

	Datum:	05. 01. 2009
	Verze:	1
	Věc:	Monitoring – klíčové slovo Fezko
Pro:	Fezko	Vypracoval: Jitka Bejčková jitka.bejckova@amic.cz

Název zdroje: E15
Datum vydání: 11.12.2008
Nadpis: Fezko Thierry propustí desetinu zaměstnanců
Podtitulek: krátce
Strana: 10
Rubrika: byznys
Autor: jik, čtk, mediafax

Strakonická společnost **Fezko** Thierry, která se specializuje na výrobu textilií pro automobily, propustí ke konci roku asi 45 lidí. To je zhruba desetina všech zaměstnanců. Za poslední týdny firmě výrazně poklesly zakázky, někde až více než o třicet procent. **Fezko** navíc od ledna zruší nepřetržitou výrobu.

Název zdroje: Ekonom
Datum vydání: 11.12.2008
Nadpis: Hadrové kormidlo
Strana: 40
Rubrika: analýzy&trendy
Autor: Marcela Alföldi Šperkerová

NADTITULEK: TEXTILNÍ PRŮMYSL

Textilní podniky, které v republice ještě zbyly, mění směr. Sázejí na luxus, výlučnost a inovace.

Oděvní podnik Prostějov (OP), svého času státní podnik se sedmi tisíci zaměstnanci, připomíná ostrůvek v moři. Žádná jiná takto velká společnost, která oděvy sama vyrábí a prodává ve vlastních prodejnách, už v Česku neexistuje. "To neplatí jen pro tuzemsko. Když se podíváte po celé střední a západní Evropě, nikoho podobného nenajdete," zdůrazňuje Milivoj Žák, předseda představenstva.

Firma ovšem zdaleka nedosahuje původní velikosti zpočátku devadesátých let, kdy zaměstnávala sedm tisíc lidí, z toho dvě třetiny přímo v Prostějově. Postavení podniku v regionu není jednoduché. Loni uzavřel všechny své pobočné závody, nedávno propustil dalších 150 lidí přímo z centrály.

V obrovském areálu, rozprostírajícím se v severovýchodním cípu města s oficiální adresou Za Drahou, žije vsoučasnosti už jen přední trakt. V podniku s kapacitou pěti tisíc lidí dnes pracuje tisícovka dělníků a dalších sedm stovek obslužného personálu, administrativy, managementu. Postupný útlum výroby a propouštění některé budovy vylidnily.

Recept, jak ven z mizerie, přesto Prostějov má. Je jím restrukturalizace a nová strategie.

Řady řídnoú

Český textilní a oděvní průmysl už dvě desetky let ztrácí sílu. Drtí ho stále stejné tlaky: východoasijská konkurence, drahé energie, posilující koruna. "Tyto vlivy se odrazily v nutné potřebě restrukturalizace spojené s likvidací neefektivních provozů. Vedlo to k postupnému snižování podílu odvětví na celkové průmyslové produkci. Ten se dostal až na letošních 1,6 procenta," vypočítává mluvčí Ministerstva průmyslu a obchodu Tomáš Bartovský. Ještě v roce 1992 dosahoval podíl tržeb z textilní výroby v průmyslu celkem téměř šesti procent. Pokud si ovšem Česko dělá ambice být vyspělou ekonomikou, je tento vývoj pochopitelný. "Masová výroba ponožek a triček nás nezachrání. To přenechme Asiátům," konstatuje s nadsázkou Jiří Kohoutek, ředitel Asociace

textilního, oděvního a kožedělného průmyslu.

Trendu logicky odpovídá i obrat odvětví. Ještě před šesti lety tržby z textilního průmyslu dosahovaly pětadesát miliard korun. K poslednímu letošnímu září dosáhly jen šestatřiceti miliard.

Podobný sešup prodělala zaměstnanost. V roce 2002 v oboru pracovalo třiadvadesát tisíc lidí. Teď jich je polovina. "Primárním úkolem branže není zaměstnávat lidi, ale podnikat," připomíná Kohoutek.

Trh se pravděpodobně bude čistit ještě několik let. Cílem jsou výhradně sofistikované produkty s vysokou přidanou hodnotou, odpovídajícím servisem a nezaměnitelnou image.

"Už před několika lety nám došlo, že musíme změnit strategii a vydat se cestou exkluzivity. Dnes naše výrobky patří k vyšší střední až luxusní třídě," pochvaluje si Jiří Grund, majitel stejnojmenné firmy na výrobu koupelnových předložek a dalších doplňků. Jeho společnost si chrání značku, design a obchod. Ročně utrží přes dvě stě milionů korun, z toho přes osmdesát procent z exportu. Nejdůležitějším zákazníkem je Německo, dále Rakousko či Nizozemsko. Grund zaměstnává kolem dvou set lidí.

Na tenkém ledě

V OP Prostějov se o bod zlomu postaraly neúnosné náklady. "Všechny uvedené vlivy, silná koruna, čínská konkurence, tlaky na výdaje, nedostatek kvalifikovaného personálu, začaly drasticky působit právě letos," líčí Milivoj Žák.

Jenže oděvní "mohykán" dnes se zhruba 2300 zaměstnanci se rozhodl, že to nevzdá. Změnil strukturu vedení a rozdělil nové pravomoci. Z nejvyššího vedení odstoupil většinový majitel František Tuhý a ponechal si pouze kontrolní funkci v čele dozorčí rady.

Z Ruska podnik najal do pozice generálního ředitele uznávaného krizového manažera Pavla Cesneka. Milivoj Žák, obchodní náměstek, se stal šéfem představenstva. Přišel nový šéf marketingu Petr Žerníček. Ti všichni finišují s byznys plánem, který má OP Prostějov přenést do moderní doby.

"Chceme zachovat naši prestiž a velikost, rádi bychom protáhli podnik přes krizové období. Není to tak, že bychom neměli na výplaty, ale musíme si vytvořit nějaký odrazový můstek do budoucnosti," vysvětluje Žák. Jde o tanec na tenkém ledě. Zahraniční odběratelé se zdráhají potvrdit zakázky, OP Prostějov tak nemůže plánovat. Přesto si věří a počítá s desítkami milionů investic. "Budeme na tom pracovat. Výsledky by se měly dostavit zhruba za rok," odhaduje Žák.

Zaostřeno na dámy

Hlavním motivem není jenom přežít. Je jím i snaha udržet krok. Prostějovský oděvní podnik už vymyslel jak. Chce se během dvou tří let přeorientovat z výrobní firmy na obchodní s částečně zajištěnou výrobou.

OP Prostějov nyní provozuje v Česku a na Slovensku 126 prodejen s oděvy, a právě je považuje za svou přednost. Management si nechal zpracovat podrobnou analýzu silných a slabých stránek podniku. Zjistil, že značka OP Prostějov stále patří k nejznámějším, ale že má velké rezervy v dámské módě.

A tak příští rok na podzim přijde OP Prostějov na trh se dvěma novými kolekcemi. První má na starost jeden z nejznámějších českých návrhářských ateliérů - spekuluje se o pražském E.daniely. Druhou navrhnou lidé z italské Florencie. "Také pánskou módu bude mít na starost zahraniční osobnost. Chceme udělat posun směrem k evropskému standardu," upozorňuje Žák.

Série budou úzké, ceny nižší než dnes, a nemá jít o žádné extravagantní kousky. "Cílovou skupinou jsou ženy a muži mezi 30 až 55 lety," připojuje marketingový ředitel Žerníček.

Z analýzy vyplynul ještě jeden nedostatek: OP Prostějov se málo věnuje vlastní reklamě. Na marketing tudíž poplyne výrazně více peněz, každá řada dostane svou komunikační strategii. Změny vyjdou na desítky milionů korun.

Obleky na míru

Nejdynamičtější rozvoj očekávají prostějovští od byznysu takzvaných měřenek neboli obleků šitých na míru. Letos ušili těchto originálů na sto tisíc kusů, příští rok by jich mělo být o deset až patnáct procent více.

Prozatím se s tímto konceptem uplatňuje OP Prostějov zejména v Německu, Velké Británii, Francii a Skandinávii.

V těchto zemích má uzavřeny smlouvy se zakázkovými krejčími, kteří pošlou do Prostějova on-line zákaznickovy požadavky na materiál a střih. Součástí informace jsou klientovy míry.

V OP Prostějov zakázku zpracují, počítač sestaví střih a "vysekne" jednotlivé díly z látky. Pak přijde na řadu ruční práce.

V domácím prostředí nabízí obleky na míru jediná prodejna v Praze Na Poříčí. Během následujících dvou let chtějí manažeři poskytovat "vysokou krejčovinu" ve všech velkých českých a moravských městech. Konkurence není vysoká. V Praze je to hlavně salon Adam a mnohem dražší italský výrobce Ermenegildo Zegna.

Ještě to netuší

Otázkou je, jak se podniku podaří získat kvalifikované a zkušené lidi. Musejí umět vzít nejen správnou míru, ale také poradit, jak jednotlivé kousky sladit.

"Skupina těch, kdo by dali přednost oblekům na míru, sílí. Ale oni o tom ještě nevědí, musíme je přesvědčit. Potenciál je především mezi manažery do 40 let, a pak také u lidí nestandardních velikostí," upřesňuje Milivoj Žák.

Jak dodává šéf výroby měřenek Bořivoj Klug, v posledních letech i v této oblasti posiluje B2B byznys. Oděvy na míru si objednávají různé banky či jiné společnosti pro celý topmanagement. "Uzavírají s námi partnerskou dohodu na určitou dobu. Naši poradci doporučí jednotlivým manažerům či manažerkám celý outfit, tedy nejen oblek, a to na míru tělesnou i na míru typu klienta," poznamenává.

Podobných jednorázových kontraktů OP Prostějov uzavřel několik desítek. Těch dlouhodobých, třeba na čtyři roky, je zatím jen několik.

Německá odnož

Dceřiná společnost Bernhardt Fashion, kterou získal OP Prostějov coby její dlouhodobý strategický partner v roce 2002, může dobře posloužit jako detektor nálady na západním trhu.

V průběhu několika let se vypracovala na jednu z předních společností v oboru masové konfekce, ale i individuálního ošacení.

"Máme čtyři roky stejnou obchodní a výrobní strategii, která se osvědčila. Důraz klademe na přesnost a kvalitu výrobku, na spolehlivost dodávek a zkracování termínů," sdělil ředitel Bernhardtů Michal Šmíd. Výrobu zajišťují kapacity OP Prostějov, projekt košil a halenek běží v součinnosti s firmou Janek z Rožnova pod Radhoštěm.

Výrobní škála jde od běžné pánské konfekce přes netypické velikosti po firemní oblečení a uniformy.

Prodej oděvů na míru se podílel loni na celkovém obratu 85 procenty, letos to má být 90 procent. "Poptávka po individuálních kusech stoupá. Nahrává jí i situace, že obchody jsou zahlceny často velmi podobným zbožím," říká Šmíd.

O třetinu méně

Výbornou marketingovou příležitostí jsou pro OP Prostějov kontrakty s Českým olympijským výborem či ČSA. V navržených kolekcích pro sportovce nebo letušky a piloty mohou prostějovští designéři více uplatnit autorské prvky.

Konsolidované tržby OP Prostějov se letos propadnou o pětinu na dvě miliardy korun. "Kvůli silné koruně jsme přišli o třicet procent tržeb, což se ovšem promítlo hlavně do ziskovosti. Další pětinu zakázek jsme museli odmítnout, protože už nebyly lukrativní," netají se Žák.

Přes miliardu korun vynáší vlastní obchodní síť, zbytek jsou příjmy z výroby. Ta jde ze sedmdesáti procent do zahraničí. Měřenky se na výrobních tržbách podílejí asi dvaceti procenty.

Vývoj v příštím roce odhadují v Prostějově ztěžka. Předběžných zakázek je dostatek, ale potvrzených málo. "To je příznačné pro finanční krizi. Zákazníci vyčkávají, co to dá," doplňuje předseda představenstva.

Výsledek nejistoty je očividný: špatně se plánuje.

Skoupili franšízy

Konfekční řadu pro maloobchod chce OP Prostějov šít stále více v zemích s nižšími výrobními náklady. Počítá i nadále se spoluprací s předními evropskými značkami, jako jsou Hugo Boss či Wilvorst. "Prostě s těmi, které jsou ochotny zaplatit vysokou cenu za řemeslnou kvalitu," připomíná Žák.

Koncept hledání spolehlivých partnerů zvolily i polistopadové oděvní síť pietro filipi a Blažek Praha.

Českou značku pietro filipi s příchutí italské módy založili před patnácti lety manželé Hendrychovi. Zprvu fungovala na bázi velkoobchodu a franšizingu. Před osmi lety se management rozhodl pro odkoupení sítě tuzemských obchodů a přetvořil ji na vlastní.

Další peníze, 58 milionů korun, na rozvoj sítě přinesl firmě před třemi roky fond správy soukromého majetku Genesis. Dnes mu patří v módním domě sedmapadesát procent.

Pietro Filipi má v České republice devatenáct prodejen, dalších šest na Slovensku. Petr Hendrych cítí velký potenciál v zahraničí. Expandoval do Polska, Ruska, Pobaltí, Bulharska i Rumunska. Tvář značce propůjčila bývalá miss Helena Houdová a v souvislosti s uvedením kolekce návrhářky Kláry Nademlynské i modelka Tereza Maxová.

Loňské tržby firmy se sto osmdesáti zaměstnanci dosáhly 350 milionů korun, o pětinu více než v roce 2006.

Butik za butikem

Cestou budování vlastní značky se vydal v roce 1991 i tvůrce pánské klasické módy Blažek. Firmu založil Ladislav Blažek, tehdy ještě student ČVUT, s cílem změnit tehdejší úděsné pánské šatníky. Firmu budoval jako vertikální se širokou sítí dodavatelů. Ještě nedávno šil Blažek některé obleky právě v OP Prostějov.

Také společnost Blažek nejprve prodávala kolekce u jiných obchodníků, ale měla problémy s pohledávkami. Vytvořila tedy vlastní síť butiků. V posledních letech každoročně otevírá čtyři až pět nových obchodů. Blažek zaměstnává 120 lidí, loni tržby dosáhly 320 milionů korun, což představuje meziroční nárůst necelých sedm procent.

Funkční prádlo

Šitím na míru se kromě několika drobných krejčovských salonů v tuzemsku vedle OP Prostějov od roku 2000 zabývá hlavně třeštský výrobce Vývoj. Nabízí je pod značkou Charmain Style. Dodává i profesní konfekci a sportovní oděvy včetně oblíbené nepromokavé technologie Gore-Tex.

Podnik exportuje osmdesát procent celkové produkce, zejména do západní Evropy. Loni jeho výkony poklesly o pětinu na 192 milionů korun. Firma se potýká s propadem efektivity, která jde tradičně z velké části na vrub silné koruny.

Jiří Kohoutek z textilní asociace připomíná, že velkou budoucnost má i takzvané funkční prádlo. "To je zatím pole neorané, ale vynáší zajímavé marže," glosuje.

V oboru se etablojí především Výzkumný ústav pletářský či Klimatex, který se může honosit titulem oficiálního dodavatele Českého olympijského výboru. Na funkční prádlo se část svého programu specializuje i jihočeský Jitex. K největším výrobcům v oboru patří pražská Moira.

Konec cenového podbízení

Renesancí v posledních letech prochází i tradiční výrobce spodního prádla Triola. Historie této firmy se datuje od roku 1919, avšak rok 2002 málem nepřežila a skončila v konkurzu stejně jako řada jiných českých textílek.

Nový management postavil odlišnou strategii založenou na neustálých inovacích, dokonalém servisu v podnikových prodejnách a nádechu luxusu v kolekcích YeeA a Charme. Triola se pustila i do výroby plavek. A hlavně pochopila, že s cenovým podbízením se nikam nedostane. Obrat podniku se sto šedesáti zaměstnanci loni dosáhl sta milionu korun, o jedenáct procent více než před rokem.

Nanovlákná na vzestupu

Textil ovšem nejsou jen oděvy, o hodně větší odbyt se odehrává v poli technických textílií. Však také tito výrobci obsazují první příčky v žebříčku největších textílek: Juta se čtyřmi miliardami tržeb, Kordárna s třemi a půl, Pegas Nonwovens s 3,2 miliardy korun.

V tomto oboru není cenový tlak a asijská konkurence až tak výrazná. Ovšem problémy mohou dopadat především na dodavatele autoprádny, který globální krize už sráží na kolena.

Jihočeská Kordárna vyrábí mimo jiné výztužné tkaniny do pneumatik. V tomto segmentu zaznamenává poklesy objednávek na příští rok. "Ovšem jen asi dvacet procent pneumatik se spotřebuje v prvovýrobě, většina jde na vrub nákupů druhých a dalších kol. Myslím, že výrobci prozatím jen vyčkávají, jak se budou koneční zákazníci chovat," míní ředitel podniku Martin Prachař.

Ovšem Kordárna stojí i dalších nohách. Vyrábí takzvané ségry, což jsou tkaniny pro dopravní pásy užívané třeba v těžbařském průmyslu, a u nich se žádná recese neprojevuje. Stejně tak je tomu i s třetím pilířem - produkcí geotextílií, jež nacházejí využití především v dopravním stavitelství.

Ani přes dramatické podzimní poklesy cen akcií na burze neprochází znojemský výrobce netkaných textílií Pegas Nonwovens žádnou drastickou krizí. Specializuje se totiž na produkci geotextílií a zdravotnického materiálu.

"Podnik má jednu z nejmodernějších linek v Evropě a značný růstový potenciál," soudí analytik společnosti Cyrrus Ondřej Moravanský.

Hudbou budoucnosti je i výroba nanovláken. O supermalých vláknech se hodně hovoří, ale zatím se do komerční podoby podařilo převést jen zlomek výzkumů českých vědců. "Je to velmi ambiciózní směr, ovšem zatím se jen dost málo umí projektovat finální vlastnosti tkanin, třeba prodyšnost," potvrzuje Kohoutek.

Země zaslíbená

Doby, kdy česká textilní výroba živila statisíce dělníků, jsou nenávratně pryč. A nikdo by je neměl chtít vrátit zpět - už při pohledu na průměrnou mzdu v odvětví, která se aktuálně pohybuje kolem "závratných" patnácti tisíc korun.

Přesto v oboru může profitovat řada firem s vlastníky či managementem, kteří vsadili na inovace, vývoj a podnikavost. "Oblíbeným příkladem je Nizozemsko. Tam nenajdete dílnu s padesáti šíčkami, přesto je v zemi přes devět set textilních firem. Jejich manažeři kontrolují design, logistiku, trh, ale vyrábějí někde jinde ve světě, kde se jim to více vyplatí," dodává Kohoutek.

Fakta o české textilní výrobě:

více než dvě třetiny produkce se vyváží

je charakteristická krátkým inovačním cyklem obměny výrobků má v ní vysoký podíl výroba v malých sériích, v posledních letech se uplatňuje i zakázková výroba od roku 1992 pravidelně klesá produkce odvětví cílovou skupinou inovací budou tyto tři skupiny produktů: módní a funkční oděvy, progresivní vlákna a zpracovatelské technologie a technické a průmyslové textilie

Pramen: MPO

Pro OP Prostějov je reklamou spolupráce s ČSA a s olympioniky.

36 miliard korun
dosáhly letos ke konci září tržby textilního průmyslu.

Technické textilie může srazit na kolena světová krize autoprůmyslu. TOP 10 Oděvních podniků (údaje za rok 2007)

TOP 10 Textilních podniků (údaje za rok 2007)

Název firmy Tržby Meziroční Počet
(v mil. Kč) změna (%) zaměstnanců

1. Oděvní podnik, Prostějov 1800 -14,3 3000
2. Tonak, Nový Jičín 478 -8,6 830
3. Pro Len, Šumperk 444 +38,3 104
4. Pietro Filipi 350 +19 186
5. Kožešnická a. s., Hlinsko 323 +44,2 189
6. Blažek Praha, Praha 320 +6,7 120
7. H&D, Prostějov 314 +92,6 128
8. Vývoj, Třešť 250 -3,8 250
9. Altreva, Třebíč 220 +11,1 243
10. Deva F-M, Frýdek-Místek 198 - 79

Název firmy Tržby Meziroční Počet

(v mil. Kč) změna (%) zaměstnanců

1. Juta, Dvůr Králové 4098 +16,5 1827
2. Kordárna, Velká nad Veličkou 3573 0 665
3. Pegas Nonwovens, Znojmo 3172 +0,9 300
4. Nová Mosilana, Brno 2700 -2,8 1149
5. Technolen, Lomnice 1625 0 670
6. Veba, Broumov 1458 +21,2 1346
7. Slezan, Frýdek-Místek 1432 +8,1 1885
8. Fezko, Strakonice 1426 +7,7 457

9. Schoeller, Litvínov 1385 +6,5 775

10. Pleas, Havlíčkův Brod 1365 +30 1574

Název zdroje: Mladá fronta Dnes
Datum vydání: 29.12.2008
Nadpis: Dostat přidáno? Zapomeňte
Strana: 3
Pořadí: 1
Mutace: Jižní Čechy
Rubrika: Jižní Čechy
Autor: LENKA ZIMMELOVÁ

PLATY V JIHOČESKÉM KRAJI V ROCE 2009 Většina zaměstnanců firem nemůže počítat s tím, že najde na výplatní pásce vyšší částku. Nejhorší situace je kvůli hospodářské krizi ve strojírenství a textilním průmyslu. Bude se propouštět.

Jižní Čechy - Vyšší platy? Tak takové vánoční přání zůstane pro většinu Jihočechů v příštím roce pouze snem. Kvůli finanční a hospodářské krizi o růstu mezd většina podniků v kraji vůbec neuvažuje. Desítky z nich místo toho omezují výrobu a část svých zaměstnanců propustí.

Tisíce lidí tráví nyní konec roku na nucené dovolené a to ještě patří k těm šťastnějším. Každým dnem totiž roste i počet těch, kteří vědí, že už se do práce nevrátí. Propouští masna ve Studené na Jindřichohradecku, Kovosvit v Sezimově Ústí nebo Silon v Plané nad Lužnicí. Úplně skončilo budějovické Motoco. Další firmy se rozloučily alespoň s pracovníky najatými přes agentury a vyčkávají, co nový rok přinese.

Například ze strojírenského Kovosvitu MAS odejde v nejbližší době zhruba sto z 889 zaměstnanců. Důvod? Pokles poptávky po jeho výrobcích v Česku i zahraničí. "Propuštění budou lidé, jejichž práce je přímo navázána na zrušené zakázky," informoval personální ředitel Josef Schamberger.

V Kovosvitu nyní kvůli celozávodní dovolené stroje stojí. Do práce se většina lidí vrátí až v polovině ledna. "O mzdách jsme zatím nejednali. Zdá se nám neetické nyní mluvit o platech, když musíme propouštět," dodal Schamberger.

Rozdají výpovědi Výpovědi v těchto dnech obdrželo také téměř 130 zaměstnanců společnosti Silon v Plané nad Lužnicí. Největší výrobce polyesterových vláken ve střední Evropě je silně závislý na dodávkách pro stavebnictví a automobilový průmysl. Vedení společnosti pokles odbytu odhadlo na třicet procent.

S tím, že příští rok pro něj bude mimořádně krušný, počítá i strakonický producent autotextilií firma **Fezko**. Na konci listopadu propustila první pracovníky. Poslední kolo snižování svých stavů očekává vedení podniku v prvním čtvrtletí příštího roku.

"Celkově se to bude týkat deseti procent zaměstnanců, tedy zhruba padesáti lidí. Uvidíme ale, jaký bude další vývoj. Nevylučuji proto, že propuštěných může být až dvakrát víc," řekl generální ředitel společnosti Milan Kohout.

Firma zatím jednání o platech s odboráři neukončila. Upozorňuje, že případný růst bude ale naprosto minimální. Už za měsíc uzavře část své výroby masokombinát ve Studené na Jindřichohradecku, který tak opustí asi sto lidí. "Zhruba čtvrtina z nich přejde do Masa Planá nebo Kosteleckých uzenin. Na úřadu práce by mělo skončit zhruba šedesát lidí," odhadl ředitel firmy Maso Planá, pod níž masokombinát ve Studené spadá, Emil Kasper.

Ani tato firma s růstem mezd v příštím roce nepočítá. "Všichni předpovídají, že cena potravin bude klesat. Naopak voda a elektřina zdraží, takže náklady na výrobu se zvýší. Letos jsme kvůli úsporám dokonce nedávali ani třináctý plat," dodal Kasper.

Naopak vyšší cifru na výplatních páskách příští rok najdou zaměstnanci českobudějovické továrny Robert Bosch. Podnik jim přidá šest procent.

Novou kolektivní smlouvu už uzavřela se svými pracovníky také energetická společnost E. ON. Ta lidem zaručuje růst mezd o dvě procenta nad inflaci.

Už nyní jsou přitom platy lidí z této firmy nadprůměrné. Zatímco běžný Jihočech si ve třetím čtvrtletí letošního roku vydělal 20 148 korun, v E. ONu už minulém roce přesáhl průměrný plat 35 tisíc.

Maximálně o čtyři procenta odhaduje zvýšení mezd v příštím roce největší tuzemský výrobce autosvíček Brisk Tábor. Přitom letos vzrostly platy většině zaměstnanců i o více než deset procent. "Ve hře jsou dvě varianty. Bud' snížíme počet lidí, a tím získáme peníze na platy, nebo - a to je pravděpodobnější varianta, zajistíme rovnováhu

firmy a začneme pracovat na nových úkolech. Každý rozumný člověk musí pochopit, že máme před sebou z pohledu krize nejhorší rok," sdělil majitel společnosti Mojmir Čapka.

Problémy související s hospodářskou krizí si velmi dobře uvědomují i odboráři. Proto většina z nich na růst mezd příliš netlačí. Spíše se snaží zabránit dalšímu propouštění. "V našem odvětví končí ve většině firem kolektivní smlouva až v březnu. Na vyjednávání je tedy ještě čas. Společností, kde příští rok vzrostou reálné mzdy, ale moc nebude," uvedl předseda odborového svazu KOVO v Jihočeském kraji Jan Švec.

I on je přesvědčený, že většina zástupců zaměstnanců dá před platy přednost zachování pracovních míst. "Bude zásadní, jak se situace vyvine příští rok. Zatím žádné další propouštění hlášené nemáme, ale to se může v lednu změnit," doplnil Švec.

Kromě nízkých platů, které pokulhávají za celorepublikovým průměrem o tři tisíce korun měsíčně, budou mít Jihočeši v příštím roce problémy i se sháněním nové práce. Jen v listopadu totiž poklesla nabídka volných míst v kraji o šestinu na pět tisíc pozic. Nezaměstnaných naopak v kraji o zhruba šest set přibylo.

"Firmy nyní zatím spíše vyčkávají. Letošní rok byl mimořádný, jak nízkou nezaměstnaností, tak i vysokou poptávkou po pracovnících. Příští rok určitě dojde k zhoršení, ale zastáncem žádných katastrofických scénářů nejsem. Počítám, že počet lidí bez práce se zvýší o desetiny procenta," konstatoval Vladimír Brablec z budějovického úřadu práce.

* Platy

jihočeské firmy - výběr

plat 2008 nárůst 2009

ČZ, Strakonice

19150 Kč 0%

DURA Automotive, Blatná

20 500 Kč 2%

Brisk, Tábor

19 000 Kč 4%

Lira, Český Krumlov

19 500Kč 0%

Průměrný plat v kraji 20 148 Kč

* Zaměstnanost

v Jihočeském kraji

Nezaměstnaní 15 121

Míra nezaměstnanosti 4,1%

Volná pracovní místa 5 055

Pozn: Údaje za listopad 2008

"Každý rozumný člověk musí pochopit, že máme před sebou z pohledu krize nejhorší rok." Mojmir Čapka, Brisk Tábor

Foto popis: ANI KORUNU. S nulovým navýšením platu musejí počítat například zaměstnanci Liry v Krumlově.

Foto Autor - Foto - MAFA - SLAVOMÍR KUBEŠ

O autorovi: LENKA ZIMMELOVÁ, s přispěním Václava Janouše

Regionální mutace | Mladá fronta DNES - jižní Čechy