

PROBĚHLÉ AKCE



září 2019
Inspirativní debata
s Miroslavem Kalouskem

Interní školení
Průmysl 4.0

PROBĚHLÉ AKCE:

Září 2019 – Interní školení Průmysl 4.0

Září 2019 – Inspirativní debata
s Miroslavem Kalouskem

Říjen 2019 – Workshop Zjednodušený
postup v celním řízení

PLÁNOVANÉ AKCE:

Říjen 2019 – Seminář Daně 2019
v příkladech

Listopad 2019 – Seminář Zdravotní
pojištění

Listopad 2019 – Seminář Pracovně právní
vztahy 2020

Listopad 2019 - Inspirativní debata
s Vladimírem Dlouhým

Zpravodaj OHK PE

září - říjen 2019



PROBĚHLÉ AKCE

Inspirativní debata
s Miroslavem
Kalouskem



PŘEDSTAVUJEME

PROFIL NÁBYTEK, a.s.
Jan Ságł



Úvodní slovo

Vítejte na stránkách Zpravodaje Okresní hospodářské komory Pelhřimov. Když bychom se podívali do loňského Zpravodaje, tak by nám to připomnělo, že tomu bude rok, co se naše hospodářská komora přestěhovala do nových prostor. Slibovali jsme si od toho zvýšení kvality poskytovaných služeb nejen v oblasti seminářů, ale i vytvoření zázemí pro začínající podnikatele. Z vlastní zkušenosti mohu potvrdit, že všichni účastníci seminářů si nové prostory chválí. Zároveň se v těchto dnech zahajuje páteční zkušební provoz sdíleného prostoru pro nejen začínající podnikatele. Postupně se tak naplňují všechny záměry i heslo: „komora je platformou pro aktivní lidi“. Přeci jenom je v zájmu nás všech, aby aktivní a talentovaní lidé zůstávali v regionu, vytvářeli zde nové produkty i pracovní místa, inspirovali ostatní a celkově přispívali prakticky čímkoliv do veřejného prostoru. Jsem rád za každý pokus, kterým se komora snaží tomuto trendu pomoci.

inspirovali ostatní a celkově přispívali prakticky čímkoliv do veřejného prostoru. Jsem rád za každý pokus, kterým se komora snaží tomuto trendu pomoci. V Humpolci jsou na tom ještě lépe, protože se zde otevřel COWORKS v bývalých prostorách našeho člena – firmy PROFIL NÁBYTEK, a.s.. Firma vystavěla na okraji města moderní provoz a svůj bývalý areál tak pronajala pro rozvoj aktivit jiných podnikatelů.

Profesně mě dále velmi zajímá digitalizace firem. Loni jsme v rámci kraje pracovali především na osvětě Průmyslu 4.0 skrze příklady konkrétních společností. Letos jsme se zaměřili především na zvyšování kompetencí pracovníků všech okresních hospodářských komor v kraji. Úspěšně již proběhlo interní školení a další budou následovat. Pokud přemýšlíte nad digitální transformací vlastní organizace a kladete si otázky ohledně celkové strategie, na co se zaměřit, jakým datům vůbec věřit, co můžete očekávat a v jakém časovém horizontu, tak se neváhejte obrátit na pracovníky okresních hospodářských komor.

S digitalizací úzce souvisí i téma bezpečnosti. Prakticky každý týden se setkávám s případy firem, které někdo významně ohrozil nebo dokonce přišli o svá data. Téma považuji za natolik aktuální a potřebné, že v těchto dnech domlouváme velmi zajímavou přednášku na toto téma určenou pro manažery a majitele firem.

Zdeněk Martínek
předseda Digitální a kreativní sekce OHK PE

PROFIL NÁBYTEK, a.s.

Jan SágI



Jaké jsou hlavní činnosti Vašeho podnikání?

Hlavní činností našeho podnikání je výroba nábytku. Vyrábíme jak sériový, tak atypický nábytek pro hotely, restaurace, kanceláře, nemocnice, domovy seniorů. Nabízíme našim zákazníkům komplexní řešení od designového návrhu až po vlastní realizaci.

Očekáváte v horizontu pěti let významné změny ve Vašem oboru?

Já bych je radši neočekával, ale nevíme, co udělá naše ekonomika. Podle mého názoru se minimálně ještě dva roky nic zásadního nezmění a potom uvidíme.

Jaké vidíte nejsilnější stránky našeho regionu pro podnikání, a naopak jeho nevýhody?

Nejsilnější stránku našeho regionu, zejména Humpolecka a Pelhřimovska, vidím v tom, a to bylo také to zásadní, když jsme se rozhodovali, kde naši firmu založíme, že jsme ve středu republiky na křižovatce sever-jih, východ-západ a jsme blízko dálnice. To si myslím, že je nejsilnější stránka pro všechny podnikatele v tomto regionu. Nesmíme také zapomínat na to, že městská správa, ať jsou Humpolečtí nebo Pelhřimovští nám nevytvářejí až tak zlé prostředí, jako někde jinde a snaží se nám pomoci. Není to někdy jednoduché, ale myslím si, že tato spolupráce je u nás lepší než v jiných regionech, co tak slyším od kolegů. A nevýhody? Jedna mě napadá. Ale to je plošně. Je tady málo kvalitních zaměstnanců. To přičítám tomu, že tu nemuselo vzniknout tolik průmyslových parků. Ty, kdyby tady nebyly, tak si myslím, že máme zaměstnanců dost.

Co by mohlo podle Vás zvyšovat atraktivitu našeho regionu pro život a práci?

Hoďně firem, jako jsme my, se snaží pro zaměstnance budovat nové výrobní prostory, novou technologii, která šetří lidskou námahu. To znamená investovat do výrobních prostor, do technologií, a hlavně nezapomenout na zaměstnance, protože nejenom že jich je málo, ale na dobrých zaměstnancích stojí celá firma.

Zlepší se podle Vás podmínky v České republice pro podnikání?

Obecně si myslím, že se nezlepšují. Je to vidět v tom, že státní administrativní nám bubří, nároky na podnikatele jsou čím dál tím vyšší, zákony jsou nepřehledné. Kvůli několika nepoctivým podnikatelům, se vymýšlí zákony, které těm poctivým přinášejí další administrativní zátěž a zvyšují náklady. Já vím, že je to vždy o lidech, ale všeobecně je to špatně. A co je nejhorší, máme strašně drahou pracovní sílu, tím pádem ztrácíme konkurenční schopnost vůči Evropě, což je špatně. Děláme v Německu, Francii, dělali jsme v Holandsku a tak to vidíme.



Štěpán David

Jaké jsou hlavní činnosti Vašeho podnikání?

Zaměření je široké. Soustředím se na design, videa, reklamu, tisk a reklamní předměty - (merchandise). Všechny tyto činnosti by měly jít ruku v ruce, měli by udávat jasný směr a podporovat branding.

Design: Hlavní pozornost kladu na vizuální/firemní identitu. Ať už se jedná o malého začínajícího živnostníka či velkou společnost. Základní prvky jednotné firemní identity by měly být vždy totožné. V praxi to znamená, že máte určenou grafickou podobu veškerých materiálů, které jsou spjaty s Vaší společností. Máte snadno čitelné a zapamatovatelné logo, určenou barevnost a typografii Vaší firmy. Od těchto principů by se měly odrazit veškeré vizuální výstupy.

Videa: Jsem schopen zajistit video produkci pro malé i velké společnosti. Dobře zpracované a účelové video se dá natočit již za pár tisíc korun. Pokud ale chcete prvotřídní kvalitu, je třeba celou produkci zaplatit. Od techniky, přes natáčecí štáb, pronájem prostor, zajištění povolení, licence atd. Kolem každé sekundy záběru vznikají velké náklady. Výsledek ale pak stojí za to.

Reklama a tisk: Bez reklamy to v dnešní době v podstatě nejde. Když se budeme bavit o reklamní výrobě (polygrafii), měla by jít v ruce v ruce s funkčním designem. Vzhledem k přibývajícím technologiím dělám maximum, abych mohl nabídnout kvalitní polygrafické služby. Jednoduše řečeno chci nabídnout komplexní služby. Od prvotního pixelu, který odrazí Vaší vizuální grafickou podobu, po kvalitně zpracované reklamní produkty.

Reklamní předměty (merchandise):

Reklamní předmět je něco, co prezentuje společnost a měl by Vás vnést do povědomí klientů. K reklamním předmětům se snažím přistupovat kreativně a prakticky. V prvním kroku přijde nápad, následuje popis myšlenky a vizualizace předmětu. Nechci nabízet reklamní předmět pouze s logem, ale jsem toho názoru, že se reklamní předmět stává zapamatovatelnějším, když Vás nějak osloví. Ať už svým designem, grafikou, nebo použitím.

Očekáváte v horizontu pěti let významné změny ve Vašem oboru?

Nemyslím si, že by v nadcházejících letech přišlo něco revolučního, co by významně ovlivnilo výrobní reklamní agentury. Technologie se neustále musí vyvíjet, jelikož nejsou zdaleka dokonalé a jejich použití se vždy vztahuje na užší výběr produktů. Z hlediska technologií je to velmi zajímavý obor a myslím, že minimálně pár desítek let ještě bude. Pokud se podíváme na téma branding, tak již nyní existuje celá řada možností, jak si uživatel může sám jednoduše vytvořit logo (či webové stránky atd.), ale ve valné většině je nepoužitelné, ukradené, či takzvaně mimo mísu. Nikdy se ani takovýto produkt nemůže rovnat kvalitou jako od profesionálů. Nehledě na to, že na zákazníky nebude takto se prezentující podnikatel či firma působit příliš věrohodně. Navíc například logem vše pouze začíná a samotné hezké logo je Vám v rámci firemní identity takřka k ničemu. Snad je funkčnější mít nevkusnou grafiku, ale všude stejnou, než krásné logo a vůči sobě rozdílné vizuální výstupy. Jsem přesvědčen, že jednotná grafika, ať už je jakákoli, bude fungovat lépe. Nicméně vždy bude potřeba kreativita, myšlenka a znalost. Toto nemůže žádná technologie plnohodnotně nahradit.

Jaké vidíte nejsilnější stránky našeho regionu pro podnikání a naopak nevýhody?

Velkou výhodou je naše umístění v rámci republiky. Dálnice je pár minut, za necelou hodinu a půl jste v Praze, v Brně o pár minut déle. Další výhodou je fakt, že tu není tak velká konkurence, jako ve větších městech. Na druhou stranu mne vždy šíleně zamrzí, když pro místní firmy pracují agentury z velkých měst. Nevím, zda je to nedůvěrou v regionální firmy, či za tím stojí nějaký pocit docílení vyšší kvality.

Co by mohlo podle Vás zvyšovat atraktivitu našeho regionu pro život a práci?

Většina mých přátel "utekla" pracovat z Pelhřimova do Prahy, či jiného velkého města. Když jsem se po pár letech ptal na důvody, mnohdy jsem slyšel, že odešli z finančních důvodů, nebo že zde nemohli najít práci a přeci v té Praze jsou daleko větší možnosti. Je zajímavé, že velké množství z nich se vrátilo nebo chce vrátit zpět na menší město. Bez pochyby je tu kvalita života mnohem lepší. Je potřeba, abychom zde budovali kvalitní a dostupné bydlení, kulturní zařízení, zajímavé veřejné prostory, kvalitní pracovní místa atd. Je to podobné, jako ve firmě. Lidem musíte dát důvody, proč u Vás mají zůstat, jinak utečou jinam.

Zlepšují se podle Vás v České republice podmínky pro podnikání?

Nemyslím si, že by se podmínky zlepšovaly. Skutečně si nejsem vědom žádného posunu směrem k lepšímu a jednoduššímu podnikání.

