti- až sedmdesátiprocentní podpora. Významnější podíl budou mít v novém programu finanční nástroje, ať už ve formě zvýhodněných úvěrů, záruk nebo kapitálových investic.

V jaké fázi se nyní příprava programu nachází?
Aktuální verze OPPIK byla letos v červenci předložena Evropské komisi a nyní probíhá její připomínkování. Finální schválení předpokládáme v lednu 2015 a vyhlášení prvních výzev pak v 1. pololetí roku 2015.

–jen–

Foto: archiv CzechInvestu

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

FILÁK
led technology division

Filák s.r.o.
Skopalova 20, 750 02 Přerov
www.led-filak.cz

tel.: +420 581 225 736-9
led@filak.cz

ČESKÁ CHEMIE PORÁŽÍ KONKURENCI EKOLOGICKÝMI INOVACEMI

„Konkurence je těžká všude, v Asii snad o to víc, že tam působí mnoho lokálních výrobců pigmentů. Tam nám však hraje do karet kvalitní produkt, který je o úroveň výš. Našimi konkurenty jsou tak spíše nadnárodní společnosti než asijští producenti," říká Michal Vondrášek, jeden z nejzkušenějších prodejců pardubické společnosti Synthesia.

ZNAČKA MADE IN EU POMÁHÁ

„Máme také kvalitní technický servis, plníme všechna ekolegislativní nařízení včetně REACH (*chemická politika EU, která vstoupila v platnost v roce 2007 a týká se látek vyráběných v EU nebo do ní dovážených v množství větším než 1 tuna ročně – pozn. red.*) a také ‚cejch' výrobce z EU nám pomáhá nalézt cestu k zákazníkům preferujícím kvalitu a spolehlivost," vyjmenovává další důvody zahraničního úspěchu.

Pigmenty a barviva vyrobené v Synthesii se z 96 procent vyváží. Podle ředitele Richarda Dacera, který má ve firmě na starosti právě tento segment, se jeho strategická obchodně-výrobní jednotka snaží rozvíjet své aktivity ve dvou hlavních rovinách. V aplikační oblasti vyhledává nové příležitosti v technologicky nejnáročnějších aplikacích a také tam, kde jsou vyžadovány produkty v souladu se stále striktnější ekolegislativou. Jedná se například o náhradu olovnatých žlutí a chemicky čistší produkty pro styk s potravinami s podlimitním obsahem nebezpečných látek. V teritoriální oblasti Synthesia rozšiřuje kooperaci se stávajícími zákazníky na tradičních trzích Evropy a Severní Ameriky a současně zaměřuje své obchodní úsilí a finanční prostředky na posílení pozic v Asii a Latinské Americe.

„Z dlouhodobého hlediska si největší nárůst prodejů slibujeme od Asie. Vzhledem k místní indické a čínské konkurenci, která nabízí běžné pigmenty a barviva za velmi nízkou cenu, se můžeme prosadit jen s produkty, které mají pro spotřebitele nějakou jasně definovanou přidanou hodnotu," přibližuje situaci na rozvojových trzích Richard Dacer.

> Z dlouhodobého hlediska si největší nárůst prodejů slibujeme od Asie.

PRO ÚSPĚCH JE NEZBYTNÉ PŮSOBIT V MÍSTĚ

Na novém teritoriu je však třeba uplatňovat jiný postup než na trzích, kde se již vývozce zabydlel. „Nejdříve je třeba vyhledat v dané zemi partnera, který nám pomůže při jednání s konečnými zákazníky, poskytne jim kvalitní obchodní i technický servis a bude do budoucna vyhledávat nové odbytové příležitosti. Získání takového distributora není vůbec jednoduché. Běžně se stává, že si na začátku vytipujeme několik místních partnerů, rozběhneme s nimi spolupráci, ale nakonec z nich nevybereme pro dlouhodobou kooperaci ani jednoho. A jsme zase na začátku. I když vybudování distribuční sítě není jednoduché, ve většině zemí jižní, jihovýchodní a východní Asie již máme minimálně jednoho distributora. Ale až poté, co je vybaven obchodními a technickými znalostmi našeho sortimentu, dochází k oslovování konečných zákazníků a realizaci skutečného prodeje," líčí dlouhou přípravu na rozběh prodejů Richard Dacer a dodává, že samozřejmě spolupracují i s velvyslanectvími a zahraničními kancelářemi CzechTrade a CzechInvest.

Efektivní příležitostí, jak prezentovat své výrobky na zahraničních teritoriích, jsou výstavy a veletrhy. Jen za první polovinu letošního roku se stánky s logem Synthesie jako výrobce pigmentů a barviv objevily na čtyřech mezinárodních akcích: v Atlantě, Mumbaji, Moskvě a Šanghaji. Podle ředitele Dacera je důležité, aby producent vystupoval společně se svým zástupcem v daném regionu. Může tak představit širokému spektru zákazníků nejen firmu, ale využít i příležitosti jednat s koncovými zákazníky.

NENÍ ASIJEC JAKO ASIJEC

„Asie je obrovská a rozdíly jsou tam tak velké jako v Evropě mezi Švédskem a Itálií. Obecně však lze říct, že se tam velmi cení hlavně kvalitní příprava

Nová linka na organické pigmenty

V září byla ve společnosti Synthesia spuštěna nová výrobní linka na různé typy vysoce jakostního pigmentu Pigment Yellow 155. Díky nové technologii vzroste výrobní kapacita tohoto pigmentu a dalších vysoce jakostních pigmentů až o 900 tun, což by v následujících letech mohlo přinést navýšení prodejů v tomto segmentu až o 400 milionů korun ročně.

Synthesia a.s.

V současné době je předním světovým výrobcem organických pigmentů a barviv. Historie společnosti se začala psát v roce 1920, kdy v Pardubicích vznikla Československá akciová továrna na látky výbušné. Současnou Synthesii tvoří čtyři strategické výrobně obchodní jednotky: SBU Pigmenty a barviva, SBU Nitrocelulóza, SBU Organická chemie a SBU Energetika. Výroba organických pigmentů zde byla zahájena již v roce 1946. Od roku 2009 je jediným vlastníkem společnosti Agrofert Holding, a.s. V posledních letech dochází v SBU PaB k postupnému navyšování kapacity disazokondenzačních HP pigmentů.

na jednání. Jste-li důkladně připraven, partner vnímá váš přístup jako projev respektu vůči své osobě. Nejvíce společenských specifik se podle mých zkušeností pojí s konzervativním Japonskem," hodnotí Michal Vondrášek, který za čtyři roky ve firmě služebně procestoval Asii křížem krážem.

Japonci jako všichni konzervativní zákazníci neradi mění své zvyky a jsou mimořádně obezřetní. Opakovaně diskutují každý obchodní, technický a logistický detail, každou předanou informaci si několikrát prověřují, dodávané produkty musí splňovat tu nejvyšší kvalitu a jednotlivé dodávky musí být prakticky bez kvalitativních odchylek.

Houževnatost obchodníků ze Synthesie se však vyplatila. Za tři roky se společnosti podařilo uzavřít smlouvu o zastupování při prodeji pigmentů v Japonsku a japonským firmám v Asii s respektovanou japonskou společností. Již pro letošní rok by tak mohla očekávat tržby u produktů s velmi vysokou ziskovostí kolem sedmi milionů korun. „Uznání za dobytí tohoto prestižního teritoria patří zejména Michalu Vondráškovi, který zodpovídá za prodeje pigmentů do Asie a je v neustálém kontaktu se zástupcem v této oblasti. Výraz neustále není vůbec nadnesený, protože Japonci pracují deset až dvanáct hodin denně, a to včetně sobot," dodává s uspokojením ředitel, který o náročnosti japonských zákazníků také leccos ví z vlastní zkušenosti. ■

Text: Věra Vortelová
Foto: archiv Synthesie

Patanasak Hoontrakul:

Na Češích oceňujeme píli, know-how a schopnosti

Letošního Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně se zúčastnilo sedmnáct thajských firem, které se staly speciálními hosty veletrhu. V redakci TRADE NEWS jsme využili příležitosti oslovit některé z nich a položili jsme jim tyto otázky:

1 S čím jste do Brna na veletrh přijeli? Máte nějaké zkušenosti s českými firmami?

2 Co byste doporučili českým firmám, které chtějí spolupracovat s těmi thajskými nebo se angažovat na thajském trhu?

Pongsakorn Atichatsrisakul, manažer marketingu a nákupu S.P.K. Plastic

1 Naše společnost se zabývá plasty. Spolupracujeme s firmami globálně, máme velmi širokou síť po jihovýchodní Asii a mezi naše partnery patří i evropské společnosti, například IKEA, kam dodáváme suroviny pro výrobu, která probíhá v jihovýchodní Asii i tady v Evropě. V České republice hledáme partnera, kterému bychom chtěli mimo jiné nabídnout pomoc v orientaci na trzích po celé jihovýchodní Asii, kam poslední dobou expanduje hodně západních firem.

2 Z pohledu Thajska mohu říci, že si s Českou republikou spojujeme kvalitu, stejně jako v případě Německa, ale za více konkurenceschopnou cenu. Ačkoli pokud jde o cenu, je na tom z pohledu Thajska nejlépe Čína. Doporučil bych tedy českým firmám vybrat si konkrétní, klidně malý segment trhu a dodávat vysoce kvalitní produkty za přijatelnou cenu. Další možnost je skupovat malé místní firmy a investovat do jejich rozvoje.

O českých firmách se toho v Thajsku zatím moc neví, ale povědomí je takové, že můžete nabídnout kvalitu zejména ve strojírenství, například v automobilovém průmyslu. I v Thajsku je automobilová výroba velmi rozvinutá – jsme devátý největší výrobce aut na světě, máme tu továrny pro japonské automobilky, ale i pro BMW nebo Mercedes. Tak proč nespojit síly a nerozšířit výrobu z ČR do Thajska?

Thanyarat Macfarlane, manažerka mezinárodního obchodu S.K.Polymer

1 Rádi bychom zde získali nové zákazníky a informace o českém trhu. Byli jsme jednou z firem oslovených thajskou vládou, která má eminentní zájem o podporu obchodu s Českou republikou. Vzhledem k její geografické poloze vnímáme Česko jako ideální bránu do Evropy. Thajsko na oplátku může být pro české firmy branou do jihovýchodní Asie – s ostatními státy tohoto regionu máme obchodní dohody a můžeme českým firmám pomoci v expanzi v této oblasti. Naše firma chce více spolupracovat na mezinárodní platformě, chceme expandovat do Evropy a do celého světa.

2 Hlavní je komunikace. Přijde mi, že úroveň angličtiny u Čechů není úplně vždy dobrá a pak vznikají problémy s komunikací. Ačkoli mzdové náklady v ČR jsou relativně nízké, v jihovýchodní Asii jsou ještě nižší, což je jeden z hlavních argumentů, proč by české firmy měly expandovat do této oblasti a investovat tam. Thajsko je bezpečná země pro podnikání a Thajci jsou velmi čestní lidé – nesnažíme se lidi podvádět. Také bych řekla, že ve srovnání s jinými zeměmi regionu má naše produkce vyšší kvalitu. Thajsko je stabilní, takže ho vidím jako ideální cíl investic pro evropské firmy. Negativa nebo rizika jsou tu stejná jako všude jinde; jde spíš o to, jak na ně vhodně reagovat.

Nucharee Nilsuwan, ředitelka Earth Life

1 Moje společnost se od ostatních thajských firem, které jsou tady na MSV, velmi liší. Všechno jsou to strojírenské firmy, zatímco my vyrábíme léky a léčivou kosmetiku. Jsme tedy taková květina mezi všemi těmi stroji. Tento veletrh je pro nás velkou příležitostí, rádi bychom zde našli nějaké formy spolupráce a partnerství s českými firmami. Jsem přesvědčená, že naše produkty mají stejně dobré, ne-li lepší, využití zde v Evropě jako v Thajsku

2 U nás jsou velmi dobré investiční příležitosti a ekonomické podmínky pro investory, kteří jsou podporováni thajskou vládou. Úroveň thajského hospodářství rychle stoupá. Mezi naše specifika patří to, že je potřeba být v Thajsku přítomen osobně, poznat tamní prostředí a seznámit se s lidmi, s kterými obchodujete.

Rajeev Vijayan, obchodní ředitel Asia Precision

1 Thajsko je ideálním centrem pro celou oblast ASEAN a naproti tomu Česká republika je pro nás hlavním centrem pro střední a východní Evropu. To je hodně velký trh, a tak bychom rádi prozkoumali všechny možnosti vzájemné spolupráce, transferu technologií a společných podniků. Už zde nějaké zákazníky máme, jsme globálním dodavatelem pro firmy Emerson Climate Technologies, Valeo a GM. Dalším důvodem je, že právě teď tu hledáme nějakého českého dodavatele řešení na klíč pro automatizační systémy. Téměř tři čtvrtiny našeho podnikání se točí kolem automobilového průmyslu, ale dodáváme také do leteckého průmyslu či do zdravotnictví, a chtěli bychom zde oslovit nejen české zákazníky, ale zájemce z celé Evropy.

2 Z mého pohledu výhody Thajska musejí nutně spočívat ve vysoce kvalitní strojírenské výrobě součástek za konkurenceschopnou cenu.

Patanasak Hoontrakul, generální ředitel Thai Heng Foundry and Machining, člen představenstva Federace thajského průmyslu, viceprezident Institutu malých a středních podniků v Thajsku

1 Podle mého názoru jsou si Česká republika a Thajsko velmi, velmi podobné zejména orientací na automobilový průmysl. Thajsko je hlavní továrnou pro japonské automobilky a Česká republika plní podobnou funkci pro německé automobilky. Můžeme tedy hodně spolupracovat, hlavně pokud jde o transfer technologií z České republiky do Thajska, investic českých firem v Thajsku a prodej jejich know-how. V Thajsku je velká poptávka po strojírenských zařízeních, aby se náš průmysl a trh mohly dál rozvíjet. České firmy by toho měly využít a dodávat stroje a zařízení na tamní trh. A nejen na thajský – celý trh hospodářského společenství ASEAN čítá více než 600 milionů lidí a 10 států. Máme s českými stroji výborné zkušenosti, několik společností, které znám, je využívají, zejména pokud jde o velká zařízení. Máte podobně jako Němci vynikající technologie. Na Češích hodně oceňujeme jejich píli, know-how a schopnosti – to je něco, co lidem v Asii chybí.

Dále je pro nás velmi zajímavá celá Visegrádská čtyřka a Českou republiku vnímáme z těchto zemí jako hlavní, jako můstek do ostatních států. Stejně tak Thajsko by mělo být vnímáno v ČR jako brána do celé jihovýchodní Asie. A na tom bychom měli stavět naši spolupráci, na synergii našich zkušeností a kontaktů. Už existují reálné plány na ustavení smíšené česko-thajské obchodní komory.

2 Rád bych českým firmám vzkázal, že pokud vstoupí na thajský trh, neměly by skončit pouze tam, měly by expandovat do celého regionu, do zemí ASEAN. Nejen Thajsko, ale i Indonésie či Vietnam mají velmi dobré podmínky pro byznys. V Thajsku je velmi výhodné zdanění firem a další opatření na podporu zahraničních investic. Navíc naše země spolupracují už čtyřicet let, letos slavíme výročí.

Anketu připravil Daniel Libertin
Foto: Marek Jenšík a Thinkstock

Firemní stolní kalendář
Konta Bariéry
s dětskými kresbami

za **39 Kč** + DPH

Konto Bariéry ve spolupráci s agenturou Antipol Brno nabízí tento týdenní pracovní stolní kalendář **o 34% levněji,** než je běžná prodejní cena. Více informací na **www.antipol.cz** a na tel. **224 214 452 (Konto Bariéry)**, **541 229 075** a **777 970 818 (Antipol Brno)**.

KontoBariéry
www.kontobariery.cz

Crystalex
Sponzor reklamy

Vemex
Sponzor reklamy

age.
Mediální partner

Helma 365
Sponzor výroby a distribuce kalendáře

3 OTÁZKY PRO JANA LEMBASE,

VEDOUCÍHO ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE V BANGKOKU

Jaké jsou vaše nejdůležitější rady pro obchodování s Thajskem?

Především bych zdůraznil, že byznys s thajskými firmami se nedá dělat na dálku. Musíte tam být a vybudovat si osobní vztahy, být aktivní a mít Thajce rádi se všemi klady i zápory. Podnikání je hodně založené na důvěře. Firmy, které by chtěly v Thajsku působit, by se měly ujistit, že je to pro ně priorita a že do toho chtějí jít pořádně, neboť je třeba si to tu skutečně „odsedět", poctivě si to odpracovat. Velkou výhodou ovšem je, že takto vybudované vztahy jsou pak pro Thajce dlouhodobou záležitostí. Navíc je Thajsko ideální nástupní platformou pro celou oblast jihovýchodní Asie.

Nestačí si tedy domluvit pro Thajsko jen zastoupení?

Doporučuji zřídit v Thajsku vlastní pobočku nebo rovnou firmu – a ta může působit jako centrála pro celou jihovýchodní Asii. Podobně to už úspěšně praktikují české firmy BTL zdravotnická technika nebo TEGAMO zaměřené na odpadní hospodářství.

A co jazyk? Je nutné mluvit thajsky?

Je výhodné opatřit si minimálně asistentku, která thajsky umí. Zajímavostí je, že v Thajsku jsou silné komunity Indů a Číňanů a místní firmy hodně spolupracují s japonskými společnostmi, zejména automobilkami. Je tedy důležité vědět, kdo jsou vaši zákazníci, a podle orientace vaší firmy na příslušnou komunitu, případně zemi, mít někoho z národnosti nebo aspoň někoho, kdo daný jazyk ovládá.

Text: Daniel Libertin
Foto: CzechTrade

HOTEL SKI

- Nabízíme klimatizované prostory pro konference, podniková školení, semináře i jiné akce. Hotel disponuje velkým sálem v různém stolovém uspořádání (kongresovém, divadelním, školním) pro 70 až 250 osob, dále malým sálem pro 20 až 60 osob. Při spojení těchto dvou sálů je celková kapacita až 310 osob.
- Ke všem akcím zajišťujeme kompletní gastronomické služby.
- Parkoviště pro cca 200 automobilů.
- 176 lůžek v kategorii 3★ a 4★.
- Restaurace, bar, vinárna s krbem, wellness centrum, fitness, masáže, tenisové kurty, minigolf, laserová střelnice.

Těšíme se na vaši návštěvu. Váš tým Ski hotelu Nové Město

Vlachovická 1000
Nové Město na Moravě

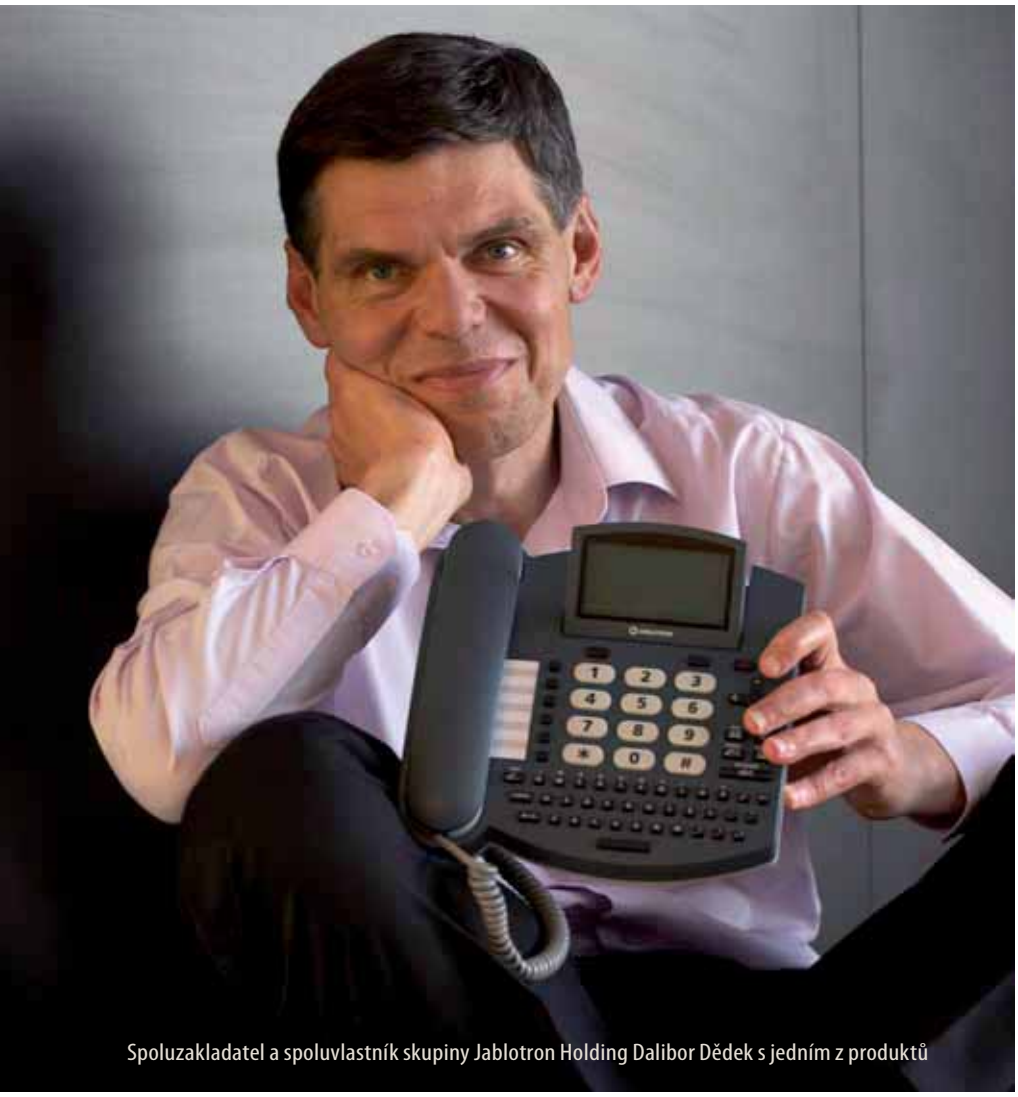
tel.: +420 724 556 818
+420 566 653 011

hotel.ski@proactive.cz
www.hotelski.cz

Dalibor Dědek:

NEJLEPŠÍ JE UČIT SE Z VLASTNÍCH ÚSPĚCHŮ A CIZÍCH CHYB

„Spousta lidí si u nás neuvědomuje, jak český byznys za poslední čtvrtstoletí povyrostl. Doby, kdy jsme sice byli součástí Evropy, ale na Západě nás považovali za subjekty třetí nebo čtvrté kategorie, jsou naštěstí už pryč. A jsem na to strašně hrdý," svěřil se mi při mé návštěvě v centrále skupiny Jablotron Holding její spoluzakladatel a spoluvlastník Dalibor Dědek.



Spoluzakladatel a spoluvlastník skupiny Jablotron Holding Dalibor Dědek s jedním z produktů

OTLOUKÁNCI Z VÝCHODNÍHO BLOKU SPOLUPRACUJÍ S CERNEM

Řadě českých exportérů se za pouhých pětadvacet let podařilo nejen dohnat světovou konkurenci, ale některým i zařadit se mezi světové lídry ve svém oboru. Jako Jablotronu Holding v zabezpečovací technice.

„Jestli měli naši podnikatelé, kteří tu po roce 1989 zakládali firmy, něčeho nedostatek, pak to byla sebedůvěra. Ale asi to byla generační záležitost. Na začátku devadesátých let u nás opouštělo technické vysoké školy mnoho kvalifikovaných odborníků, kteří neuměli jazyky a byli málo průbojní. V současné době z nich vycházejí jazykově dobře vybavení a sebevědomí absolventi, z nichž jen malá část má však potřebné odborné znalosti," uvažuje Dalibor Dědek o generačních rozdílech v mentalitě a profesní přípravě absolventů českých škol.

Na státní školství se v posledních letech snáší ostrá, někdy oprávněná kritika z řad podnikatelů. Ale vzpomeňme si na to, že všemi tolik opěvovaný Tomáš Baťa nikdy s ničím nečekal na pomoc od státu: ani se sháněním zákazníků a odbytišť ani s výchovou a vzděláváním svých pracovníků. „Souhlasím. Stát by měl plnit jen elementární funkce, jako je poskytování základního vzdělání, zdravotní péče, budování dopravní

infrastruktury či obranná a zahraniční politika. Odborné školství by měly rozvíjet firmy, které nejlépe ví, co potřebují. Když se nám něco nelíbí, nic nám nebrání v tom, abychom sami přispěli ke změně," soudí majitel firmy, která již deset let popularizuje praktické technické znalosti a reálnou vědu na základních školách, podporuje mladé vědce v rámci projektu Neuron a v horizontu dvou let připravuje otevření nové střední technické školy v Jablonci nad Nisou. V rámci podpory a popularizace vědy na školách navázal Jablotron spolupráci s Evropským centrem pro jaderný výzkum (CERN) a ČVUT v Praze a vyvinul unikátní pomůcku pro výuku jaderné fyziky – digitální částicovou kameru.

VYRÁBÍME LEVNĚJI NEŽ ČÍŇANÉ

Spolupráce s CERNem je součástí dlouhodobé strategie jedné z nejinovativnějších českých firem. „Ještě před pěti lety mě spousta lidí přesvědčovala, ať to tady zavřeme a veškerou výrobu odsuneme do Číny. Jinak prý nebudeme konkurenceschopní. Tvrdohlavě jsem to odmítal. Odsun výroby do vzdálených teritorií by nám přinesl jen krátkodobé benefity a nejspíš trvalé ztráty. Přišli bychom o dovednosti a zapomněli, jak se co dělá. Aby byl produkt, který vyvíjíte, kvalitní, musíte být v přímém kontaktu s tím, kdo ho vyrábí. Necháte-li ho zhotovit někde v Asii, vytváří se během výrobního procesu kolem něj jakási zamlžená oblast, která vyplývá z neporozumění. Proto jsme naše tuzemské provozy vybavili špičkovým strojním zařízením a v současné době jsme schopni vyrábět levněji než Číňané, kde cena kvalifikované práce stále roste. Jedinou komplikaci spatřuji v poměrně velké neochotě Evropanů pracovat rukama," vysvětluje Dalibor Dědek, proč považuje za krátkozraké přesunovat pod tlakem globalizace veškerou výrobu do vzdálených teritorií.

JAK NÁM GLOBALIZACE POMOHLA OSLABIT KONKURENCI

Která firma se může „krize nekrize" pochlubit, že její prodej každý rok roste skoro o dvacet procent? A proč se to daří Jablotronu? Těch důvodů je podle Dalibora Dědka řada. „Především jsme hned na začátku devadesátých let vypracovali a zavedli do praxe sice velmi pracnou, ale spolehlivou strategii proškolování a certifikace montážních specialistů.

DO EVROPY PŘES TCHAJ-WAN

KVALITNÍ PRODUKT SE NEPRODÁ SÁM A TRH NEMUSÍ BÝT VŽDYCKY FÉR

Od majitele jedné z nejinovativnějších českých firem by podobná slova asi nikdo nečekal. „Když se ohlížím zpět, uvědomuji si, že tak patnáct let jsme v naší společnosti neznali nic jiného než krizový management," zamýšlí se v zasedačce Jablotronu jeden z jeho zakladatelů Dalibor Dědek.

„První zakázku na opravu automobilových motorů za 1,2 milionu korun jsme dostali od největšího státního podniku v oboru. Za čtyři měsíce zkrachoval a nám zůstaly technologie na testování motorů a dluhy. Vytáhli jsme ze šuplíku projekt amatérsky vyvinutého konvertoru a začali ho ‚na koleně' vyrábět a prodávat. Do Česka se tehdy přiváželo mnoho elektroniky, která tady nefungovala, protože byla vyrobena podle odlišných norem. To nám umožnilo se trochu nadechnout.

Přišla malá privatizace, lidé začali podnikat, a u nás prakticky neexistovala technická ochrana. Vyvinuli jsme základní sortiment a vymysleli strategii, jak ho dostat na trh. Nabídli jsme podnikatelům v oblasti obchodu elektrospotřebiči poradenství – jak založit firmu, jak se orientovat v nových výrobcích – a při té příležitosti je upozornili na potenciálně zajímavou oblast zabezpečovací techniky. Podnikání se vyvíjelo slibně. S rozdělením republiky jsme však museli hledat nové trhy.

V roce 1993 na veletrhu v Hannoveru zaměřeném na koncové uživatele jsme si uvědomili, že sice podnikáme správné kroky, ale na nesprávném místě. Firemní klientela jezdila na Tchaj-wan. Během první účasti na tamějším veletrhu jsme v Tchaj-peji založili dceřinou firmu a začali odtud nabízet své produkty, které se předtím z ČR nedaly prodat. První větší zakázky přišly ze skandinávských zemí, zajímavé obchodní příležitosti se objevily i v západní Evropě. Tenkrát jsem si asi poprvé uvědomil, že neplatí, že kvalitní produkt se prodá sám, a že trh není fér."

Její předností oproti konkurenci, která funguje jako specializovaný ‚supermarket' se zabezpečovací technikou desítek výrobců, ale nevychází potenciálním zájemcům sama vstříc, je přímý a trvalý kontakt se zákazníky. ‚Život' našich produktů v praxi dál sledujeme, poskytujeme 24hodinové poradenství a služby tzv. záchranných ambulancí, abychom mohli při případném problému uživateli našeho zboží okamžitě pomoci.

Našimi klíčovými odběrateli jsou sice montážní firmy, případně pulty centrální ochrany, ale montážní specialisty, kteří rozhodují o výběru zabezpečovacího systému, připravujeme v rámci našich služeb sami. Jen v Česku ročně proškolíme asi pět tisíc zájemců, z nich dva tisíce připadají na žáky škol a ze zbylých tří tisíc se vygeneruje základní kmen absolventů, kteří využijí nabytých znalostí aspoň jednou ročně. Cloudová technologie nám umožňuje sledovat průběh a kvalitu instalací. Do konstrukce produktů zaprogramováváme algoritmy, jež nám usnadní monitorovat jejich fungování. Získáváme tak zpětnou vazbu včetně informací, které nám pomohou produkt i služby zdokonalovat."

Jablotron patří mezi exportéry, jimž velmi pomohla globalizace. Jak říká Dalibor Dědek, ještě v devadesátých letech šlapalo Jabloneckým na paty několik evropských firem na zabezpečovací techniku v jejich „váhové kategorii". Během posledních let však konkurenci menších a inovativních subjektů pohltily méně pružné nadnárodní společnosti.

VELKÉ CELKY PRODRAŽUJÍ VÝROBU, DISTRIBUCI I PRODEJ

Během prvního vývojového období rostl Jablotron jako jedna entita. „Když se počet našich pracovníků pohyboval kolem čtyř set, cítili jsme, že nejdeme správnou cestou. Situace vyžadovala strukturovanější management a firma pomalu ztrácela dynamiku. To nás přivedlo na myšlenku ‚rozsekat' ji na menší, flexibilnější celky. Budujeme sofistikovaně diverzifikovaný holding z maximálně nezávislých subjektů. I když jsou to naše dceřiné firmy, působí v podmínkách konkurence reálného trhu," vysvětluje smysl koncepce manažer.

Podobná filozofie se, jak říká Dalibor Dědek, osvědčuje i jinde ve světě. Například přední světový výrobce revolučních oděvních materiálů Gore & Associates, jehož zakladatel začínal v padesátých letech podnikat ve sklepě, začíná uvažovat o založení další „dceřinky" v okamžiku, kdy se před některou firmou zaplní parkoviště pro stovku aut .

Také odběratelská struktura Jablotronu je diverzifikovaná na tisíce subjektů v desítkách zemí několika kontinentů. Výpadek jednoho či dvou odběratelů pak firma snáze oželí. „Prosadili jsme se mimo jiné také v Číně, kde působí jedna z našich výrobních jednotek, a kromě nejmodernějšího systému tam prodáváme zajímavé objemy. Ten předchozí nám tam totiž okopírovali. Dodáváme mimo jiné i na Tchaj-wan, Borneo, do Malajsie, ale jedná se o velmi malé objemy a většinou jsme tam nevyvíjeli žádnou velkou marketingovou aktivitu. Našimi hlavními exportními destinacemi zůstávají evropské země, Rusko a Turecko. Vzhledem ke složitosti našeho prodejního modelu je pro nás jednodušší působit v prostředí, v němž lépe rozumíme místní mentalitě." ■

Text: Věra Vortelová
Foto: archiv Jablotronu

Jablotron Holding

Společnost založili v roce 1990 čtyři kamarádi – mladí absolventi vysokých technických škol. Tvoří ji šest firem, které se specializují na určitou činnost. Jablotron Alarms, výrobce zabezpečovací techniky, Jablocom, výrobce komunikační techniky, Jablotron Security, poskytovatel služeb Bezpečnostního centra, JabloPCB, výrobce elektronických systémů, Jablonet, poskytovatel podpory pro monitorovací centra, Jablotron Slovakia, distributor zabezpečovací techniky na Slovensku. Firma zaměstnává kolem 450 pracovníků a její loňský obrat činil zhruba dvě miliardy korun. Její výrobky míří do 72 zemí světa. Pravidelně se řadí mezi TOP společnosti ČR a je oceňována na mezinárodních veletrzích. Mezi poslední oceněné novinky patří alarm Jablotron 100 s unikátní službou Webové samoobsluhy. Mezi její nejvýznamnější finanční partnery patří již léta Komerční banka. O kvalitě vzájemných vztahů svědčí podle Dalibora Dědka jak dlouhodobá spolupráce obou subjektů, tak jednotlivých pracovníků.

Radmila Vávrová, bankovní poradce pro korporátní klientelu, Komerční banka, Divize Severovýchod

„Jsme hrdi na to, že naše banka může být od začátku u budování společnosti Jablotron a skupiny Jablotron Holding. Ta dnes patří doslova mezi výkladní skříně českého byznysu a dokazuje, že má v pelotonu světového podnikání své přední místo. Věříme, že důvěru, která se za desítky let mezi našimi subjekty vytvořila, posílíme a Komerční banka přispěje k dalšímu rozvoji a expanzi této úspěšné značky."

Nová služba pro komunikaci se zákazníky je určena i menším firmám

Přestože by se na první pohled mohlo zdát, že telekomunikační revoluci již máme za sebou, realita je přesně opačná. Telekomunikační služby procházejí bouřlivým vývojem. „Nové služby možná nejsou na první pohled na očích, ale pro náš každodenní život jsou a budou nesmírně důležité," říká v rozhovoru Petr Ryska, viceprezident pro firemní zákazníky společnosti Vodafone Česká republika.

Petr Ryska, viceprezident pro firemní zákazníky společnosti Vodafone Česká republika

Telekomunikační služby již dávno nejsou jen klasické hovory, ať už mobilní nebo z pevné linky, a využívání mobilních dat v mobilech nebo na počítačích. Jaké nové služby v telekomunikacích najdeme?

Stále více mobilních dat teče mezi přístroji, což se odborně nazývá „machine-to-machine", tedy česky „ze stroje do stroje". Například máte ve firmě alarm a ten je připojený přes modem do mobilní sítě. Jakmile se něco stane, jste okamžitě informováni na mobil – pomocí SMS, v aplikaci nebo v e-mailu. Stejně tak si můžete na dálku ověřit, jestli jste při odchodu zamkli nebo třeba není otevřené okno.

Alarm je jen jedním z příkladů univerzálního užití, v praxi je u zákazníků žádané připojení průmyslových zařízení. Například sběr dat z různých automatických stanic, které posílají přes mobilní data údaje do vzdáleného počítače. Ale opět můžeme připomenout i domácí využití, na dálku si z mobilu můžete nastavit třeba topení.

Lze se u takového spojení „stroj-stroj" na mobilní data spolehnout?

Samozřejmě, robustnost mobilní datové sítě je pro tato řešení klíčovým prvkem. Mobilní data jsou dnes velmi důležitá, a to především mobilní datové sítě čtvrté generace – LTE. Vodafone staví síť LTE hned na několika frekvencích a snažíme se pokrýt rychlými daty celou Českou republiku. Myslím, že Turbo Internet je již mezi zákazníky všeobecně dobře známý. Naše rychlá mobilní data najdete nejen ve městech, ale i v malých obcích a vlastně všude v terénu. A právě tam je velmi často využívají firemní zákazníci.

Jaké speciální služby právě jim nabízíte?

Vodafone se na komplexní nabídku služeb pro firemní klientelu soustřeďuje dlouhodobě. Nyní tyto služby nabízí i malým a středním firmám. Živnostníci a podnikatelé tak mohou využívat všech výhod, které konvergovaná řešení nabízí. Služba se jmenuje OneNet Express a podnikatelům maximálně zjednoduší obsluhu jejich telefonních služeb.

Můžete upřesnit, co tedy OneNet Express nabízí?

Například při komunikaci se zákazníky může firma uvádět číslo své pevné linky, i když jsou třeba všichni zaměstnanci v terénu. Hovor je přesměrován na jejich mobily, a to postupně podle požadavků firmy na více pracovníků. Zákazník se tak dovolá, aniž by uslyšel obsazovací tón. Další službou je centrální hlasová schránka, která třeba mimo pracovní dobu přijme hovory zákazníků a následně je distribuuje e-mailem všem pověřeným osobám. Jasnou výhodou je i jediná faktura na všechny telekomunikační služby. To šetří podnikatelům čas i náklady na správu jejich podnikání.

A na jaké další novinky v mobilních komunikacích se můžeme těšit?

Právě dokončujeme testování bezkontaktních mobilních plateb s technologií NFC. Pilotní projekt probíhá ve spolupráci s GE Money Bank a s asociací Master Card. Technologie NFC je bezpečná, pro zákazníky pohodlná a praktická. ■

Za rozhovor děkuje Jozef Gáfrik
Foto: archiv Vodafone a Thinkstock

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

ASIJSKÉ SÓLO PRO ČESKÉ TURBÍNY

Vizitky českých exportérů jsou rozesety po celém světě. A mohou mít i velmi úctyhodné rozměry. Takovým příkladem je jedenáct Kaplanových turbín vyrobených společností Mavel pro tři jihokorejské zákazníky.

Z pohledu České exportní banky nepatří jihovýchodní Asie k teritoriím, která zaujímají významné místo v jejím portfoliu. „To se ale brzy může změnit. Jsme připraveni pomoci českým exportérům prosadit se na nových trzích. Teritoriální diverzifikace je jednou z našich priorit," říká Karel Bureš, generální ředitel České exportní banky. O tom, že české firmy mají v Asii velké šance, svědčí příklad benešovské firmy Mavel, která patří k jejím klientům.

JIHOKOREJSKÁ VIZITKA

Společnost Mavel během jediného roku vyrobila jedenáct Kaplanových turbín pro tři různé zákazníky z Jižní Koreje. Tento projekt inicioval tehdejší jihokorejský prezident Lee Myung-bak s cílem revitalizovat čtyři řeky, a tím zabránit nedostatku vody, zlepšit její kvalitu, posílit protipovodňová opatření, vytvořit multifunkční prostor pro místní obyvatele a podpořit regionální vývoj soustředěný na řekách.

Společnost Mavel vyhrála výběrové řízení a dostala kontrakty na výstavbu pěti hydroelektráren Yipo, Gangjeong, Hapcheon, Nakdan a Seungcheon. Pro každý projekt měla dodat hydraulické inženýrství a design, turbíny, hydraulické jednotky a převodovky a současně dohlížet na instalace. Smlouvy byly podepsány začátkem roku 2010 a všech pět projektů mělo být zrealizováno během 12 měsíců. Mavel tuto výzvu na novém trhu zvládl a v současné době tyto jihokorejské turbíny dodávají do sítě 16,2 MW elektrické energie. Jsou tak impozantní ukázkou tradiční české profesionality.

VE ČTYŘICETI ZEMÍCH PĚTI KONTINENTŮ

Generální ředitel společnosti Mavel Ing. Jiří Veis na otázku, kde všude pracují jejich vodní turbíny, odpovídá: „Naše společnost byla založena v roce 1990. Výrobní program je zaměřen na výrobu vodních turbín s výkony od 3 kW do 30+ MW. Svým zákazníkům také dodáváme kompletní technologická zařízení pro malé vodní elektrárny. Naše výrobky pracují na pěti kontinentech, ve čtyřiceti zemích světa. Vždy se řídíme individuálním přístupem ke každému projektu. Zákazník musí dostat optimální technické i komerční řešení. Jsme schopni zrealizovat kompletní technologické celky vodních elektráren tzv. na klíč, od zajištění studie, odborného posouzení technologických projektů přes výrobu zařízení a jeho montáž na lokalitě, uvedení do provozu, provedení veškerých provozních zkoušek až po záruční i pozáruční servis."

FRANCISOVY, KAPLANOVY A PELTONOVY TURBÍNY

Spektrum turbín vyráběných společností Mavel je přitom široké – od nízkospádových Kaplanových turbín přes středněspádové Francisovy turbíny až po vysokospádové Peltonovy turbíny. V produktovém portfoliu společnosti ale nechybí ani tzv. mikroturbíny s výkony v řádu jednotek kW. Celkem Mavel dodal svým zákazníkům přes 420 turbín do více než 270 vodních elektráren.

„Za důležitou součást byznysu považujeme pravidelné investice do programu výzkumu a rozvoje. Jen tak si můžeme udržet vedoucí pozici na celosvětovém trhu výrobců a dodavatelů vodních turbín a zároveň posilovat svoji konkurenceschopnost v oboru," říká Jiří Veis a dodává: „Stejně odpovědně řešíme i otázku financování projektů. Na financující bance, nebo v případě klubového úvěru bankách, hodně záleží. Při realizaci projektu v Bělorusku Česká exportní banka naše očekávání splnila."

Text: Petr Križan
Foto: archiv Mavel

Malá vodní elektrárna Nakdan v Jižní Koreji

Ing. Petr Križan je ředitelem odboru Mezinárodní vztahy a komunikace, Česká exportní banka

1 Magazín o obchodu a exportu TRADE NEWS Informační portál www.iTRADENEWS.cz

AMSP ČR připravuje ve spolupráci s vydavatelstvím ANTECOM pro své členy a partnery každé dva měsíce prestižní časopis, který právě držíte v ruce. Vychází v nákladu 8200 až 9000 kusů a je převážně určen exportně orientovaným středně velkým firmám, ale nejen jim. Časopis se těší mezi podnikateli mimořádné oblibě a v roce 2013 byl vyhlášen nejlepším českým periodikem v kategorii B2B v soutěži Zlatý středník. V roce 2014 byl na četné žádosti firem doplněn i o informační a pracovní portál www.iTRADENEWS.cz. Na českém trhu dnes nemá TRADE NEWS z pohledu exportně orientovaných časopisů většího konkurenta.

2 Přímá podpora na zahraničních trzích

Malé firmy spíše než vládní zahraniční mise daleko více ocení vytvoření hmatatelného zázemí, a to zejména v důležitých dálnějších destinacích. To nás vedlo k myšlence vybudovat první privátní zahraniční inkubátor, který jsme společně se zahraničními donátory, rodinou Rausnitzů, situovali do New Yorku. Inkubátor umožní firmám sdílet v New Yorku kancelářské i výrobní prostory, administrativní i skladové zázemí, právní servis a dokonce i zvýhodněnou přepravu zboží z ČR do USA. Nejcennějším benefitem je ale bezesporu zprostředkování konkrétních obchodních kontaktů.

3 Exportní vzdělávání

V rámci spolupráce s největší soukromou ekonomickou univerzitou VŠFS jsme připravili celou řadu specializovaných a certifikovaných exportních seminářů a vzdělávacích cyklů, podložených odbornými publikacemi. Exportně laděné předměty, navržené zástupci AMSP ČR, jsou součástí akreditovaných studijních oborů. Vytvořili jsme specializované přednášky v oblastech strategického řízení zahraničních trhů, obchodního, marketingového a finančního plánování exportů MSP. Unikátním předmětem je řízení rizik v konkrétních světových destinacích. Aktivně spolupracujeme s CzechTrade, kde v rámci Exportní akademie zástupci asociace vytvořili několik specializovaných kurzů, které následně přednáší jak pro zástupce MSP, tak pro pracovníky MZV a MPO. Mezi nejpopulárnější patří například kurz Byznys napříč kulturami. Asociace pořádá každoročně řadu odborných workshopů, konferencí a seminářů orientovaných na světové trhy.

PROEXPORTNÍ PILÍŘE AMSP ČR

Patnáct let ovlivňuje Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR zásadním způsobem české podnikatelské prostředí. Po celou tu dobu bylo téma podpory exportu jedním z našich prioritních témat.

NEZÁVISLOST A PRAGMATIČNOST

Desítky exportních seminářů, publikací, tvorba a připomínkování vládních exportních dokumentů, vzdělávací programy nebo přímá spolupráce s malými exportéry z nás vytvořily jednoho z nejaktivnějších tuzemských podporovatelů českého exportu. Po celou dobu jsme kladli hlavní důraz na nezávislost a pragmatičnost odpovídající době a možnostem, ať již našich vývozců nebo konkrétním exportním destinacím. Nikdy jsme nepodlehli ideologiím

4 Exportní analytika

Několik let připravujeme pro exportéry společně s Českou spořitelnou přehledné makroekonomické rešerše všech zemí EU, společně s Komerční bankou zase přehled mezinárodních dotačních projektů. Komerční banka je i hlavním partnerem AMSP ČR v rámci přípravy základního analytického servisu makroekonomických veličin, které mají vliv na měnové kurzy, na základě čehož doporučujeme svým členům vždy na nadcházející období kurzy koruny vůči euru, nezbytné pro tvorbu rozpočtů a průběžných forecastů. Novinkou exportního servisu AMSP ČR je Manuál malé a střední firmy pro řízení kurzových rizik. Věnujeme se i konkrétním aktivitám v jednotlivých zemích. Například rizika spojená s narůstajícími podvody čínských obchodníků jsme koncentrovali do speciálního asociačního kontaktního místa, tzv. Chinese SME Risk Point, v jehož rámci vytváříme s vládními i komerčními subjekty tzv. blacklist čínských nekorektních firem, který předáváme Velvyslanectví ČLR v Praze a monitorujeme následná opatření čínských úřadů.

5 Mezinárodní projekty

AMSP ČR je iniciátorem, řešitelem nebo spoluřešitelem desítek zahraničních projektů, a to jak ryze výzkumných, tak vládních nebo komerčních. Zástupci asociace jsou členy mezinárodního projektu Jean Monnet, který zkoumá dopady zavedení eura do segmentu MSP, spolupracujeme na dlouhodobém mezinárodním výzkumu zaměřeném na procesní modely řízení malých a středních podniků. V rámci projektu EURASIA vyhodnocuje tým AMSP ČR společně se zástupci OECD a MZV prostředí podpory segmentu MSP v zemích SNS. Asociace je rovněž hlavním tuzemským kontaktním místem programu Erasmus for Young Entrepreneurs, zajišťujícím stáže našich mladých podnikatelů v zahraničí. Mezi dalšími jsou to například programy implementace přístupů k flexicurity v malých a středních podnicích nebo projekt European Entrepreneurs Campus, realizovaný v rámci Programu celoživotního učení, Leonardo da Vinci – Přenos inovací.

6 Exportní networking

Zástupci malých a středních exportérů se mohou zúčastnit práce v Exportním výboru AMSP ČR. V něm se projednávají veškeré připomínky k vládním dokumentům, zahrnujícím exportní podporu, stejně tak se vytváří oponentura finančním a marketingovým nástrojům vládních institucí, jako např. ČEB, EGAP, CzechTrade a dalších. Vzhledem k tomu, že zástupce AMSP ČR je současně členem řídícího výboru pro implementaci Exportní strategie, řeší tento tým rovněž veškeré připomínky vůči stávající Exportní strategii, příp. nominuje zástupce malých a středních firem do vládních pracovních týmů zaměřených na export. Pravidelně se setkáváme s velvyslanci většiny významných zemí v ČR, spolupracujeme s většinou tuzemských velvyslanců, ekonomických diplomatů a zahraničních zástupců CzechTrade. Na mnoha projektech se setkáváme s mezinárodními komorami se sídlem v ČR, v rámci exportní politiky spolupracujeme s většinou hlavních zástupců tuzemské podnikatelské sféry.

ani náladám politických reprezentantů naladěných na určité trhy. Dlouhodobě přesvědčujeme firmy, že není možné spoléhat na státní podporu a očekávat, že za ně někdo vyřeší jejich neúspěchy, dlouhodobě přesvědčujeme vládu, že tzv. podpora exportu je pouze třešničkou na dortu a že bez podpory inovační a investiční nelze očekávat, že se staneme národem exportních šampionů.

ZASLOUŽENÝ RESPEKT

Zatím sice nemůžeme s klidným svědomím prohlásit, že naše argumenty padají oboustranně vždy na úrodnou půdu, přesto můžeme mít z malých a středních exportérů radost. Jejich výsledky jsou v poslední desetiletce obdivuhodné, naše podniky získávají ve světě zasloužený respekt. I přes denní střety s tuzemskými politiky nakonec musíme objektivně konstatovat, že i zde se udělal solidní pokrok a i přes občasné excesy je státní podpora exportu poměrně dobrá. V dalších 15 letech nepolevíme ani o píď, budeme v této oblasti ještě aktivnější, otevřenější a vůči všem politikům ještě nesmlouvavější. Představujeme nejaktuálnější pilíře exportní podpory malých a středních podniků. ■

Text: Karel Havlíček
Autor je předsedou představenstva AMSP ČR

Poptávka je po Bělorusku, Ázerbájdžánu a Kazachstánu

EGAP pojistil za první tři čtvrtletí letošního roku export do 31 zemí za více než 37 miliard korun. Do konce roku by pak podle odhadů měl dosáhnout na částku 50 miliard. Letošní rok se přitom vůbec nevyvíjí pozitivně – do obchodní činnosti nejvíce zasáhla situace na Ukrajině a v Rusku. Jen výpadek obchodních případů na Ukrajině je v řádu 10 až 14 miliard. Podle generálního ředitele EGAP Jana Procházky naopak roste poptávka po pojištění do Běloruska, Ázerbájdžánu a Kazachstánu.

Ing. Jan Procházka je předsedou představenstva a generálním ředitelem Exportní garanční a pojišťovací společnosti – EGAP

Mohou tyto tři země v nejbližší době nahradit výpadek exportu do Ruska?
To určitě ne, Rusko je pro náš export stále jedním z hlavních partnerů. EGAP má v současné době angažovanost v Rusku 57 miliard, což je více než čtvrtina z celého objemu. Je ale fakt, že Bělorusko, Ázerbájdžán a Kazachstán jsou i podle našich zkušeností země, kde se mohou čeští exportéři uplatnit ve větším rozsahu, než tomu bylo doteď. I proto jsme od října zvedli teritoriální limity pro pojištění do těchto zemí. Podle propočtů našeho obchodního úseku by teď tak měly stačit na pojištění všech kvalitních obchodních případů.

V Bělorusku je nyní volný limit skoro 8 miliard korun, v Ázerbájdžánu téměř 16 a v Kazachstánu dokonce 20 miliard. Zejména v Bělorusku jsou Češi velmi populární a zatím zde nedošlo k selhání většího úvěru. V platební morálce jsou na tom Bělorusové mnohem lépe než Ukrajinci. Snažíme se proto Bělorusko představit i našim londýnským partnerům (zajišťovnám), aby nám tam do jisté míry kryli záda. Jsme první úvěrovou pojišťovnou za posledních šest let, které se podařilo byznys v Bělorusku dozajistit. V říjnu jsme tam byli se skupinou sedmi expertů z Londýna a šance na další dozajištění je vysoká.

Proč je podle vás nyní tak populární Ázerbájdžán?
České firmy tam mají dobrou pověst, není tam velká jazyková bariéra. Země má obrovské nerostné bohatství a zisky

investuje do rozvoje infrastruktury. Máme avizované nové případy pro modernizaci a výstavbu železnic, silnic, dodávky turbín pro vodní elektrárny. České firmy by se mohly podílet na výstavbě objektů umělého ostrova. Například v Kazachstánu jsou ty obraty uzavřených obchodních případů mnohem nižší. Uvidíme, třeba se to změní, rozjednaná je tam výstavba energetického centra, zařízení pro uhelný důl a roste tam zájem o komponenty pro montáž vozů Škoda Auto.

Od ledna jste změnili všeobecné pojistné podmínky, už loni jste pak zpřesnili pravidla dodržování českého podílu při vývozu. Prosadit oba tyto kroky nebylo vůbec jednoduché. Osvědčilo se vám to?

Tu podmínku jsme zavedli loni v říjnu především kvůli tomu, aby si velké firmy k zakázkám braly i menší české subdodavatele, aby mohlo ze státní podpory exportu těžit co nejvíce firem. Český podíl je nastaven na 50 procent, může být nižší, ale to jen v případě, že by takový projekt měl velký význam pro českou ekonomiku – třeba referenční projekt, důležité teritorium nebo velký dopad na vytvoření nových pracovních míst. Potom platí, že když je český podíl nižší o 10 procent, musí výjimku udělit představenstvo, přičemž se o deset procent navýší pojistné; výjimek bylo uděleno zatím zhruba deset.

> NAŠÍM CÍLEM JE, ABY MOHLO ZE STÁTNÍ PODPORY EXPORTU TĚŽIT CO NEJVÍCE FIREM.

Zda firmy český podíl dodržují, přísně kontrolujeme u všech projektů nad 500 milionů korun. Tresty za porušení pravidla nebo za nepravdivé informace jsou tvrdé. Když se firma nepřizná, že český podíl je nižší než deklarovaných 50 procent, dostane žlutou kartu, když se proviní podruhé, dostane červenou a je vyloučena dočasně nebo trvale ze státní podpory exportu. Tento systém máme jeden z nejpřísnějších, razantnější už jsou jen Britové.

Už loni jste se výrazně více zaměřili na malé a střední podniky. Máte i tady nějaké novinky?

Novinek máme několik. S úvěrovou pojišťovnou KUPEG jsme podepsali zajistnou smlouvu, to znamená, že když si někdo chce pojistit vývoz patnácti strojů a KUPEG mu dokáže pojistit jen dvanáct, my pojistíme zbývající tři. Je o to velký zájem, od KUPEG máme informace, že projednávají desítky žádostí. Zájem o podobnou spolupráci mají i další komerční úvěrové pojišťovny.

U projektů do 20 milionů korun už nějakou dobu funguje pravidlo, že když za námi přijde banka, která zná dobře svého exportéra, neděláme rizikovou analýzu a použijeme na danou společnost rating od banky. Do dvou dnů jsme tak schopni o pojištění projektu rozhodnout. Když jsme teď analyzovali, zda za posledních pět let došlo k nějakým průšvihům, zjistili jsme, že ne. Takže jsme tu sumu, kdy přebíráme rating od banky, zvedli na 40 milionů korun. ■

Za rozhovor děkuje Daniel Libertin
Foto: Marek Jenšík

Málo techniků? Podpořme vazbu firma – student

Na letošním Mezinárodním strojírenském veletrhu se hodně hovořilo o nedostatku kvalifikovaných lidí, převážně v technických oborech. Proto jsme zástupce některých firem přímo v Brně oslovili a ptali jsme se:

Pociťujete nedostatek technicky vzdělaných lidí? Jak s tímto problémem bojujete?

Stanislav Růžička, vedoucí oddělení marketingu a propagace, ŽĎAS

Jsme strojírenská firma s velmi širokým záběrem a vzhledem k tomu, že produkujeme velké investiční celky, máme velký podíl přidané hodnoty právě v technické a konstrukční činnosti a v náročné strojírenské výrobě. Problém nedostatku mladého personálu nás velice tíží, bojujeme s tím na každém kroku a děláme maximum pro to, abychom ho řešili. Naše majoritní firma, což jsou Železárny Podbrezová, má vlastní privátní technické školství. Učiliště, střední technickou školu i gymnázium. Vidíme, jak takový model funguje, jak je užitečný, a chtěli bychom toho také dosáhnout. Ve Žďáru nad Sázavou se spojilo technické učiliště se střední technickou školou, což není dobrý krok. My jsme chtěli toto učiliště převzít, bohužel jsme se však nesetkali se vstřícným přístupem jeho zřizovatele, kterým je Kraj Vysočina. To nás trápí. Chtěli bychom vytvořit vztah mezi firmou a školou se zajištěním perspektivy zaměstnání. Vytvoření vztahu studentů k firmě je naprosto prioritní, ale zatím to nefunguje.

Jana Skopalová, marketing, TOSHULIN

Nedostatek pracovníků s technickým vzděláním určitě pociťujeme, nejvíce v dělnických profesích. Věkový průměr se u těchto zaměstnanců pohybuje okolo 50 let. Mladí lidé se do strojírenského oboru příliš nehrnou. Snažíme se to řešit tím, že úzce spolupracujeme s nejbližšími školami a pracovníky získáváme cíleně již v době jejich studia. Spolupráce se školami začíná už ve fázi oslovování potencionálních studentů. Prezentujeme se například v rámci dní otevřených dveří samotných škol, rodiče tedy mohou vidět konkrétní budoucí uplatnění svých dětí.

Martin Volný, vedoucí marketingu, Kovosvit MAS

Pociťujeme nedostatek technicky vzdělaných odborníků. Je to samozřejmě pozůstatek toho, že učňovské školství a odborné školy ustoupily do pozadí. Nyní se sice něco děje, nicméně než si vychováme nové lidi, bude to trvat. Je zde tedy určitý propad. Nejvíce nám chybí dělnické profese, a to hlavně obsluha obráběcích strojů, pak také konstruktéři atd. Spolupracujeme jednak s Centrem odborné přípravy Sezimovo Ústí, to je střední odborná škola, a se Střední průmyslovou školou v Táboře. Spolupracujeme i s vysokými školami a letos jsme otvírali v Praze a u nás v Sezimově Ústí studentskou kancelář, čímž vytváříme prostor pro spolupráci už během studia.

Ivan Cimr, výkonný ředitel společnosti SolidCAM CZ

Rozhodně je nedostatek kvalitních mladých lidí ve strojírenských oborech. Také bych uvítal aspoň trochu nadšených mladých strojařů. Takových, kteří jdou do oboru s určitou představou a jsou ochotni pro ni něco udělat. Osm z deseti uchazečů nesplňuje ani základní předpoklady popsané v inzerátu, pro svou přípravu na škole udělali velmi málo, jako by jejich budoucí zaměstnání nebyla žádná motivace. Je to tvrdé hodnocení, ale zatím mám pocit, že se situace nezlepšuje. Strojírenství stále není dost „populární", přestože tvoří hlavní a nejkvalitnější páteř našeho hospodářství. Není to jen o kvalitě škol, ale i o sebemotivaci mladých lidí.

Ve firmě nám chybí především lidé, kteří by měli vystudované strojařské obory zaměřené na konstruování nebo na CNC obrábění. Uchazeči nemají ze školy zpravidla žádnou nebo velmi malou praxi se strojem, nikdy nezkusili nic naprogramovat, nic si ve škole nebo na praxi opravdu nevyrobili. Jejich představa o strojařské praxi je velice mlhavá, a proto s ní žádnou budoucnost nespojují. Čest výjimkám, jak na straně škol, tak na straně studentů.

Miroslav Jopek, ředitel společnosti DIEFFENBACHER-CZ hydraulické lisy

V tuto chvíli nepociťujeme nedostatek technicky vzdělaných lidí. Naše společnost aktivně spolupracuje se středními a vysokými školami. Studenti u nás vykonávají bakalářské a diplomové práce, chodí k nám na praxi. Snahou je, abychom s nimi mohli po studiu nadále spolupracovat. Konkrétně v letošním roce jeden student bakalářského studia, který u nás vykonával bakalářskou práci, se i nadále podílí na lean procesech v naší firmě. V současné době zaměstnáváme i mnoho techniků, konstruktérů ze Slovenska. Jsou to lidé, kteří v Brně studovali a zůstávají zde. Obávám se, že v odborných profesích, jako jsou například obráběči, zámečníci, lakýrníci můžeme do deseti let nedostatek odborníků výrazně pocítit.

Lukáš Poukar, obchodní manažer, DTS Praha

Jako každá dynamicky rostoucí firma víme, že je problém sehnat kvalitní technicky vzdělané lidi. Ale je problém sehnat také lidi, kteří přijdou včas do práce a kteří jsou loajální. Byť jsou technicky zdatní, chybí jim některé základní společenské návyky a firmě nic nepřinášejí. Myslím si, že to je sociální výbava z rodin, kde chybí určité vzorce od rodičů. My se snažíme mladým lidem říkat, že je potřebujeme, že se mají vzdělávat, že my tyto sociální návyky od nich vyžadujeme a že ostatní firmy budou mít tytéž požadavky. Naše názory publikujeme například v regionálním tisku a rádi bychom, aby si mladí lidé uvědomovali, že vlastnosti, jako například loajalita, dochvilnost, ale i cílevědomost, jsou nedílnou součástí života. Cílíme tak i na rodiče, aby se snažili děti formovat.

Anketu připravila Vlasta Piskačová
Foto: archivy firem a Thinkstock

Již tisícovka firem využívá Národní soustavu kvalifikací. Přidejte se k nim!

Stále málo technických kádrů? Většina firem se shoduje: ANO, a řešení je v nedohlednu. Ani současná optimalizace sítě škol neznamená, že nabídka absolventů na trhu práce odpovídá požadavkům podnikatelských subjektů. Chybí také podpora technického vzdělávání ze strany vlády a zřizovatelů, technické obory jsou nedostatečně propagovány médii. Řešení přináší systém celoživotního učení, jehož podstatnou součástí je implementace zákona č. 176/2009 Sb., o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání, v podobě Národní soustavy kvalifikací.

Národní soustava kvalifikací (NSK) je nástroj, umožňující získat kvalifikaci bez návratu do počátečního vzdělávání, tedy do školy. Profesní kvalifikace přitom identifikují a tvoří sami zaměstnavatelé, sdruženi ve 29 sektorových radách, čímž je zajištěna aktuálnost a potřebnost daných kvalifikací na trhu práce.

V katalogu NSK je momentálně zveřejněno již 641 profesních kvalifikací, ze kterých je možné se nechat přezkoušet autorizovanou osobou a získat tak osvědčení o profesní kvalifikaci, jež je jasným dokladem aktuálních dovedností a znalostí v oboru. To, že systém funguje, dokládá nejen již více než 105 000 držitelů těchto osvědčení na trhu práce a síť 3000 autorizovaných osob, ale i to, že k systému se aktivně hlásí a v personálních procesech ho využívá bezmála 1000 firem ze všech regionů České republiky. Mezi nimi například Continental Barum, Synthesia, Vítkovice, MADETA, Siemens, MOTOR JIKOV, TONAK nebo GRANDHOTEL PUPP.

Zeptali jsme se samotných firem, co jim NSK přineslo a v čem vidí rezervy. Některé z jejich odpovědí vám přinášíme na těchto stránkách.

Text: Eva Novotná

„Díky informacím obsaženým v národních soustavách šetříme tolik důležitý čas. Potřebné informace pro naši personální práci máme k dispozici v elektronické podobě. Popisy profesí i kvalifikační standardy můžeme využít jak při pohovoru s kandidátem na volné pracovní místo, tak u nastavování a popisu vzdělávacích potřeb či při aktualizaci popisů pracovních míst. Protože také spolupracujeme se středními školami (pořádáme praxe pro žáky apod.), vidíme jako vhodné větší provázání tohoto systému s výukou na středních školách."
Jiří Voloch, ekonomický a personální náměstek, VAMOZ – servis

„Velké pozitivum NSK vidíme ve sjednocování kvalifikací lidí na trhu práce. Bylo by skutečně přínosem, kdyby si certifikace dělalo čím dál větší množství lidí a mohl tak narůst počet kvalifikovaných pracovníků v příslušných oborech, a tím by se velmi zjednodušila práce všem personalistům a zaměstnavatelům při výběru odborných pracovníků. Také jednotliví pracovníci mají díky NSK možnost změnit své povolání a vědí přesně, co se od nich po získání certifikátu očekává. Rezervy spatřujeme v zatím ne příliš velké informovanosti zaměstnavatelů i zaměstnanců, že v oblasti dalšího vzdělávání existují možnosti vyplývající z NSK."
Eva Kosecová, jednatelka, SIMEVA

„Přínos pro firmu – kvalifikovaní a loajální zaměstnanci, kteří odvádějí dobrou práci. Přínos pro zaměstnance – získali výuční list na základě praxe, zkušeností a vědomostí získaných v práci, aniž by museli ‚chodit' do školy. To jim pomohlo v jejich kariérním postupu v naší společnosti. Rezervy – podle mého názoru je malá informovanost o možnostech NSK."
Jitka Havlíková, personalistka, Liberecká pekárna

NSK2

BUDOUCNOST JE V KVALIFIKOVANÝCH ODBORNÍCÍCH

NÁRODNÍ SOUSTAVA KVALIFIKACÍ (NSK) VÁM POMŮŽE MÍT INVESTICE DO ZAMĚSTNANCŮ POD KONTROLOU

- Hledáte odborníky z praxe?
- Jak je poznáte?
- Umíte si je udržet?
- Dokážete změřit efektivitu rozvojových aktivit vaší firmy?
- Zaměstnáváte absolventy?
- Jsou kariérní plány zaměstnanců ve shodě s firemní strategií?
- Optimalizujete, nebo jen škrtáte?
- Spolupracujete s odbornými školami?
- Komunikujete s Úřadem práce?

TÝKAJÍ SE VÁS UVEDENÁ TÉMATA A DOSUD NEVYUŽÍVÁTE NSK? PAK VÁM MOŽNÁ UTÍKAJÍ NEJEN PENÍZE ....

- Seznamte se s novými, veřejně dostupnými a účinnými nástroji personální práce.
- Využijte je tak, jak vaše firma potřebuje.
- Vyžadujte odbornost a kvalitu – zvyšujte tak hodnotu své firmy.
- Prokažte společenskou odpovědnost a staňte se certifikovanou firmou „NSK v praxi“.

„Samozřejmě další výhodou NSK je, že stávajícím zaměstnancům můžeme nabídnout dodatečné získání ‚certifikované kvalifikační zkoušky‘ ve výrobních profesích. V roce 2014 připravujeme standardizaci znalostí v oboru nástrojařství, a to pro celé oddělení nástrojárny.“
Tomáš Musil, ředitel závodu, ept connector

„Projektu NSK fandíme, máme za to, že ve výsledku postupně pomůže zvýšit zájem o technické strojírenské obory. Naše firma se snaží být v této oblasti užitečná tím, že prohlubuje těsnější spolupráci se ZŠ a strojírenskými učilišti v regionu. Jsme v počátcích využívání soustavy NSK, o rezervách se ještě těžko hovoří.“
Miroslav Černý, jednatel, CHODOS CHODOV

www.narodnikvalifikace.cz
www.nsk2.cz
www.vzdelavaniaprace.cz
www.sektoroverady.cz

50 LET

PRO VŠECHNY, KTEŘÍ PODNIKAJÍ A MYSLÍ I NA DRUHÉ

Manželé Jitka a Richard Kantovi z Lubence vlastní firmu na výrobu a rekonstrukci vitráží. Získávají zakázky z celého světa a příští rok **budou reprezentovat Českou republiku na EXPO 2015** v Miláně.

Svůj volný čas a prostředky věnují na záchranu a oživení historických památek ve svém okolí.

Jedním z jejich velkých projektů je rekonstrukce gotického kostela sv. Jiljí, kde plánují otevřít unikátní muzeum vitráží.

www.skloart.cz

Představujeme vám vítěze, jimiž se stali manželé Jitka a Richard Kantovi!

MAKRO DOBRÝ PODNIKATEL 2014

vy & makro

Jitka a Richard Kantovi:

ZACHRAŇUJEME STARÉ ŘEMESLO

S nositeli prvního titulu MAKRO Dobrý podnikatel Jitkou a Richardem Kantovými jsme si povídali o jejich netradiční firmě a snech o záchraně památky s velkou historickou hodnotou.

Co vás přivedlo k podnikání?
Jitka: Již před dvaceti lety jsme začali vyrábět a restaurovat vitráže. Vlastně jsme tehdy nevěděli mnoho o vitrážích ani podnikání, ale hnala nás láska k tomuto krásnému starému řemeslu. Chtěli jsme výtvarně tvořit a v lepším případě za to dostat i peníze. Po prvním roce jsem však otěhotněla, a protože práce bylo celkem dost, po porodu syna se firmy ujal manžel, který byl tímto krokem přinucen opustit práci ve strojírenské továrně.

Richard: Postupně se nám podařilo vybudovat firmu se 17 zaměstnanci a vyváželi jsme naši práci do Nizozemska.

Ovlivnila vás nějak ekonomická recese?
Jitka: Během krize jsme přišli téměř o všechno. Báli jsme se, že nás položí, a až teď se postupně vzpamatováváme z tříletého útlumu. Zákazníci z Německa a Nizozemska začali znovu objednávat a vyhráli jsme velkou zakázku pro galerii z New Yorku, kde to vypadá i na delší spolupráci.

Gratulujeme! Takže budoucnost vidíte optimisticky?
Richard: Ano. Doufáme, že se nám podaří navázat na naše předchozí úspěchy. Plány máme velké.

Jitka: Příští rok budeme reprezentovat Českou republiku na výstavě EXPO 2015 v Miláně. Na podzim vystavujeme v Toskánském paláci v Praze a zřejmě by v příštím roce tato výstava měla přejít do Číny. Pak nás ještě čekají dva veletrhy v Německu.

Co vás podnikání naučilo?
Jitka: Pracovala jsem pět let jako učitelka výtvarné výchovy, ale když jsem přičichla k vitrážím, věděla jsem, že je to můj osud, a šla jsem si za ním. Dnes již vím, že to není jen o umění, ale i o vnitřní disciplíně a zodpovědnosti nejen k sobě, ale i k zaměstnancům a klientům.

Kromě podnikání máte i další projekt…
Jitka: Před krizí jsme zakoupili od církve za korunu kostel sv. Jiljí v Libyni v havarijním stavu a založili jsme občanské sdružení na jeho záchranu. Sháníme dotace, sponzory a také přispíváme ze svého, abychom kostel zachránili.

Jaké máte s kostelem plány?
Richard: I když chrám ještě není rekonstruován, zpřístupnili jsme ho turistům a pořádáme v něm kulturní akce. Nejde nám jenom o samotnou stavbu, ale chceme kostelu vrátit život. Plánujeme v něm otevřít unikátní vitrážové muzeum evropského významu. Postupně vyrábíme obrovský vitrážový strop z přesných kopií oken z jednotlivých období.

Jitka: My jsme takový kraj vysídlenců, kraj bývalých Sudet. Lidé u nás mají někdy problém komunikovat mezi sebou a trochu tam chybí pocit sounáležitosti a pospolitosti. Náš kostel pomáhá, aby lidi našli k sobě cestu.

Co pro vás znamená výhra v soutěži Dobrý podnikatel?
Jitka: Je to úžasné. Já jsem vůbec nečekala, že bychom to mohli vyhrát. Není to cena jenom pro nás. Je to cena pro všechny, kteří nám pomáhají a angažují se v našem projektu. A těch naštěstí není vůbec málo.

Richard: Cena nám také pomůže pokročit s opravou kostela. Zatím se nám povedlo jej zastřešit, zajistit statiku, vybudovat novou podlahu a opravit presbytář. Nedávno však do něj udeřil kulový blesk. Z odměny, kterou jsme teď v rámci soutěže získali, koupíme hromosvod a pořídíme novou elektroinstalaci.

S vítězi si povídala Tereza Knířová
Foto: archiv Makro

Soutěž je připravována v těsné spolupráci s AMSP ČR, kterou v hlavní porotě zastupuje generální ředitelka asociace Eva Svobodová.

Zvláštní cenu AMSP ČR si odnesla majitelka pražírny kávy RETRO KAFE Alena Fuksová z Olomouce.

Eduard Bláha:

CHYSTÁME SE NA NÁRŮST POPTÁVKY

MUDr. Eduard Bláha, generální ředitel Lázní Luhačovice a Léčebných Lázní Jáchymov, prezident Svazu léčebných lázní ČR

Zdá se, že krize, kterou poslední dva roky procházely tuzemské lázně, končí. Její hlavní příčinou byla vyhláška z roku 2012, která u lázeňské péče hrazené zdravotními pojišťovnami zkrátila pobyt v lázních z 28 na 21 dnů, omezila možnost opakování pobytu i počty diagnóz. Novela zákona o veřejném pojištění by měla od ledna 2015 přinést lepší časy. Je tomu skutečně tak?

„Určitě ano, už letošní rok sledujeme pozitivní posun a příští čekáme ještě lepší," potvrzuje generální ředitel akciové společnosti Lázně Luhačovice Eduard Bláha. „Už letos odpadla povinnost platit stokorunový lázeňský poplatek za každý den v lázních. Kromě toho nám pomáhá i to, že Češi obecně opouštějí model jedné velké dovolené v zahraničí a dávají přednost řadě kratších domácích dovolených – to pomáhá všem, kteří podnikají v těchto službách. Pomalu se tedy vracíme na návštěvnická čísla z předloňského roku a těšíme se na to, že křivka bude stoupat."

Luhačovice samotné jsou malé pětitisícové městečko uprostřed nádherných

lesů Bílých Karpat. Za sezonu se v něm však vystřídá zhruba 50 tisíc návštěvníků, přičemž přibližně třetinu lůžkové kapacity nabízí právě akciová společnost Lázně Luhačovice. Jak se chystá na oživení poptávky?

„Jdeme cestou zvyšování kvality, ne kapacity," odpovídá doktor Bláha. „A navíc nás zavazuje místní lázeňská tradice, ovšem nesvazuje," usmívá se. „Rozšiřujeme a v souladu s poznatky lékařské vědy modernizujeme naše balneologické metody. Vedle tradičních dýchacích a endokrinologických diagnóz úspěšně léčíme i nemoci pohybového aparátu nebo neurologická onemocnění. A na lázeňské pobyty k nám jezdí už děti od jednoho a půl roku, samozřejmě s rodiči. Právě pro ně jsme v minulém období modernizovali naše dětské léčebny, které nyní nabízejí opravdu komfortní služby. Jejich kapacita je jedna z mála, kterou chceme rozšířit, neboť zájem je daleko větší než naše možnosti."

Lázně Luhačovice navazují na tradice prvorepublikové lázeňské léčby a jejich kořeny sahají právě do tohoto období. Téměř dvacetihektarový lázeňský park prošel nedávno zásadní obnovou. Nová výsadba podtrhla neopakovatelný charakter lázeňských domů kolem něj, z nichž mnoho nese podpis slovenského architekta Dušana Jurkoviče. Za současným nákladným kabátem lázeňského parku stojí právě akciová společnost, která spravuje i jedenáct léčebných pramenů vyvěrajících na území města. Nejznámější z nich je nejspíš Vincentka, která se stala základním inhalačním médiem ve většině inhalatorií v České republice. Známé jsou však i Aloiska, Ottovka a Pramen dr. Šťastného nebo pramen Nový Jubilejní nedávno zpřístupněný veřejnosti.

„Fakt, že tíži údržby vnitřního lázeňského území neseme sami bez veřejné podpory, i když nabízíme sotva třetinu lůžkové kapacity lázní, je jedním z hlavním důvodů, proč si nadále činíme nárok na slogan ‚lázeňská jednička v Luhačovicích'. Vychází i z toho, že nabízíme nejvíce variant ubytování, staráme se o většinu pramenů, o významnou část kulturních programů, navazujeme na nejstarší tradice a dáváme také největší díl z lázeňských poplatků městu. Jsme ale přesvědčeni, že i kvalita služeb v našich zařízeních si podobné označení zaslouží," uvádí Eduard Bláha, který je v tomto směru zkušeným manažerem. Vedle Luhačovic řídí také Léčebné Lázně Jáchymov, které vytvářejí skupinu Spa & Wellness Nature Resorts, a je také prezidentem Svazu léčebných lázní ČR.

A jaké má s Luhačovicemi další plány? „Aktuálně chystáme rekonstrukci druhého našeho komplexního domu – Moravy. Jsme mu to dlužni, naposledy byl rekonstruován někdy v 60., 70. letech. Regulační zásah, který postihl lázně v roce 2012, nás vzdálil od všech záměrů, ale nyní si troufáme se do rekonstrukce pustit. Pokud se však ptáte na trošku vzdálenější budoucnost, rádi bychom se i s podporou Komerční banky, která nám v našich záměrech vždycky pomohla, pustili do rekonstrukce podle mne našeho největšího pokladu: objektu, kterému říkáme Vodoléčba. Jde o nejzajímavější lázeňský komplex stavitele Jurkoviče, který je však už desítky let v zoufalém stavu. Ovšem i přesto z něj stále dýchá neopakovatelné kouzlo. Chceme jej oživit a vytvořit v jeho areálu ‚lázně v lázních' – wellness hotel s vlastním parkem a venkovním koupalištěm. Věřím, že bude vyhledáván nejen hosty, ale i filmaři z celého světa," prozrazuje generální ředitel závěrem svůj sen.

Text: Jana Jenšíková
Foto: archiv Lázně Luhačovice

Lázně Luhačovice, a.s.

Lázně Luhačovice jsou čtvrté největší a jedny z nejkrásnějších lázní v České republice, zasazené do chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty. Akciová společnost pečuje o vnitřní lázeňské území Luhačovic, všechny veřejné stavby, infrastrukturu i vývěry minerálních pramenů v něm, a nese tak hlavní finanční břímě udržování genia loci Luhačovic. Spolu s Léčebnými Lázněmi Jáchymov a.s. tvoří lázeňskou skupinu Spa & Wellness Nature Resorts, která spojuje místa z opačných konců republiky s unikátními přírodními léčivými zdroji. Oboje lázně mají dlouholetou tradici a poskytují špičkovou lázeňskou péči. Dohromady tak dokáží denně pečovat o téměř 2500 hostů. Jedná se o největší a zároveň stabilní lázeňskou skupinu v ČR. Zajímavou novinkou letošní zimní sezony je, že v lázních Jáchymov plánují otevřít nejdelší sjezdovku v ČR dlouhou 3 kilometry. „Věřím, že nás přiblíží k našemu cíli – vybudovat právě v Jáchymově takové ‚malé české Alpy' – spojení lázní s lyžováním," říká Eduard Bláha.

Tomáš Kiss
bankovní poradce pro korporátní klientelu, KB, divize Střední Morava

„Lázně Luhačovice, a.s., jsou náš dlouholetý klient. Jsme rádi, že se můžeme spolupodílet na financování investic, které jsou zaměřeny především do rekonstrukcí ubytovacích a léčebných kapacit. Tyto investice se významnou měrou podílejí na vytváření příjemného lázeňského prostředí a atmosféry a neustále zlepšují kvalitu ubytování i lázeňské péče pro pacienty a návštěvníky lázní."

ZÁKAZNÍK JE PŘEDEVŠÍM ČLOVĚK ANEB ČLOVĚK BEZ ÚSMĚVU NEPATŘÍ DO OBCHODU

ČASTO SLYŠÍM PŘI SVÝCH KONZULTACÍCH ANEBO NA SEMINÁŘÍCH, KDE PŘEDNÁŠÍM, VĚTY TYPU „S TĚMI LIDMI SE NEDÁ JEDNAT“, „TAM SE TĚŽKO NAVAZUJÍ VZTAHY“, „DÍVAJÍ SE NA NÁS SPATRA A V HLAVĚ MAJÍ MÍSTO CITU KALKULAČKU“ ATD. OBCHODNÍCI, KTEŘÍ TAKTO OZNAČUJÍ SVÉ ZÁKAZNÍKY A SVÁ OBCHODNÍ JEDNÁNÍ, TRPÍ, ANIŽ BY SI TO UVĚDOMOVALI, CHOROBOU, KTEROU NAZÝVÁM „VĚCNÁ HORLIVOST“ A NEBO, CHCETE-LI, „HORLIVÁ VĚCNOST“.

OBCHOD JAKO PŘÍJEMNÝ ZÁŽITEK

Tito věcní horlivci zapomínají na skutečnost, že prvním krokem v obchodním jednání je to, čemu se říká „první kontakt“. Jsou však obchodníci, od kterých tyto věty nikdy neuslyšíte a kteří se bez úsměvu do obchodu nepouštějí. Proč?

I ten nejostřílenější nákupčí je totiž před obchodním jednáním ve stresu. Jeho původem jsou pochybnosti, nedůvěra, nejistota, tzv. kognitivní diskrepance. Neví dopředu, jestli hodnota nabídky bude odpovídat jeho potřebě a zda průběh jednání povede k oboustranně uspokojivému výsledku. A zde by měl vstoupit do hry ÚSMĚV. Úsměv totiž působí několika magickými účinky. Vyzařuje kompetenci, empatii, pohodu.

Úsměv je zárukou, že chování obchodníka nebude mít ani monistický charakter (nejdůležitější jsem já) ani darwinistický charakter (silnější vyhraje). Pravda se totiž hledá dialogem a úsměv je nejúčinnější pozvánkou k integraci

zákazníka do tohoto dialogu. Úsměv je známkou vstřícnosti, respektu a přenosu pozitivního cítění na náš protějšek. Již od prvního kontaktu předznamenává, že jednání bude příjemným zážitkem pro obě strany, ať již dopadne jakkoliv. Němci tomu říkají „einkaufserlebnis", Anglosasové „purchasing experience".

Příliš horlivou věcnost hned od počátku obchodního jednání může náš protějšek interpretovat jako pokus o nátlak a okamžitě zapojí obranné mechanismy. Potom se těžko navazuje vztah, jednání se komplikuje a zákazník se sám uchýlí k předčasné věcnosti: utlumí citovou hemisféru a zapne v hlavě kalkulačku. Je to přece také především člověk.

I ZÁKAZNÍK MÁ DUŠI, OSLOVTE JI

Známý švýcarský psychiatr C. G. Jung (Analytical psychology, Random House 1968) se již v první polovině minulého století zabýval fenoménem, jemuž zjednodušeně říkáme „duše".

Což on samozřejmě nazval mnohem vědečtěji jako „consciousness", česky „vědomí". Držme se ale srozumitelnějšího názvu „duše". Jung definoval duši jako komplex čtyř funkcí: vnímání, myšlení, cítění a intuice. Tyto funkce se velmi zřetelně promítají i do průběhu obchodního jednání.

Ve své knížce 10 zlatých pravidel prodeje (Management Press 1994, 1996, 2001, 2007) uvádím jedno z pravidel v kapitole Dobrý začátek vede k dobrému konci. Zabývám se zde tím, jak nás hned od prvního okamžiku vnímá zákazník. Už víme, že pozitivně na něj působí úsměv (neverbální komunikace), ale co například volba slov (verbální komunikace) a přednes těchto slov (paraverbální komunikace)? Jaký dojem bude výsledkem zákazníkova vnímání?

Dalším důležitým krokem v obchodním jednání je aktivace zákazníkova myšlení, to znamená synchronizace znalostních úrovní zákazníka se znalostní úrovní obchodníka. Prakticky tu jde o to, jak obchodník rozběhne v racionální hemisféře zákazníkova mozku proces myšlení, tj. čím upoutá jeho pozornost. A jak u zákazníka probudí cítění, tedy jak ho posune od upoutání pozornosti k probuzení zájmu. Aby zákazníkovi stálo za to provést si hodnotovou analýzu, což znamená, že začne porovnávat přínosy naší nabídky s cenou, kterémužto vztahu se říká hodnota.

A nakonec vstoupí do hry intuice. Ta je jednou z nejpodivnějších a nejméně odborníky prozkoumaných funkcí. My tomu lidově říkáme pocit, tušení, předtucha. Zpravidla ji vyjadřujeme větami „mám pocit, že jsem dobře nakoupil", „tuším, že tahle nabídka by mohla stát za úvahu", „mám takovou předtuchu, že se dohodneme". Platí to samozřejmě i s opačným znaménkem. Uvědomujeme si, že zákazníkova duše je od prvních okamžiků obchodního jednání v pohotovosti? Jsme na obchodní jednání připraveni tak, abychom ji hned od počátku jednání začali oslovovat podle výše uvedeného základního komunikačního schématu? I zákazník je člověk s duší.

UMÍME NASLOUCHAT?

Všichni máme tendenci se rádi poslouchat, ať obchodníci či neobchodníci. Náš nejoblíbenější posluchač jsme my sami. Nejen obchodníci často zapomínají, že dialog není monolog. A pokud máme dialogem hledat pravdu, tedy optimální řešení pro zákazníka, neobejdeme se bez schopnosti naslouchat. Úsměvem zveme zákazníka k účasti na dialogu, nasloucháním jeho pozici účastníka dialogu prohlubujeme a upevňujeme.

Zkušení praktici vám řeknou, že obchodník by neměl mluvit víc než polovinu času, který je vyhrazen pro jednání. Ideálem je, když obchodník nemluví víc než třicet procent času. To je ovšem lidsky téměř nedostižný cíl, ale někdy se to povede. Teorií a praxí „umění naslouchat" se zabýval intenzivně německý lingvista světového formátu Schulz von Thun například ve své knize Praxisberatung in Gruppen (1996).

Von Thun je autorem teorie „čtyř uší". Vychází z předpokladu, že k efektivnímu naslouchání nám nestačí pouze uši dvě, jimiž nás obdařila příroda, ale že k tomu potřebujeme uši čtyři. Prvními dvěma slyšíme, co nám náš protějšek říká, tj. věcný obsah jeho výpovědi a co po nás chce, tedy to, čemu von Thun říká odborně „apel". Ty druhé dvě uši, které autor označuje jako „vnitřní uši", nám slouží, pokud fungují, k tomu, abychom monitorovali, jak se v průběhu jednání

mění vztah mezi námi a zákazníkem. Jsou to uši tzv. situační senzibility. Jejich úkolem je slyšet, co nám zákazník říká o sobě. Třeba to, že používáme příliš odborné výrazy, které přesahují jeho znalostní úroveň, a že nám tudíž přestává rozumět (na toto ucho často nedoslýchají například programátoři, ale i jiní odborníci). Zákazník velmi rychle pozná, zda jsme trvale nebo dočasně ohluchli, a začne se cítit vyřazen z dialogu. Pak se cesta k pravdě ergo řešení jeho potřeby zkomplikuje, neřkuli úplně zablokuje.

A rada na závěr? Všechno je jenom trénink. Když nechybí dobrá vůle a cíl, budete se za chvíli usmívat i nad výsledky vašeho obchodního jednání. ■

Text: Ivan Bureš
Foto: Thinkstock a archiv autora

Ivan Bureš je vyhledávaným marketingovým specialistou, který své zkušenosti sbíral v zahraničí téměř dvacet let, především na náročných trzích USA a Kanady. Jeho koníčkem je pomáhat malým firmám nastartovat trvalý růst. Je mj. úspěšným autorem řady praktických publikací o prodeji a marketingu a patří mezi kmenové autory nakladatelství Management Press. Například jeho „10 zlatých pravidel prodeje" vyšlo již v pátém vydání.

Objevte nové možnosti správy majetku

Rekodifikace soukromého práva přinesla do českého právního řádu zcela nový institut správy majetku, dosud využívaný především v anglosaských zemích: svěřenský fond neboli trust. Přitažlivým ho činí jak široká využitelnost pro nejrůznější účely, tak některé nesporné výhody proti jiným tradičním institutům správy majetku.

Základní aspekty fungování

Právní úprava je obsažena v § 1448 a násl. zák. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Svěřenský fond vzniká vyčleněním souboru majetku zakladatelem fondu k soukromým nebo veřejně prospěšným účelům. Tento majetek je spravován a rozmnožován určeným správcem, který za svou činnost může pobírat odměnu, a plnění z tohoto fondu (tj. samotný vnesený majetek nebo i pouhé zisky, plody či užitky z něho) pak plyne konkrétním osobám (obmyšleným), které může určit sám zakladatel. Ten může být také zároveň správcem i obmyšleným, tj. osobou, jíž je plnění z fondu určeno (totožná osoba tedy může do fondu vložit majetek a tento majetek či plody z něho jako obmyšlený čerpat). Obmyšleným může být samozřejmě i osoba odlišná od zakladatele.

Samotný svěřenský fond není právnickou osobou, nemá svéprávnost a majetek ve fondu je majetkem svého druhu (jde o autonomní, nezávislý a oddělený majetek, který po dobu vyčlenění do fondu nemá konkrétního vlastníka). Fungování fondu upravuje jeho statut, ve kterém zakladatel stanoví pravidla správy majetku. Činnost fondu není pod veřejnoprávním dohledem.

Svěřenský fond může být zřízen k mnoha značně různorodým účelům. I v českém právním kontextu proto můžeme uvažovat o zřízení rodinného či dědického svěřenského fondu, fondech s obchodním, investičním či ochranným účelem nebo o veřejně prospěšných svěřenských fondech.

Rodinné a dědické svěřenské fondy

Jedněmi z nejčastějších jsou rodinné a dědické svěřenské fondy. Tyto typy fondů umožňují zakladateli mnohem volněji ovlivňovat a kontrolovat osud svého majetku i po jeho vyčlenění

do fondu. Zakladatel fondu může jak měnit jednotlivé obmyšlené, tak kritéria, dle nichž mají být tyto osoby určeny, a to i s účinky po své smrti. Rovněž má možnost volby konkrétního správce nebo může do své smrti spravovat fond sám a zvolit pouze správce náhradního, a vyhnout se tak ustanovení osoby spravující majetek soudem pro případ, že by zakladatel fondu zemřel předčasně a zanechal po sobě nezletilé děti (pro zakladatele může být výhodnější předem určit osobu, jež bude do zletilosti jeho dětí majetek spravovat, než výběr této osoby nechávat na vůli soudu). K převodu majetku na obmyšlené nemusí dojít hned po smrti zakladatele, ale majetek může být i dlouhodobě nebo trvale vyčleněn do fondu a obmyšleným vyplácen dle pravidel určených ve statutu.

Rodinný fond lze využít za účelem hmotného zajištění rodinných příslušníků (např. nezletilých či studujících dětí) nebo manžela jak současného, tak bývalého (k plnění vyživovací povinnosti atd.) bez převodů vloženého majetku na tyto osoby. Tato forma správy majetku je vhodná i pro zajištění životního standardu zakladatele, který z důvodu stáří nebo nemoci nebude později schopen svůj majetek efektivně spravovat. Ve statutu tak určí způsoby nakládání s majetkem a konkrétní osoby (včetně sebe), kterým bude poskytováno plnění, tuto vůli pak naplňuje vybraný správce.

Jedním z největších přínosů dědického fondu je možnost vyhnout se aplikaci institutu tzv. neopominutelného dědice dle platného dědického práva. Tento institut zajišťuje zákonem stanoveným dědicům (dětem, příp. jejich potomkům) minimální dědický podíl, který u nezletilého tvoří tři čtvrtiny jeho zákonného dědického podílu a u zletilého jednu čtvrtinu. V rámci dědického práva lze minimální zákonný podíl neopominutelných dědiců vyloučit pouze prostřednictvím vydědění, a to jen při naplnění stanovených důvodů. Přesunem majetku, který by jinak podléhal dědictví, do fondu lze však tuto minimální část zákonného dědického podílu libovolně snížit či dokonce zcela vyloučit bez nutnosti provést vydědění. Navíc majetek a plnění ze svěřenského fondu nemusí podléhat dědickému řízení. Dědické svěřenské fondy mohou fungovat již za života jejich zakladatele nebo být zřízeny pořízením pro případ smrti.

Institut svěřenských fondů (angl. trust) má původ v zemích anglosaské právní oblasti common law (Velká Británie, USA ad.), kde je velmi často používán jak pro správu rodinného majetku, tak majetku firemního či určeného k dobročinným účelům. Díky výhodám, které přináší, byl zaveden i do právních řádů dalších států mimo tento právní okruh, např. jako tzv. fiducie do québeckého občanského zákoníku, který má výrazné prvky kontinentálního, tedy našeho typu práva. Právě z něho také tuto formu správy majetku do českého práva přejal nový občanský zákoník.

OBCHODNÍ A INVESTIČNÍ SVĚŘENSKÉ FONDY

Svěřenské fondy mohou být koncipovány i jako fondy obchodní a investiční. Jejich hlavní výhodou je umožnění diverzifikace rizik a optimalizace investic, neboť oddělením majetku fondu od majetku osobního či firemního lze ochránit tento majetek před dopady obchodování a investování s vyčleněným fondovním majetkem (např. závazky spojené s majetkem ve fondu dopadají pouze na tento majetek, nikoliv na ostatní majetek zakladatele). Do majetku takovéhoto fondu lze vkládat i akcie, obchodní podíly či jakýkoli další nemovitý či movitý majetek.

Svěřenský fond může být také alternativou konsorcia, kdy je založen s určitým podnikatelským záměrem, spravuje jej určený správce a zakladatelské subjekty mohou být obmyšlenými. Tak se mohou vyhnout nutnosti registrace jako obchodní společnosti a dalším omezením plynoucím z obchodního práva. Takový fond tak skýtá vzhledem k absenci povinné registrace i vyšší míru anonymity. O možném využití obchodních a investičních fondů lze uvažovat i v bankovních obchodech, při restrukturalizacích závodů nebo u penzijních trustů, jak je tomu běžně v zahraničí.

OCHRANNÉ SVĚŘENSKÉ FONDY

Do svěřenského fondu může být vyčleněn i osobní či firemní majetek zakladatele za účelem jeho ochrany. Mluvíme pak o ochranných či zajišťovacích fondech. Jejich účel je velmi podobný obchodním a investičním fondům. Pokud by však toto jednání mělo vést ke zkrácení věřitelů zakladatele fondu, mohou tito věřitelé napadnout zřízení fondu v zákonné lhůtě pro jeho relativní neúčinnost.

Ochranný fond může být založen i z důvodu ochrany majetku před rozmělněním či rozdrobením, což je účelné např. u závodu nebo zavedeného podniku. Ten je spravován určeným správcem a další osoby mohou pobírat plody a užitky bez nabytí vlastnictví k majetku. Tento princip je v zahraničí využíván především u tzv. rodinných podniků, které takto často fungují v rámci několika generací. Tento typ fondu je výhodný i jako podpora studujících, nezletilých dětí nebo marnotratných, kteří majetek nenabudou (popř. ho nabudou až po splnění stanovených podmínek, např. dostudování či ukončení zahálčivého života), ale dostávají z něho pouze určené plnění.

Zajišťovacího fondu lze rovněž užít jako varianty ke klasickým zajišťovacím instrumentům (zástavní právo apod.), proti nimž jej zvýhodňuje skutečnost, že nemá tzv. akcesorickou povahu, tj. není svou existencí vázán na hlavní zajišťovaný závazek.

> SVĚŘENSKÉ FONDY PŘINÁŠEJÍ ŘADU PRAKTICKÝCH VÝHOD PROTI TRADIČNÍM INSTITUTŮM SPRÁVY MAJETKU.

VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÉ SVĚŘENSKÉ FONDY

Je-li svěřenský fond založen za veřejně prospěšným účelem, jsou majetek nebo užitky z něho vypláceny k charitativním účelům. Jde o alternativu k nadacím, nadačním fondům a ústavům. Výhody fondů tkví především v jejich menší formálnosti (nepodléhají registračnímu principu), jednodušším založení a větší

volnosti zakladatele nebo správce fondu v tom, k jakým účelům bude plnění z fondu určeno. Zákon přitom vylučuje, aby hlavním účelem tohoto typu fondu bylo dosahování zisku nebo provozování závodu.

DAŇOVÉ ASPEKTY

Dle daňového práva se na svěřenské fondy uplatní zákonná fikce, že jsou právnickými osobami, ačkoliv tomu tak není (nemají právní subjektivitu). U svěřenských fondů je daněn jejich zisk, a to klasickou sazbou daně z příjmů právnických osob.

Samotné plnění z fondu ve prospěch obmyšleného – právnické či fyzické osoby – je daněno podle toho, zda je vyplácen podíl na zisku či část (podíl na) majetku fondu. U výplaty podílu na zisku jde o zdanitelný příjem, režim je podobný zdanění podílu na zisku obchodní společnosti. U výplaty podílu na majetku je toto plnění považováno buď za dar (vyčlenění majetku do fondu smlouvou), nebo za dědictví (vyčlenění pořízením pro případ smrti). Podle toho se také odlišuje zdanění této výplaty. V případě dědictví je plnění zcela osvobozeno od daně z příjmů, bez ohledu na vztah „vkladatele" majetku a obmyšleného. V případě daru je osvobozeno jen takové plnění, kdy obmyšlený je v poměru k „vkladateli" v příbuzenském vztahu v linii přímé nebo vedlejší, jde-li o sourozence, strýce, tetu, synovce nebo neteř, manžela, manžela dítěte, dítěte manžela, rodiče manžela nebo manžela rodičů, nebo obmyšlený žil s „vkladatelem" nejméně po dobu jednoho roku před získáním plnění ve společně hospodařící domácnosti a z tohoto důvodu pečoval o domácnost nebo byl na tuto osobu odkázán výživou.

> V PŘÍPADĚ POCTIVÉHO ZÁMĚRU LZE UŽITÍ SVĚŘENSKÝCH FONDŮ JEDNOZNAČNĚ DOPORUČIT.

Dle zákona o nabytí nemovitých věcí je zdaněno vložení nebo vyčlenění nemovitosti do majetku fondu pouze v tom případě, že půjde o úplatné nabytí a nemovitost nacházející se v ČR. Poplatníkem je primárně stále převodce (prodávající).

Zdanění podléhá i odměna správce, pokud je vyplácena, a to jako příjem z jiné samostatné výdělečné činnosti. Co se týče DPH a odpisů, je stejně jako v případě daně z příjmů svěřenský fond zákonnou fikcí považován za právnickou osobu. Stejná pravidla se vztahují i na způsob vedení účetnictví.

Z uvedeného vyplývá, že v české právní úpravě není v daňově-účetní oblasti činnost svěřenského fondu bonifikována (jak je tomu někdy v zahraničí), avšak proti obdobným institutům není ani jakkoliv znevýhodněna.

KRITIKA NOVÉ PRÁVNÍ ÚPRAVY

Ačkoliv je institut svěřenského fondu v mnoha zemích prověřen dlouhými lety fungování, byla nová česká úprava podrobena značné kritice. Z mnohých výtek lze uvést např. poukazování na možnou zneužitelnost svěřenského fondu k praní špinavých peněz, poškozování věřitelů a přílišnou anonymizaci vlastnických struktur. V této souvislosti je vhodné v rámci připravovaných novelizací občanského zákoníku přikročit k odstranění těchto nedostatků, jakož i ke zpřesnění v některých částech zbytečně kusé úpravy.

Institut svěřenského fondu má ambici rozšířit možnosti správy majetku v českém prostředí. Ačkoliv zavedení tohoto institutu provázejí počáteční problémy a nejasnosti, je nutné zdůraznit, že nelze zastírat jeho značnou praktičnost a širokou využitelnost. V případě poctivého záměru zakladatele je tedy možné tento nový institut jistě doporučit. ■

Text: Robert Šulc
Foto: Marek Jenšík a Thinkstock

JUDr. Robert Šulc, Ph.D., je advokátem a partnerem advokátní kanceláře KVAPIL & ŠULC sídlící v Praze

3 OTÁZKY PRO IVANU ŠACHOVOU,

JEDNATELKU SPOLEČNOSTI SILEX PROVOZUJÍCÍ PRODEJNY BYTOVÉHO TEXTILU SCANQUILT

V listopadu budou vyhlášeny výsledky dalšího ročníku soutěže Ocenění českých podnikatelek. Před čtyřmi léty jste zmíněnou cenu sama získala. Co pro vás znamenala?

Každopádně to byl velmi příjemný pocit ocenění práce nejen mé, ale celého kolektivu. Do té chvíle jsme se jen domnívali, že některé věci děláme dobře, ale úplně jisti jsme si nebyli.

Jak by zněla vaše rada jiným ženám, které se možná v této chvíli rozhodují, zda se dát na podnikatelskou dráhu?

Rozhodně doporučuji podnikat v oboru, který je blízký srdci té které dámy, protože pokud se cokoliv dělá s chutí a přesvědčením, většina problémů a starostí se vyřeší. Časová vytíženost je samozřejmostí a nesmí nikoho zaskočit.

Ekonomika už několik let přešlapuje na místě, ale vaše firma nadále roste. Čemu to připisujete?

Upřímné je říci, že roste naše vlastní maloobchodní prodejní síť, kam se přesouvají tržby z jiných oblastí. Za poslední rok jsme docílili zajímavého obratu i na e-shopu. Jinak máme 35 značkových prodejen po celé republice. Snažíme se přinášet zajímavou sezonní sortimentní nabídku, nezklamat věrné, dlouholeté zákazníky a oslovovat nové.

–JG–

Foto: archiv I. Šachové

FINANCOVÁNÍ OBCHODNÍCH TRANSAKCÍ INŽENÝRSKÝCH FIREM

Naše společnost se zaměřuje na inženýrsko-dodavatelské služby v oboru průmyslových pecí a průmyslových tepelných zařízení. V současné době jednáme se zahraničním odběratelem o nové zakázce, na kterou budeme pravděpodobně potřebovat financování. Můžete nám poradit, na co bychom se měli při jednáních s dodavateli zaměřit a jaké financování nám může banka nabídnout?

Ing. Jiří Kejř, jednatel společnosti E-therm TZ s.r.o.

Odpovídá Tomáš Rak, manažer Specialistů zahraničního obchodu KB

Inženýrská, respektive inženýrsko-dodavatelská, společnost je typická tím, že většinou nemá vlastní výrobu a jejími zaměstnanci jsou projektanti, konstruktéři, technici a obchodníci. Při realizaci zakázky, například dodávky investičního celku, je společnost schopna zpracovat projekt, konstrukční řešení a sestavit investiční celek subdodávkami od výrobních firem. Je také zodpovědná za uvedení celku do provozu. Na inženýrské firmy je napojena celá řada výrobních firem, které dodávají určité části do realizovaného projektu, jenž je většinou dodáván tzv. na klíč. A protože Komerční banka má ve svém portfoliu velké množství výrobních firem, dokáže své zkušenosti využít i při financování inženýrských firem.

PĚT DRUHŮ RIZIK

Inženýrské společnosti realizují komplexní dodávky určitých výrobních celků, mají proto specifické potřeby financování. Hlavním znakem kontraktu může být velký objem zakázky ve srovnání s finanční silou samotné inženýrské firmy. Splnění zakázky je také často rozloženo do delšího časového období, výjimkou není i několik let. Banky stejně jako inženýrské společnosti by při rozhodování o financování či uzavření kontraktu měly zvažovat zejména:

1. Výrobní rizika, tj. zda je společnost schopná zakázku dokončit (zkušenosti, reference, počet subdodavatelů atd.).
2. Prodejní rizika, tj. jaká je bonita odběratele zařízení (platební podmínky, zajištění plateb, přechod vlastnictví zboží).
3. Dopravní rizika, tj. jaké jsou dodací podmínky kontraktu (doprava a pojištění).
4. Tržní rizika, tj. rizika pohybu měnových kurzů, úroků a cen komodit.
5. Rizika odpovědnosti za škody způsobené nekvalitní dodávkou.

Obvyklé platební podmínky pro dodávky investičního celku zahrnují akontaci oproti vydání bankovní záruky, dokumentární akreditivy a případně i odkupy pohledávek. Specifickým případem jsou pak exportní odběratelské úvěry s pojištěním EGAP.

DŮLEŽITOU ROLI HRAJÍ SUBDODAVATELÉ

Aby byla banka schopná poskytnout inženýrské společnosti platební instrumenty, jako je například bankovní záruka, kdy zaručovaná částka může být značná, je nutné zcela nebo částečně přenést platební a někdy i dodací podmínky na subdodavatele, kteří jsou pro banky bonitnějším partnerem. V praxi to může probíhat tak, že inženýrská společnost požaduje reciproční bankovní záruku na částku odpovídající hodnotě dodávky také od svého subdodavatele. Jinou variantou může být smlouva o konsorciu mezi inženýrskou firmou a klíčovými subdodavateli, kdy subdodavatelé potom poskytují bance inženýrské firmy tzv. protizáruky. Ty pak banka použije jako zajištění pro vydání bankovní záruky za inženýrskou firmu.

Jednotlivé splátky dodávek je vhodné zajistit dokumentárním akreditivem, kdy zásadním dokumentem bude kromě dopravního dokladu například také předávací protokol podepsaný oběma stranami. Dokumentární akreditiv je vhodné použít i u subdodavatelů, zejména těch, s nimiž inženýrská firma dosud nemá velké zkušenosti. Subdodavatelům může banka nabídnout různé formy provozního financování. Zajímavou alternativou pro malé a střední podniky, které nemají jak provozní úvěr zajistit, může být úvěr pro subdodavatele s bankovní zárukou ČEB.

Klíčové pro zajištění financování obchodu je zasvětit svoji banku do celé transakce včas, tj. nejlépe již ve fázi projednávání smlouvy o dodávce, aby mohla posoudit veškeré možnosti a navrhnout vhodnou strukturu, která bude vyhovovat všem smluvním stranám. ■

Foto: archiv KB a Thinkstock

Komerční banka je připravena prostřednictvím svých specialistů zahraničního obchodu poskytnout konzultace a návrh řešení jak k připravovaným obchodům, tak k obchodům již realizovaným.

Eva Syková:

TRADE NEWS JE KVALITNÍ ČTENÍ

„Časopis TRADE NEWS sleduji od jeho začátků. Laťku kvality informací i zpracování si nastavil hodně vysoko a od té doby ji vlastně neustále posouvá výš. I když zápasím s nedostatkem času a kromě odborných publikací si velmi pečlivě vybírám, co si přečtu, na TRADE NEWS se snažím najít čas. Pomáhá mi udržet přehled o tom, kam se ubírá český průmysl a české firmy vůbec. Ráda se nechávám inspirovat zkušenostmi jiných skvělých manažerů, neboť všichni se potýkáme s podobnými problémy. Oceňuji, že se časopis věnuje i spolupráci vědeckých institucí a firem a potřebě rozvoje vědy a výzkumu. A po přečtení příběhů mladých talentovaných inovátorů dává naději, že budoucnost naší země není vůbec ztracená. Nacházím rovněž různé tipy, rady a návody. Přeji redakci, aby měla pozitivních příkladů pro články a rozhovory čím dál víc."

Prof. MUDr. Eva Syková, Ph.D., DrSc., FCMA, je držitelkou 11 vědeckých cen, dvou cen Akademie věd, autorkou velkého množství odborných publikací. Vede Ústav experimentální medicíny Akademie věd České republiky, založila Ústav neurověd při 2. lékařské fakultě Univerzity Karlovy a Inovační biomedicínské centrum. Vedla Centrum buněčné terapie a tkáňových náhrad Univerzity Karlovy, nyní již Centrum ÚEM AVČR, přednáší studentům doma i v zahraničí. Její tým poprvé v České republice aplikoval kmenové buňky pacientům s poraněním míchy. Je zvolenou členkou Academia Europaea, členkou České lékařské akademie a od loňského roku také senátorkou. V září byla zvolena 1. místopředsedkyní Rady vlády pro výzkum a inovace

Jan Grznár:

TRADE NEWS URČUJE SMĚR

„I v době internetové mají dobré časopisy své nezastupitelné místo. A TRADE NEWS k nim právem patří. Zejména proto, že pomáhá třídit informace, ukazovat směry či vyzdvihovat výjimečné lidi. Jsem přesvědčen, že tohle internet neumí na jediném místě a ke všemu s odborným nebo teritoriálním zaměřením. Jako první čtu rozhovory, které jsou pro mne zdrojem inspirace. Redakci se daří oslovovat osobnosti, které mají ostatním co říci. Jako marketéra mne zajímají teritoriální informace, které pročítám opravdu podrobně a zároveň si dělám rychlý přehled pomocí anamorfních map.

Mám rád pěkné věci. Časopis TRADE NEWS je pěkně dělaný nejen redakčně, ale i tiskařsky. Vždy mne to pohladí na duši."

Ing. Jan Grznár, marketingový specialista, První brněnská strojírna Velká Bíteš, a. s.

Jiří Adam:

TRADE NEWS ČTU PRAVIDELNĚ, PROTOŽE MĚ OBOHACUJE

„Časopis TRADE NEWS čtu se zájmem již druhým rokem a vždy se těším na nové číslo, které souborně představuje mnoho zajímavých informací, přehledně strukturovaných v kvalitně zpracované grafické podobě. Pro mne je časopis navíc jedním z důležitých zdrojů mezioborového přehledu, který ke své práci potřebuji.

Poděkování patří celému týmu redakce vydavatele – společnosti ANTECOM – také proto, že zaplnili svým periodikem mezeru na mediálním trhu, a poskytují tak informace a inspiraci pro rozvoj nejen mně, ale i ostatním čtenářům, zejména pak představitelům malých a středních podniků, v nichž je největší rezerva využití vlastního inovačního potenciálu. Věřím, že i nadále bude kvalitní a profesionálně zpracovaný obsah TRADE NEWS obohacovat své pravidelné čtenáře."

Jiří Adam, zakladatel a majitel společnosti Adam Design

Další reference najdete na www.itradenews.cz

TRADE NEWS

Šéfredaktorka
PhDr. Jana Jenšíková

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

Grafická úprava
Ing. Valeria Ashhab

Korektury
PhDr. Milena Gillová

Produkce
Mgr. Marek Jenšík

Ekonomický servis
Ing. Tereza Gulánová

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
Malajsie / AbuIrfanOutdoorgraphy
© ISIFA / Getty Images, Creative RM

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

www.tradenews.cz
www.itradenews.cz

Připravujeme

Foto: Věra Veselá

Přes varování analytiků, že Afrika je kontinent zápasící s problémy chudoby, inflací a konflikty, které destabilizují podnikatelské prostředí, rostly loni podle zprávy Světového ekonomického fóra tamější státy v průměru 5 procent ročně. A podle demografických odhadů OSN budou v následujících dekádách tvořit 40 procent světové populace Afričané, z nich polovinu děti. To jsou jen některé z dobrých důvodů pro to, aby se opět rozšířily řady českých firem, které s koncem studené války černý kontinent opustily.

Foto: Marek Jenšík

S Petrem Koubským, analytikem a jedním z nejvlivnějších odborníků na prostředí českého internetu se zamyslíme nad dopady digitálních technologií na fungování společnosti a možnostmi obrany malých a středních firem před marketingovými praktikami ICT trhu.

Společnost ZPA Smart Energy je největším českým výrobcem elektroměrů, hromadného dálkového ovládání a moderních měřicích systémů. V jejích vývojových odděleních pracuje bezmála čtvrtina kmenových zaměstnanců. Silný subjekt v západní, střední a východní Evropě se ve svých exportních strategiích nevyhýbá ani méně politicky stabilním lokalitám Afriky.

Foto: archiv ZPA Smart Energy

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ

KB