

**TÉMA: KULTURNÍ PROJEKTY
VE STRATEGIÍCH FIREM**

**Byznys? Ano.
Ale zajímá mě
také změna
volebního systému,
říká Martin
Wichterle**



CSR fórum

8/2012 ČASOPIS O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI FIREM / VYDÁVÁ PUBLICON

Michaela Chaloupková Kvóty na ženy ve vedení firem jsou nesmysl

**Říká ředitelka
Divize nákup
Skupiny ČEZ
a jediná žena
v představenstvu
ČEZ, a.s.**





10 Proč není kultura atrakcí pro firmy

České firmy věnují ročně 2,5 miliardy korun formou darů. Z toho však celých 700 milionů korun věnuje pouhých 12 významných firem. Pokud se týká směřování firemních prostředků, nejvíce peněz plyne v České republice do podpory vzdělávání a finanční gramotnosti (viz tabulka). Kultura je na pátém místě. Vzhledem k tomu, že dary uplatňované formou daňového odpočtu dosahují zhruba 1/3 prostředků, které získají neziskové organizace z veřejných zdrojů, existuje mezi jednotlivými organizacemi i celými oblastmi konkurenční soutěž.

16 Kvóty na ženy ve vedení firem jsou nesmysl

„Šéfka nákupu? Když se mě někdo zvenčí zeptá, co vlastně dělám, s úsměvem mu řeknu: mám odpovědnost za nákup všeho, co ČEZ potřebuje pro svou existenci. Od kancelářských potřeb, přes auta, poradenské služby, opravy elektráren, uhlí, až po jaderné palivo. A spadá pode mne i nákup materiálu, stavba nových elektráren, či tendr na dostavbu Temelína,“ říká Michaela Chaloupková, ředitelka Divize nákup Skupiny ČEZ a jediná žena v představenstvu společnosti ČEZ.



20 90 minut CSR fóra o médiích, firmách a jejich vztazích

V pražském hotelu Holiday Inn KCP odstartovala na počátku října série diskusních snídaní, které organizuje náš časopis. První debata se věnovala otázkám odpovědnosti na pomezí světa médií a světa byznysu. Příštích „90 minut CSR fóra“ se koná 1. listopadu a tématem bude vztah mezi firmami a kulturními institucemi nebo projekty.

34 Kdo chce uspět v Číně, musí mít, co jiní nemají

Martin Wichterle řídí úspěšný byznys, respektovanou firmu, s níž i světoví hráči jednají jako rovný s rovným. I peněz vydělal dost na to, aby zajistil celou svou rodinu, takže má všechny důvody ke spokojenosti. Přesto mu není lhostejné, co se kolem něj děje, a nedávno se proto stal signatářem Výzvy za přímou volbu poslanců. Iniciativa vyzývá poslance a senátory, aby začali jednat o změně volebního systému na většinový, který by umožnil voličům už ve volbách 2014 hlasovat pro jednotlivé kandidáty a politické strany donutil navrhovat skutečné osobnosti.



Kvóty na ženy ve vede

Říká Michaela Chaloupková, ředitelka Divize nákup Skupiny



ní firem jsou nesmysl

ČEZ a jediná žena v představenstvu společnosti ČEZ

„Šéfka nákupu? Když se mě někdo zvenčí zeptá, co vlastně dělám, s úsměvem mu řeknu: mám odpovědnost za nákup všeho, co ČEZ potřebuje pro svou existenci. Od kancelářských potřeb, přes auta, poradenské služby, opravy elektráren, uhlí, až po jaderné palivo. A spadá pode mne i nákup materiálu, stavba nových elektráren, či tendr na dostavbu Temelína,“ říká Michaela Chaloupková.

Pokud vím, ČEZ nenakupoval vždycky centrálně...

Ne, takhle to nefunguje dlouho. Začal s tím Martin Roman, který do role šéfa nákupu jmenoval současného generálního ředitele Dana Beneše. Pak to převzal Ivan Lapin, který ovšem odešel do Severočeských dolů. Dříve si každá elektrárna mohla nakupovat sama, to se ale zrušilo a já jsem pokročila dokonce i do dceřiných společností, kterých máme asi patnáct. Teď nakupujeme i pro ně, čímž se centrální nákup dostal téměř na 100%. Můj tým je rozdělený komoditně, jedna parta lidí umí dobře nakupovat uhlí, jiná IT, další služby.

Kolik lidí pod vámi pracuje?

Momentálně je v divizi nákup 250 lidí a v dceřiné společnosti Logistika, která kupuje materiál pro výstavbu sítí, dalších 170 lidí. Mí přímí podřízení jsou v Praze, pak se to rozvětňuje až na detašovaná pracoviště ve všech elektrárnách a ve větších městech.

Znáte všechny své lidi osobně?

Osobně jsem se setkala se všemi na shromáždění Divize nákupu, ale ne všechny si pamatuji jménem. Obličejem snad ano.

Co by mi o centrálním nákupu řekli třeba v dceřiných společnostech nebo v elektrárnách?

Že se jim to nelíbí a že jsme jim vzali hračku. Jednak proto, že jednání a schůzky s dodavateli jsou zajímavé a většinou lidi baví. Pak i proto, že s odchodem nákupu odchází i jistá část moci. Snaha centralizovat nebyla zpočátku přijímána s radostí. Já to chápu, kolegové si mysleli, že to dělají nejlíp, já bych si to také myslela, kdybych byla na jejich místě. Ale výsledky jasně ukázaly, že centralizace byla správným krokem.

Foto: Filip Singer

Jaké výsledky – finanční? Jak je vlastně hodnocena Divize nákup?

Samozřejmě, že mezi naše klíčové ukazatele patří, kolik ušetříme. V případě výběrového řízení na stavbu Temelína jde i o splnění harmonogramu a hladký průběh tendru. A pro paliva jejich včasné zajištění za dobrou cenu – ať už jde o uran nebo o uhlí.

V jaké míře si mám představit vaši odpovědnost za výběr dodavatele pro Temelín?
Odpovídám za něj do okamžiku podpisu smlouvy. Pak si to převezme divize investice a ti budou dohlížet na stavbu jako takovou.

Ve veřejnosti myslím převládá názor, že výběr dodavatele pro dostavbu Temelína je z velké části politickou záležitostí, a až pak obchodní.

Není tomu tak. Vybírá se v souladu se zákonem: my jsme sepsali požadavky a podle nich budeme hodnotit nabídky. 50% tvoří technické záležitosti, 50% cena. Na základě tohoto hodnocení jasně vypadne, co je pro ČEZ lepší. Rozhodnutí je na představenstvu, ale to musí schválit ještě dozorčí rada a pak i valná hromada.

Takže konečné rozhodnutí může být politické...

Na valné hromadě má většinu stát a konečné rozhodnutí je na akcionáři.

Vraťme se tedy obecně k nákupu. Jak souvisí centralizace nákupu s protikorupčními snahami? Nebo nesouvisí?

Uznáváme v ČEZ pravidlo čtyř očí: každou smlouvu musí podepsat dva lidé, a nelze zaplatit fakturu, ke které by řádná smlouva nebo objednávka nebyla. A když říkám řádným způsobem, znamená to výběrovým řízením. Ostatně, vše je v našem systému dohledatelné. Všechny dokumenty jsou standardizované, není možné, aby si někdo jen tak podepsal smlouvu. V systému SAP, který tu máme, jsou vidět kroky všech lidí, kteří měli s daným nákupem cokoli do činění. To možnosti fraudu a jakékoli korupce snižuje.

Odhalujete případy či pokusy o korupci?

S ničím takovým jsem se nikdy nesetkala. Interní audity si náhodně vybírají ke kontrole obchodní případy, ale zatím se korupce nenašla, jen někdy se objeví chyby v papírování. Asi je to tím, že máme vnitřní i vnější kontrolu hodně přísně nastavenou.

Většina lidí si myslí, že ČEZ všechny a všechno válkuje. V nákupu se s tím musíte setkávat ještě častěji než v jiných divizích. Nevadí vám to?



Foto: Filip Singer

JUDr. Michaela Chaloupková, MBA Narozena 1975. Vystudovala Právnickou fakultu Západočeské univerzity v Plzni, absolvovala také Executive Master of Business Administration Program (MBA) na KATZ School of Business, University of Pittsburgh. Ve Skupině ČEZ působí od roku 2003. Od 1. ledna 2007 byla ředitelkou sekce Integrovaný nákup, od 1. 1. 2012 je ředitelkou Divize nákup. Od 20. 10. 2011 je členkou představenstva společnosti ČEZ.

Mrzí mě to. Historické povědomí lidí opravdu je, že všechno válkujeme, ale to není pravda, je mnoho alternativních možností, jak nakupovat energie. A málo se ví o aktivitách, které děláme, o projektech typu Oranžové hřiště, Oranžové schody, a také o tom, že jsme byli a předpokládám, že znovu budeme největší donátor v ČR. Jedna zpráva v novinách, typu „zase nám ten ČEZ zdražil energii“, zatluče všechny dobré zprávy.

Jsem si jistý, že většina lidí už oranžové projekty zná, ale lidé vnímají třeba cenovou politiku nezávisle na veřejně prospěšných projektech. Ostatně, pomáhají CSR aktivity nějak vašemu postavení v odběratelských vztazích?

Nepomáhají. Upřímně, většinu dodavatelů je ukradené, co veřejně prospěšného děláme. Když my nakupujeme, všichni se nám snaží prodat maximum zboží a služeb za maximální cenu.

A snažíte se naopak vy ovlivňovat dodavatele z hlediska odpovědného přístupu?

Koho si dodavatel bere za subdodavatele, to bohužel neovlivníme, ale trváme na tom, aby obchodní partneři měli zavedeny systémy kontroly kvality, ochrany životního prostředí, díváme se na to, zda poskytují

práci znevýhodněným občanům. Toto vše dáváme do kritérií pro zakázky. To, co je dodavatelům jedno u nás, nám jedno není.

Takže se může stát, že nenakupíte od někoho, kdo neprojde kritérii odpovědného podnikání?

Přesně tak.

Říkáte, že navenek se dobročinné aktivity ČEZ projevují méně, než byste si přála. A dovnitř?

To je úplně jiné! Když jsme přišli třeba s projektem firemního dobrovolnictví, říkala jsem si sama pro sebe, že to nebude fungovat. Komu se bude chtít na brigádu? A pak jsem byla tak překvapená, kolik lidí nejen tady v Praze v centrále, ale i v regionech, do dobrovolnictví šlo. Lidé to stmeluje a jsou na sebe i na ČEZ pyšní.

Jaká je vlastně vaše profesionální cesta – do představenstva ČEZ se nedostane každý...

Já jsem nastoupila do ČEZ před devíti lety na pozici nákupního referenta. Což je úplně ta nejnižší pozice, která v nákupu existuje. Nakupovala jsem tužky, auta, věci do kanceláří. Myslím, že jsem příkladem, že i v rámci této společnosti lze stoupat po pozicích, že nemusíte přijít zvenčí. Ostatně, všichni lidé na pozicích u mě v

nákupu, které jsou jeden stupeň pod představenstvem, jsou odchovanci ČEZ. A pár kolegu je i z elektráren.

Vy jste v představenstvu jediná žena, že. Nebojíte se tam mezi tolika muži? Nebojím, proč?

Přece jen, ČEZ je taková maskulinní společnost... A co bude vlastně ČEZ dělat, když Komise schválí zákon na kvóty žen ve vedeních firem?

Snad to neschválí. Je to nesmyslné. Teď vyjadřuji svůj názor a nikoli oficiální stanovisko firmy, ale podle mě se mají ženám nabídnout jiné formy pomoci. Já jsem se mohla dostat na současnou pozici jenom díky podmínkám, které mi firma vytvořila, a díky podpoře v rodině.

Sice máte na starosti nákup, ale přinejmenším coby členku představenstva vás jistě zajímá celková strategie ČEZ. V posledních letech se často zdálo, že se ČEZ na něco vrhnul, jako třeba na elektromobily, a pak bylo najednou spíš ticho... Na čem by měl podle vás ČEZ postavit budoucnost v příštích deseti letech?

To, co popisujete, je vývoj. My musíme reagovat na to, co nám přináší legislativa, Evropská unie, vnější vlivy, a pak se to možná zvenčí jeví, jako že v tom plujeme. Všechny věci, které jsme začali, tady jsou. Možná jim v komunikaci není dána taková

míra důležitosti, ale všechny projekty běží dál. Pokud jde o ten konkrétní příklad – stavíme dobíjecí stanice, myslím, že jich je asi padesát, ale prostě teď silněji komunikujeme jiná témata.

Podobné výkyvy jsou ovšem cítit třeba v otázce obnovitelných zdrojů...

Důležitá je pro nás diverzifikace portfolia a jsme rádi, že existuje podpora jádra. Zároveň víme, že centralizovaná dodávka energie nemusí být v budoucnu nejhodnější, takže se na to díváme tak, že je nutné doplnit centralizovanou dodávku regionálními centry dodávek elektrické energie. Máme novou společnost ČEZ ENERGO, která se zabývá tzv. kogenerací. Vidíme v ní náš další prostor, kam se vrhnout; do úspor energií.

Je v zájmu ČEZ, aby byla některá místa energeticky soběstačná?

Určitě, pokud v tom byznysu budeme pořád. Zajímá nás i spalování biomasy a zabýváme se nahrazováním určitých uhelných zdrojů právě kogenerací, anebo menšími zdroji, jako jsou třeba elektrárničky na biomasu. A jak asi víte, stavíme nový plynový zdroj, elektrárnu v Počeradech.

Jaká je vaše realistická představa o zdrojích uhlí v České republice?

Těžební limity nejsou prolomené, v tomto

nelze spekulovat. Stejně jako vy pracujeme jen s veřejně známými údaji.

A jaký bude osud investic ČEZ v zahraničí?

Zachováme si zahraniční akvizice, které jsme udělali, kromě Albánie. Regulační podmínky, které tamní vláda nastavila, jsou nepřijatelné. Jednáme tedy o odchodu. U ostatních předpokládám, že zůstaneme, ale žádné další neplánujeme. Rozhodli jsme se, že naše investiční aktivity vrátíme zpět do ČR.

I když člověk nemá předsudky, asi nepovažuje ČEZ za vizionářskou firmu, hledající nové druhy energie, nová řešení, či v nadšázce, nový svět. Energetické společnosti bývají konzervativní, ale není to škoda?

Myslím si, že to, co říkáte, by pro nás mělo být nakopnutí, abychom s tím něco podnikli. Protože my jsme takoví, jsme vizionáři. Musíme to lépe komunikovat, aby to společnost věděla. Máme samozřejmě tým, který se zabývá výzkumem, ale spíše podporujeme projekty formou spolufinancování. Takto finančně podporujeme několik projektů, zaměřených zejména na účinnější spalování uhlí, ale třeba i biomasy, plynu, či komunálního odpadu.

■ Michal Růžička

— INZERCE —

KDO JE TERIBEAR?

TERIBEAR je „měda hrdina“ a současně hlavní symbol stejnojmenného projektu Nadace Terezy Maxové dětem. Symbol mědi v sobě vhodně spojuje dětskou tematiku se současným módním trendem.

CO JE CÍLEM PROJEKTU?

Cílem projektu je inovativním způsobem podpořit dobrou věc. Speciální design, kvalitní produkt, limitovaná edice, pevně stanovený příspěvek na pomoc znevýhodněným dětem – to jsou klíčové atributy unikátní kolekce, která je primárně určena pro B2B trh a posléze i pro nejširší veřejnost.

UNIKÁTNÍ KOLEKCE TERIBEAR 2012

TERIBEAR DŮŽA NA MED



TERIBEAR SŮL DO KOUPELE



TERIBEAR ČAJ



TERIBEAR HRNEČEK



TERIBEAR FONDUE



TERIBEAR DIÁŘ, STOLNÍ A RODINNÝ KALENÁŘ




VÝHODY DÁRKU TERIBEAR

1. Originální design
2. Limitovaná kolekce
3. Certifikovaná kvalita
4. Transparentnost příspěvku
5. Možnost odpočtu příspěvku ze základu daně
6. Neotřelá pomoc opuštěným dětem v České republice
7. Uvedení firmy v seznamu dárců, na webu a výroční zprávě

Tyto dárky s přidanou hodnotou určitě zvýší respekt Vaší společnosti. Obchodní partneři nebo zákazníci Vás budou vnímat jako společensky odpovědnou firmu, která není lhostejná k problémům dětí, které vyrůstají v ústavní péči.

Kontakt nadace: Nadace Terezy Maxové dětem, info@terezamaxovadetem.cz, www.terezamaxovadetem.cz, www.teribear.cz

Kontakt distributor: BRAND CONCEPT s.r.o., info@brandconcept.cz, www.brandconcept.cz, objednat na: www.trendybrandy.cz