

Ekonomická poradna Deníku

JAK TO VIDÍ JIŘÍ JEMELKA

*Jak důležitá je
v byznyse koncovka?*



Nezřídka se stává, že ve firmách platí zvláštní opatření. Nedávno jsem nad jedním takovým zase musel kroutit hlavou. Obchodníci nejmenované firmy mají „stop stav“ na počet návštěv u jednoho potenciálního klienta. Zkrátka, pokud v průběhu času navštíví nějakého potenciálního klienta sedmkrát, nesmí ho již v budoucnu znovu navštívit. Na mou otázku, proč se tak děje, jsem dostal překvapivou odpověď: náklady na získání takového klienta jsou příliš velké.

Vzhledem k tomu, že mám ve zvyku do věci „štoupat“, nedalo mi to a ptal jsem se obchodníků, jak ono pravidlo snášejí. Vyjma jednoho jsem dostal odpovědi, které jsem více méně očekával – „no problem“. Zaměřil jsem se na toho člověka, který s daným pravidlem problém měl. Po bližším prozkoumání jsem zjistil, že toto pravidlo několikrát nerespektoval. A jednou dokonce jel svým vlastním autem a v soukromém čase za potenciálním zákazníkem, kterého nakonec získal pro spolupráci – a v tržbách nešlo o žádná „drobná“.

Většina lidí v obchodě se až příliš brzy vzdává, chybí jim odhodlání a dlouhodobý tah na branku. Chybí jim koncovka. Ano, jsou potenciální zákazníci, kteří možná nestojí za to usílit. Je však velmi ošemetné odhadovat, kteří to jsou. Jak můžete vědět, kdo v čase má potenciál růst, kdo se v čase nakonec vyprofiluje jako významný odběratel či top zákazník. Neexistuje bezvýznamný zákazník. Existují pouze zákazníci, kteří jsou „toho času“ ve skupině A, B, C, D či E. Dle toho si každý zákazník zaslouží přiměřenou péči. A je nesmysl, dávat konkrétní počet schůzek, než to u konkrétního potenciálního zákazníka mám zdát. Někdy trvá získat významného zákazníka i 10 let – ale pak to stojí za to.

Autor je majitelem společnosti J.I.P. pro firmy, s. r. o., poskytující revitalizace a restrukturalizace zejména podnikům s českým kapitálem

Průzkum: česká města hrají ve střední Evropě nejvyšší ligu

Střední Morava – Průzkum českého trhu sdílených podnikových služeb, který udělala expertní asociace ABSL, potvrdil vedoucí postavení České republiky v tomto dynamickém oboru. Poukazuje na celosvětový význam Prahy a Brna, nastiňuje další vývoj celého sektoru a ukazuje jeho vliv na realitní trh, lidské zdroje a příchod dalších investic.

„Segment sdílených podnikových služeb v České republice roste rychleji než v ostatních zemích regionu střední Evropy, který po Asii převzal vedoucí postavení v oblasti outsourcingu podnikových procesů. Růst v Česku je tak rychlejší než například v Indii, která byla dosud synonymem tohoto typu služeb,“ uvedl Ota Kulhánek, prezident asociace ABSL.

„Růst v Česku je rychlejší než například v Indii, která byla dosud synonymem tohoto typu služeb.“

Ota Kulhánek,
prezident asociace ABSL

Za rok 2015 realizovaly sdílené podnikové služby v Česku obrát 75 miliard korun, což představuje přibližně 1,5 % HDP České republiky, a pro další období se očekává zhruba 30% růst. Důvod velké obliby střední Evropy je přitom dán tím, že společnosti působící v Evropě hledají pro centra sdílených služeb či outsourcing lokalitu, které jsou blíže jejich domovské zemi a disponují pracovní silou s náležitou jazykovou vybaveností a dalšími schopnostmi nezbytnými pro jejich evropské provozy. Vynikající reputaci si nejen v rámci regionu střední Evropy, ale i v rámci celého světa vydobyla česká města. Praha se dostala dokonce na 15. místo celosvětového žebříčku společností Tholons Top 100 outsourcingových destinací v roce 2015, Brno následuje na 25. příčce.

Nejvíce center provozovaných v České republice pochází od amerických společ-

ností (31 %), největšími evropskými investory pak jsou německé společnosti (12 %), a to jak z hlediska počtu center vybudovaných v České republice, tak i z hlediska počtu pracovních míst. Další země jsou zastoupeny nižším podílem, např. Švýcarsko 9 %, Belgie, Irsko a Velká Británie 6 %. Více než polovina center těží nebo v minulosti těžila z veřejné podpory. Tou nejvýznamnější formou je hmotná podpora z fondů EU na školení a vytváření nových pracovních míst.

V současné době funguje v Česku přes 180 center sdílených podnikových služeb. V příštích dvou letech plánuje rozšířit své obchodní aktivity 64 %. Přitom platí, že čím více pracovníků centrum zaměstnává, tím vyšší je pravděpodobnost, že bude rozšiřovat své aktivity. Rozšíření předpokládá 83 % společností zaměstnávajících více než 500 pracovníků, 75 % firem zaměstnávajících dvě stě až pět set pracovníků a 60 % společností s méně než dvěma sty zaměstnanci. Hlavním motorem expanze jsou nejčastěji globální plány na restrukturalizaci (55 %), za nimi následuje zvýšená externí poptávka (39 %). Nové oblasti podnikání začne podle očekávání budovat 30 % podnikatelských subjektů a u 21 % společností se předpokládá, že rozšíření aktivit ovlivní nové akvizice. „Očekáváme i příchod celé řady nových investorů, pro které Česko představuje ideální lokalitu pro otevření provozů,“ komentuje Ota Kulhánek s tím, že pro společnosti, jejichž podnikání je rozptýleno po celé Evropě, je při volbě lokality stěžejním faktorem dostupnost požadované škály jazyků. Česká republika si nevede špatně. Více než 40 % populace mluví jedním cizím jazykem a 24 % dvěma.

Boom segmentu sdílených podnikových služeb výrazně ovlivňuje i realitní trh. Důvodem je skutečnost, že až 70 % firem z tohoto sektoru řeší rozšíření či modernizaci kanceláří anebo stěhování do nové lokality. Nejvíce saturovaná je přitom Praha a Brno, velký potenciál však nabízí Ostrava a další krajská města, kam se nyní obrací pozornost zahraničních investorů. (fil)

Kovárna má tržby za miliardu

Rekordní hospodářský výsledek zaznamenala minulý rok zlínská akciová společnost Viva

LEOŠ FILIPI

Střední Morava – Tržby společnosti Viva meziročně vzrostly o čtyři procenta a dosáhly hodnoty 1,04 miliardy korun. Zlínská firma se specializuje na tváření a obrábění výkovek, zejména pro automobilový a strojírenský průmysl.

Druhý rok po sobě se Kovárna Viva podařilo překonat v tržbách hranici jedné miliardy korun. V roce 2015 je výsledek ještě o čtyři procenta vyšší než v roce předchozím a tržba 1,04 miliardy korun je tak nejvyšší dosaženou hodnotou v historii firmy. Z její celkové produkce míří čtvrtina k montáži nebo dalšímu zpracování u tuzemských zákazníků, zbytek jde na export – zejména do Německa, Skandinávie, na Slovensko a do Francie.

Investice

Za úspěchem kovárny stojí podle jejího vedení zlepšování pracovních podmínek, pravidelné investice a začleňování nových výrobních technologií a robotiky do provozu tváření a obrábění. V roce 2015 bylo v této oblasti proinvestováno více než sto milionů korun. „Investice do technologií mají za cíl zlepšit pracovních podmínek, zvýšení produktivity práce, bezpečnosti a tím vším pak zvýšení konkurenceschopnosti firmy,“ konstatoval předseda představenstva Kovárny Viva, a. s. Zbyněk Rozsypal.



VÝKOVKY. Viva se specializuje na výrobu a obrábění výkovek z různých druhů oceli. Foto: archiv Viva, a. s.

I přes zvyšování podílu robotizovaných prací jsou oporou podniku zejména jeho zaměstnanci. „Robotizovaná pracoviště ulehčí operátorům ty nejnamáhavější a opakované činnosti. Pracovité zaměstnanci, hlavně z technických oborů, ovšem budeme potřebovat i nadále. A zdaleka nejenom k obsluze těchto linek. Jsou před námi i nové projekty a další rozšiřování firmy,“ vysvětluje Zbyněk

Rozsypal a doplňuje: „Od začátku letošního roku došlo také k navýšení mezd a plánujeme i další investice do zlepšování podmínek pracovníků.“

Pro BMW, Mercedes...

Kovárna Viva v loňském roce otevřela nový centrální sklad hotových výrobků, který usnadňuje jejich expedici. V současné době působí v de-

bitvách bývalého baťovského areálu ve Zlíně. Kovárna zaměstnává čtyři sta pracovníků. Vyrábí například bezpečnostní díly pro BMW, Mercedes, Scania, ZF Group, Poclairn Hydraulics, Linde a další významné firmy.

Kovárna Viva je stoprocentním vlastním prostředkovské kovárny Alper, do které investuje, aby rozšířila výrobní kapacity.

Ekonomka promluví na Dni vědy o dopadech mezinárodní migrace

Střední Morava – Přednášku o dopadech mezinárodní migrace bude mít zítra v prostorách BEA campusu v Olomouci odbornice Mariola Pytlíková, přední česká ekonomka. Uskuteční se v rámci třetího ročníku Dne vědy Moravské vysoké školy Olomouc.

„Na programu třetího ročníku Dne vědy Moravské vysoké školy Olomouc je široká škála zajímavých témat, která přednesou vyučující Moravské vysoké školy i externí hosté. Hovořit se bude například o organizačních změnách ve firmě v souvislosti s vývojem



Mariola Pytlíková Foto: iza.org

nového produktu, využití metod umělé inteligence ve vzdělávání nebo fiskální ústavě ja-

ko součástí systému veřejných financí,“ vyjmenovala Šárka Štveráková z BEA centra Olomouc.

Přednáška Marioly Pytlíkové proběhne v dopoledním programovém bloku od 10 hodin a bude jím mít v angličtině.

Mariola Pytlíková působí jako vědecký pracovník na Vysoké škole báňské v Ostravě a také jako odborný asistent na Cerge-ei v Praze. „Česká společnost ekonomická jí v roce 2015 udělila prestižní cenu Kateřiny Šmídkové za vědeckou práci v oblasti mezinárodní migrace a trhu práce,“ dodala Štveráková. (fil)

Na semináři pomůžou firmám s prezentací na veletrhu

Střední Morava – Účast na veletrhu je jedním z nejúčinnějších prostředků podpory exportu a hospodářského růstu společnosti. Firmám přináší tržní a obchodní příležitosti, publicitu a stává se efektivním marketingovým a komunikačním nástrojem. Nejdůležitější pro úspěšnost na veletrhu, ale i na výstavě a akcích, kde dochází k prezentování výrobků a služeb společnosti, je správná příprava. S tím, jak se na tyto události připravit a úspěšně je zvládnout, pomůže seminář, který pořádá Krajská hospodářská komora Zlínského kraje ve středu 23. února. Účastníci tohoto jedinečného kurzu se dozvědí základní pravidla a praktické tipy pro optimální přípravu, realizaci a hodnocení veletrhu, aby byl výsledný efekt maximalizován a nedošlo k nepřijemnostem a problémům z důvodu nezkušenosti a neznalosti. Seminář naučí, jak se správně prezentovat, jak vytvořit efektivní marketingové a PR materiály, jak komunikovat přímo na veletrhu, proč je důležité pojmut veletrh jako součást ucelené kampaně a spoustu dalších informací. Kompletní obsah semináře i to, jak se na něj přihlásit, naleznete na stránkách www.khkzk.cz. Chystá-li se vaše firma na veletrh, přijďte si vyslechnout Věru Staňkovou, odbornici na tuto problematiku, dne 23. února do sídla Krajské hospodářské komory Zlínského kraje ve Vavrečkově ulici ve Zlíně. (pech)

Slévárna je na prodej. Důvodem je insolvence

Střední Morava – Jako fungující závod se 169 zaměstnanci se prodává slévárna Foundeik v Hlubočkách u Olomouce. Pracovní místa se tak pravděpodobně zachovají i poté, co tohoto významného zaměstnavatele v Olomouckém kraji získá nový vlastník. Na koupi Foundeiku, jehož průměrný roční obrát je 115 milionů korun, vyhlásila v těchto dnech výběrové řízení realitní společnost Naxos. Důvodem prodeje je insolvence majitele závodu. Doporučená kupní cena představuje 25 milionů korun. První kolo výběrového řízení, v němž se zájemci seznámí s podnikem a příslušnou dokumentací, končí 23. března. Nabídky na koupi podniku pak mohou podávat do 31. března.

„Foundeik, výrobce šedé i tvárné litiny, dodává své produkty renomovaným českým i zahraničním společnostem. Mimo jiné jsou to statory motorů, víka alternátorů a star-



ZA KOLIK? Doporučená kupní cena je 25 milionů. Foto: slévárna Foundeik

térů či tělesa vodních a hydraulických čerpadel. Vyrábí jak na zakázku, tak i malé a střední série,“ popsal Martin Stibor z Naxosu, který má prodej na starosti. „Dá se očekávat, že o výběrové řízení se budou zajímat firmy pohybující se v tomto oboru. Budou chtít buď rozšířit své podnikání v oblasti produkce litiny, anebo uzavřít svůj výrobní cyklus a docílit tak kompletní výroby,“ podotkl.

Pravděpodobně podle něj může být i vstup kapitálově silného investora, který chce rozšířit své investiční portfo-

lio, závod rozvíjet a v konečném důsledku samozřejmě na transakci profitovat.

„Je všeobecný zájem na tom, aby si 169 zaměstnanců slévárny Foundeik zachovalo své pracovní místo. Insolvenční správce a věřitelé pro to dělají maximum,“ řekl Martin Stibor. Realitní a dražební společnost Naxos patří k největším v Česku a má s podobnými případy zkušenosti. Naxos v minulých letech úspěšně prodala známé strojírenské podniky Metaz Týnec nad Sázavou, TOS Čelákovice či Severočeskou armaturku. (fil)

