

1/ 2012
Ročník VII.

FIREMNÍ PARTNER

Informace pro podnikání ve Zlínském kraji

www.firemnipartner.cz

PRODEJ V PASÁŽÍCH?

Obchod není nutný

6 / Jaroslav Mejta: „Naše řemeslo je na vymření“

8 / Stavebnictví: Tristní roky

10 / Soutěž: Získejte publicitu pro svou firmu

ZVÝHODNĚNÉ BALÍČKY PRO FIRMY

KOPANICE
HOTEL *****

Jednodenní školící akce :

příprava a pronájem konferenční místnosti, zapůjčení základního konferenčního vybavení, připojení k WIFI, dopolední coffee break , oběd , parkování

Cena: 490,- Kč / os.

Školící akce s ubytováním a relaxací ve wellness:

ubytování 1 noc, příprava a pronájem konferenční místnosti, zapůjčení základního konferenčního vybavení, připojení k WIFI, dopolední coffee break , oběd , večeře, snídaně, vstup do hotelového wellness centra, parkování

Cena: od 1.090,- Kč / os.



www.hotelkopanice.cz

* FIREMNÍ ŠKOLENÍ * TEAMBUILDING * RELAXACE *

Adresa: 687 74 ŽITKOVÁ 160
E-MAIL: INFO@HOTELKOPANICE.CZ

TEL: +420 572 631 663
TEL: +420 724 942 130



2012

Inovační firma Zlínského kraje

Podalo se vám v loňském roce zavést takové inovace, které výrazně přispěly k rozvoji vašeho podnikání? Odlišujete se tím od konkurence? Pochlubte se svým úspěchem v soutěži Inovační firma Zlínského kraje. Případné ocenění a zajištěná publicita zvýší vaši image a pomůže vám najít nové zákazníky.

Zlínský kraj vyhlašuje již 3. ročník soutěže

Inovační firma Zlínského kraje 2012

Do soutěže je možné se přihlásit prostřednictvím registračního formuláře dostupného na www.inovacnipodnikani.cz/soutez. Novinkou v soutěži je možnost nominace inovační firmy veřejností.

Společnosti mohou podávat přihlášky do 30. března 2012.

Organizátor soutěže:

Technologické inovační centrum s.r.o.
Vavrečkova 5262, 760 01 Zlín
Kontaktní osoba: Bc. Daniel Vaněk
Tel.: 734 443 879
e-mail: vanek@ticzlin.cz

 **Zlínský kraj**

 **Technologické Inovační Centrum**

 **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**



**KRAJSKÁ HOSPODÁŘSKÁ KOMORA
ZLÍNSKÉHO KRAJE**



 **ČESKÁ
SPORTOVNÍ**

 **CZECHINVEST**
Agentura pro investice a podnikání v Česku

 **AIP ČR**

 **Inovační
infrastruktura
Zlínského kraje**

Více informací o soutěži najdete na oficiálních webových stránkách
www.inovacnipodnikani.cz/soutez

FALCON media

V E N K O V N Í R E K L A M A

pronájem billboardů, bigboardů,
citylight vitrin,
celorepublikové kampaně,
grafické návrhy, výroba reklam

www.falconmedia.cz

BECKOVSKÁ 4964, 760 01 ZLÍN
tel: 577 436 401, fax: 577 019 341
e-mail: falcon@falconmedia.cz

4–5

ZBLÍZKA

PREZENTACE V PASÁŽÍCH

Součástí větších obchodních komplexů jsou také rozlehlé dvorany, pasáže, kryté i venkovní prostory k procházení. To je pro podnikatele ideální prostor k umístění reklamy, aby ji měly na očích tisíce lidí.

6–7

ROZHOVOR

JAROSLAV MEJTA:

NAŠE ŘEMESLO JE NA VYMŘENÍ

Když uvidíte někoho v obleku, na kterém je poslední knoflíček přišitý červenou nití, jde s největší pravděpodobností o dílo Jaroslava Mejty. Šance, že by šlo o napodobeninu, je velmi malá. V Číně ještě o vyhlášeném pánském krejčím nevědí a v tuzemsku se dá jeho konkurence spočítat na prstech jedné ruky.

8–9

ZPRAVODAJSTVÍ Z FIREM

LEGENDÁRNÍ BOTA

V 80. letech je měl prakticky každý, hodily se na cokoli. V následující dekádě se jejich vlastnictví stávalo terčem posměchu, prodává se je klesaly a pomalu se vytrácely z obchodů i botníků. V novém tisíciletí se ale vrátily a prodávají se po desítkách tisíc.

PRŮMYSLOVÝ AREÁL SLAVIČÍN

V lesích za Slavičínem leží unikátní areál. Původně v něm sídlila velká zbrojovka, pak chátral. Nyní se opět plní firmami, které průvodní objekty revitalizují.

10–11

PODPORA PODNIKÁNÍ

INOVAČNÍ FIRMA

Jak získat publicitu pro svoji firmu? Vyhrajte ji v soutěži Inovační firma Zlínského kraje.

HNĚDÁ POLE

Zlínský kraj finančně podpoří i letos – podobně jako v minulých letech – regeneraci starých a nevyužívaných ploch a objektů po průmyslové nebo zemědělské činnosti, kterým se říká brownfields.

13

RÁDCE

ZMĚNY V ZÁKONÍKU PRÁCE

Novela zákoníku práce obsahuje celkem 323 novelizačních změn, s kterými musejí zaměstnavatelé počítat již od 1. ledna tohoto roku. Přinášíme přehled těch nejzásadnějších úprav.



Bez inovací se už nikdo neobejde. Firmy, které podnikají v oboru, v němž emoce a móda nejdou obejít, to pochopily už dávno. Automobilky své vozy modernizují prakticky neustále, výrobci spotřební elektroniky pak chrlí každý rok tolik upravených modelů, že se v tom už pomalu nevyznají ani jejich servisní technici. Natožpak spotřebitel. Inovace pronikají i do dalších odvětví. Příští rok se tak možná dočkáme hranatého hermelínu a kulatých notebooků... Inovace se tak nevyhnula ani magazínu Firemní partner. **Po šesti letech dostal nový kabát.** Podle mě mu sluší.

Nicméně si pořád myslím, že u výrobků jsou podstatnější jejich užité vlastnosti, v našem případě obsah. Takže co je nového v tomto směru? Především větší prostor pro zpravodajství z firem, kterému jsou věnovány dvě strany. Novou položkou je pak rubrika Rádce. V ní chceme přinášet názory, rady a tipy odborníků z několika oblastí: daně, pracovní právo, dotace a podobně.

Zároveň chceme od letošního roku zvýšit počet vydání. **Ze čtvrtletníku se tak stává dvouměsíčník.** To by zatím mohlo stačit. Nic se nemá přehánět. Platí to i pro inovace.

Jaroslav Janečka,
šéfredaktor

Boj o výdajové paušály

Ve vládě se rozhořel boj o výdajové paušály u osob samostatně výdělečně činných. Někomu jsou trnem v oku, protože státu utíkají peníze. Druzí je podporují s tím, že je tím vytvářen prostor pro zodpovědné lidi, kteří jsou ochotni se o sebe postarat a nečekat na dávky. Když o výdajových paušálech v minulosti rozhodovali zákonodárci, tak se otevřeně mluvilo o tom, že jde o nástroj podpory podnikání. Všichni věděli, že se tím sníží daňová zátěž živnostníků – to byl také důvod pro jejich zavedení. Tak proč najednou tolik řečí?

Spotřební daň z vína?

Na konci ledna se objevily zprávy o tom, že ministerstvo financí uvažuje o zatížení vína spotřební daní. Svaz vinařů s tím pochopitelně nesouhlasí. Argumentuje tím, že nikde v Evropské unii nic podobného nemají. To ale není v České republice tak úplně rázný argument. Stáváme se totiž pomalu ale jistě zemí, kde jsou lidé vůči dalšímu sahání do peněženky velmi imunní. Dražší víno už tak nikoho zřejmě nepřekvapí. Navíc to zřejmě nebude poslední daňové překvapení...



Pasáž – dejte o sobě vědět tisícům

Nakupovat ve velkém obchodním centru – to není jen projet s nákupním vozíkem mezi regály. Součástí větších obchodních komplexů jsou také rozlehlé dvorany, pasáže, kryté i venkovní prostory k procházení.

To je pro podnikatele ideální prostor k umístění reklamy, aby ji měly denně na očích tisíce lidí.

„Pro podnikatele je to cesta, jak se přiblížit za přijatelné náklady ke klientům. O pronájem místa nebo i stánku v naší prodejní pasáži je zájem, největší před Vánoci, a i pro nás je to výhodný doplňkový zdroj příjmů,“ shrnuje význam tohoto druhu prodeje a prezentaci ředitel obchodního komplexu Centro Zlín František Rochovanský. Tímto obchodním centrem na okraji Zlína-Malenovic projde denně kolem deseti tisíc zákazníků. Pohled většiny z nich se zastaví i na stáncích v pasáži, kterou musí projít. Pasáže obchodních center mívají plochu tisíců čtverečních metrů. Poptávka po pronájmu těchto prostor je zpravidla větší, než mohou majitelé a provozovatelé obchodních středisek uspokojit.

Doba, po kterou je stánek v prodejní pasáži otevřen, může být různá. Někdo si toto místo pronajme třeba jen na půl dne. Některé prodejní stánky zde zůstávají i několik let. Nejtypičtějším příkladem využití prodejních pasáží jsou ochutnávky a předvádění nových výrobků. Od drobností za pár korun po osobní automobily za statisíce nebo luxusní dovolené. V prodejních pasážích vznikají kontaktní místa pojišťoven, stánky, ve kterých jsou nabízeny bankovní produkty, platební karty, kosmetika. Na parkovištích a ve venkovních prostorách se podle sezony objevují prodávачi stromků, ryb, prodejci krajových potravinářských speci-

alit (farmářské trhy), rychlé občerstvení, automobily. Ve Zlíně na Čepkově zakotvil u nákupního centra i mlékomat.

Někdo si přiveze stánek či prodejní pult vlastní výroby, někdo si je pronajme od majitele nákupního centra. Samozřejmě je elektrická a datová přípojka, za určitých okolností lze připojit i vodu nebo vyřešit otázku odpadu.

Stánek v obchodním centru je výhodné kontaktní místo

U dražších produktů má stánek v prodejní pasáži spíše význam kontaktního místa. Lidé si většinou neodvezou nový automobil z prezentační akce. Ale mohou si nový vůz v pasáži obchodního centra důkladně prohlédnout, sednout si do něj, vyptat se prodejce na všechny podrobnosti. Uskuteční se zde důležitá vzájemná komunikace mezi prodejcem a zákazníkem. A když zákazníka vůz zaujme, jde potom do nejbližšího „kamenného“ autosalonu už téměř najisto.

„Je to pro nás způsob, jak prezentovat nové vozy Toyota mezi lidmi, jak jim je ukázat a představit akční nabídku. Efekt se nemusí dostavit hned, ale myslím, že to má smysl a rádi tuto formu využíváme,“ potvrdil ředitel firmy T-Motor Zlín Vítězslav Bršlica. Různé modely automobilů Toyota v prodejní pasáži hypermarketu střídají. A nevystavují je trvale, ale například jen přes víkend, jednou za měsíc.

Podobně je tomu s drahou zahraniční dovolenou. U stánku v obchodním centru lze těžko zajistit potřebné soukromí, abyste si zájezd na místě hned hotově zaplatili. Ale bez velkých časových ztrát při cestě do hypermarketu tak zjistíte o nabídce rekreačního pobytu či zájezdu všechny informace. Můžete vyplnit přihlášku či rezervaci. A peníze se dají poslat i dodatečně například bankovním převodem.

Stále více mohou prodejní stánky a propagační akce v nákupních střediscích přinášet nové zakázky také v kombinaci s internetem. Zákazník si výrobek „ohmát“ u prodejního stánku, prokonzultuje zde všechny jeho funkce s vyškoleným prodejcem, vezme si propagační letáček či navštívenku a potom doma sedne k počítači a objedná si zboží na internetu. Prodejce může v takovém případě zcela ušetřit za stan-

dardní vybavení obchodu a pouze někde v malé kanceláři na počítači zprostředkovává dodávky zboží poštou od prvotního distributora k zákazníkovi.

A další výhodou prodejních stánků a promo akcí v obchodních komplexech je blízkost velkých parkovišť, kde se dá zpravidla zaparkovat bezplatně. V centru města se k některým „kamenným“ bankám a pojišťovnám bude motorizovaný zákazník dostávat značně komplikovaně. Ke stánku ve velkém nákupním centru dojde vozem bez jakýchkoli obtíží.

Kolik to stojí? Ceny za pronájem prodejních a prezentačních prostor v obchodních centrech se většinou sjednávají individuálně a pronajímatelé nechtějí hovořit o konkrétních částkách. Záleží na velikosti, na délce pronájmu, ale i na druhu nabízeného zboží nebo služby. Obecně lze ale říct, že pořizovací náklady na stánek jsou výrazně nižší než zřízení pevné prodejny.

Nejen pro velké firmy, ale i pro drobné živnostníky

Pronajímatelé nechtějí vyloučit ani drobné živnostníky, kteří nabízejí lidem například sušené plody, oříšky v čokoládě nebo podomácku pletené čepice. Není mnoho zákazníků, kteří by tyto výrobky cíleně vyhledávali ve stálých prodejnách, ale když je mají v supermarketu na dosah ruky za prosklenou vitrínkou, dostanou na ně chuť a něco si do sáčku koupí. Nebo si uvědomí, že by možná nějakou čepici, šálu či rukavice přece jen potřebovali a hned si nějaké mohou vybrat, vyzkoušet a na místě koupit.

„To všechno rozšiřuje služby nákupního centra zákazníkům. Dbáme ale na to, aby stánků nebylo nadměrné množství, aby nebránily volnému pohybu lidí,“ poznamenal František Rochovanský z komplexu Centro Zlín.

Provozovatelé nákupních center se většinou starají i o to, aby jejich obsluha provizorních stánků nebyla příliš agresivní. Nabídka a prodej výrobků a služeb nesmí sklouznout k jejich vnucování a k dotěrnosti. Prodejci nesmí zákazníky obtěžovat. Dbá se i na to, aby měly stánkové akce určitou estetickou úroveň. Stánky v prodejní pasáži nesmějí zhoršovat celkový dojem z nákupního střediska.

/vc/

Důležitá je komunikace se zákazníkem

Pro komunikaci se zákazníkem je nej-důležitější náležitá informace o nabídce a o jejích přednostech. Základem úspěšné marketingové komunikace je získání a trvalé udržení zájmu a pozornosti veřejnosti. Dokonce i nabídka, která neodpoovídá žádným uvědomovaným potřebám, pokud svojí prezentací zaujme, povede k tomu, že si ji zákazník zkusí. A následně se může ukázat, že je mu užitečná.

Jakmile se prodejci podaří získat pozornost a zájem zákazníků, mohou vzniklý vztah dále rozvíjet, mohou budovat vzájemnou komunikaci.

Obsahem oslovení vybraného zákazníka by mělo být jádro nabízeného produktu – vysvětlení, co produkt zákazníkovi přináší,

v čem je pro něj užitečný, jak mu může pomoci či zpříjemnit život.

Velmi efektivním nástrojem komunikace se zákazníkem je osobní prodej. Při něm je možno měnit preference, stereotypy a zvyklosti spotřebitelů. Díky svému bezprostřednímu osobnímu působení je schopen mnohem účinněji než běžná reklama a jiné nástroje komunikace ovlivnit zákazníka a přesvědčit ho o přednostech nové nabídky. V marketingovém chápání přitom nejde jen o to produkt prodat, ale také zákazníka náležitě informovat o jeho správném, účinném a vhodném používání a spotřebovávání. Součástí prodeje má být poskytnutí návodu a instrukcí, jak produkt správně používat. K přednostem osobního styku patří mnohem efektivnější komuni-

kace mezi partnery. Prodávající se může lépe a bezprostředněji seznámit s reakcemi (názory, potřebami, zábrany) zákazníků a velice operativně a účinně na ně reagovat. Při osobním prodeji může prodejce zjistit, jak by se dal produkt případně vylepšit, aby více odpovídal představám a požadavkům zákazníků, aby jim mohl lépe sloužit.

Oslovený zákazník by ale neměl mít pocit lapené oběti, vydané obchodníkovi na milost a nemilost. Prodejce by neměl působit nátlakově, ale spíše v roli zasvěceného informátora, který podává atraktivní informace a předvádí mimořádný produkt, případně se zajímá o názor zákazníka a velmi mu záleží na jeho reakci.

/Zdroj: Foret, M., Marketingová komunikace/

Za místo na farmářských trzích se neplatí



Do kategorie příležitostného stánkového prodeje v obchodních pasážích patří nepochybně i pořádání farmářských trhů. Na podzim 2011 se do této formy rozšiřování své nabídky pustil i supermarket Terno ve Zlíně-Loukách. A zdá se, že se akce ujala.

Od 29. září loňského roku se každých čtrnáct dní vždy v pátek od 10 do 17 hodin vytvoří v těsné blízkosti Terna prodejní

prostranství. „Zde se sejde někdy i více než třicet prodejců, aby nám mohli nabídnout své produkty,“ popisuje farmářské trhy vedoucí supermarketu Jarmila Rajznauerová. Supermarket nabídl regionálním dodavatelům a farmářům z blízkého okolí možnost se farmářských trhů pravidelně účastnit. Na rozdíl od běžného zpoplatněného pronájmu míst v obchodních pasážích pro stánkový prodej Terno nabízí prodejcům účast na farmářských trzích zcela zadarmo. „Chceme se tak dostat více do povědomí a zájmu lidí,“ vysvětluje Rajznauerová.

Supermarket prodejcům zdarma půjčuje i prodejní a chladicí pulty a zabezpečí připojení k elektrické síti. „Snažíme se vyjít našim prodejcům co nejvíce vstříc tak, abychom jim pomohli v jejich úsilí a také přispěli k rozvoji regionálního trhu,“ řekla pracovnice Olga Ivanovská.

Při zahájení farmářských trhů v září zákazníkům zpříjemnil atmosféru poslech kunovické country&folk kapely Lofóši. Zajímavou nabídku tehdy tvořily napří-

klad speciality z pěstrosí farmy Doubravice. V předvánoční čas se trhy částečně přesunuly z venkovního chodníku do prodejní pasáže, kde si zákazníci mohli nakoupit dárečky pro své blízké, například svíčky, třezalky Candle, skleněné ozdoby, dekorativní předměty od uměleckého kováře či ručně vyráběnou bižuterii. Přijíždějí pekaři, včelaři, prodejci ryb, výrobci kysaného zelí, ovocnář lisuje na místě jablečný mošt, na pultech jsou k dostání výrobky postižených dětí. Lidé si mohou koupit sýry, domácí vajíčka, pečené kaštiny, trdelník, zvěřinové speciality.

„Proč to děláme, když ani nevybíráme za prodejní místa žádné nájemné? Je to doplnění naší vlastní nabídky a služba zákazníkům. Na farmářských trzích dostanou lidé mnohé věci, které nejsou v běžné nabídce supermarketu. Potěšilo nás, že se zákazníkům tato naše aktivita zalíbila a že k nám v den farmářských trhů v hojném počtu a opakovaně přicházejí,“ dodala Jarmila Rajznauerová.

/vc/

INZERCE

www.avonet.cz

Připojte se

spolehlivé telekomunikační služby pro firmy

- připojení k internetu
- internetová telefonie
- virtuální privátní servery
- webhosting
- domény
- zabezpečení sítí
- reklama na Zlín.cz

AVONET

Internet nás baví



**Jaroslav Mejta**

- / narodil se v roce 1955 v Třeboni
- / vyučil se krejčím, následně vystudoval oděvní průmyslovku
- / 14 let pracoval v divadle jako scénický krejčí
- / podniká od roku 1990
- / podnikat začal kvůli tomu, aby měl čas na koníčky
„Ale on žádný čas není. A už se to asi nezmění,“ říká.

Jaroslav Mejta: Řemeslo je na vymření

Když uvidíte někoho v obleku, na kterém je poslední knoflíček přišitý červenou nití, jde s největší pravděpodobností o dílo Jaroslava Mejty. Šance, že by šlo o napodobeninu, je velmi malá. V Číně ještě o vyhlášeném pánském krejčím nevědí a v tuzemsku se dá jeho konkurence spočítat na prstech jedné ruky.

Mejta je dnes zavedená značka, pro mnoho lidí z regionu jde dokonce o synonymum pro zakázkové pánské krejčovství. Jak jste se k tomuto řemeslu vlastně dostal?

Úplnou náhodou, trochu i z recese. Chtěl jsem se věnovat uměleckému řemeslu, ale otec měl zcela jinou představu. Trval na tom, že budoucnost a perspektivu mají pouze technické obory. V tom pubertálním kvasu jsem se jeho vůli vzepřel a ze vzdoru jsem se vyučil pánským krejčím. Následně jsem pak vystudoval oděvní průmyslovku. A v kombinaci s tím, že jsem po maturitě nastoupil jako scénický krejčí do tehdejšího Divadla pracujících v Gottwaldově, jsem se vlastně začal uměleckému řemeslu skutečně věnovat.

Jak dlouho jste v divadle pracoval?

Celých 14 let, prakticky až do roku 1990, kdy jsem začal s podnikáním. Byla to totiž velmi zajímavá práce, tvořivá a kreativní. Zároveň šlo o obrovskou školu. Muse-

li jsme dělat vše, od studia dobových kostýmů, návrhů střihů, barev až po samotnou realizaci. Nebýt tohoto zaměstnání, zřejmě bych se po studiích krejčovně nevěnoval.

Začal jste tedy podnikat ihned, jak to bylo možné?

Ano, ale paradoxně ve zcela jiném oboru. Vyráběl jsem nábytek. Ve Valašských Příkazech jsem si pronajal prostory, kde jsme vyráběli hlavně sektorový nábytek a postele.

Nicméně časem jsem získal společníky, následně se s nimi nepohodl a z firmy jsem v podstatě musel odejít. Byla to krátká, ale poučná epizoda. Teprve poté jsem se vrhl na podnikání v tom, co jsem celý život dělal.

Jaké byly počátky podnikání ve vašem oboru v době, kdy vévodily výrazné barvy a okázalý luxus?

Zní to možná neuvěřitelně, ale velmi snadné. Zákazníci měli z dnešního pohledu

TEXT Jaroslav Janečka / FOTO Ivo Hercik

mimořádně nízké požadavky. Módní byla prakticky jen dvouřadová saka volnějšího střihu, což se šilo lehce. Stačily tři velikosti, do kterých se po základních úpravách napasoval každý. Jediné, na čem zákazníci trvali, bylo použití kvalitních materiálů, byť z dnešního pohledu v nezvyklých barvách. Módní byla fialová, vínová či světle zelená. Navíc konkurence nebyla velká.

Takže start byl raketový?

Ano. Neuvěřitelně rychle jsme rostli, během dvou tří let nás bylo v podniku 30. Věnovali jsme se téměř všemu – zakázkově šili pro pány i dámy, nabízeli konfekci, dokonce jsme okrajově zabrousili i do pracovních oděvů. Nevěděli jsme, kam máme směřovat, tápali jsme, hledali. Dnes to zní úsměvně. Taková ale byla doba, z tohoto pohledu nebyla naše situace ničím výjimečná.

Zhruba v roce 1994 jsme se rozhodli pro pánské zakázkové krejčovství.

Bylo to správné rozhodnutí?

Rozhodně. Našli jsme skulinku na trhu. V záplavě levných dovozů a konfekce se prakticky celá naše konkurence utopila, někteří odešli podnikat do jiných oborů. Ve stejné době ale začala růst poptávka po kvalitním zakázkovém šití. Zákazníci pochopili, že v obleku šitém na míru se cítí mnohem lépe. Tomu pocitu se prostě sebelépe ušitá konfekce nemůže vyrovnat. A my jsme byli široko daleko jediní, kteří dokázali jejich požadavky realizovat. Zákazníci se vraceli, noví přibývali.

Pobočku máte i v Praze. Tam je zřejmě konkurence větší?

To ano, v Praze jsou minimálně čtyři salony. Nicméně o naši konkurenci se vlastně nejedná. My jsme totiž do Prahy nešli hledat nové zákazníky, ale nabídnout maximální servis stávajícím.

Mnoho z nich totiž tráví dost času v Praze, někteří se tam odstěhovali i nastálo, ale stále chtějí šít u nás. My jim tímto vycházíme vstříc, aby nemuseli jezdit do Zlína. Jde tedy spíše o kontaktní místo, vše se šije i nadále ve Zlíně.

Jaký je dnes typický zákazník krejčovství Jaroslav Mejta?

Myslím, že typický zákazník neexistuje. Není to o věku a ani o příjmech. Je nutné si uvědomit, že značková konfekce je kolikrát i dražší než zakázkový oblek. My navíc v současnosti máme spíše stálou klientelu a noví zákazníci k nám přicházejí na doporučení. Pokud bych ale hledal společnou vlastnost našich klientů, pak to bude zřejmě potřeba cítit se v obleku dobře. U mnoha lidí není dnes oblek příliš oblíbený, berou ho jako nutné zlo – necítí se v něm totiž dobře. To je ale většinou zapříčiněno nevhodně zvolenou konfekcí. Tím ovšem nechci říct, že konfekce je špatná. To ne, i my ji nabízíme. Problém je v naprosto nekvalifikovaném přístupu prodáváčů, kteří zákazníkovi neporadí buď vůbec, nebo dokonce špatně. Takto „vybraný“ oblek, byť jde o pracovní a nikoliv večerní, většinu roku jen visí ve skříni. A to je velká škoda.

Zmínili jste se o nekvalifikovaných prodávácích. Jak je to s krejčími?

Stejně špatně. Řemeslo obecně upadá, v krejčovství je ale úpadek snad nejžřetelnější. Může za to jak přerušení kontinuity, kdy před listopadem 1989 byly preferovány průmyslové obory, tak i současný nezáměr mladých lidí o toto řemeslo. Všichni chtějí studovat humanitní obory, rukama se nikomu moc pracovat nechce. Ruší se učňovská střediska, takže není kde brát dorost. To je i náš velký problém.

Jaká je tedy perspektiva vašeho oboru?

Budoucnost oboru vidím jako velmi nejistou. Pokud se nic nezmění, pak je zřejmě na vymření.

Existuje tedy cesta, jak může vaše firma dále růst?

Možná ano, ale my ji nehledáme. Momentálně je nás devět a stíháme všechny zákazníky obsloužit. Dokonce si myslím, že současný stav je optimální. Nechceme jít cestou zvyšování produkce, ale jejího neustálého zdokonalování. Prostě maximální péče o každý detail. Každý rok něco zlepšujeme. Krok po kroku.



Mejta, s.r.o.

/ na trhu působí od roku 1991

/ od roku 2003 jako společnost s ručením omezeným

/ sídlo je ve Zlíně na Dlouhé ulici, kontaktní místo v Praze

Činnost firmy

/ zakázkové šití pánských oděvů

Zakázkové šití je hlavní činnost. Jde především o obleky, kabáty a košile. Produkty jsou rozčleněny do tří základních řad dle použití: Celebration, Business a Leisure.

/ firemní odívání

Šití firemních a profesních oděvů a vysokoškolských talárů. Dle požadavku zákazníka navrhuje jednotný styl firemního oblečení a zakázku kompletně realizuje.

/ maloobchod s pánskými konfekčními oděvy

Je součástí krejčovského salonu v centru Zlína a doplňuje zakázkovou výrobu o konfekční oděvy značek BUGATTI, DIGEL, MEYER, ARIKOS, CASA MODA, GLORINETTE a pánskou obuv RICCARDO a samozřejmě o oděvní doplňky.

Kontakt

/ **Mejta, s.r.o.**
Zlín, Dlouhá 4217
Tel. +420 577 433 364
e-mail: mejta@mejta.cz
www.mejta.cz

kávovarům rozumíme

SWISS  MADE



Březnická 5566, ZLÍN

www.vitcafe.cz

**Káva
Kávovary
Servis**

Tel.: 571 895 201

Kompletní služby pro firmy, úřady, gastro - rozvoz kávy a doplňků
- záruční a pozáruční servis značek Jura, Delonghi, Saeco, ...



Legendární bota zákazníky neztrácí

V 80. letech je měl prakticky každý, hodily se na cokoli. V následující dekádě se jejich vlastnictví stávalo terčem posměchu, prodeje klesaly a pomalu se vytrácely z obchodů i botníků. V novém tisíciletí se ale vrátily a prodávají se po desítkách tisíc. Řeč je o botách značky Prestige, zvaných jednoduše prestižky.

Nyní je vyrábí zlínská firma Moleda, a.s., která technologie zakoupila v roce 2003 z konkurzní podstaty. Vloni se prodej vyšplhal na hranici 150 000 párů, což podniku přineslo tržby kolem 80 milionů korun. A taková je situace již několik let po sobě. Hlavním důvodem úspěchu jsou přitom neustálé inovace. V portfoliu firmy Moleda již dávno není jen bílá-modrá prestižka jednotného střihu. K dostání je v několika tvarových i barevných variantách. „Bez rozšíření sortimentu bychom jen těžko přežili. Zájem o klasický model mírně, ovšem vytrvale klesá. Daří se nám ale do vkusu a potřeb zákazníků trefit novými produkty,“ poznamenal ředitel společnosti Moleda Jaroslav Navrátil.

Jednou z prvních vlaštovek, která odstartovala úspěšnou éru, byla modifikace prestižky pro volný čas nazvaná Sport. Nyní zase prodeje zvedá zimní vzor prestižek, zájem je i o variantu se suchým zipem a jinou barevnou kombinací. Právě na barvy Moleda před časem vsadila. Každý si může koupit botu přesně podle svých představ – možnosti jsou prakticky neomezené. Na stránkách www.prestizky.cz si zákazník botu jednoduše navrhne, porovná s ostatními a rovnou si ji objedná. Cena sice sériový produkt překonává, ale pocit naprosté výjimečnosti za to lidem stojí. V loňském roce si prestižky podle svých představ zakoupila více než stovka zákazníků.

Firma přiznává, že o mnoho více by ani

vyrobit nezvládla. Jde prakticky o kusovou výrobu.

„Projekt hodnotíme jako úspěšný. Nejde jen o počty prodaných kusů. Zvýšilo se povědomí jak o značce Prestige, tak i firmě Moleda. V neposlední řadě jsme oslovili zcela novou skupinu potenciálních zákazníků,“ vysvětlil Navrátil. V letošním roce tak bude firma projekt dále rozvíjet. Plánuje zakoupení vybavení, které zvýší kapacitu kusové výroby. Největší novinkou ovšem budou další možnosti, jak botu ještě více individualizovat. Kromě barev bude možné měnit i střih.

„A samozřejmě budeme dál pracovat na současných modelových řadách,“ řekl Navrátil. /jjn/

Stavebníci očekávají obtížný rok

Tristní. Tak označuje Svaz podnikatelů ve stavebnictví České republiky současný stav svého oboru. Statistiky stavební výroby to potvrzují a většinou se všichni shodují na tom, že letošní rok nebude o nic lepší.

Základní stavební výroba ve Zlínském kraji se od ledna do září loňska ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku snížila o 5,5 procenta na 5,32 miliardy korun. Pokles v celé zemi pak podle Českého statistického úřadu činil v prvních třech čtvrtletích 3,9 procenta. Ani konec roku nepřinesl změnu. Například v listopadu statistici zaznamenali meziroční propad 2,3 procenta.

„Výsledky šetření potvrzují pokračující pokles stavebnictví ve všech odvětvích oboru, ačkoliv klimatické podmínky pro stavební práce byly ve srovnání s předcházejícím rokem mnohem příznivější. Nejhuře je na tom dopravní infrastruktura, která

je téměř výhradně závislá na veřejných zakázkách – a těch je díky vládní politice škrtů stále méně,“ reagoval prezident Svazu podnikatelů ve stavebnictví České republiky Václav Matyáš.

Velmi citelně současná krize ovlivňuje malé a střední firmy – těch se krize oboru většinou dotýká jako prvních. „Objem stavebních zakázek klesá již několik let, řada firem skončila. My jsme ale bez ohledu na současný stav stále přesvědčeni o tom, že rozhodující je kvalita a nikoliv podstřešení ceny až na samou hranici rentability. Na to mnozí doplatili,“ poznamenal Martin Navláčil ze společnosti Navláčil staveb-

ní firma, s.r.o. Tato společnost například v loňském roce skončila v první desítku tradiční soutěže o nejúspěšnější malou a střední firmu MID-TOP Stav, kterou pořádá Svaz podnikatelů ve stavebnictví České republiky. Komise mimo jiné hodnotila tržby v přepočtu na jednoho zaměstnance.

Ani Martin Navláčil ovšem není, alespoň pokud jde o letošek, velkým optimistou. „Pravdou je, že stav rozpočtu Státního fondu dopravní infrastruktury není příznivý a výdaje omezují také investoři ze soukromého sektoru. Od tohoto roku čekáme, že bude ještě náročnější než ty předchozí,“ vysvětlil. /jjn/

Fotovoltaika: Slunce zasvítilo jen chvíli

Jako na houpačce si musejí připadat zájemci o výstavbu fotovoltaické elektrárny. V závěru loňského roku se objevily oficiální informace o tom, že stop stav na připojování slunečních elektráren s malým instalovaným výkonem končí. Vše je ale trochu jinak.

Informace příslušných úřadů zněly jasně: pokud bude mít elektrárna maximální instalovaný výkon do 30 kW a bude umístěna na střeše či fasádě budovy zapsané v katastru nemovitostí, není důvod ji nepřipojit do sítě. ČEPS mimo jiné uvedl, že v roce 2012 bude možné do elektrické soustavy připojit nejméně 65 megawatů ze solárních a větrných elektráren. Část této kapacity je sice blokována starými smlouvami, nicméně pro zájemce o vlastní solární elektrárnu to byla po delší době první dobrá zpráva. Výkupní ceny sice značně klesly, snížila se ale také cena panelů. Návratnost tak ani dnes nepřesahuje deset let.

„Okamžitě jsme zaznamenali zvýšený zájem a pro několik nových projektů splňujících podmínky ohledně výkonu a umístění jsme již rezervovali u distributorů potřebnou kapacitu,“ poznamenal Jakub Mráček z Modré skupiny společnosti NWT. Ta mimo jiné zajišťuje výstavbu fotovoltaických elektráren na klíč. Jenže právě u distributorů, kteří jsou v České republice tři, se objevil onen pomyslný nejslabší článek řetězu.

Zatímco Pražská energetika většinou žádosti o rezervaci uděluje, u ostatních dvou hráčů je situace komplikovanější. „V přípa-

dě ČEZu velmi záleží na přesném umístění projektu, řada jím zasobovaných lokalit je zcela mimo hru,“ vysvětlil Jakub Mráček. Pokud jde o společnost E.ON Distribuce, která obhospodařuje i Zlínský kraj, pak stop stav zřejmě opět nastal. Společnost 20. ledna vydala tiskovou zprávu, v níž oznamuje, že byla překročena „hodnota limitu připojitelného výkonu pro fotovoltaické a větrné elektrárny“. Ve zprávě dále uvádí, že žádosti o nové připojení budou i nadále posuzovány, ovšem „s přihlédnutím k této skutečnosti“.

Situace na českém fotovoltaickém trhu je již delší dobu turbulentní. Firmy ze solárního byznysu tak pochopitelně obračejí pozornost do zahraničí. Nechybí mezi nimi ani NWT. Podle Jakuba Mráčka je to naprosto existenční nutnost. „Působíme na Slovensku, v Chorvatsku či ve Velké Británii. Například na Slovensku je měřeno optikou Česka situace velmi stabilní,“ vysvětlil. Podmínky pro připojení jsou obdobné jako u nás, hranice maximálního výkonu připojitelné elektrárny je ale posunuta až na 100 kW. To už je z pohledu budoucích výnosů zajímavá hodnota. „Tamní distributoři se navíc k rezervaci povětšinou vyjadřují příznivě,“ uzavřel Mráček.

/jjn/

Průmyslový areál Slavičín – takřka plno



Prostory bývalých Vlárských strojírny se opět staly hospodářským centrem regionu. Více než 30 firem si postupně opravilo či přestavělo chátrající objekty a nyní tam pracuje na 650 lidí.

Vlárské strojírny jsou netypický brownfield hned z několika důvodů. Areál je kvůli někdejší převažující zbrojní výrobě skryt v lesích v několika menších údolích. Majitelem páteří infrastruktury jsou prostřednictvím akciové společnosti Regionální centrum kooperace okolní obce a město Slavičín. A hlavně – podařilo se ho takřka kompletně revitalizovat. Úspěchu předcházely nemalé výdaje správce do infrastruktury – vznikl tak Průmyslový areál Slavičín. „V podstatě je areál zaplněn. Momentálně jednáme o prodeji poslední velké haly,“ poznamenal Radomír Bezděk z firmy Regionální centrum kooperace. Podle něho by tak mohlo časem najít v areálu práci až 1 000 lidí. Všechny firmy, které nyní v lesích za Slavičínem podnikají, přitom využily původních objektů, které revitalizovaly. Učebnicový příklad využití brownfieldu. Pokud by navíc došlo na Bezděkova slova a v areálu by pracovalo 1 000 lidí, byla by to zhruba polovina z celkového počtu zaměstnanců Vlárských strojírny v době největšího rozkvětu. Dobrá zpráva.

V kraji je 175 velkých průmyslových podniků

Více než 100 zaměstnanci disponuje ve Zlínském kraji 175 průmyslových firem. Celkově v nich pak pracuje 46 408 lidí. Vyplývá to z výsledků šetření Českého statistického úřadu, který se zabýval tržbami v průmyslu.

Tyto velké firmy v prvních devíti měsících loňského roku vykázaly tržby 105,3 miliardy korun, což představuje takřka pětiprocentní podíl na celostátním objemu. V meziročním srovnání jde o poměrně významný růst – 7,2 procenta. Růst zaznamenali statistici také v personální oblasti.

Počet pracovníků vzrostl o 5,3 procenta a zároveň si polepšili finančně. Mzdy se zvýšily zhruba o pět procent na 23 215 korun. Ve srovnání s celostátní mzdou v oboru je to takřka o dva a půl tisíce méně. Nejvíce si tradičně vydělali zaměstnanci pražských firem – bezmála 33 000 korun.

/jjn/

INZERCE

SYNAPSE

Systémový nástroj pro praxe a stáže

- Hledáte kvalitní zaměstnance?
- Uvažujete o rozšíření Vašeho týmu?
- Jste přetížení a hledáte výpomoc?
- Chybí vám možnost prezentovat svou nabídku našim studentům a studentkám?



Kraj podpoří obnovu průmyslových zón

Zlínský kraj finančně podpoří i letos – podobně jako v minulých letech - regeneraci starých a nevyužívaných ploch a objektů po průmyslové nebo zemědělské činnosti, kterou se říká brownfields.

Prostřednictvím Podprogramu podpory předprojektové přípravy projektů regenerace brownfields mohou jejich vlastníci či dlouhodobí nájemci žádat o finanční příspěvek na předprojektovou dokumentaci. Zlínský kraj má pro tento účel vyčleněnou částku dvou milionů korun. Maximální výše dotace může kryt sedmdesát procent nákladů. Finanční podpora se může pohybovat v rozmezí od 100 tisíc do 400 tisíc korun. Informace pro žadatele budou spolu s elektronickým formulářem žádosti o poskytnutí podpory a návrhem smlouvy o poskytnutí podpory na regeneraci zveřejněny na webových stránkách Zlínského kraje www.kr-zlinsky.cz.

Příjem žádostí bude ukončen v polovině března. O přidělení konkrétních dotací rozhodne Zastupitelstvo Zlínského kraje,

pravděpodobně na svém zasedání 13. června 2012.

Pro jaké konkrétní účely lze krajskou dotaci využít? Může jít například o studie využitelnosti území ve variantním řešení, koncepci napojení na dopravní a technickou infrastrukturu, architektonické a objemové studie plánovaného záměru, studie proveditelnosti.

Příjemci dotace mohou být vlastníci, popřípadě dlouhodobí nájemci lokalit brownfields ve Zlínském kraji, přičemž lokalita brownfields musí mít rozlohu nejméně 0,5 ha a současně nesmí být zatížena zástavním právem. „Cílem je zvýšení absorpční kapacity Zlínského kraje při čerpání finanční podpory z příslušných dotačních programů,“ uvedl náměstek hejtmana Libor Lukáš.

/tz/

Zvyšte image svojí firmy a získejte zákazníky

Podařilo se vám v loňském roce zavést takové inovace, které výrazně přispěly k rozvoji vašeho podnikání? Odlišujete se tím od konkurence? Pochlubte se svým úspěchem v soutěži Inovační firma Zlínského kraje 2011. Pokud uspějete, získáte mimo jiné možnost jedinečné publicity.

„Reálnou šanci na úspěch mají ty společnosti, které v loňském roce dosáhly díky inovacím výrobků, služeb, postupů či technologií výjimečných výsledků v rozvoji svého podnikání. Pro oceněné firmy je zajištěna publicita v respektovaných médiích a formou publikací i na akcích pořádaných Technologickým inovačním centrem či Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně,“ řekla ředitelka centra Daniela Sobieská.

Soutěž nejlepších inovátorů vyhlašuje již potřetí Zlínský kraj, pořadatelem soutěže je Technologické inovační centrum. Do soutěže se mohou zájemci přihlásit prostřednictvím registračního formuláře dostupného na speciální internetové adrese www.inovacnipodnikani.cz/soutez.

Společnosti mohou podávat přihlášky ještě do 30. března. Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže se uskuteční v květnu.

V loňském roce se do soutěže registrovalo 16 firem. Jako vítěze vybrala porota společnost Koma Modular Construction, s.r.o., z Vizovic. Firma zaujala zejména inovacemi v oblasti nízkoenergetických modulárních staveb, které jsou vhodné pro rychlou a ekonomickou výstavbu.

Držiteli dvou čestných uznání se staly firmy TES VSETÍN, a.s., zabývající se výrobou elektrických strojů, a firma 5M, s.r.o., z Kunovic, která vyrábí lepidla, kompozitní a sendvičové materiály.

Vítězem soutěže za rok 2009 byla společnost 5M z Kunovic.

/tz/

Připravuje se nový vjezd do průmyslového areálu TOMA / Otrokovice /

Rada města Otrokovice schválila projektový záměr na vybudování nového vjezdu do průmyslového areálu TOMA. Počítá se s vybudováním nové příjezdové komunikace do průmyslového areálu ze západní strany. Bude napojena na silnici I/55. V místě křížení s železniční tratí vznikne pod železnicí podjezd.

Technologické centrum bezpečně ochrání elektronické dokumenty

/ Valašské Klobouky /

Svou činnost zahájilo začátkem roku ve Valašských Kloboukách nové technologické centrum, které bude sloužit jako bezpečné úložiště dat a zprostředkuje také hostované spisové služby pro obce z celého správního obvodu. V první etapě byla spuštěna implementace nové spisové služby pro Městský úřad Valašské Klobouky, následovat budou školení pověřených pracovníků v jednotlivých obcích a testovací režim u jejich spisových služeb.

Poptávka po inovačních voucherech převyšuje možnosti programu

/ Zlínský kraj /

Bylo podáno 51 žádostí o spolupráci mezi podnikateli z regionu a univerzitami. Takový je prozatímni výsledek prvního ročníku projektu nazvaného Inovační vouchery Zlínského kraje, jehož cílem je rozvoj inovačního potenciálu firem prostřednictvím spolupráce s univerzitními odborníky. Zájem o finanční podporu inovačně zaměřených projektů přitom převyšuje finanční možnosti programu o zhruba 75 procent. Nyní probíhá administrativní kontrola předložených žádostí o inovační voucher. Seznam těch, které získají podporu, bude schválen a zveřejněn v březnu.

Stavební veletrh

/ Zlín /

Ve dnech 22. až 24. března se uskuteční ve Sportovní hale Euronics Zlín 23. celostátní veletrh STAVEBNICTVÍ-THERM 2012. Prostřednictvím stovky vystavovatelů seznámí návštěvníky s pestrým sortimentem novinek, úsporami energií a nejnovějšími produkty a technologiemi ve stavebnictví a vytápění. Veletrh je nejen pro profesionální pracovníky projekčních, stavebních a topenářských firem, ale i pro veřejnost. Tradicí se stal bezplatný vstup.

Soutěž Exportér roku 2011 zná své vítěze

/ Vsetín /

Vsetínská firma Austin Detonator se objevila v první desítku nejlepších v 17. ročníku celorepublikové soutěže Exportér roku 2011. V kategorii Nárůst exportu 2009-2010 zaujala mezi exportéry s objemem 500 milionů korun deváté místo. Zásahu na růstu exportu měly zejména vývozy do Ameriky, Austrálie, Japonska a Saudské Arábie. Pokud jde o kategorii celkového objemu exportu v letech 1993-2010, ze Zlínského kraje zaujímá skvělé páté místo společnost Barum Continental Otrokovice, na 12. místě se umístila Deza Valašské Meziříčí. Největšího nárůstu exportu v letech 1993-2010 dosáhla společnost Mitas, která má své významné provozy ve Zlíně a v Otrokovicích. V nárůstu exportu v letech 2009-2010 obsadily 10. místo Gumárny Zubří.

Silnice R49 ztratila pro část trasy stavební povolení

/ Praha, Fryšták /

Městský soud v Praze zrušil v polovině prosince stavební povolení pro připravovanou rychlostní komunikaci R49 z Hulína do Fryštáku. Stalo se tak na základě správní žaloby ekologických sdružení. Stavební povolení bylo zrušeno pro střední úsek trasy v délce přes pět kilometrů.

Ve Státním fondu dopravní infrastruktury kromě toho nejsou na tuto stavbu pro nejbližší dva roky alokovány žádné prostředky. S dopravním napojením na R49 od Hulína počítala mimo jiné holešovská průmyslová zóna. Naproti tomu kvalitní čtyřpruhová komunikace R55 už vede od dálniční křižovatky u Hulína až do Otrokovic a do dvou let bude dokončeno i rozšíření silnice I/49 na čtyři jízdní pruhy souvisle z Otrokovic až do Zlína.

Česko žádá o dotaci na ovoce do škol

Pěstitelé ovoce i výrobci stoprocentních neslazených ovocných šťáv budou mít výhodnou šanci dodávat nemalé množství svých produktů do škol. Vláda v lednu schválila přihlášku Česka do projektu Ovoce do škol, díky kterému bude moci naše země čerpat evropské dotace ve výši 53 milionů korun.

Účelem projektu je především přispět k trvalému zvýšení spotřeby ovoce a zeleniny, vytvořit zdravé stravovací návyky ve výživě dětí, bojovat proti dětské obezitě. Projekt se vztahuje na žáky prvních až pátých ročníků základních škol. Dodávané produkty dostávají děti z cílové skupiny zdarma. Předmětem podpory jsou čerstvé ovoce a zelenina a balené ovocné a zeleninové šťávy. To byla v minulých letech příležitost i pro společnost Linea Nivnice z našeho kraje. Dodávala distributorům projektu stoprocentní šťávy v balení TetraPak 250 s brčkem o objemu 250 mililitrů. „Loni to byl téměř milion kusů,“ uvedl ředitel Gabriel Slanica.

Projekt bude hrazen ze 73 procent z prostředků EU a zbývajících 27 procent zaplatí státní rozpočet. Předmětem podpo-

ry je čerstvé ovoce a zelenina bez obsahu přidaných cukrů, tuků, soli a sladidel a dále balené ovocné a zeleninové šťávy, bez obsahu přidaných cukrů, tuků, soli, sladidel či konzervantů.

O příspěvek v rámci tohoto projektu žádá vláda již potřetí. Ve školním roce 2009/2010 se ho zúčastnilo 2 883 škol a ovoce či zeleninu tehdy zdarma dostávalo 323 431 žáků. V minulém roce se pak do projektu zapojilo již 3 145 škol s 370 241 žáky, což je 81 procent velikosti cílové skupiny.

O dotaci mohou žádat Státním zemědělským intervenčním fondem schválení dodavatelé, řídící distribuci ovoce, zeleniny či výrobků z nich do vzdělávacích zařízení, jež mají uzavřeny smlouvy nejméně se dvěma distributory. Za školní rok 2010/2011 tak bylo vyplaceno přes 88 mil. korun. **/red/**

Komora připravuje obchodní misi do Ruska

Podnikatelskou obchodní misi do Ruské federace připravuje na druhou polovinu května 2012 Kontaktní centrum pro východní trhy při Krajské hospodářské komoře.

Cílem mise je navázání obchodních kontaktů s ruskými partnery v navštívených měsících na trase Petrohrad – Moskva – Samara. Pořadatelé spolupracují se zastupitelskou kanceláří v Moskvě, Generálním konzulátem v Petrohradě, Českým centrem – Českým domem v Moskvě, Obchodně-průmyslovou komorou RF, zastupitelskými úřady RF v Česku a s Odborem kanceláře hejtmána Krajského úřadu Zlínského kraje. Jednáním jazykem bude ruština nebo angličtina.

Podnikatelská mise bude doprovázena nejvyšší politickou reprezentací Zlínského kraje. Do Ruska pojedou také zástupci Strategické průmyslové zóny Holešov a Centrály cestovního ruchu Východní Morava. Firmy se sídlem ve Zlínském kraji mohou získat

příspěvek na letenku formou účelové dotace Zlínského kraje ve výši deset tisíc korun. Ubytování bude rezervováno v jednolůžkových pokojích se snídaní ve čtyřhvězdičkových hotelech. Organizátoři obchodní mise zajistí účastníkům mise schůzky se zástupci ruských firem podle požadovaného oborového zaměření. Součástí programu budou rovněž setkání s politickou reprezentací navštívených regionů, návštěva veletrhů a exkurze do místních výrobních závodů či průmyslových zón. „Předpokládáme, že se mise zúčastní kolem deseti firem ze Zlínského kraje. Přihlášky přijímáme do konce února,“ uvedla tajemnice KHK ZK Marta Klimecká.

Více informací lze získat na internetových stránkách www.khklzlin.cz. **/vc/**

INZERCE



OPLOCENÍ-TLUMAČOV

specializovaná prodejna plotů a pletiv

zemní vruty

sloupky

dráty

pletivo

sítě

textilní clony

podhrabové desky

lesní a ovčí pletiva

plotové systémy

Najdete nás na ploše 2000m² v areálu cementárny v Tlumačově

Sítě a pletiva prodáváme v libovolných délkách, není nutno kupovat celá balení

**www.oploceni.eu
tel. 736 635 083**



Zafira Tourer – novinka roku 2012

Nejvyšší slevy se již tradičně budou týkat nejpobulárnějších fleetových modelů Astra Sports Tourer a Insignia.

Insignia nabízí v roce 2012 nejen výhodnější cenu modelu 4x4, ale také nový výkonnější biturbo motor.

Auto na zkoušku

Všechny modely si můžete po dohodě zapůjčit zdarma na testování v autosalonu Mikona Auto, s.r.o., ve Zlíně-Loukách.

Další informace o jedinečné akci sledujte na www.mikona.cz. /pr/

Mikona Auto, s.r.o.

- tř. T. Bati 372
763 02 Zlín
- prodej@mikona-auto.cz
- tel.: 577 110 020
577 110 021
- www.mikona.cz

Opel startuje další „24hodinovku“

Legendární kampaň „24 hodin Opel“ přináší slevy ve výši až 200 000 Kč! První březnový pátek bude v Mikoně otevřeno celou noc!

Od pátku 2. března od 12.00 až do soboty 3. března do 12.00 NONSTOP budou mít zákazníci možnost získat nové vozy Opel za naprosto bezkonkurenční ceny!

Do kampaně „24 hodin Opel“ jsou zahrzeny všechny modely osobních vozů a nebudou chybět ani žhavé novinky roku 2012, a to Zafira Tourer a Astra GTC.

Platí i pro užitkové vozy

Zkrátka však nepřijdou ani zájemci o užitkové vozy Opel, na které čekají modely Vivaro, Movano a novinka roku 2012, nové Combo.

Akce „24 hodin Opel“ je vzhledem k nejvyšším slevám v roce zajímavá jak pro konečné zákazníky, tak i pro firmy.



Nové Combo

Profesionální pomoc s propagací vaší firmy v Číně

V roce 2010 vycestovalo za poznáním do zahraničí přes 57 milionů obyvatel Číny.

V cílových destinacích utratili zhruba 48 miliard dolarů.

Číňané spojují obchodní mise s turistikou.

Podnikáte v cestovním ruchu? Jste provozovatelem hotelu či penzionu? Nabízíte zajímavé atraktivity? Pracujete v destination managementu? Využijte služby **Dreamboat Partners Travel**.

Potřebujete najít pro svůj byznys partnera z Číny? Chcete se prosadit na čínském trhu? Uvažujete o obchodní misi? Zkuste službu **Dreamboat Partners Business**.

Obě služby nabízí tuzemská společnost Dreamboat, s.r.o. Firma Dreamboat se aktivně v Číně věnuje intenzivně. Zná tamní prostředí, má v týmu rodilé mluvčí, specialisty na veletrhy i marketingové odborníky.

Dreamboat Partners Travel

Službou Dreamboat Partners lze získat profesionální propagaci na dynamicky rostoucím čínském trhu. Zákazník nemusí řešit jazykovou bariéru, obtížně jednat s čínskými veletržními společnostmi, lokalizovat své dokumenty a podobně.

Vše získá službou Dreamboat Partners Travel.

Co čínští turisté preferují?

Růst turistického průmyslu v Číně a Indii předčí v následujících pěti letech Velkou Británii, Francii nebo Japonsko. Uvádí to studie společnosti Deloitte.

V roce 2010 se Čína umístila na 1. místě v Asii v počtu turistů cestujících do zahraničí s počtem 57,39 milionů turistů. Celkově utratili 48 miliard dolarů.

Většina čínských turistů přijíždí do Evropy ve skupinách. Čínští turisté cestující do Evropy jsou ochotni koupit si zájezd za 1 500 až 3 000 €, a poté zde utratit dalších 2 000 až 2 500 € jen na nákupu. Turisté mířící do Evropy poprvé stihnou během zájezdu objet až šest zemí.

Co obsahuje služba?

- tvorbu čínské mutace webu
- zařazení prezentace na prestižní veletrhy v Číně
- přípravu propagačních materiálů lokalizovaných do čínštiny
- prezentaci na sociálních sítích v Číně
- zařazení nabídky do newsletteru pro čínské tour operátory

Dreamboat Partners Business

Služba Dreamboat Partners Business je určena především pro ty firmy, které o sobě potřebují dát vědět v Číně a navázat tam obchodní kontakty. I pro tuto službu jsou částečně využívány veletrhy cestovního ruchu. A to z těchto důvodů:

- obchodní mise jsou v Číně organizovány přes cestovní kanceláře
- většina cestovních kanceláří proto tuto službu podnikatelům běžně nabízí
- aby byla cesta možná, musí být navíc partner v cílové zemi

Další možnosti služby Dreamboat Partners Business:

- vytipování akcí pro prezentaci
- plánování a realizace obchodních cest
- školení v základech čínské etikety
- kompletní překlady a lokalizace
- zajištění dalšího programu pro partnery a klienty

Kontakty

Veškeré informace získáte na: martina@dreamboat.eu, tel. 776 542 474.

Novela zákoníku práce: Přehled změn

Novela zákoníku práce provedená zákonem č. 365/2011 Sb., obsahuje 323 novelizačních změn. Většina z nich je legislativně – technickým zpřesněním stávající právní úpravy. Zhruba třetina však znamená věcné změny, se kterými je dobré se podrobněji seznámit. Zákoník práce např. nově stanoví zásady pracovněprávních vztahů jako základní obecná interpretační pravidla. Nově vymezuje princip subsidiarity zákoníku práce s občanským zákoníkem nebo definuje závislou práci.

Od 1. 1. 2012 došlo k rozšíření předmětu úpravy zákoníku práce – jde o nové povinnosti zaměstnanců (§ 301a). Zaměstnanci jsou povinni dodržovat v době prvních 21 kalendářních dnů trvání dočasné pracovní neschopnosti stanovený režim dočasně práce neschopného pojištěnce. Jde o povinnost zdržovat se v době pracovní neschopnosti v místě pobytu a dodržovat dobu a rozsah povolených vycházek. Zaměstnavatel může v případě, kdy zaměstnanec poruší tuto povinnost, a to zvláště hrubým způsobem, rozvázat s ním pracovní poměr. Novela rozšířila výpovědní důvody na straně zaměstnavatele (§ 52 o písmeno h). **V praxi však bude uplatnění tohoto výpovědního důvodu velmi složité, prokázání zvláště hrubého porušení léčebného režimu bude na zaměstnavateli. Mnohé případy tak skončí soudním sporem, proto je užití tohoto výpovědního důvodu nutně pečlivě zvážit.**

Zkušební doba (§ 35 ZP) může být sjednána maximálně v délce tří měsíců po sobě jdoucích od vzniku pracovního poměru. U vedoucích zaměstnanců to může být až 6 měsíců. Kdo je vedoucím zaměstnancem, stanoví § 11 zákoníku práce. Zjednodušeně lze říci, že vedoucím zaměstnancem je každý zaměstnanec, který má minimálně jednoho podřízeného zaměstnance, kterému ukládá úkoly, organizuje a řídí jeho práci a kontroluje jej. Zkušební doba může být sjednána i u pracovních poměrů na dobu určitou, nově však nesmí být delší, než je polovina takto sjednané doby trvání pracovního poměru. Zkušební dobu je podle zákoníku práce možné prodloužovat jen o dobu celodenních překážek v práci a o dobu celodenní dovolené.

Zcela nově je koncipována doba trvání pracovního poměru – doba určitá (§ 39 ZP). Pracovní poměr na dobu určitou mezi týmiž smluvními stranami je možné sjednat

na dobu maximálně 3 roky a ode dne vzniku prvního pracovního poměru ji lze opakovat nejvýše 2x (za opakování pracovního poměru se považuje i jeho prodloužení). Doba určitá tak může být až devět let. V praxi může nastat aplikační problém nové úpravy, neboť novela neobsahuje žádná přechodná ustanovení. Na stávající pracovní poměry trvající v režimu doby určité po 1. 1. 2012 je tak možné nahlížet jako na první pracovní poměr sjednaný mezi týmiž smluvními stranami. Tento je pak možné prodloužit ještě 2x až na dobu dvakrát 3 roky. **U doby určité byly zrušeny výjimky týkající se zástupů za dlouhodobě nepřítomné zaměstnance a provozních důvodů na straně zaměstnavatele.**

Dohoda o práci

Změna zasáhla také dohody o pracích konaných mimo pracovní poměr, především pak dohodu o provedení práce. **Rozsah práce, na který je možné dohodu o provedení práce uzavřít, nesmí být větší než 300 hodin v kalendářním roce. Do rozsahu práce se započítává také doba práce konaná zaměstnancem pro zaměstnavatele v témže kalendářním roce na základě jiné dohody o provedení práce.** V dohodě musí být vždy uvedena doba, na kterou se dohoda uzavírá. Dohoda může být uzavřena i na déletrvající pracovní výkon nebo také na dobu neurčitou. Od 1. 1. 2012 jsou zaměstnanci činní na základě dohody o provedení práce účastní nemocenského pojištění, avšak jen pro ty měsíce, za něž jim bude zúčtován započitatelný příjem ve výši přesahující 10 000 Kč.

Významnější změnou v oblasti pracovní doby a doby odpočinku je úprava pružné pracovní doby a úprava konta pracovní doby. Pozor na změnu u evidencí vedených v souvislosti se sledováním pracovní doby. Od 1. 1. 2012 je zaměstnavatel povinen evidovat od-

pracované směny. Dle výkladu inspekce práce se však nemění povinnost sledovat kromě začátku a konce směny také její přerušení, např. přestávkou na jídlo a oddech.

V oblasti odměňování byla medializována možnost sjednat mzdu s přihlédnutím k případné práci přesčas. Užití nového ustanovení § 114 odstavce 3 je možné jen v případě, že současně si zaměstnavatel se zaměstnancem sjednají i rozsah práce přesčas, k níž má být přihlédnuto při dodržení zákonných limitů.

Čerpání dovolené

Změny se dotkly i dovolené. Čerpání dovolené je povinen zaměstnavatel určit tak, aby zaměstnanec vyčerpal dovolenou v kalendářním roce, ve kterém mu na ni vznikl nárok, pokud mu v tom nebrání překážky v práci na straně zaměstnance nebo naléhavé provozní důvody na straně zaměstnavatele. V tomto případě pak musí zaměstnavatel určit její čerpání tak, aby byla vyčerpana do konce následujícího roku. Pokud by čerpání dovolené nebylo zaměstnavatelem určeno do 30. 6. následujícího roku, má zaměstnanec právo si o době čerpání této dovolené rozhodnout sám. Čerpání je povinen písemně oznámit 14 dnů předem. Náhrada mzdy za nevyčerpanou dovolenou je poskytována výlučně s ukončením pracovního poměru.

Nejvýznamnějšími změnami v oblasti rozvázání pracovního poměru je, kromě již zmíněného rozšíření výpovědních důvodů na straně zaměstnavatele, možnost prodloužení výpovědní doby individuální písemnou smlouvou uzavřenou mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem nebo diferenciací odstupného.

V případě, že dává zaměstnavatel zaměstnanci výpověď z pracovního poměru z důvodů uvedených pod písmenem a) až c) § 52 ZP (nebo uzavřou obě strany dohodu z těchto důvodů), náleží zaměstnanci odstupné podle délky trvání pracovního poměru. **Při skončení je zaměstnavatel povinen vystavit potvrzení o zaměstnání. Od 1. 1. 2012 je povinen vydat toto potvrzení i při skončení dohody o provedení práce.**

/Mgr. Daniela Sobieská/

INZERCE

Hart PRESS

Tiskárna vašich představ...

www.hartpress.cz

/ Operační program Podnikání a inovace /

- / **Nemovitosti:** příjem registračních žádostí 1. 3. až 30. 4. 2012
- / **Rozvoj:** příjem registračních žádostí do 28. 2. 2012
- / **Progres:** příjem registračních žádostí do 31. 12. 2012
- / **ICT v podnicích:** příjem registračních žádostí do 17. 2. 2012
- / **Inovace - Projekt na ochranu práv průmyslového vlastnictví:** příjem registračních žádostí do 30. 9. 2012
- / **Školící střediska:** příjem registračních žádostí do 15. 3. 2012
- / **Spolupráce-Klasy:** příjem registračních žádostí do 30. 3. 2012

Zajímavé tipy pro začínající firmy: Projekt CzechEkoSystem

Projekt CzechEkoSystem je připraven v rámci OPPI, programu Poradenství. Cílem projektu je zlepšení kvality a dostupnosti specifických poradenských služeb zaměřených na přípravu projektů inovačních malých a středních podniků (MSP) jako potenciálních příjemců rizikového kapitálu pro zvýšení jejich konkurenceschopnosti. Příjemce podpory může být pouze podnikatelský subjekt, který splňuje definici malých a středních podniků a od započetí jeho podnikatelských aktivit neuplynula doba 5 let.

Příjem žádostí je od 1. 5. 2012 do 29. 6. 2012.

Příklady úspěšných projektů realizovaných s pomocí dotací z OP Podnikání a inovace

INOVACE: Pro uspokojení rostoucích nároků na užité vlastnosti a vzhled kompozitních dílů společnost **5M, s.r.o.**, realizovala vývojový projekt „Kompozitní materiály nové generace“ v programu Inovace. Na základě výsledků projektu se podařilo získat firmě nové zakázky, jejichž rozsah a nároky dosáhly kapacitních i technologických možností společnosti. Aby bylo možno dále rozvíjet aktivity na tomto segmentu trhu, bylo nutno jednak navýšit kapacity výroby a především výrazně zlepšit technologické možnosti společnosti, firma vybudovala další dvě pultruzní linky, postavila novou výrobní halu.

NEMOVITOSTI: Dokončení projektu „Rekonstrukce objektu čp. 1367“ v areálu bývalých kasáren z programu Nemovitosti na sídlo společnosti **C.B.G. IMPEX, s.r.o.**, umožnilo společnosti centralizovat veškeré pracovníky na jedno pracoviště. Nové pracoviště firmy představuje moderní výrobní halu s technickým i sociálním zázemím, operativní sklad materiálu, konstrukční kancelář včetně technického vybavení. Rozmístění firmy v minulosti na třech místech bylo ekono-

micky i organizačně značně náročnější a nákladnější než v současnosti. Rekonstruovaný objekt je moderním a reprezentativním sídlem i při stále častějších zahraničních návštěvách a jednáních.

ŠKOLICÍ STŘEDISKA: V roce 2009 společnost **ENVIPROJEKT, s.r.o.**, prostřednictvím programu Školící střediska vybudovala vlastní školící centrum pro zaměstnance v sídle společnosti, čímž se firmě podařilo zvýšit kvalitu pracovního prostředí, kvalitu proškolení zaměstnanců v návaznosti na zvýšenou kvalitu poskytovaných služeb a v neposlední řadě došlo k úspoře finančních prostředků a celkovému rozvoji společnosti.

START: V rámci programu Start obdržela restaurace **Prašád** zvýhodněnou záruku (M- záruka) na investiční úvěr Českomoravské záruční a rozvojové banky na nákup technologie kuchyně a výdeje jídel. Zvýhodněná bankovní záruka tak majiteli umožnila čerpat investiční úvěr, ke kterému by podnikatel bez této záruky neměl přístup.

/ Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost /

Zajímavý tip: projekt „Vzdělávejte se pro růst!“

Cílem projektu „Vzdělávejte se pro růst!“ je podpora zaměstnavatelů, kteří realizují svoji činnost v odvětvích s předpokladem růstu a s významným podílem na tvorbě hrubého domácího produktu. Projekt je z větší části určen pro všechny typy podniků (malé, střední i velké) ve vybraných odvětvích:

- strojírenství,
- stavebnictví,
- nezávislý maloobchod (jen malé a střední podniky),

- pohostinství, gastronomie,
- terénní sociální služby,
- odpadové hospodářství.

O finanční podporu mohou zaměstnavatelé žádat na nové zaměstnance, které je nutné vyškolit či rekvalifikovat, nebo potřebují zvýšit odborné znalosti či dovednosti stávajících zaměstnanců. Plné žádosti je možné předkládat do 31. 7. 2013.

/ Stranu připravila společnost Technologické inovační centrum. Více informací na www.ticzlin.cz/

VYDAVATEL
magazínu Firemní PARTNER

HEXXA komunikační agentura s.r.o.
Registrace MK ČR E 16333

Vychází v nákladu 20 500 ks.
Uzávěrka 25. den v měsíci.

Neprodejně.

www.firemnipartner.cz

REDAKCE
Pekárenská 42, 760 01 Zlín
tel./fax: 577 271 206
e-mail: redakce@firemnipartner.cz
Mgr. Jaroslav Janečka - šéfredaktor
Mgr. Vojtěch Cekota - redaktor
MgA. Tamara Burešová - grafická úprava
Ivo Hercik - zlom, fotograf

INZERCE
Pavel Zapletal – 777 708 489
Ing. Jana Nováková – 774 438 700
Martina Hofrová – 776 452 474

DISTRIBUCE
Česká pošta, s.p.
Distribuce do všech firemních schránek ve Zlínském kraji, na určená místa a adresy.

SYNAPSE

Systémový nástroj pro praxe a stáže

Odborné zaměření studentů UTB ve Zlíně	
Studijní programy	Odborné zaměření a specializace
Fakulta technologická	
Chemie a technologie materiálů	Chemie a technologie materiálů
	Chemie a technologie materiálů, Materiálové inženýrství
	Inženýrství ochrany životního prostředí
	Obuvnická a galanterní technologie a hygiena obouvaní
	Polymerní materiály a technologie
	Polymerní materiály a technologie, Medicínské a farmaceutické materiály
Chemie a technologie potravin	Konzervářské technologie
	Technologie mléka a mléčných výrobků
	Technologie a řízení v gastronomii, Vinařská technologie a someliérství
	Technologie výroby tuků, kosmetiky a detergentů
Procesní inženýrství	Technologická zařízení, Řízení jakosti, Výrobní inženýrství
Fakulta managementu a ekonomiky	
Ekonomika a management	Management, management ve zdravotnictví, marketing, ekonomika všeobecná, podniková, ve veřejné správě
	Průmyslové inženýrství
Hospodářská politika a správa	Veřejná správa a regionální rozvoj, finanční kontrola
	Účetnictví a daně, finance
Systémové inženýrství a informatika	Řízení výroby a kvality
Fakulta multimediálních komunikací	
Mediální a komunikační studia	Marketingové komunikace
Výtvarná umění	Multimedia a design, Klasická animovaná tvorba
Teorie a praxe audiovizuální tvorby	Animovaná tvorba, Produkce, Střih a zvuk, Režie a scenáristika
Fakulta aplikované informatiky	
Inženýrská informatika	Informační a řídicí technologie
	Informační technologie v administrativě
	Bezpečnostní technologie, systémy a management
	Počítačové a komunikační systémy
	Automatické řízení a informatika
	Učitelství informatiky pro základní a střední školy
	Integrované systémy v budovách
	Počítačové a komunikační systémy
Fakulta humanitních studií	
Filologie	Anglický a německý jazyk pro manažerskou praxi
Specializace v pedagogice	Sociální pedagogika, Učitelství pro mateřské školy, odborných předmětů pro SŠ, Andragogika
Ošetrovatelství, Porodní asistence	Všeobecná sestra, Porodní asistentka
Fakulta logistiky a krizového řízení	
Procesní inženýrství	Ovládání rizik
Ochrana obyvatelstva	Ochrana obyvatelstva
Bezpečnost společnosti	Řízení environmentálních rizik

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky
Reg. č. CZ.1.07/2.2.00/07.0166



Navláčil®

stavební firma



Potřebujete pomoci s realizací?

Neváhejte a zavolejte
Martinovi Navláčilovi jr.
na telefonní číslo
+420 724 165 658



Rodinná stavební firma Navláčil
realizuje objekty pro Vaše podnikání
již od roku 1992.

Stavíme průmyslové objekty, výrobní
a skladovací haly, administrativní
prostory a prodejny i Vaše bydlení.

