

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Máme značný potenciál prosperity a stability, který leží ladem

Firmám se u nás nelíbí mnoho věcí. Zatěžuje je úřednická byrokracie, dráždí je nesmyslné usměrňování, prostor k podnikání se zužuje, nápady se derou na světlo boží zbytečně komplikovaně. Zaměstnavatelé se potýkají s omezeným manévrovacím prostorem, trh práce je svazován dalšími nařízeními a je čím dál méně pružný přesto, že je potřeba opak. Nadšení se v businessu často mění v nechut měnit svět, tak trochu v rezignaci. Profesionální skupení se snaží zájmy firem obhajovat, něco se podaří, něco však vůbec ne.

Zdravý selský rozum se utápí v regulaci, laciné zásahy vlády znevažují vydanou energii lídrů průmyslu, zemědělství, služeb. Učebnice ekonomie sem tam už neplatí, historické zkušenosti nebereme dostatečně v úvahu. To se může vymstít. Tak jsem si shrnula poznatky z vystoupení Pavla Kysilky, někdejšího šéfa České národní banky, spoluzakladatele firmy 6D Services. s.r.o. Svým pohledem na českou ekonomiku zaujal přítomné na celostátní konferenci SYMA v dubnu v Mladé Boleslavi, kterou uspořádala Česká společnost pro jakost. Při této příležitosti jsem se ho zeptala:

Od vlády k vládě klesá ekonomická kompetence a stále víc jsme ve vleku ideologických konceptů současné Evropy. Rádoby zelené, genderové, politicky korektní a další ideologie se promítají do zmatených energetických, finančních, pracovních, bezpečnostních, protitřních, sociálních, zemědělských, zdravotních a jiných konceptů.

Jak hodnotíte stav české ekonomiky? A co lze v nejbližších letech očekávat?

Neprožíváme zrovna moc dobré období a nerýsuje se ani politické východisko. Nejbolestivějším je asi fakt, že máme značný potenciál prosperity a stability, který ale leží ladem. Zažíváme příliš mnoho nerovnováh a krizí, které mohou přerůst v kolaps.



Pavel Kysilka, spoluzakladatel firmy 6D Services. s.r.o.

Proč tomu tak je?

Hlubinná příčina vězí jako vždy v politické oblasti. Od vlády k vládě klesá ekonomická kompetence a stále víc jsme ve vleku ideologických konceptů současné Evropy. Rádoby zelené, genderové, politicky korektní a další ideologie se promítají do zmatených energetických, finančních, pracovních, bezpečnostních, protitřních, sociálních, zemědělských, zdravotních a jiných konceptů. Jejich výsledkem je destabilizace celého společenského systému, ekonomická stagnace, absolutní chudnutí nižších a středních vrstev, energetická a inflační krize.

Co nás brzdí, co brání rozvoji podnikání? Víte, že poukazujete například na neúměrnou byrokracii...

Minulé vlády vyluxovaly trh práce, desítky tisíc lidí dnes chybí v produktivní ekonomice, stojí nás desítky miliard korun ročně na mzdách a dalších nákladech a brzdí práci a podnikání tvorbou neúnosné regulační zátěže a kontrolor-

ství. Podobně zhoubně působí businessové dotace, které vytvářejí neuvěřitelné plýtvání zdroji a zatěžují rozpočet stovkami miliard ročně. Současná vláda s tím přes svoje sliby nic nedělá, naopak některé regulační produkty z její dílny jsou k neuvěření.

A dalo by se to v dohledné době změnit?

Z odborného hlediska ano, intelektuálně to není žádný hlavolam, prakticky by šlo spoustu věcí udělat hned. Ale to záleží na voličích.

Na nedávné konferenci SYMA, kterou pořádala Česká společnost pro jakost v Mladé Boleslavi, jste nastínil, že postcovidová globalizace přinese zvýšení nákladů na výrobu, business, vlastně na cokoli. Není to příliš pesimistické?

Není. Už to nějaký rok probíhá a jedním z důsledků byla i ona vysoká hladina inflace.

pokračování na straně 4

K podpoře digitálních dovedností

Představitelé Svazu průmyslu a dopravy a České společnosti pro kybernetiku a informatiku podepsali v dubnu v Praze Memorandum o spolupráci při rozvoji digitálních kompetencí potřebných, požadovaných a očekávaných trhem práce.

Pro udržení konkurenceschopnosti a další rozvoj českého hospodářství i společnosti je důležitý rozvoj nejen profesních, ale také uživatelských digitálních kompetencí. Svaz průmyslu a dopravy ČR a Česká společnost pro kybernetiku a informatiku se shodují, že budoucí i současné zaměstnance i OSVČ je potřeba kvalitně připravovat na digitální revoluci, kterou aktuálně zažíváme. Zatímco ČSKI jako národní garant mezinárodního konceptu digitální gramotnosti a digitálních dovedností ECDL/ICDL má k dispozici tvrdá data, SP ČR může díky rozsáhlé síti členských subjektů tato data zprostředkovávat nejen firmám, ale také kriticky posuzovat úsilí a aktivity jednotlivých ministerstev a vlády v této oblasti.

Výsledky praktických zkoušek ECDL v oblasti školství aktuálně ukazují na nesoulad mezi snahou Ministerstva školství změnit systém vzdělávání v oblasti informačních a komunikačních technologií na základních a středních školách (tzv. malá revize RVP z roku 2021) a výsledky této snahy v oblasti praktických uživatelských digitálních dovedností absolventů škol.

„Data z mezinárodně standardizovaných zkoušek ECDL nám signalizují výrazný pokles počtu absolventů středních škol vybavených uživatelskými digitálními dovednostmi v takovém rozsahu, který je potřebný pro úspěšný vstup na trh práce. Protože mezinárodní koncept ECDL je zaměřen převážně na certifikaci uživatelských digitálních dovedností, můžeme jen spekulovat, zda je tento vývoj důsledkem plošného upřednostňování výuky profesních digitálních kompetencí využitelných často jen relativně úzkou skupinou žáků, kteří mají předpoklady najít profsní uplatnění v této oblasti,“ řekla prof. RNDr. Olga Štěpánková, CSc., předsedkyně ČSKI.

„Vzhledem k tomu, jak se výrazně mění požadavky na výkon práce i uživatelské potřeby, vnímáme snahu MŠMT o rozvoj profesních digitálních dovedností žáků jako neúčelnou, pokud není účinně doplňována také výukou potřebného rozsahu uživatelských digitálních dovedností,“ dodala Mgr. Milena Jabůrková, MA, viceprezidentka SP ČR pro digitální ekonomiku a vzdělávání. Právě toto téma bude první oblastí, na kterou se signatáři memoranda zaměří. (tz)

Najdete uvnitř listu

Kanceláře současnosti jsou od těch z minulého století k nepoznání **3**

Pokud bychom nebyli tahouny a inovátory, nedosáhli bychom úspěchů na zahraničních trzích **5**

Elektronické podání u Úřadu průmyslového vlastnictví **8**

Mnohé firmy chtějí získat certifikaci FSC, záleží jim na odpovědném lesním hospodaření **9**

Další příležitost, jak neplýtvat potravinami, nabídlo PENNY **11**

Našemu měsíčníku Prosperita je 25 let

Bilancování nikam nevede, vzpomínky jsou milejší. Prosperita před 25 lety, první název byl Podnikatel(ka) Manažer(ka), začínala v prostorách Svazu českých a moravských výrobních družstev, který tehdy vedl Jan Wiesner, dosavadní člen naší redakční rady. Byl to také on, který se odhodlal propůjčit svoji tvář naší první titulní stránce. Zrodilo se z toho přátelství.

Těžko spočítat, kolik nadějí, výzev, proher i radosti tohle čtvrtstoletí přineslo. Kolik jsme toho vymysleli, ještě více nápadů ale zůstalo ležet ladem, nebo časem vprchalo, jelikož jsme občas až příliš předbíhali dobu. K Prosperitě se přidalo mnoho tváří těch osobností české ekonomiky, které nám věřily, držely palce, fandily, lidé, kteří nás četli, vnímali, chválili i kritizovali.

Zformovala se krásná redakční rada, i když, žel, někteří již nejsou mezi námi, v jejímž rámci jsme organizovali veselé výpravy do myšlenkového neznáma, vedli debaty o budoucnosti podnikání, odvaze lídrů, o energii a vášni, kterou srdcaři do své práce dávají. V tom budeme pokračovat. V redakční radě vytrvali ti, kteří se snažili a snaží přeměnit svět k lepšímu, kteří bez takového adrenalinu nedokážou žít. Když jsme se přestěhovali po pár letech na dnešní adresu, v prostorách naší kanceláře vznikla další pracovní místa, nové a báječné vztahy, rodily se zde projekty a na svět přišly i naše dvě přílohy Madam Business a Fresh Time. Programovaly se další webové stránky, točila se videa s mnohostranným využitím, formovaly se dvě naše další

podnikatelské větve. A Prosperita stála u zrodu jedinečných aktivit, soutěží, stala se součástí řady mediálních partnerství, navazovala komunikaci s mnoha profesními skupením, což měla také ve vinku. Přinášelo to potěšení, seberealizaci, občas i nějaký ten průšvih. Chybám a omylům vděčíme za mnohá poznání.

Neslavíme tak, jak by se od nás možná očekávalo. Raději pracujeme dál a věříme, že i tištěná média mají stále svou roli v našem úspěšném čase. A novinový papír, přece jen, stále pomáhá psát historii složenou z tepu našich srdcí. Může i dnes stát důstojně po boku online titulů, může mapovat to dobré, co si zaslouží pochvalu, co slouží k inspiraci.

Eva Brixí, šéfredaktorka

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Prosperita je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentacím formou článků a rozhovorů nebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

www.iprosperita.cz,
www.madambusiness.cz, www.freshtime.cz

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164
e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 7. května 2024

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brixix@iprosperita.cz

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
a www.freshtime.cz

mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Bc. Kateřina Šimková, redaktorka a mediální konzultantka
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Příjem inzercí: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem . Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzertem pro výrobu a otištění inzercí odpovídá inzert.

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
Modřická 334/63, 664 48 Moravany

Časopis je v roce 2024 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255. Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
NEWTON Media a.s.



■ s Úřadem
průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností
pro jakost



Komunikujme a hledějme
ta nejlepší řešení pro vás.

PROSPERITA®
Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
BUSINESS**
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
TIME**
PROSPERITA

www.freshtime.cz

Změna údajů pro zaslání a odhlášení ze zaslání časopisu Prosperita a příloh

Došlo-li ke změně vašich údajů pro zaslání našeho časopisu (adresa, název společnosti, jméno atd.), můžete nám zaslat žádost o aktualizaci svých údajů na zasilani@iprosperita.cz. Vaše údaje upravíme na správně.

V případě, že o zaslání již nemáte zájem, napište nám svůj požadavek, včetně svých údajů z adresního štítku, na zasilani@iprosperita.cz. Dodávání časopisu poté zrušíme.

Pokud byste potřebovali větší počet výtisků aktuálního vydání, dejte nám vědět alespoň s měsíčním předstihem, rádi vyjdeme vstříc.

S tužkou za uchem

Optimismus zdarma

Naděje umírá poslední, říká se. A záranky se dějí. Víra v dobrý konec zlého začátku nás nepouští, pohádky totiž potřebujeme. I my, dospěláci. Optimismus přináší energii. Je to motor, který nejede naprázdno. I když světem hřmí konflikty, vlády, firmy i lidi se perou o cokoli, ať už to jsou velké, či miniaturní hodnoty, nebo to, co hodnotou nemá vůbec. A vznikají otázky, na které si ne vždy dokážeme včas odpovědět. Hledat řešení je však pud sebezáchovy. Tak proč ho nevyužívat, když je zadarmo? **Eva Brixí**

Zaujalo nás

Slavia expanduje do Holandska

Pojištění Slavia pojišťovna vstupuje na zahraniční trh. Nemíří však na východ jako jiné pojišťovny, ale na opačnou stranu – do Holandska. V Haagu sídlí společnost HERA Life totiž bude prodávat její povinné ručení, havarijní pojištění a připojištění upravené pro holandský trh. HERA Life, která se dříve zabývala pouze životním pojištěním, s ohledem na tento fakt rozšířila svoji licenci i pro oblast neživotního pojištění a působí jako autorizovaný zástupce Slavia pojišťovny z České republiky.

„První smlouvy začneme uzavírat zhruba v polovině letošního roku,“ řekl generální ředitel a předseda představenstva Slavia pojišťovny Karel Waissler. „V uplynulých měsících jsme si společně s holandskými pojišťovacími matematiky a produktovými specialisty přesně definovali požadavky na holandskou verzi našeho retailového autopojištění a nyní zahajujeme pilotní fázi tohoto společného projektu,“ dodal Waissler.

„Holandsko jsme si vybrali proto, že jde o velmi liberální zemi, která podnikání vnímá jako rovnocenný vztah mezi zákazníky a poskytovateli pojišťovacích služeb,“ sdělil majitel skupiny SPGroup, jejíž součástí je i Slavia pojišťovna, Pavel Sehnal a dodal: „Druhým důvodem je to, že naprostá většina lidí žijících v Nizozemsku mluví dobře anglicky, což spolupráci na mezinárodní úrovni usnadňuje.“ (tz)

Mediální partnerství v roce 2024

1. Soutěž Ambasador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2024
4. Soutěž Česká chuťovka 2024
5. Projekt Inspiromat – Klub manažerek
6. Konference SYMA
7. Konference Dny kvality 2024
8. Soutěž Hvězda GERnetíc ČR a SR
9. KZPS: Předvolební debata lídrů kandidátek do Evropského parlamentu 2024

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, brand manager FlowBEAUTY s.r.o.
- **Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**, viceprezident České manažerské asociace
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, členka Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy JaJa Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- **David Kubla**, ředitel úseku spolkových činností a propagace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksí, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.

Apelujeme na urychlenou implementaci změn v systému EU ETS

Vláda ČR v březnu již poněkolkáté neschválila novelu zákona o podmínkách obchodování s povolenkami na emise skleníkových plynů. To ohrožuje efektivní čerpání dostupných financí z výnosů z obchodování, ale rovněž implementaci systému EU ETS 2. Svaz apeluje na brzké dořešení obou těchto otázek.

Do konce roku 2023 měly být do českého právního řádu transponovány změny směrnice o vytvoření systému pro obchodování s povolenkami na emise skleníkových plynů. Ty měly implementovat nová pravidla v dosavadním systému EU ETS 1 týkající se účelu využití výnosů z obchodování s povolenkami, bezplatného přidělování povolenek nebo plánů klimatické neutrality, ale také zcela nový systém EU ETS 2 pro budovy a dopravu. Zákon však byl v březnu už podruhé stažen z jednání vlády.

„Podle nám dostupných informací se implementace odložila kvůli přetrvávajícímu rozporu ohledně způsobu využití výnosů z obchodování s emisními povolenkami,“ vysvětlil Bohuslav Čížek, zástupce generálního ředitele Svazu průmyslu a dopravy a ředitel Sekce hospodářské politiky. „Zpoždění však už teď ohrožuje investiční a podnikatelské prostředí, jelikož na využití vý-

nosů jsou navázány dotační tituly, které tak firmy nemohou využívat. Hrozí tak, že nebude možné včas realizovat některé plánované projekty v oblasti průmyslu a energetiky. Apelujeme proto na vládu ČR, aby rozpor urychleně vyřešila a oba předpisy neprodleně posunula dále v legislativním procesu,“ dodal Bohuslav Čížek.

Svaz průmyslu zároveň delší dobu zdůrazňuje, že dostupné výnosy z povolenek by měly být plně využity prostřednictvím fondů pro účely modernizace a rozvoje energetiky, průmyslu, na klimatická opatření a na kompenzace nepřímých nákladů pro dotčený průmysl. Zpoždění v implementaci systému EU ETS 2, které s novelou souvisí, sebou také nese nemalá rizika. Podle směrnice by už od 1. ledna 2025 neměla být fosilní paliva dodávána na trh bez příslušného povolení uděleného na základě předloženého monitorovacího plánu. Dodavatelé by také měli začít vykazovat emise svých zákazníků a připravit se na ostrý start systému v roce 2027. Bez znalosti konkrétních povinností se na to ale firmy nemohou dopředu připravit.

„Dodavatelé mají odůvodněnou obavu nejen s ohledem na dodávky pro český trh, ale i kvůli jejich působnosti v zahraničí. Není jasné, jak by k absenci povolení přistupovaly orgány v ČR, a zejména pak v okolních zemích,“ podotkl Bohuslav Čížek. (tz)

Lázně Luhačovice byly uvedeny do Síně slávy žebříčku Diamanty českého byznysu

Lázně Luhačovice, a.s., byly zařazeny do prestižní Síně slávy žebříčku Diamanty českého byznysu pro Zlínský kraj. Ocenění bylo předáno na slavnostním večeru 9. dubna v Hotelu Courtyard by Marriott v Brně. Do užšího výběru byly Lázně Luhačovice, a.s., zařazeny společností Dun & Bradstreet podle dlouhodobě daných parametrů. Finální výběr následně učinila odborná komise, která ocenila Lázně Luhačovice, a.s., nejen za jejich ekonomické úspěchy, ale především za naplňování odpovědného podnikání a jejich závazek k udržitelnosti provozu, ekologickým hodnotám, úspěchu v tradičních odvětvích a za významný přínos k rozvoji regionu. Zařazení žebříčku udělila Hospodářská komora ČR a ČVUT Praha. Ocenění převzal generální ředitel Ing. Jiří Dědek, MBA, který v této souvislosti sdělil: „Ocenění vnímáme jako potvrzení správnosti naší dlouhodobé strategie jít cestou odpovědného podnikání v lázeňství a cestovním ruchu. V naší společnosti klademe velký důraz na kvalitu služeb, proklientský přístup, udržitelnost a inovace. Věříme, že úspěch v těchto oblastech je klíčem nejen k ekonomické prosperitě, ale je přínosem i pro celé Luhačovice. Příkladem je dlouhodobá péče o přírodní minerální zdroje, kterých naše společnost spravuje deset ze třinácti. Společenská odpovědnost jsou v našem podání především investice do veřejných prostor. Tedy těch, které využívají nejen klienti naší společnosti, ale všichni návštěvníci Luhačovic. V ekonomicky náročných letech jsme provedli revitalizaci zeleně v lázeňském areálu, v roce 2019 byla dokončena rekonstrukce lázeňské kolonády a haly Vincentka. Neaktuálnějším počinem je záchrana a rekonstrukce areálu Jurkovičových Slunečních lázní.“ (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

hlavní
partneři:



partner plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 25 let!

Kanceláře současnosti jsou od těch z minulého století k nepoznání



Obklopit se nábytkem, který nám vyhovuje, líbí se nám, přidává dobrou náladu, uklidňuje, nebo naopak přináší povzbudivou energii, to je asi běžné. Jen si to někdy ne příliš výrazně uvědomujeme. Mnoho firem ale zařizuje své kancelářské prostory s ohledem na image, originalitu, nápaditost. Důležitá je ergonomie, vhodná repre-

zentace, i rozpočet, s nímž vše to, co potřebujeme, pořídíme. Podobně to je s našimi interiéry doma. Co domácnost, to jiný duch, který o nás vypovídá víc, než tušíme. Je také z čeho vybírat. Ať už jsme racionální minimalisté, nebo rozverní provokatéři, ať preferujeme špičkovou kvalitu, nebo spíš nápad, který volá po dotažení. Českým nábytkem vybavujeme dětské pokojíčky stejně jako recepce firem, kavárničky, bistra i cukrárny. Kanceláře velké i malé, v nichž se pracuje skoro nepřetržitě nebo jen párkrát do měsíce. Jak si však vedou čeští nábytkáři? O tom informoval tajemník Asociace českých nábytkářů Tomáš Lukeš:



Z předávání cen NÁBYTEK ROKU 2024 v Praze, vlevo Tomáš Lukeš, tajemník Asociace českých nábytkářů

Dařilo se loni výrobcům nábytku?

Lze říci, že se výrobcům nábytku v loňském roce dařilo. I když je samozřejmě nutné přihlídnout k celkové ekonomické situaci, inflaci, výši úrokových sazeb, obavám na trhu atd. A v neposlední řadě je potřeba vzít v úvahu ekonomické výsledky v EU, a zejména v Německu. Zde je vidět propad exportu. A Německo je náš největší ekonomický partner, což platí i pro nábytek.

O čem hovoří čísla? Byl to lepší rok než ty vyslovené covidové?

Ano, rok 2023 byl lepší než covidový rok 2020, ale horší než rok 2021. Jsou to však čísla, která ukazují celkovou finanční hodnotu výroby. Nejsou to čísla zohledňující počty vyrobených kusů nebo tuny produkce. Takže by se dalo říct, že jsme skončili tak mezi dvěma covidovými lety.

Kam vyváží české firmy? Mohou být se svými výsledky spokojené?

Vývoz nám vloni poklesnul o 3,31 miliardy korun. To je poměrně dost velký skok dolů. Samozřejmě, export je náročná disciplína a rizika na cizích trzích jsou vždy vyšší než na trhu domácím. Hodnotit spokojenost firem je trochu ošidné. Záleží na tom, jak má firma nastavené cíle. A záleží pak na tom, nakolik cíle splnila. A nejdůležitější je v podnikání zisk. Takže hodnocení podle hospodářských výsledků za uplynulý rok by bylo výrazně přesnější.

Jsou konkurenceschopné na trhu za našimi hranicemi?

Konkurenceschopné za našimi hranicemi být musí, pokud tam vyváží. Otázkou je, jak silní na daných trzích čeští nábytkáři jsou. A v tom je

před našimi výrobci ještě poměrně dlouhá cesta. Je potřeba, aby se více zaměřili na budování vlastní značky. Případně, aby na zahraničním trhu vystupovali pod svou značkou (ta může být i odlišná od značky, kterou se prezentují na našem trhu).

Co pro své členy chystá letos asociace?

Právě podpora exportu je pro nás velká výzva. Spustili jsme nové webové stránky www.onabytku.cz. Stránky mají svou německou a anglickou mutaci, a to czechfurniture.de a czechfurniture.eu. Nyní stojíme před zadáním, jak tyto stránky, kde jsou různé články o firmách vyrábějících nábytek, na zahraničních trzích zviditelnit.

O čem vypověděla právě rozdaná ocenění NÁBYTEK ROKU 2024?

Myslím, že je to ukázka toho, že je u nás opravdu celá řada firem, které jdou svou vlastní nezávislou cestou. Maximálně se snaží přinášet svým zákazníkům to nejlepší z moderních trendů. Jsou to firmy, které neustále zlepšují nabídku svých produktů. Zároveň budují vlastní značku, spolupracují s designéry, mají vlastní marketing. Přistupují k zákazníkům otevřeně a seriózně.

Kancelářské sestavy získaly v posledních letech mnoho pozornosti jak odborníků, tak uživatelů. Změnil se tento nábytek hodně oproti minulému století? Co při jeho pořizování vyžadují investoři, co uživatelé?

Kanceláře současnosti jsou od těch z minulého století k nepoznání. Změnily se a z kvalitativně použitých materiálů. Změnila se dispozice pracovních míst. Zlepšil se uživatelský komfort. Dbá se

na ergonomii, zdravé sezení. Řada renomovaných firem s kancelářskými prostory nabízí svým zaměstnancům možnost pracovat ve stoje nebo zřizuje různé chill out zóny, zvukově odstíněné jednací kouty atp. Z investorského hlediska jsou požadovány různé typy certifikací, které garantují kvalitu nábytku nebo ekologickou šetrnost.

A jak se proměňuje pojetí domácího pracovního? Zajímá nás víc design, nebo funkčnost?

S covidem přišel opravdový boom domácích pracoven v tom smyslu, že se domácí pracoviště začala profesionalizovat. Řada lidí zjistila, že sedět celý den na kuchyňské židli není to „pravé ořechové“. A firmy přicházejí se stále sofistikovanějšími řešeními pro domácí pracoviště. Design a funkčnost jsou pojmy, kde funkčnost je součástí designu. Můžeme říct podmožinou designu. Prostě design, který nereflektuje ergonomické potřeby a je to jen efektní pozlátka, není dobrý design. A vůbec neplatí, že pro krásu se musí trpět!

Jsmo spíše konzervativní zákazníci, nebo více ctíme originální řešení mladých designérů?

Tohle je asi o rozlišení pojmů, co je konzervativní design a co je nějaké originální řešení. Samozřejmě, že vývoj jde neustále dopředu. Každá země, každý region má určité estetické vnímání, a podle toho se zákazník rozhoduje. Nicméně všude, v celém světě platí, že interiér, a zejména domov je svázán s pocitem bezpečí. I když se navenek třeba rádi ukážeme v nějakém výrazném autě nebo křiklavém oblečení, doma v interiéru toužíme po bezpečí a harmonickém řešení.

otázky připravila Eva Brix



Podnikatelé a obce doporučují místo vrácení PET lahví funkční síť žlutých popelnic

Pokud by se povedlo zavést v Česku moderní zálohovací systém na PET lahve s využitím QR kódu, občané by mohli vracet tyto lahve pohodlněji, ekologičtěji a hygieničtěji. Na rozdíl od aktuálního návrhu Ministerstva životního prostředí by se také využila už vybudovaná síť žlutých popelnic. Díky modernímu řešení by lidé jen načetli do svého mobilu před vhozením lahve do žlutého kontejneru QR kód. Názorně to ukázali na semináři v Poslanecké sněmovně zástupci Hospodářské komory, Svazu měst a obcí, Sdružení místních samospráv a Svazu obchodu a cestovního ruchu.

„Lidé by nemuseli shromažďovat a odvázet nešťápnuté lahve do obchodů a na čerpací stanice. Digitální řešení je také levnější na investice a provoz. Zavádět v době moderních technologií výhradně manuální sběr prostřednictvím

obchodní sítě, čerpacích stanic a automatů je podle našeho mínění krokem zpět,“ uvedl předseda Sekce životního prostředí Hospodářské komory Jan Mraček.

„Kdo by chtěl obaly vracet v obchodech nebo nemá chytrý telefon, měl by mít možnost využít čteček u obchodů, kde by lahve zároveň odložil do barevné popelnice pod čtečkou. Měli bychom hledat cesty, jak využít moderní technologie a zákazníkům život co nejvíce zjednodušovat. Všechny nás navíc během dalších pár let čeká vytváření dalších zálohových a recyklačních systémů, takže by bylo dobré připravit už dnes řešení, které bude technologicky neutrální, bude co nejpohodlnější pro zákazníky a pro výrobce i obchody bude znamenat co nejnižší náklady,“ vysvětlil prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu Tomáš Prouza.

Při debatách o digitálním zálohovém systému se někdy objevují obavy z toho, zdali lidé novou technologií zvládnou. „Naše zkušenosti

s digitalizovanými prodejny ukazují, že nákup v nich není problém ani pro starší generaci. Navíc se vždy dá najít cesta, jak lidem moderní technologie přiblížit,“ řekl Pavel Březina, člen představenstva Hospodářské komory ČR a předseda představenstva skupiny COOP, která v ČR provozuje řadu automatizovaných prodejen bez lidské obsluhy.

Zavedení QR kódů zvažuje kupříkladu Belgie, která má v současnosti podobně efektivní třídící systém jako Česká republika a už nyní prakticky plní evropské cíle sběru pro plastové lahve. „Belgické úřady chtějí, aby byl systém co nejjednodušší pro lidi, aby byl levný a efektivní a hlavně, aby uměl kvalitně třídít všechny odpady. Právě proto v Belgii reálně uvažují nad doplňkovou motivací pro občany cestou tzv. třídění s využitím QR kódů,“ upřesnila předsedkyně Sdružení místních samospráv Eliška Olšáková.

Při zavedení digitálního zálohového systému by v Česku lidé stále třídili odpady do ba-

revných popelnic, jak jsou zvyklí. Odměnu či vrácenou zálohu by pak dostali buď ve formě kreditů na nákupy, nebo přímo ve formě peněz. Nemuseli by nosit odpady zpět do obchodů, ale mohli by je vracet do své popelnice.

Jednoduché a praktické řešení představila ve Sněmovně společnost Actum Digital. Jejich aplikace ukázala, jak snadné a přístupné může digitální zálohování obalů v praxi být. „Naše aplikace využívá moderní technologie a ukazuje, jak může být digitalizace přínosná pro udržitelnost,“ dodal Štěpán Csiba, divizní ředitel z Actum Digital, ta se mj. specializuje na digitální transformaci v oblasti provozní výroby a logistiky.

„Podporujeme řešení, které splní legislativní cíle, a zároveň bude komfortní pro občany a efektivní z hlediska ekonomiky a dopadů na obecní rozpočty. Zároveň chceme řešení, které bude použitelné pro další typy obalů či odpadů i do budoucna,“ potvrdil místopředseda Svazu měst a obcí Pavel Drahovzal. (tz)

Průzkum SP ČR: 20 let v EU vidí firmy jako velké plus pro business, ale...

Tuzemské firmy si uvědomují výhody, které jim členství ČR v Evropské unii přineslo. Ze všeho nejvíce oceňují otevřené hranice a s tím související snazší mobilitu a volný pohyb v rámci Evropské unie. Zároveň ale podnikatelé vidí prostor, kde by se fungování Evropské unie mohlo do budoucna zlepšit. Od vstupu ČR do EU firmám ze všeho nejvíce vadí rostoucí míra regulace a narůstající byrokracie. Vyplývá to z průzkumu Svazu průmyslu a dopravy ČR mezi 139 firmami.

Otevřené hranice a s tím související snazší mobilita a pohyb zboží a osob. Pro 85 % firem je to ten největší přínos, který pro jejich business znamenal vstup České republiky do Evropské unie. Více než polovina podniků si váží také toho, že díky členství v EU může snadněji exportovat své produkty a služby. Na 35 % firem pak oceňuje, že je součástí silného a stabilního společenství a jednotného trhu. „Náš průzkum jasně ukázal, že české firmy si členství v Evropské unii většinou váží a oceňují jeho přínosy pro svůj business. Evropskou unii vnímají především jako místo, které jim zajišťuje bezpečí, prosperitu, jednotný a férový přístup,“ vysvětlil Jan Rafaj, prezident Svazu

průmyslu a dopravy ČR. V průzkumu například drtivá většina firem (89 %) potvrdila, že se jim díky volnému trhu EU daří lépe. Pro téměř polovinu podniků je také důležité, že můžou snadněji zaměstnat pracovníky z jiných zemí Evropské unie. Přesto firmy vidí i prostor, kde by se fungování Evropské unie mohlo zlepšit. „Firmám nejvíce vadí rostoucí regulace, byrokracie a zvýšení administrativy. Za největší negativa vstupu do EU je označily skoro dvě třetiny podniků. Kromě toho by firmy do budoucna uvítaly také posílení vnitřního trhu EU, zajištění svobod volného pohybu a usnadnění přeshraničního podnikání,“ řekl Jan Rafaj, prezident SP ČR.

Výhrady mají firmy také k samotné roli Česka v Evropské unii. Podle 82 % podniků není Česká republika na evropské úrovni dostatečně aktivní v prosazování svých zájmů. Část firem sice vnímá, že se situace mírně zlepšuje, mj. i díky předloňskému předsednictví v Radě EU, přesto by si podnikatelé představovali aktivnější přístup našeho státu. „Blížící se volby do Evropského parlamentu jsou ideální příležitostí, jak můžeme náš postoj a přístup k Evropské unii zlepšit. Chceme, aby Česko bylo sebevědomým, respektovaným a konstruktivním členem EU, který bude v Bruselu více hájit zájmy průmyslu



a v důležitých otázkách se bude spojovat se stejně smýšlejícími partnerskými zeměmi. Ostatně, podobný přístup úspěšně prosazuje na evropské úrovni i Svaz průmyslu v rámci svého působení v konfederaci evropského podnikání Business-Europe a dalších regionálních koalicích,“ připomněl Jan Rafaj.

Většina firem (77 %) je pro, aby Česká republika přijala euro. Hlavní výhody jednotné evropské měny vidí podnikatelé především v tom, že jim ubude administrativa spojená s přepočty měn a evidenčními povinnostmi v různých měnách, sníží se jim náklady pro mezinárodní transakce a budou moci snadněji plá-

novat výnosy, náklady a investice. Více než polovina firem také očekává, že přijetí eura by jim přineslo stabilnější výhled kurzů a menší rizika pro cenovou konkurenceschopnost. Euro by zároveň Česká republika podle firem měla přijmout co nejdříve, ideálně do pěti let.

Šetření také ukázalo, že české firmy i jejich zaměstnanci využívají i některých výhod společného evropského trhu práce. Celkem 55 % firem má zkušenost se zaměstnáváním lidí z jiných zemí EU. Skoro třetina firem se setkala i s pracovníky, kteří absolvovali studium či stáž v EU pomocí programu Erasmus. Desetina firem se přímo do takového nebo jiného podobného programu dokonce sama zapojila. U zaměstnanců, kteří takovou stáží prošli, firmy oceňují především jejich jazykovou vybavenost, větší rozhled, lepší orientaci v mezinárodním prostředí a obchodu nebo větší sebevědomí, flexibilitu a komunikativnost.

Průzkum Svazu průmyslu a dopravy ČR se uskutečnil v únoru a zúčastnilo se ho 139 průmyslových podniků napříč odvětvími a regiony; 37 % z nich bylo malých firem do 50 zaměstnanců, 33 % středních firem s 51–250 zaměstnanci a 31 % velkých firem s více než 250 pracovníky. (tz)

Na podnikatelskou misi do USA a Kanady zamířilo 60 firem a univerzit

Zástupci necelých šesti desítek českých firem a univerzit se 28. dubna vydali hledat obchodní a podnikatelské příležitosti do Spojených států amerických a Kanady. Co do počtu zúčastněných firem jde o historicky nejpočetnější podnikatelskou misi do obou zemí. Exportéři pod vedením prezidenta SP ČR Jana Rafaje na šestidenní cestě doprovodili ministra průmyslu a obchodu Jozefa Síkelu.

Představitelé českých firem a univerzit během podnikatelské mise postupně navštívili Boston, Toronto, Chicago a Seattle. Jelikož byla cesta zaměřena především na startupy a inovativní firmy z oblasti ICT a technologických řešení, měli účastníci možnost navštívit hned několik výzkumných center z oblasti technologií, technologických inkubátorů, akceleratorů či inovač-

ních středisek. „Naše podnikatelská mise do USA a Kanady je skvělou příležitostí, jak mohou české firmy nebo startupy rozjet svůj business v Severní Americe. Připravili jsme opravdu nabitý program plný osobních schůzek a setkání s místními partnery. Rádi tak podpoříme odvážené české firmy s dobrým produktem či myšlenkou,“ řekl Jan Rafaj, prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR, který podnikatelskou delegaci vede.

„Opakovaně se potvrzuje, že naše vztahy se Spojenými státy americkými jsou na velmi nadstandardní úrovni. Platí to i pro oblast ekonomiky, kdy se USA ukazují být pro české podnikatele velmi zajímavou destinací. Jde o firmy, které jsou aktivní v oblasti informačních technologií, ve vědě a inovacích, kybernetické bezpečnosti nebo například v biotechnologiích,“ sdělil ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkelu. Jednou z řady firem, která by díky misi do USA

a Kanady ráda expandovala na americký trh, je i společnost SNADNEE, jež nabízí digitální projekty a nástroje na míru. „Tato podnikatelská mise je jedním z prvních kroků v expanzi SNADNEE, věřím, že nám otevře nové příležitosti v oblastech, jako jsou zdravotnictví a výroba, kde máme hluboké znalosti a zkušenosti s vývojem aplikací, tvorbou nových digitálních produktů a digitální transformací firem,“ uvedl Jan Ševčík, CEO SNADNEE.

Podnikatelská delegace s sebou také vezla „dobré počasí“. Česká technologická společnost Forecasts.Cloud zabývající se aplikovanými predikčními modely navázanými na předpověď počasí pomocí strojového učení již v zahraničí úspěch má – dodává data například do OpenAI. Nyní by ráda výrazně rozšířila portfolio svých klientů i v oblasti energetiky, pojišťovnictví a health tech. „Máme pokročilé aplikované technologie a zajímavé use-case, o které je

v technologickém prostředí zájem. Počasí významně ovlivňuje business všude kolem nás a my firmám pomáháme tyto vlivy dostat pod kontrolu. Věřím, že nám mise pomůže představit české technologické produkty dalším významným firmám v USA,“ doplnil ředitel Forecasts.Cloud Bohuslav Zeman.

„Jelikož bude Kanada asociovanou zemí programu Horizon Europe, může mise do Kanady přispět při tvorbě osobních vztahů pro budování výzkumných projektů,“ vyznačil Rudolf Fryček, CEO firmy AMIRES s.r.o.

Podnikatelské mise v doprovodu vysokých představitelů státu organizuje Svaz průmyslu a dopravy ČR již od roku 1993. Za tu dobu uspořádal celkem 229 podnikatelských výjezdů do více než stovky zemí světa, během kterých pomohl více než 5500 českých firem a podnikatelů. V letošním roce plánuje vzít exportéry například ještě do Maroka a Mauretánie. (tz)

Máme značný potenciál prosperity a stability, který leží ladem



dokončení ze strany 1

Budou se mít firmy hůře než nyní? S čím by měly počítat, nač se připravit?

Firemní sektor by si v první řadě měl vynuovat debyrokratizaci, deregulaci podnikání a práce a také propuštění desítek tisíc lidí ze státní byrokracie a jejich návrat do produktivní ekonomiky. Jinak se musí připravit na střídaní krizí a nákladových, dodavatelských a inflačních šoků.

Mezinárodní situace je poměrně složitá a jak dějiny ukazují, východiska v takových případech dobré náladě nenahrávají. Kde přesto hledat optimizmus?

Přestože je každá krize bolavá, dává nám informaci, která má cenu zlata. Avšak pokud si krizi správně vyhodnotíme. Žádná z těch, kterými si od roku 2008 procházíme, nebyla nevyhnutelná. Každá byla způsobena jen našimi chybami. Nešlo tedy, obrazně řečeno, o pád obřího meteoritu, a z toho můžeme do budoucna vycházet. Dalším zdrojem optimizmu je to, že re-

cepty jsou dávno známé, jen je nesmíme nechat umlčet z ideologických důvodů. Obecně platí, že svoboda namísto regulačního a dotačního dirigizmu je principem, který vede ke stabilitě a prosperitě. Koncentrace talentu v Česku je měřitelně jedna z nejvyšších na světě. Talentu ale nesmí překážet řetězy a koule na noze v podobě úřednického státu a poblouznělých ideologií.

Každé přelomové období, jež mění svět i člověka, dnes digitalizace a nástup umělé inteligence, v sobě nese výzvy, obavy, ale i naděje a velká očekávání. Nač se můžeme těšit? A na co se těšíte vy sám?

Zmíněné technologie mají neuvěřitelný potenciál dobra i zla. Vždy platilo, že nemůžeme se založenými rukama sedět a nechat vše samovolně běžet. Tendence k jejich zneužití nikdy nezmizí. Vše cenné, jako je svoboda, trh, technologie a také vztahy a zdraví vyžadují každodenní pozornost, péči a kultivaci. Těším se na to, až nám to většinou dojde a nebude nás k tomu muset ponouknout nějaký kolaps.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Pokud bychom nebyli tahouny a inovátory, nedosáhli bychom úspěchů na zahraničních trzích

Technologie, které nám pomáhají zjednodušovat a zkvalitňovat život, to už je dnes svět sám pro sebe. Odborníci je programují, modelují a předávají nám, uživatelům, a to buď specialistům na určité obory, nebo široké veřejnosti. Tě je jedno, jak se aplikace, programy, systémy nazývají, jde totiž o užitek, přínos. Když se jejich pomocí rychle dozvím, jak se přemístím z bodu A do bodu B, nebo když mi robot vede ruku při vyplňování složité žádosti tak, abych u toho nezešlela, je to super. Když mi call centrum pomůže vyřídit reklamaci v řádu několika minut, jsem spokojená. A aby se tak dělo, k tomu pomáhá společnost Daktele. Jejího CEO Jiřího Havlíčka jsem se zeptala:

Poskytujete firmám software pro komunikaci se zákazníky. Co si pod tím lze představit?

Představte si, že máte firmu a se zákazníky komunikujete všemi možnými kanály – prostřednictvím e-mailu, telefonických hovorů, SMS, chatu, WhatsAppu, odepisujete na zprávy ze sociálních sítí. A potřebujete systém, ve kterém se vám ta komunikace sjednotí. A nejen to, potřebujete všechna data roztrždit, zpracovat, přiřazovat požadavky k vyřízení a optimálně reagovat. Pokud si firma pořídí Daktele, veškerou komunikaci bude provádět právě přes ni. To znamená, že pomocí naší aplikace kompletně odbaví jakýkoliv hovor, e-mail, web chat nebo komunikaci přes další kanály, a to včetně následného zpracování. V běžné praxi se setkáváme s tím, že naši zákazníci v Daktele zvládnou celé workflow, od prvního hovoru například nějaké reklamace, až po její vyřízení úplně jiným oddělením a zpětné informování koncového zákazníka.

Pracujete tedy především na tom, jak pomocí technologií nabídnout optimální nástroje například zlepšující přesnost, věrohodnost, vstřícnost, rychlost?

Tady jste v podstatě vyjmenovala ty nejdůležitější parametry zákaznické péče. A ty se dají technologicky určitými způsoby zlepšovat. Můžeme se bavit například o lepší sdílení znalostí pomocí znalostní báze, asistence agenta kontaktního centra AI technologiemi nebo zajišťování zpětné vazby operátorům. To jsou všechno procesy a funkcionality, které v našich aplikacích

máme plně integrované a pravidelně pracujeme na jejich vylepšování.

Vztahy společností s klienty nabývají na důležitosti, ještě výrazněji se ukazuje, že zákazník je náš pán. Jak vnímá tuto skutečnost Daktele při vývoji?

Zákaznické potřeby jsou pro nás v Daktele určitě alfou a omegou. Máme nastavený proces, jak produkt neustále zlepšovat na základě zpětné vazby. S některými zákazníky máme i navázanou užší spolupráci a náš produktový tým se s nimi pravidelně setkává nad jejich potřebami. Na druhé straně je potřeba mít určitou vizi, kam se trh posouvá a jak tomu co nejlépe přizpůsobit produkt. Je to takový konflikt dvou světů, který je potřeba vybalancovat. Pokud bychom nebyli tahouny a inovátory, nedosáhli bychom takových úspěchů na zahraničních trzích. V současnosti působíme přímo na sedmi trzích – v Česku, na Slovensku, v Polsku, Velké Británii, Maďarsku, Srbsku a také v Rumunsku – a prostřednictvím partnerů na mnoha dalších.

Vyložené z technické podstaty je Daktele jedna aplikace o právě jedné variantě. Díky silnému know-how patříme mezi největší české společnosti poskytující Software as a Service. Nicméně neprodáváme všem to stejné řešení. Zákaznická péče je u každého klienta svým způsobem unikátní. To nás vedlo k tomu, že naše aplikace je hodně ohebná.

Umělá inteligence už je a bude ve vašem oboru nezastupitelná. Co nabídne koncovému uživateli, spotřebiteli, který bude potřebovat radu, konzultaci, objednávku?

Vždycky, když se objeví nějaká „skoková“ inovace, tak první představa veřejnosti je, že dokáže nahradit úplně všechno. Potom se však ukáže, že řeší jen určitou oblast, a tak se inovace vstřebá do starého systému. To samé bude platit pro oblast umělé inteligence. Máme vizi, že AI nahradí určitou část agendy, kterou lze automatizovat. Například jednoduché opakující se úlohy. Stejně tak může pomáhat pracovníkovi kontaktního centra s asistencí, různým napovídáním správných formulací a podobně. To samozřejmě zrychlí odbavení zákazníka, avšak

nezredukuje jeho kvalitu. A to teď říkám z pozice technologického lídra, který už před dvěma lety koupil společnost Coworkers.ai, aby získal její integrované řešení umělé inteligence. S nástupem ChatGPT a zvyšující se poptávkou po AI produktech se to ukázalo jako velmi prozíravý tah. Vloni jsme jako jedni z prvních implementovali umělou inteligenci do vlastního produktu, a to na globálním trhu. Produkty nepřetržitě zdokonalujeme i s využitím AI, ale zároveň si udržujeme potřebný nadhled a realistický přístup.

Není však důležitá jen komunikace vně firmy, ale také uvnitř. I to dokážete posunout na vyšší příčku. Čím jste tedy pro zájemce užiteční?

Málokdy se dá vyložené oddělit vnější a vnitřní komunikace firmy, tyto dva světy jsou v zákaznické péči provázané. Naši doménou jsou hlavně ty případy, kdy interní proces ve firmě komunikačně reaguje na interakci se zákazníkem. Nicméně v Daktele jde úplně běžně obsluhovat asynchronní komunikaci uvnitř firmy. Sami takto používáme právě ticketingový modul, pomocí něhož si jednotlivé týmy řídí předávání úkolů, a my díky tomu poměrně přesně vidíme jejich kapacitu.

Vyvíjíte modelová řešení, systémy na míru, nebo lze využít jeden produkt, který se potřebám klienta přizpůsobí?

Vyložené z technické podstaty je Daktele jedna aplikace o právě jedné variantě. Díky silnému know-how patříme mezi největší české společnosti poskytující Software as a Service. Nicméně neprodáváme všem to stejné řešení. Zákaznická péče je u každého klienta svým způsobem unikátní. To nás vedlo k tomu, že naše aplikace je hodně ohebná. Její přizpůsobení na míru zákazníkům je přesně to, co běžně děláme. Od velkého množství funkcionalit přímo konfigurovatelných v našem produktu až po vyložené programování customizací přesně pro potřeby našich zákazníků. Dokonce na to máme určený samostatný tým.

Může si z vaší nabídky vybrat i menší firma, třeba o 50 zaměstnancích, nebo cílíte jen na ty hodně velké?

Náš software využívá více než 1200 firem různé velikosti po celém světě. V určitém ohledu jsou



Jiří Havlíček, CEO společnosti Daktele

právě malé a střední podniky naší nejsilnější stránkou. Aplikace Daktele je obecně nastavena tak, aby dokázala s naším zákazníkem růst od jednotek až po stovky, nebo dokonce tisíce uživatelů. Možná jsme zvenku vnímáni tak, že naši hlavní doménou jsou velké firmy typu PPL, Rohlik.cz, Košík.cz, Mall.cz, Seznam.cz, Allianz nebo kontaktní centra jako Conectart. Skvěle ale dokážeme uspokojit potřeby a přání všech zákazníků bez ohledu na jejich velikost.

Jaké máte vize? Nezasáhnou technologie až příliš do mezilidských vztahů, nezjednoduší komunikaci jen na racio a neokleští ji o emoce? Nebudou lidem chybět operátoři, opravdový lidský hlas? Slovo, které léčí?

Nemyslím si, že by technologie dokázaly kompletně automatizovat a nahradit zákaznickou péči. Bavíme se o vyřešení nějaké množiny úloh, kterou technologie dokážou zvládnout, ale pořád nám tady zůstává poměrně velká skupina zákazníků, kteří pro ošetření svého problému potřebují živého člověka na druhé straně. A naše úloha je tomuto lidskému prvku poskytnout takové technologie, které mu budou asistovat při pomoci zákazníkům a zefektivní tak jeho práci.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

S financováním rekonstrukce budovy pomohl program Nové úspory energie od NRB

Firma REMA Tip Top INCO-CZ sídlí od 90. let minulého století v energeticky neúsporné budově. Neměla však dostatek financí na to, aby celou rekonstrukci pokryla sama, a úvěry komerčních bank pro ni byly příliš vysoké. Díky programům Národní rozvojové banky se nakonec mohla do vytoužené rekonstrukce pustit a dopřát svým zaměstnancům pohodlné zázemí.

V rámci programu ELENA si firma nechala navrhnout úsporný projekt. Z vlastních prostředků uhradila pouze 10 % nákladů a následnou realizaci pokryla díky úvěru z programu Nové úspory energie. Celá rekonstrukce vyšla na pět milionů korun, z čehož 4,3 milionu korun firma pokryla pomocí zvýhodněného úvěru NRB.

„V budově podnikáme od 90. let a už bylo na čase provést několik renovací. Zjistili jsme, že nám netěsní okna, což výrazně zvyšovalo náklady na topení. Naše kanceláře navíc sídlí

v bezprostřední blízkosti silnice směrem na Vídeň, ze které nás rušil hluk projíždějících aut. Proto jsme se rozhodli vyměnit okna a přidat zateplení. Prošli jsme mnoho možností, ale nakonec jsme dali na doporučení a zvolili úvěr od Národní rozvojové banky, která navíc nabízí asistenční program ELENA. Díky tomu jsme nepotřebovali žádného zprostředkovatele a celý proces byl velice rychlý, jednoduchý a bez prob-



lémů,“ řekl Ludovít Feigler, jednatel společnosti REMA Tip Top INCO-CZ.

Jeho firma poprvé kontaktovala NRB loni v květnu a už v září se pustila do rozsáhlé rekonstrukce, která trvala do konce roku 2023. „Subjektivně mohu říct, že jsme plánované energetické úspory okolo 20 % dosáhli. I zaměstnanci za mnou chodí a říkají, že je změna znát. Přesné vyčíslení budeme mít ale až na konci roku, kdy se budeme hlásit o dotaci, kterou banka v rámci programu nabízí. Využijeme tak opět služeb NRB, která nám pomůže dokázat, že jsme plánované úspory dosáhli, pomocí ověřovacího energetického posudku,“ řekl Ludovít Feigler.

REMA Tip Top INCO-CZ patří k řadě podnikatelů a firem, kteří program Nové úspory energie od Národní rozvojové banky využili. Jejich příběhy si můžete přečíst na webových stránkách NRB v sekci Příběhy klientů. „Program nabízíme podnikatelům již po několikáté. V programu Nové úspory energie již nejde o zcela bezúročný úvěr, stále jde však o velice

výhodnou nabídku oproti komerčním bankám. Nabízíme zvýhodněný úvěr s úrokem 1,99 % p.a., který zájemcům pomůže zafinancovat úsporná opatření. Úvěr je v programu Nové úspory energie doplněn dotační složkou ve výši až 35 % z výše způsobilých výdajů,“ řekla Eva Baková, specialista energetiky Národní rozvojové banky, a dodala: „O náš úvěr v rámci programů Úspory energie, ENERGA a Nové úspory energie požádalo doposud 370 podnikatelských subjektů. V rámci Nových úspor energie přerozdělíme 1,8 miliardy korun, což je výrazně více než v minulých energeticky úsporných programech.“

Program ELENA je asistenční program, jehož cílem je pomoci malým, středním i velkým podnikatelům v oblasti poradenství při přípravě projektů energetických úspor. V NRB jim v rámci programu pomohou s energetickým posudkem a přípravou energeticky úsporného projektu. Navíc uhradí 90 % způsobilých výdajů, které podnikatelé vynaložili na přípravu energetického posudku. (tz)

V České republice je nejmenší ochota odejít za prací do zahraničí na delší dobu

Nedostatek zaměstnanců a velké množství pracovních nabídek dává uchazečům a uchazečkám o práci mnoho možností, a to nejen doma, ale také v zahraničí. Ochotnější přestěhovat se jsou zaměstnanci s vyšším příjmem a vyšší úrovní vzdělání. Důležitou roli při rozhodování ale hraje rodina – vyplývá z mezinárodního průzkumu, který realizoval poskytovatel náborových služeb Alma Career a Paylab.com na 76 000 respondentech ve 13 zemích Evropy.

Lidé jsou nejvíce otevřeni přestěhovat se za prací v Severní Makedonii, naopak nejméně pak v Bulharsku. Lidé žijící v České republice jsou pak na čtvrtém místě za Severní Makedonií, Estonskem a Bosnou a Hercegovinou. Ochotných přestěhovat se za prací je u nás 24 %, tuto možnost by zvážilo dalších 9 % a 67 % takovou situaci odmítá. „Jedna z našich hypotéz byla, že lidé ve skupinách s nižšími příjmy a nižším vzděláním budou mít větší zájem přesídlit do nové země za

lepší pracovní příležitostí. Průzkum ukazuje, že opak je pravdou, čím vyšší vzdělání a lepší plat, tím je pravděpodobnější, že top zaměstnanci se přestěhují za prací, zejména v rámci své vlastní profese,“ uvedl Tomáš Pavlíček ze společnosti Alma Career a dodal: „Nejvzdělanější a nejlépe placení zaměstnanci, kteří jsou ochotni se přestěhovat, to však nejsou ochotni udělat za každou cenu. Chtějí se přemístit jen na relativně krátké časové období několika týdnů nebo měsíců a považují za důležité vzít s sebou své rodiny.“

V Česku a Severní Makedonii je téměř polovina respondentů otevřena jakémukoli volnému pracovnímu místu, což odráží jejich flexibilní přístup k pracovním příležitostem v zahraničí. V České republice je však nejmenší ochota odejít z domova na delší dobu a 46 % Čechů a Češek preferuje práci v zahraničí na pár týdnů, 22 % na několik měsíců a 32 % na více než rok. Na Slovensku a v Srbsku si necelé dvě třetiny respondentů vybírají zaměstnání ve svém současném oboru. Finsko je na vrcholu žebříčku, přičemž dominantních 80 % upřednostňuje

práci jen ve své profesi, což zdůrazňuje význam příležitostí zaměřených na budování kariéry.

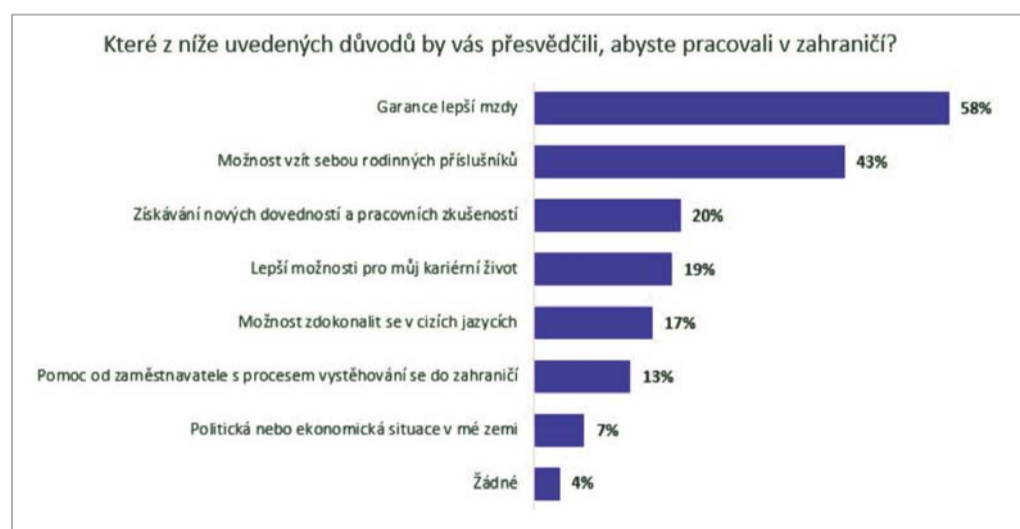
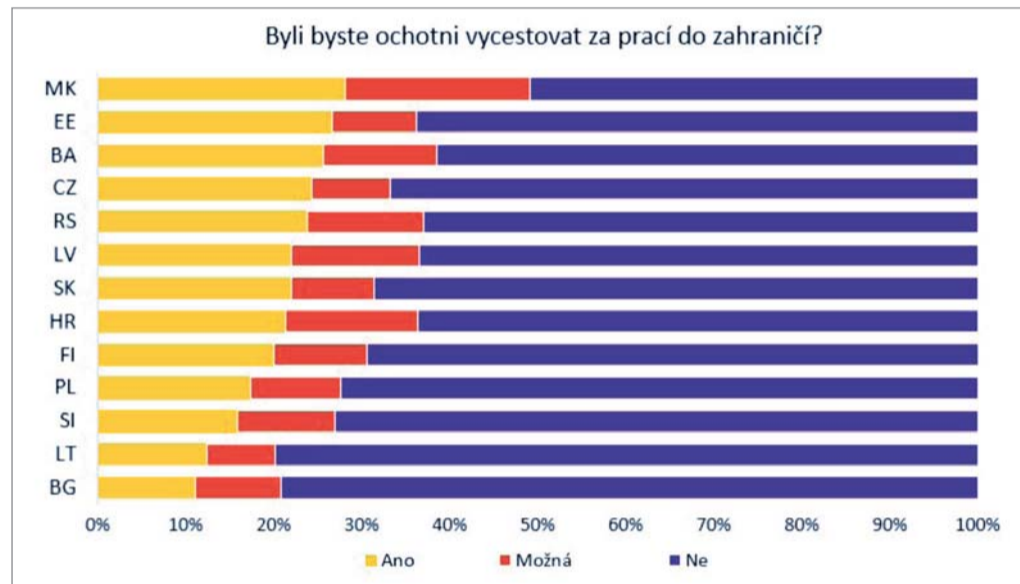
Důležitým faktorem při zvažování konkrétní nabídky není jen oblast působení, ale také společenský status či úroveň dané profese. Respondenti se základním a středoškolským vzděláním jsou více otevřeni zvážit nižší kvalifikační pozici v zahraničí, než jakou mají v současnosti. Obyvatelé Srbska jsou s největší pravděpodobností ochotni zvážit nižší pracovní pozici, je tomu otevřeno 59 % respondentů. Stejný krok by však naproti tomu udělalo jen 17 % Estonců. Na Slovensku, v Lotyšsku či Bosně a Hercegovině je to přibližně půl na půl.

„První tři země v Evropě, do kterých to lidi z důvodu pracovních možností láká nejvíce, jsou Německo, Rakousko a Švýcarsko. Pro Čechy jsou nejlákavější sousední země – Německo, země EU a Rakousko. Zajímavostí je, že mezi pobaltskými zeměmi bylo nejoblíbenější zemí Španělsko,“ komentoval Tomáš Pavlíček ze společnosti Alma Career, která v ČR provozuje například portály Jobs.cz, Práce.cz nebo Platy.cz.

Ve střední Evropě, na Balkáně a v regionech Pobaltí a Finska je vyhlídka na lepší plat nejprěsvědčivějším důvodem ke zvážení zaměstnání v zahraničí, přičemž přibližně 60 % lidí ji uvádí jako klíčový motivační faktor. Druhým nejprěsvědčivějším aspektem je možnost přivést rodinné příslušníky. Pro pětinu jedinců pracujících na Slovensku je motivací i kariérní postup, o něco méně lidí motivuje domácí politická nebo ekonomická situace.

Naopak největší překážkou práce v zahraničí je dlouhodobé odloučení od přátel a rodiny. Tento problém nejvíce znepokojuje lidi ze střední Evropy. Přibližně pětina ze všech respondentů vnímá jako překážku jazykové bariéry, jen o něco méně lidí se obává úzkosti z nového pracovního prostředí.

Poskytovatel náborových služeb Alma Career uskutečnil průzkum ve 13 zemích – Bosně a Hercegovině, Bulharsku, České republice, Chorvatsku, Estonsku, Finsku, Lotyšsku, Litvě, Severní Makedonii, Polsku, Srbsku, na Slovensku a ve Slovinsku. (tz)



Polovina z nás se stala terčem kyberpodvodníků

Více než polovina Čechů a Češek se dostala do situace, kdy se někdo snažil ukrást peníze z jejich účtu nebo platební karty. Nejčastěji se setkávají s podvodnými e-maily a SMS. Vyplývá to z výsledků nejnovějšího průzkumu technologické a platební společnosti Mastercard.

V současné době Mastercard rychle, bezpečně a spolehlivě zajišťuje více než 143 miliard bezhotovostních transakcí, které ročně přes její síť projdou. Na 15 % účastníků průzkumu přiznává, že už se někdy skutečně stali obětí útoku kybernetických podvodníků. Dalších 31 % respondentů uvádí, že osobně znají někoho, kdo tímto způsobem přišel o peníze. Vedle podvodných e-mailů a SMS se Češi nejčastěji setkávají s tím, že se někdo snažil zjistit údaje k jejich platební kartě. Často taky na internetu narazili na falešnou platební

bránu. Desetina respondentů pak zaplatila na internetu za zboží, které jim vůbec nedorazilo. „Rozvoj moderních technologií je bohužel příležitostí i pro zločince. Bezpečnost proto musí být součástí každého digitálního produktu a služby. Náš přístup spočívá v kombinaci technologií a znalostí v ucelené službě, která vyhodnocuje a chrání před riziky a zároveň zajišťuje důvěru, a to nejen v oblasti plateb,“ vysvětlila Ja-

na Lvová, generální ředitelka společnosti Mastercard pro Českou republiku a Slovensko. Od roku 2018 investovala společnost Mastercard do kybernetické bezpečnosti sedm miliard dolarů. Podílela se také na startu více než 20 startupů zaměřených na kybernetickou bezpečnost. Každých deset dní vyhodnocuje stav kybernetické bezpečnosti každé finanční instituce a 14 milionů jejich obchodníků.

V letech 2022–2023 zabránila technologie Safety Net společnosti Mastercard potenciálním ztrátám zákazníků v důsledku pokusů o globální podvody a kybernetické útoky ve výši 20 miliard dolarů, což je rekordní částka v její historii.

Řešení Decision Intelligence v současnosti hodnotí a bezpečně ověřuje v průměru zhruba 4000 transakcí každou sekundu. Další zvýšení bezpečnosti přineslo nedávne zavedení ještě pokročilejší varianty Decision Intelligence Pro, která využívá generativní umělou inteligenci. Díky tomu se daří zvýšit úspěšnost detekce podvodů v průměru o 20 % a v některých případech až o 300 %. Díky desítkám akvizic a vlastního vývoji nástrojů pro kybernetickou ochranu se společnost Mastercard etablovala jako globální lídr v oblasti poskytování bezpečnostních řešení nejen pro bankovní sektor, ale i pro všechny firmy, které působí v současném propojeném světě. (tz)

S jakými situacemi jste se setkal/a?

Dostal/a jsem podvodný e-mail	28 %
Dostal/a jsem podvodnou SMS	22 %
Někdo se ode mě pokusil získat údaje k platební kartě	18 %
Narazil/a jsem na podvodnou platební bránu	17 %
E-shop si vzal peníze, ale nezaslal zboží	11 %
Někdo volal a vydával se za bankéře, policistu nebo finančního poradce	6 %
Narazil/a jsem na podvodnou aplikaci	5 %

Jarní novinky vyrážejí k zákazníkům

Tak jako každý rok ALCAR před startem jarní sezóny s nadšením představuje výsledky mnoha hodin kreativní i technicky náročné práce v podobě nových designů litých kol. Pro rok 2024 svou nabídku obohatil o tři zcela nové designy v sedmi barevných variantách a o nový barevný odstín jednoho ze stávajících bestsellerů, čímž vyslyšel četné požadavky motoristické komunity. Novou radost automobilovým nadšencům letos přinese moderní AEZ Havanna určená pro velké vozy, výrazně sportovní, extrovertní design DOTZ MarinaBay, odolný DEZENT KE pro dodávky i karavany a oblíbená DOTZ Suzuka s novým bronzovým odstínem. Kompletní sortiment litých a ocelových kol z produkce ALCARu je k dispozici u více než 2000 obchodních partnerů po celé České republice a všechna kola si mohou motoristé předem prohlédnout na 3D modelu svého automobilu v konfigurátoru kol na www.alcar.cz.

S nosností až 1045 kg je novinka AEZ Havanna zaměřená především na segment velkých a těžkých modelů SUV, elektromobilů nebo hybridů, jakými jsou Mercedes EQC, Audi SQ8 e-tron, BMW (i)7, Škoda Enyaq, Tesla Model Y nebo třeba Volvo XC90 a XC40. Pro tyto a mnoho dalších modelů je Havanna k dispozici se schválením ECE v originálním rozměru bez nutnosti zápisu do Technického průkazu. Zvláštní přitažlivost AEZ Havanna pramení z jeho moderního designového jazyka, který si pohrává s asymetrií, překvapivými zakřiveními i trojrozměrným efektem. V nabídce je v povrchové úpravě s černým lesklým lakem a leštěnou čelní plochou nebo šedým metalickým lakem v rozměrech od 8 x 19 do 10,5 x 21 palců.

Název nového designu DOTZ MarinaBay je inspirovaný městským závodním okruhem v Singapuru, na kterém poměřují síly také piloti Formule 1. Na první pohled sportovní, otevřený design s pěti téměř rovnými paprsky je doplněn ozdobným lemem ráfku, který je tvořen malými rovnoběžníky. Tento zdánlivý detail vytváří výrazný designový prvek. Čistě, minimalistické uspořádání paprsků DOTZ MarinaBay je k dispozici v rozměrech od 8,5 x 18 do 10 x 21 palců ve třech povrchových úpravách, s šedým metalickým lakem a leštěnou čelní plochou, s matným černým lakem a ve výjimečně extrovertní verzi s bronzovým matným lakem. Sportovní design je schválený pro širokou paletu vozů s pětiděrovým uchycením, například modely BMW, Cupra, Ford, Kia, Hyundai, Subaru, Toyota či koncernu VW.

Populární bestseller, design DOTZ Suzuka, si získal věrné příznivce svým designem Y paprsků a mírně agresivním vzhledem, který se skvěle hodí ke sportovním a orientovaným vozům, jakými jsou Audi A3, A7, včetně variant S a RS, nebo BMW řady 3 a 6 ve výbavách M. Protože sportovní verze těchto vozidel mají často odlišné rozměry kol na přední a zadní nápravě, DOTZ Suzuka přichází v originálních rozměrech pro každou nápravu těchto vozů. V novém bronzovém lakování upoutá Suzuka na první pohled a přidá nový aspekt k charakteru každého vozu. DOTZ Suzuka je k dispozici ve velikostech od 8 x 19 do 8,5 x 20 palců. Kromě nového bronzového odstínu je nadále k dispozici

v oblíbených povrchových úpravách blaze, dark a black.

Novinka DEZENT KE je určena pro masivní zatížení až 1350 kg, a umí tak dodat sportovní a elegantní nádech i užitkovým vozidlům, dodávkám a karavanům. DEZENT KE upoutá svým rafinovaným uspořádáním a neotřelým diskovým designem středové části s atraktivními výstupky a zahlobenými, které slouží nejen po estetické stránce, ale také pomáhají DEZENT KE snížit jeho hmotnost. DEZENT KE je schválen v originálním rozměru například pro Mercedes třídy V, VW T5, T6, T7 Multivan, Crafter, Nissan NV400, Ford Transit/Tourneo, Renault Master nebo SsangYong Rexton a Musso. Homologován je i pro oblíbený Fiat Ducato. Kolo je dostupné ve velikostech od 6,5 x 17 do 7,5 x 18 palců s černým lesklým lakem nebo v jeho kombinaci s leštěnou čelní plochou.

K sadě litých kol AEZ nebo DOTZ mohou motoristé získat praktický bonus navíc. V případě, že si k jakémukoliv designu od značky AEZ nebo DOTZ objednájí ke kolům bezpečnostní šrouby či matice Sicuplus, dostanou je od ALCARu až do 30. června zdarma.

Akční kola pro jarní sezónu nejen od značky DEZENT

Pestrá nabídka 90 designů litých kol může být pro někoho až příliš široká. Podobně jako je tomu ve výborné restauraci, když si člověk má vybrat jeden hlavní chod z bohatého menu. Pro zjednodušení výběru tak ALCAR předvybral z atraktivních designů odlišných charakterů zejména kola značky DEZENT a zvýhodnil u nich letošní jarní ceny.

S homologovanými koly od ALCARu si motoristé nepožijí jen atraktivní doplněk vozu, ale také klidné spaní a jistotu, že při kontrole na STK, policejní kontrole i v pojišťovně mohou být v klidu. Vedle tříleté záruky se totiž mohou spolehnout na to, že v případě potřeby jim rádi



na zakoupená kola vystaví prodejce Typový list zdarma, a to i po mnoha letech od jejich koupě. Všechna data a homologace, včetně těch k již nevyroběným designům, má ALCAR bezpečně uložené v databázi. Úspěšně také vyřešili jeho odborníci případy, kdy se motorista stal účastníkem dopravní nehody a pojišťovna zjistila, že nemá v Technickém průkazu zapsaná kola, která měl v době nehody namontovaná na vozidle. To poté, co se motorista obrátil po několika letech od koupě kol na zdejší pracovníky s žádostí



o vystavení Typového listu. Protože šlo o litá kola z produkce ALCARu, která byla na vůz schválená, zdarma mu byl Typový list vystaven, a on si na jeho základě nechal kola zapsat do Technického průkazu a mohl doložit pojišťovně, že kola jsou na vůz schválená.

Hybridní kola ALCAR v nových designech a rozměrech

Nabídka ALCAR Hybridních kol se stále rozšiřuje, co se týká designů, ale i dostupných rozměrů. Od první chvíle, kdy se toto kolo objevilo v naší nabídce, bylo alternativou ke klasickým ocelovým kolům a nabízelo totožné rozměry jako originální ocelová kola. Vzhledem k poptávce na trhu, a to zejména od leasingových společností, začal ALCAR nabízet hybridní kola také jako alternativu k litým kolům v rozměrech, ve kterých originální ocelová kola neexistují. Týká se to například hybridních kol v 17 palcích pro Škodu Octavia a Škodu Kamiq. Pro ty originální ocelové kolo v tomto rozměru neexistuje, a ALCAR tak nabízí se svým hybridním kolem cenově úspornější alternativu k 17palcovým litým kolům.

Rok 2023 byl pro firmu obchodně úspěšný

Díky široké síti obchodních partnerů ALCAR Bohemia si zákazníci mohou vybrat litá kola exkluzivních značek po celé České republice. Firma se díky obsáhlému sortimentu a skladovým zásobám stala spolehlivým dodavatelem každého kvalitního autoservisu a pneuservisu. Na začátku letošního roku spustila nový webshop pro své obchodní partnery, který poskytuje komfortní přístup do centrálního obchodního a informačního systému ALCARu. Jeho součástí je také vylepšený konfigurátor kol, pneumatik, senzorů i kompletních kol, který partnerům maximálně usnadňuje objednávání zboží.

V roce 2023 dodal ALCAR Bohemia zákazníkům o 10 % litých a ocelových kol více než v předešlém roce. Prodej kompletních kol s pneumatikou meziročně vzrostl o 40 %, prodej pneumatik o 75 % a senzorů TPMS ALCAR dodal o 30 % více. Hlavními odběrateli kompletních kol jsou car dealeri napříč všemi značkami. ALCAR Bohemia spolupracuje také s některými importéry, například Hyundai, Kia, Toyota, Renault, Dacia nebo SsangYong.

Povinný TPMS pro nákladní vozidla

Již od července 2022 musí být všechna nově homologovaná nákladní vozidla tříd N1, N2, N3, přívěsy O3, O4 a autobusy M2 a M3 vybavena systémem sledování tlaku v pneumatikách. Od července 2024 se to pak bude týkat všech nově registrovaných vozidel těchto tříd. ALCAR pro nákladní vozy, autobusy a přívěsy nabízí 100% univerzální senzor ALCAR Sensor HD, který lze naprogramovat pro jakýkoliv model nákladního vozidla. Montáž probíhá přímo na kolo pomocí pásky vyvinuté pro extrémní zatížení.

Špičková pneumatika pro elektromobily – Falken e. ZIEX

Pro nadcházející letní sezónu ALCAR nabízí speciální pneumatiku určenou pro elektromobily. Dezen e. ZIEX od japonské značky Falken je dostupný v rozměrech od 17 do 21 palců a je navržený pro vozidla, která vyžadují ultra nízký valivý odpor pro maximalizaci dojezdu. Její asymetrický dezén se vyznačuje optimalizovanými okraji běhounu, které zabráňují koncentraci tlaku jen do jednoho místa plynulým rozložením tlaku do zbytku pneumatiky. Dezén běhounu je optimalizován tak, aby co nejvíce kopíroval obrys bočnice pneumatiky, čímž se snižuje valivý odpor a prodlužuje dojezd vozidla, což je u vozů s elektrickým pohonem klíčovým parametrem.

Nový eTechničák

Od 1. ledna se k vozidlům již nevydávají velké technické průkazy. Ministerstvo dopravy spustilo aplikaci a webovou stránku, kde lze nahlížet do technických průkazů všech registrovaných vozidel online. Stačí znát VIN nebo číslo ORV (dříve OTP) neboli malého technického průkazu nebo číslo velkého technického průkazu. Náhled do technických průkazů online je možný přes webovou stránku nebo prostřednictvím aplikace eTechničák. Ministerstvo dopravy upozorňuje, že vzhledem k tomu, že se údaje do elektronického registru přepisovaly a zapisují ručně, může dojít k chybě. Případné chyby, například v případě rozměrů kol a pneumatik, opraví úředník na registru ve chvíli, kdy se mu například při přeregistraci vozidla dostane do ruky velký technický průkaz, který má přepsat a zkontrolovat. Poté papírový technický průkaz motoristovi odebere, a údaje o vozu tak již budou evidovány pouze elektronicky. (tz)

Stál u zrodu Pilulka.cz, teď investuje do startupu SkvěléČesko.cz

Už dva roky SkvěléČesko.cz vyvíjí a poskytuje platformu především pro malé a střední podniky ve službách pro volný čas. Nyní získává investici v řádech milionů korun od Michala Hanáčka, který hrál klíčovou roli při vzniku a expanzi lékárenské skupiny Pilulka.cz.

Startup SkvěléČesko.cz vyvíjí unikátní platformu pro standardizaci a centralizaci služeb volného času. Poskytuje řešení, které provozovatelům služeb automatizuje veškeré procesy spojené s objednávkou – od samotné rezervace přes záúčtování dokladů až po zákaznický servis. Po turbulentních začátcích validuje svůj obchodní model

a aktuálně obsluhuje na 4000 aktivit s ročními tržbami v nízkých desítkách milionů korun. „Celý segment služeb volného času mě i v dnešní době překvapil svou mírou (ne)digitalizace. Což však vnímám jako obrovskou příležitost a SkvěléČesko.cz je na nejlepší cestě ji využít. Celý tým odvádí výbornou práci a vytváří smysluplný pro-

dukt, který poskytovatelům zjednodušuje práci s obsluhou rezervace a zákazníkovi přináší stejný komfort jako třeba při vyhledávání a rezervaci hotelu,“ řekl Michal Hanáček

Ten do SkvěléČesko.cz vstupuje jako strategický investor, který mimo finanční investici přináší bohaté zkušenosti z oblasti online marketingu, B2B vztahů a expanze na zahraniční trhy. „Já i celý tým si vážíme důvěry, kterou do nás Michal Hanáček vložil. S jeho zkušenostmi se nám daří SkvěléČesko.cz rozvíjet rychleji a efektivněji. Výsledky prvních změn se již projevují a mezimě-

síčně rosteme ve vyšších desítkách procent,“ potvrdil Lukáš Krhánek, CEO SkvěléČesko.cz

Projekt SkvěléČesko.cz byl založen trojicí přátel, kterým chyběla možnost pohodlně rezervovat služby, jako jsou únikové hry, bowling, dětské parky aj. Hlavním impulzem pro vznik tohoto projektu byla snaha zjednodušit proces rezervace a zvýšit komfort při plánování volného času, jako je tomu u hotelů či letenek. Cílem SkvěléČesko.cz je změnit standard plánování volného času, zvýšit transparentnost a kvalitu těchto služeb. (tz)

Elektronické podání u Úřadu průmyslového vlastnictví



Podání přihlášky vynálezu či žádost o zápis ochranné známky – to jsou příklady dvou z celé řady služeb, které Úřad průmyslového vlastnictví poskytuje zájemcům ze strany veřejnosti. Kromě podání samotných přihlášek průmyslových práv lze u Úřadu podat i celou řadu navazujících žádostí. Sečteme-li všechny druhy formulářů, dostaneme se ke třem desítkám. Většina formulářů ale ještě navíc existuje v různých variantách, které se liší například dle specifik konkrétního druhu průmyslového práva. V katalogu služeb veřejné správy je tak Úřadem evidováno celkem přes sto položek.

Většinu služeb Úřadu průmyslového vlastnictví je možné využít přes internet. Historicky Úřad nabízel k tomuto účelu především formuláře ve formě PDF souborů (od roku 1998). Přestože jsou tyto formuláře dostupné dodnes, postupem času se ukázalo, že nevyhovují moderním požadavkům, jako je automatická kontrola zadaných údajů nebo jejich předvyplňování. Z těchto a dalších důvodů byl v roce 2017 vytvořen nový samoobslužný elektronický portál, tentokrát s plně interaktivními formuláři.

Správnost představy o portálovém řešení později potvrdil i vývoj v rámci celé státní správy, která v současnosti většinou považuje interaktivní formuláře umístěné ve webovém portálu za nejvhodnější formu poskytování služeb orgánů veřejné moci na dálku. Kromě části s elektronickými formuláři je portál ÚPV propojen i s dalšími webovými aplikacemi v rámci Informačního systému duševního vlastnictví (ISDV). Zmínit lze zejména

na české rešeršní databáze, ve kterých lze vyhledávat zveřejněná průmyslová práva, a to jak aktivní, tak již zaniklá.

Tomu, kdo chce podat novou přihlášku nebo žádost, stačí navštívit web upv.gov.cz a porozhlédnout se po odkazu na e-portál, který návštěvníka navede na stránku se seznamem všech dostupných formulářů. Když si uživatel některý z formulářů vybere, je přesměrován na výzvu k přihlášení. Přihlašovat se je možné jménem a heslem účtu založeného u ÚPV (po předchozí online registraci) nebo přímo pomocí Identity občana. Alternativou je zvolit si možnost podání bez registrace (ekvivalent jednorázového nákupu v internetovém obchodu).

Přihlášení pomocí Identity občana (s využitím prostředků, jako je bankovní identita či aplikace Mobilní klíč eGovernmentu) má některé výhody oproti použití klasického účtu typu jméno a heslo. Předně je účet Identity občana sdílený napříč celou státní správou, a odpadá tedy nutnost pamatovat si přihlašovací údaje. Navíc je možné využít automatického vyplnění údajů o fyzické osobě,



kteří je nabídnuto vždy před vstupem do konkrétního formuláře. Atraktivním benefitem je také 20% sleva ze správních poplatků do maximální výše 1000 Kč, která je při podání po přihlášení Identity občana vždy započtena.

Formuláře se vyplňují po jednotlivých sekcích, které se otevírají navigačními tlačítky nebo výběrem ze seznamu kapitol, který se nachází na levé straně formuláře. Každá sekce má podrobnou nápovědu, ve které jsou často uvedeny i praktické příklady nebo odkazy na zdroje dalších informací. Políčka formuláře, do kterých se zadává adresa, jsou napojena na centrální státní registr adres – obvykle stačí zadat část adresy a formulář sám nabídne doplnění zbytku.

Výhodou interaktivních formulářů je možnost ověření, zda jsou správně vyplněny. Kdykoliv v průběhu práce lze použít tlačítko kontroly dat, které vyhodnotí, zda jsou správně vyplněna všechna povinná pole. V případě, že kontrola najde jakýkoliv problém, je sekce s chybou označena červenou barvou.

Pro odeslání vyplněného formuláře je k dispozici více možností. Uživatel má možnost podání odeslat pomocí své datové schránky, podepsat formulář uznávaným elektronickým podpisem nebo odeslat podání bez podpisu. Odeslání bez podpisu má zásadní nevýhodu, jelikož takové podání je nutno do pěti dnů doplnit doručením podepsaného originálu (možné datovou schránkou, e-mailem s elektronickým podpisem, ale i osobně nebo poštou). Pro toto doručení stačí využít systémem vygenerované potvrzení o podání, není nutné zasílat celou kopii podání, včetně příloh. Poslední způsob odeslání je k dispozici pouze uživatelům přihlášeným Identity občana – přihlášku či žádost mohou odeslat pouhým kliknutím na potvrzující tlačítko.

Po odeslání podání s přihláška či žádost během několika sekund zaeviduje do rejstříku. Na obrazovce je poté k dispozici infor-

mace o času podání (získané prioritě) a přiděleném podacím čísle (pro přihlášky je vytvořena i spisová značka). Vystaveno je potvrzení o podání (volitelně také formální osvědčení o provedení digitálního úkonu). Toto potvrzení je souběžně doručeno dle způsobu podání buď do datové schránky, nebo na e-mailovou adresu klienta. Pokud je uživatel přihlášen, lze potvrzení později kdykoliv stáhnout i přímo v portálu.

Je-li zvolena přihláška či žádost zpoplatněna, jsou informace k platbě poplatku uvedeny právě v potvrzení o podání. Platbu lze realizovat i prostřednictvím QR kódu, který je v potvrzení rovněž uveden.

Dokončená podání najdeme v přehledu odeslaných podání. Stejně tak je možné zobrazit seznam rozpracovaných podání, která se ukládají, kdykoliv uživatel opustí formulář ještě před jeho odesláním. Pro náročnější uživatele je u každého podání k dispozici možnost stažení strojově čitelného XML souboru. Předáním tohoto souboru můžeme sdílet vyplněný formulář s ostatními uživateli, kteří jej mohou do portálu nahrát a použít jako šablonu. V rámci jednoho účtu lze šablony vytvářet i přímo v uživatelském rozhraní.

Oblíbená je rovněž možnost vytvořit kopii již odeslaného nebo rozpracovaného podání, takže se údaje, které se často opakují, nemusejí pokaždé vyplňovat znovu.

Úřad průmyslového vlastnictví se snaží průběžně reagovat na požadavky veřejnosti a doplňovat do portálu elektronických služeb další rozšiřující funkce. Na nejbližší období je v plánu zavést platební bránu pro pohodlnou platbu správních poplatků nebo možnost odpovídat na vybranou korespondenci přímo z portálu (pouze pro klienty přihlášené Identity občana). V samotných formulářích bude doplněna funkce pro automatické vyplnění údajů o podnikajících fyzických a právnických osobách ze státních registrů bez nutnosti jejich ručního přepisování (postačí vyplnit IČO).

Ing. Jakub Jůzl,
Úřad průmyslového vlastnictví

Nejlepším zákonem roku 2023 pro byznys je novela MPO, která zavádí sdílení elektřiny

Novela energetického zákona LEX OZE II z dílny Ministerstva průmyslu obchodu, která zavádí sdílení elektřiny, zvítězila v 15. ročníku soutěže Zákon roku. Umístila se na první příčce v kategorii Nejlepší zákon roku 2023 pro byznys. Anketu Zákon roku organizuje poradenská společnost Deloitte a její advokátní kancelář.

„Sdílení elektřiny přináší revoluční změnu celého systému české energetiky. Na novele energetického zákona, která sdílení zavádí, jsme pracovali intenzivně a přistupovali k ní velmi pečlivě. Jsem opravdu rád, že to tak vnímají i hlasující v anketě a zvolili ji na první místo

nejlepšího zákona pro byznys,“ řekl ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela s tím, že připravovaný systém vnímá MPO jako základ, který bude nadále rozvíjet tak, jak to umožní technické možnosti. Novela LEX OZE II umožní sdílení vyrobené energie a zakládání

energetických společenství. Domácnosti, obce, firmy nebo školy budou moci vyrábět vlastní elektřinu, především z obnovitelných zdrojů, a následně si ji mezi sebou sdílet. Výsledkem budou nižší výdaje za energie, zvýšení energetické nezávislosti jednotlivců i společnosti, a v neposlední řadě také pozitivní vliv na životní prostředí.

„Do vzniku novely jsme zapojili co nejširší veřejnost od expertů z nevládních organizací přes distributory až po Energetický regulační úřad či provozovatele přenosové soustavy

ČEPS. Výsledná podoba představuje funkční, a hlavně stabilní model budoucího fungování komunitní energetiky v České republice,“ sdělil vrchní ředitel energetiky a jaderných zdrojů René Neděla.

Zákon roku je společným projektem firem, asociací a dalších subjektů, které se angažují v oblasti kvality regulace českého podnikání. Nominovanými počiny jsou obecně závazné právní předpisy České republiky či Evropské unie přijaté či schválené v uplynulém roce. Deloitte anketu pořádá od roku 2010. (tz)

Srovnávač cen Kalkulátor.cz rozšiřuje služby o srovnání mobilních tarifů, internetu a TV

Kalkulátor.cz, nezávislý český srovnávač cenových nabídek, jehož služby od roku 2020 využilo více než čtvrt miliónu zákazníků, přichází s rozšířením svých služeb. Vedle úspěšných kalkulaček pro energie, pojištění, půjčky a úvěry přidává do svého portfolia nové služby srovnání mobilních tarifů, internetu a TV. Tento krok je reakcí na stoupající poptávku a dynamický vývoj na trhu telekomunikačních služeb.

Globální telekomunikační trh je ve stavu neustálé evoluce s rostoucím počtem uživatelů internetu a mobilních služeb, což otevírá nové příležitosti pro spotřebitele. Jen v České republice se počet

uživatelů mobilního internetu od roku 2020 zvýšil o 30 %. Kalkulátor.cz přichází s inovativním řešením, které umožňuje uživatelům využít tento rostoucí trend ve svůj prospěch. „Na českém trhu

nyní působí tři tradiční operátoři – T-Mobile, Vodafone a O2 – a celá řada virtuálních operátorů jako GoMobil či Tesco Mobile. Konkurence je velká a ceny se neustále vyvíjejí, což může být pro běžného spotřebitele matoucí. Kalkulátor.cz proto nabízí nejen přehled, ale i možnost najít řešení skutečně šité na míru,“ vysvětlil Petr Novák, CEO společnosti Kalkulátor.cz. „Jsme hrdí na to, že naše služby jsou nezávislé a primárně se zaměřujeme na dlouhodobou spokojenost našich klientů, kteří se k nám opakovaně vrací.“

Kalkulátor.cz přináší na trh unikátní přístup ke srovnání mobilních tarifů, internetu a televizních balíčků, kde není cílem jen srovnat ceny, ale zejména poskytnout komplexní poradenství. „Díky detailnímu porozumění potřebám našich klientů a odborné znalosti trhu můžeme nabídnout služby, které jsou skutečně individuální. Naše srovnávací metody jsou sofistikované a zahrnují množství proměnných, kdy zohledňujeme nejen cenu, ale i kvalitu a dostupnost služeb,“ dodal Petr Novák. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

České organizace zavádějí a certifikují systémy managementu kvality ve vysoké míře

To, co je kvalitní, právem získá brzy pozornost zákazníka, ať je jím firma, nebo běžný spotřebitel, jednotlivec. Když se mezi lidmi rozhlásí, že ten a ten řemeslník drží slovo a odvádí práci, jakou slíbil, brzy se mu hrne jedna zakázka za druhou. Když výrobce dodává na trh myčky, kola nebo kabáty, které nemají jedinou reklamaci, je brzy středem pozornosti. Pokud nabídne pekař housky, za nimiž se doslova zapráší, pak je to známka nejvyšší, je to na výtečnou. Právě takové subjekty jsou pro celou společnost prospěšné, užitečné. Stejně jako úřady, kam občané chodí pro radu rádi, nebo školy, o jejichž absolventech je dlouho slyšet jen to dobré. Jak se však dopracovat k té očekávané kvalitě? Napomoci může Česká společnost pro jakost v čele s výkonným ředitelem Ing. Petrem Kotenem:

Svůj profesní život jste upsal prosazování kvality. Jak ji vnímá podnikatelská veřejnost v posledních letech?

O kvalitě se intenzivně hovoří napříč všemi obory a „kvalita“ bývá hojným pojmem v marketingu produktů a služeb. Podnikatelská veřejnost si je vědoma důležitosti kvality a vnímá ji jako podmínku nezbytně nutnou pro svůj dlouhodobý podnikatelský úspěch. Členové vrcholového vedení jsou si vědomi toho, že musí zajistit kvalitní výrobu u sebe (chtějí spokojeného zákazníka, vysokou produktivitu a žádné zmetky) a také tlačit na kvalitu u svých dodavatelů.

Pokročily u nás firmy v zavádění managementu kvality?

České organizace, v porovnání s ostatními zeměmi, zavádějí a certifikují systémy managementu kvality ve vysoké míře. A posledním zřejmým trendem je integrace dalších systémů k systému kvality, jakými jsou například systémy bezpečnosti informací, energetického managementu či business continuity. Takže ano, pokračují zejména tím, že integrují další systémy managementu, které po nich vyžadují zákazníci, či sami přijdou na to, že jsou užitečné a pomáhají jim předcházet problémům či je řešit.



Ing. Petr Koten, výkonný ředitel České společnosti pro jakost foto Kateřina Šimková

Co si přát, aby v kvalitě nacházela široká veřejnost?

Široká veřejnost má přirozený zájem na nakupování kvalitních výrobků a služeb. A služeb nejen komerčních, ale i služeb vzdělávacích, zdravotních, sociálních či služeb úřadů. Problém spatřuji však v tom, že nejsme zvyklí či nemáme odvahu, vytrvalost nebo vůli na kvalitě trvat a vyžadovat ji. Jako spotřebitel bych se ne-

měl stydět ozvat se a slíbenou kvalitu vyžadovat. A v rámci vztahů mezi firmami (B2B) je třeba myslet na to, aby byly dobře specifikovány kvalitativní požadavky na produkty a služby v době objednání a aby byly stanoveny případně sankce. A rád bych též zdůraznil, že je důležité vyžadovat kvalitní výstupy od svých kolegů v práci.

Česká společnost pro jakost je lídrem v aktivitách na téma kvalita. Na jaké novinky byste rád upozornil?

Novinky přinášíme průběžně, každopádně bych vyzdvihl nové kurzy určené kvalitě a řízení výroby v automobilovém průmyslu a související publikace. Reagujeme intenzivně na trendy – tj. zařadili jsme do kurzů a konferencí téma ESG, v rámci certifikace se nově věnujeme certifikaci původu dřevní hmoty FSC a certifikaci business continuity. A čím dál častěji vydáváme pro naše členy příručky edice „do kapsy“, naposledy na téma metrologie či základní nástroje kvality, tzv. Core Tools.

Velmi se zasazujete o to, aby se studenti vysokých škol zabírali studiem kvality. Jde to?

Můžeme s potěšením konstatovat, že ano. Čím dál více studentů se účastní soutěže Cena Fran-

tiška Egermayera, kam jsou přihlašováni jejich odborné práce na téma kvality a další témata s kvalitou související. Můžeme se dokonce pochlubit tím, že principy této soutěže se staly základem soutěže mezinárodní, kam se zapojují zahraniční studenti.

Důležitým momentem minulého roku bylo založení, a hlavně provozování Informačního centra České společnosti pro jakost při Technické univerzitě v Liberci. Centrum slouží mimo jiné jako platforma pro setkávání studentů na odborná témata v kvalitě. Tato informační centra by se měla dále rozšiřovat i do dalších škol.

Považuji za důležité zdůraznit, že rozvoj spolupráce se studenty je podmíněn i aktivními místními pedagogy, a my jsme rádi, že je na školách potkáváme a jsme s nimi v kontaktu.

Ambasador kvality je soutěž, již každoročně vyhlašujete. Do povědomí podnikatelů i veřejné správy se dobře zapsala. O čem její výsledky vypovídají? Dá se přínos zobecnit?

V rámci soutěže Ambasador kvality České republiky posuzujeme, zdali příslušná organizace nejen kvalitně funguje, ale zdali také nějakým způsobem obor kvality podporuje. To může být například tím, že její pracovníci vystupují na konferencích, spolupracují se školami či vydávají publikace. Soutěž tedy vypovídá o tom, že účastník dělá pro kvalitu něco navíc. A přínos? Nejen zmiňovaná podpora oboru, nebo řečně přeneseně řemesla kvality, ale i naše marketingová podpora vítězům a finalistům.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

Mnohé firmy chtějí získat certifikaci FSC, záleží jim na odpovědném lesním hospodaření

Certifikace spotřebitelského řetězce lesních produktů v rámci schématu FSC je mezi tuzemskými firmami stále žádanější. A to nejen proto, že jim otevírá dveře ke spolupráci s řadou velkých společností nebo ke vstupu na ekologicky uvědomělé trhy. Nově o tuto certifikaci rozšiřuje své služby také Česká společnost pro jakost, z.s., která takto reagovala na podněty svých klientů z oblasti lesnictví, dřevozpracujícího a papírenského průmyslu či obchodu. Stává se tak první ryze českou společností, která tuto certifikaci může udělovat.

Certifikace spotřebitelského řetězce dle pravidel FSC se vztahuje na různé typy společností působících v odvětví zpracování a obchodu lesních produktů. Mezi ně patří například firmy zabývající se těžbou a zpracováním dřeva, výrobou nebo zpracováním papíru a celulózy, výrobci dřevěných výrobků, jako jsou například nábytek, podlahové krytiny, stavební materiály, dále pak maloobchodníci a distributoři. Ti všichni, pokud chtějí dosáhnout a obhájit certifikaci, musí umět dosledovat původ dřevní hmoty a uplatňovat odpovědné pracovní postupy.

„Zájem o certifikaci FSC se může v jednotlivých zemích lišit a závisí na různých faktorech, jako je velikost sektoru pracujícího s dřevní hmotou, povědomí o životním prostředí, poptávka trhu po udržitelných produktech a vládní politika podporující udržitelné hospodaření v lesích. V poslední době je znatelný pozvolný zvyšující se trend certifikace FSC,

což je způsobeno i situací na trhu, kdy je po firmách ve zpracovatelském řetězci COC, zejména díky vlivu velkých společností, tato certifikace vyžadována,“ objasnil Ing. Petr Koten, výkonný ředitel ČSJ.

Proč poptávka roste

Certifikace FSC prokazuje závazek společnosti k odpovědnému lesnímu hospodaření a udržitelnosti. Otevírá dveře na trhy, které upřednostňují postupy šetrné k životnímu prostředí. Mnoho maloobchodních prodejců a organizací vyžaduje nebo dává přednost odběru výrobků od dodavatelů s certifikací FSC. Ta dodavatelům umožňuje přístup na tyto ekologicky uvědomělé trhy, a rozšiřuje tak jejich zákaznickou základnu a možnosti prodeje.

Zajišťuje soulad s různými environmentálními předpisy a legislativou týkající se udržitelného získávání zdrojů a odpovědných lesnických postupů. To může společnost pomoci vyhnout se pokutám, právním problémům a poškození pověsti spojenému s nedodržením předpisů.

Certifikace FSC podporuje transparentnost a sledovatelnost v rámci dodavatelského řetězce. Vyžaduje, aby podniky sledovaly původ svých lesních produktů a poskytovaly náležitou dokumentaci, což umožňuje lepší řízení dodavatelů a zajištění používání udržitelných materiálů.

Je rovněž v souladu s hodnotami mnoha zaměstnanců, kteří se zajímají o životní prostředí. A vedle toho certifikace FSC motivuje firmy k zavádění udržitelných postupů, podporuje inovace a vývoj technologií a procesů šetrných

k životnímu prostředí. To může vést ke zvýšení provozní efektivity, snížení množství odpadu a dlouhodobým úsporám nákladů.

„Certifikace FSC podnikům přináší řadu významných benefitů. Je to investice do kontinuity a úspěšné budoucnosti, podněcuje k zájmu být napřed a stát se aktivními hybateli změny na lokální i globální úrovni. Záleží-li tedy firmám na odpovědné image a otázkách udržitelnosti, přístupu na ekologicky uvědomělé trhy, souladu s regulačními požadavky, lepším řízením dodavatelského řetězce, větší angažovanosti zaměstnanců vzhledem k jejich životním hodnotám a inovacím i efektivitě, může jim FSC pomoci,“ přiblížil Petr Koten.

Jak proces certifikace probíhá

Začíná se rámcovým přezkoumáním připravenosti zájemce. Před podáním žádosti o certifikaci FSC certifikační orgán zjišťuje, zda má organizace již systém zaveden a v jakém rozsahu – zejména v jakých lokalitách, pro jaké procesy a výrobky. Následuje podání žádosti o certifikaci a uzavření smluvního vztahu s certifikačním orgánem i se správcem systému FSC.

Poté auditní tým provádí audit na místě, a to formou rozhovoru, prověřováním dokumentovaných informací a pozorováním. Zkoumá důkazy o shodě systému FSC s příslušnými normami. Pokud jsou v rámci auditu vystaveny neshody, má uchazeč o certifikaci časový rámec pro přijetí opatření. Následně nezávislý odborník či komise prověří výsledky auditu a rozhodnou o vydání certifikátu na období pěti let. Každý rok pak dochází k dozorovým auditům.

Novinka jako reakce na poptávku klientů

Česká společnost pro jakost usiluje o to, aby poskytovala širokou škálu služeb v oblasti kvality a udržitelnosti, vše pod jednou střešou. Již před mnoha lety ve spolupráci s Ústavem pro hospodářskou údržbu lesů zaváděla v podmínkách České republiky certifikaci spotřebitelského řetězce lesních produktů COC podle norem PEFC. „Klienti, zejména z papírenského a dřevozpracujícího průmyslu, lesnictví i obchodu se na nás v průběhu let začali obracet s požadavkem certifikace deklarující původ dřevní hmoty také dle pravidel FSC, která je v dodavatelských řetězcích též žádaná. Proto jsme se rozhodli získat akreditaci na udělování této certifikace od mezinárodní společnosti Assurance Services International (ASI). To se povedlo 26. června 2021 a od té doby jsme první ryze českou organizací, která tuto akreditaci má. Moc nás těší zájem ze strany firem o spolupráci na certifikaci spotřebitelského řetězce lesních produktů. I proto jsme zřídili speciální e-mailovou adresu fscinfo@csq.cz, jejímž prostřednictvím se na nás zájemci mohou obracet,“ uvedl Petr Koten.

A jak poznat výrobky s certifikací FSC? Symbol stromu, pod nímž je napsáno FSC, zaručuje, že dřevní hmota, z níž byl výrobek zhotoven, nebyla vytěžena či získána nelegálním a nešetrným způsobem, a že se v lesích, kde se dřevo pěstuje, hospodaří odpovědně a přírodě blízkým způsobem a dodržují se zde přísné sociální a environmentální standardy. Certifikace tak přináší velice důležitou hodnotu zákazníkům, pro které je ochrana přírody jednou z klíčových priorit v rámci jejich životního stylu. (tz)

Své vítěze zná 13. ročník udílení cen kongresovým ambasadurům

Šestice kongresových ambasadurů si 16. dubna v Praze převzala ocenění v rámci již 13. ročníku Ambassador Awards Evening. Zástupci organizace Prague Convention Bureau zastřešující pražský kongresový průmysl, hlavního města Prahy a Ministerstva pro místní rozvoj opět udělili ceny významným českým vědcům, profesorům, lékařům a dalším špičkovým odborníkům za jejich přínos kongresovému průmyslu v české metropoli.

Ambassador Awards Evening se uskutečnil pod záštitou primátora hlavního města Prahy Bohuslava Svobody, který se předáváním cen též osobně zúčastnil. O vítězích jednotlivých kategorií již tradičně rozhodovala nezávislá 16členná komise složená ze zástupců cestovního ruchu, kongresového průmyslu, akademiků a dalších zástupců soukromé a veřejné sféry. „Minulý rok přinesl pro kongresový průmysl velmi pozitivní zprávy. V rámci vyhlášení výsledků globálního žebříčku nejoblíbenějších kongresových destinací Mezinárodní kongresové asociace ICCA (International Congress and Convention Association) za rok 2022 obsadilo hlavní město Praha 5. místo. Toto historicky nejlepší umístění bylo zároveň dlouhodobým cílem, který se nám po letech úsilí podařilo naplnit. Je nutné podotknout, že této mety bylo dosaženo zejména díky mnoha úspěšným kandidaturám na mezinárodní kongresy, které probíhaly převážně v letech 2017–2019. Do tohoto období spadá i úspěšná kandidatura na letošní dvojnásobně oceněný Světový silniční kongres,“ řekl Roman Muška, ředitel Prague Convention Bureau.

Za uplynulý rok 2023 byly v následujících šesti kategoriích oceněni tyto ambasadouři a akce:

■ **Kongres roku 2023 & Inspirace roku 2023:** Ing. Petr Mondschein, Ph.D., a Ing. Václav Neuvirt, CSc., za 27. ročník Světového silničního kongresu

Kongres přivítal v Praze více než 6000 delegátů ze 121 zemí světa, kteří diskutovali kompletní spektrum témat týkajících se dopravní infrastruktury a silničního hospodářství. Česká republika byla teprve čtvrtou zemí, kde se kongres odehrál podruhé. Zároveň se poprvé v historii



Ocenění převzaly osobnosti, které se významně zasloužily o rozvoj kongresového průmyslu u nás

podařilo do kongresu, mezi jehož partnery bylo například i OSN, zapojit vědu, výzkum a inovace. Poprvé byly při realizaci kongresu důsledně uplatněny recyklace použitých materiálů a vyloučení využití papíru. Prostřednictvím kongresu byla vytvořena síť více než 1200 středních škol a akce se též zúčastnilo deset univerzit, čímž se podařilo oslovit mladou generaci, a investovat tak do jejího budoucího rozvoje. Pro studenty, kterých na kongres dorazilo více než 2000, byla účast zdarma.

■ **Kongres do 500 účastníků roku 2023:** Ing. Markéta Pekarová Adamová za Druhý parlamentní summit Mezinárodní krymské platformy

Summitu se v Praze zúčastnilo více než 40 národních delegací nejen ze zemí Evropské unie, ale i z Velké Británie či Kanady. Hlavním tématem byly protiruské sankce a deokupace Ukrajiny. I díky této akci se potvrdila pozice České republiky jako jednoho z hlavních podporovatelů Ukrajiny v boji za národní svobodu.

■ **Kandidatura roku 2023:** Prof. RNDr. Jiří Vohlídal, CSc., za kandidaturu na 52. ročník Světového chemického kongresu Mezinárodní unie pro čistou a užitou chemii

Kandidaturu na celosvětově nejvýznamnější kongres z oblasti chemických věd podaly poprvé v historii akce hned dvě národní chemické společnosti – Česká a Slovenská. Nejen díky tomu Praha zvítězila v konkurenci měst jako Čcheng-tu, Tchaj-pej a Düsseldorf a v roce 2029 přivítá na 4000 odborníků z chemického průmyslu. Součástí kongresu by mělo být i speciální symposium s elektrochemickou tematikou, které symbolicky oslaví 70. výročí udělení Nobelovy ceny prof. Jaroslavu Heyrovskému.

■ **Korporátní akce roku 2023:** Martina Slavíková za E.ON Energy Show Svým rozsahem, použitím audiovizuálních technologií a programem šlo o největší korporátní akci konanou v O2 universu v uplynulém roce. Kromě odborného programu soustředící-

ho se na nové technologie z oblasti energetiky a e-mobilitu akce zahrnovala i teambuildingovou část. Celodenního programu se zúčastnilo zhruba 2500 delegátů.

■ **Dlouhodobý přínos kongresovému průmyslu:**

Prof. MUDr. Petra Tesařová, CSc., přednosta onkologické kliniky 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy a Všeobecné fakultní nemocnice

Petra Tesařová přednáší na tuzemských i zahraničních kongresech, zasazuje se za organizaci mezinárodních konferencí v Praze (například Gastric Cancer Congress IGCC 2019), a aktivně tak propaguje Českou republiku. Kromě proaktivity v kongresovém průmyslu je předsedkyní Projektu 35“ zaměřeného na skupinu mladých žen do 35 let věku, které onemocněly karcinomem prsu. Je též zakladatelkou nezávislé organizace Dialog Jessenius, která vznikla s cílem rozšířit informovanost široké veřejnosti o závažných onemocněních. S neúnavným zápalem a oddaností se v oblasti onkologie angažuje již 40 let.

„Celý profesní život se snažím posouvat českou onkologii do světa a k tomu patří i organizace mezinárodních konferencí. Každý, kdo pořádá velký odborný kongres, ví, jak velká je to práce. Výhodou je, že nemalou část z ní odvede samotná Praha, kam přijíždějí evropští i zámožní kolegové ochotně a rádi. Smyslem mého úsilí je navazovat odborné vztahy, zviditelnit českou onkologii a ukázat, jak u nás s rakovinou bojujeme statečně a úspěšně. Díky jsem ale nikdy neočekávala, tato cena mě přesto moc potěšila,“ sdělila Petra Tesařová a dodala: „Získání tohoto ocenění není ale žádná definitivní tečka. S Prahou mám určité další kongresové plány.“

○ **Ambassador Programu**

Ambassador Awards Evening je součástí Ambassador Programu Prague Convention Bureau – strategického programu zaměřeného na podporu tzv. kongresových velvyslanců – místních zástupců mezinárodních oborových asociací v Praze i v České republice. Kromě jiného program nabízí mnoho vzdělávacích a společenských akcí s cílem podpořit kongresové ambasadory v jejich úsilí a snaze přivést mezinárodní konference do destinace. (tz)

Pivovary Staropramen se řadí mezi nejlepší zaměstnavatele v České republice roku 2024

Společnost Pivovary Staropramen obdržela dvě prestižní ocenění v HR oblasti. Nejenže obhájila mezinárodní certifikaci Top Employer 2024, zabodovala také mezi studenty v českém žebříčku Top zaměstnavatelé 2024, kde v kategorii Spotřebitelský průmysl stoupla hned o dvě příčky na osmé místo. Ocenění Top Employer je každoročně udělováno firmám, které svým zaměstnancům poskytují kvalitní pracovní prostředí a zároveň v této oblasti trvale usilují o další rozvoj. Top zaměstnavatele již tradičně vybírají vysokoškoláci a studenti středních škol.

Certifikát Top Employer uděluje organizace Top Employers Institute, která se již od roku 1991 věnuje důslednému a nezávislému hodnocení zaměstnavatelů po celém světě. Tento detailní průzkum se zaměřuje na šest oblastí, které se dále skládají z 20 podoblastí, jako je HR strategie, pracovní prostředí, získávání talentů, vzdělávání, diverzita, rovnost, inkluze a další. Program již certifikoval a ocenil přes 2300 Top zaměstnavatelů ve 121 zemích na pěti konti-

nentech. Organizace zároveň poskytují užitečné rady, doporučení a návody, aby pomohla společností dosahovat vyššího standardu v péči o zaměstnance.

Pivovary Staropramen poprvé certifikát Top Employer Česká republika získaly v roce 2023, a zařadily se tak po bok ostatních zemí ze skupiny Molson Coors Beverage Company z regionu střední a východní Evropy. Toto ocenění obdržely i jiné přední firmy napříč odvětvími.

Ocenění Top Employer Česká republika 2024 je pro společnost Pivovary Staropramen dalším důležitým milníkem v její dlouhé a bohaté historii. „Jsme nadšeni, že se nám podařilo získat tak významné ocenění. Potvrzuje to, že se v personální oblasti ubíráme správnou cestou a že lidé jsou pro nás opravdu na prvním místě. Díky jejich angažovanosti, kreativitě a oddanosti patří naše značky mezi nejoblíbenější nejenom v Česku, ale i ve světě,“ uvedla Lucie Benešová, HR ředitelka společnosti Pivovary Staropramen.

Certifikát Top Employer je nejen odměnou za dosavadní úspěchy, ale také motivací do budoucna. Titul musejí společnosti každoročně obhajovat. „Ocenění Top Employer Česká re-

publika 2024 je pro nás nejen zadostiučiněním, ale i velkým závazkem do budoucna. Naším cílem je samozřejmě na letošní úspěch navázat a certifikát si dlouhodobě udržet. Věříme, že cenová zpětná vazba, kterou jsme díky certifikaci



získali, nám v našem úsilí pomůže,“ dodala Lucie Benešová.

Každoročně sestavovaný žebříček Top zaměstnavatelé vzniká na základě vnímání zaměstnavatelů studenty středních a vysokých škol. Ve 13. ročníku této prestižní a na českém trhu unikátní studie hlasovalo celkem 11 416 studentů českých vysokých škol a 4118 středoškolačů. Sběr dat probíhal od 2. října do 15. prosince 2023 formou online dotazníku, který sestavila a vyhodnotila Asociace studentů a absolventů ve spolupráci s výzkumnou agenturou NIQ.

Ocenění Top Zaměstnavatel 2024 je pro společnost Pivovary Staropramen dalším důležitým ukazatelem, že je pro mladé lidi stále atraktivnějším místem, kde by chtěli pracovat. „Věříme, že k tomuto posunu přispěly naše loňské aktivity zaměřené na studenty. Již tradičně šlo o exkurze a studentské praxe jak na Smíchově, tak v Ostravě. Zároveň jsme v loňském roce navázali bližší spolupráci s Českou zemědělskou univerzitou v Praze, kde studenti zpracovávali případové studie v oblasti HR, pravidelně jsme přednášeli na téma diverzity managementu, udržitelného přístupu k podnikání a podobně,“ uzavřela Lucie Benešová. (tz)

Další příležitost, jak neplýtvat potravinami, nabídlo PENNY

Učíme se rozumně, a ještě rozumněji zacházet s potravinami. Ať již v rodinách, restauracích, pekárnách, nebo obchodních řetězcích. Vzniká řada aktivit, které přinášejí dobré až překvapivé výsledky. Příkladně si vede řetězec PENNY. Zavádí další chytrá řešení, která umožní zákazníkům výhodně pořídit potraviny a zároveň pomáhají v boji proti plýtvání.

Nově začal například ve 221 prodejnách v rámci projektu Neplýtváme s PENNY nabízet s 50% slevou balíčky potravin s blízkou dobou spotřeby. Neplýtváme s PENNY navazuje na zapojení do platformy Nesněženo, jejímž prostřednictvím jsou výhodné balíčky k mání ve 200 obchodech PENNY. Zákazníci tak mohou výhodně nakoupit, a současně se zapojit do boje proti nehošpoddárnosti v celé síti PENNY.

„Lidé mají o úsporná řešení velký zájem, proto přemýšlíme nad dalšími inovacemi, které bychom mohli rychle a jednoduše v prodejnách zavádět. Novinky jsou zajímavé pro obě strany. Zákazníci mohou nakoupit ještě výhodněji nad rámec aktuálních slev a my prodáme potraviny, které by jinak přišly nazmar,“ popsal vedoucí oddělení kvality PENNY Petr Baudyš.

Zvýhodněné balíčky potravin s blízkou dobou spotřeby výrazně rozšiřují již zavedenou praxi a velmi úspěšně zapojení PENNY do platformy Nesněženo. Balíčky Nesněženo nabízí PENNY jako jediný řetězec v Česku a rezervovat si je zákazníci mohou přes mobilní aplikaci. Je to reakce na mimořádný zájem o zvýhodněné potravinové balíčky, PENNY navýšilo počet prodejen, které je připravují, na čtyřnásobek.



PENNY se totiž jako první a dosud jediný řetězec v Česku k platformě Nesněženo připojil loni v dubnu, když začal nabízet výhodné balíčky především čerstvých potravin, kterým brzy uplyne doporučená doba spotřeby. Z pilotního projektu v jednom obchodě se možnost zakoupit balíčky rychle rozrostla na 51 prodejen. A aktuálně se rozšiřuje až do poloviny obchodů PENNY v Česku. „Vycházíme vstříc zákazníkům, kteří již od počátku projektu projevíli o balíčky velký zájem. Nákup je přínosný pro všechny strany. Zákazník získá za výhodnou cenu kvalitní potraviny a my v PENNY prodáme například zboží, které bychom třeba již následující den nabízet nemohli. Společně snižujeme plýtvání potravinami a přispíváme k ochraně životního prostředí,“ popsal mluvčí PENNY Tomáš Kubík. Nesněženo tak podle něho efektivním způsobem doplňuje již řadu let existující model boje proti plýtvání.

Prostřednictvím aplikace a webu Nesněženo restaurace, pekárny, hotely nebo obchody s potravinami nabízejí neprodané, ale kvalitní jídlo s výraznou slevou. Po přihlášení do platformy si zákazník vybere nejbližší prodejnu PENNY a objedná si předpřipravený balíček potravin, kterým se blíží doba spotřeby. U PENNY za 79 Kč získá balíček obsahující ovoce, zeleninu, pečivo nebo chlazené zboží, kterému ten den končí trvanlivost. Hodnota zboží v balíčku přitom činí minimálně 160 Kč, takže zákazník dostane slevu nejméně 50%. Skladba balíčku se odvíjí od aktuálně neprodaných, ale stále kvalitních produktů s blízkou dobou spotřeby. „Úspěch PENNY balíčků na platformě Nesněženo dává jasný signál, že boj proti plýtvání jídlem má smysl. I přesto, že v Česku plýtváme jídlem o poznání méně, než je evropský průměr,

jsme rádi, že tuto statistiku můžeme i nadále redukovat, a to nejen díky spolupráci právě s PENNY, ale i s další více než tisícovkou různých partnerů,“ komentoval spolupráci spoluzakladatel Nesněženo Jakub Henni.

Pro ty, kteří nemají chytrý telefon nebo aplikaci nevyužívají, je tu nová aktivita týkající se nákupu balíčků sestavených přímo v prodejnách PENNY. Balíčky si od 19. dubna mohou zájemci pořídit i například v dalších 221 obchodech. „Pro naše vlastní balíčky si zákazníci mohou jednoduše dojít přímo do obchodu bez toho, že by si balíček objednávali předem v aplikaci,“ dodal Petr Baudyš.

Výhodné sestavy obsahují především pečivo z předchozího dne, ovoce a zeleninu, mléčné výrobky, uzeniny s blízkou dobou spotřeby. Cena balíčku je 79 Kč, ale hodnota zboží v něm je minimálně dvojnásobná. Takže zákazník získává slevu nejméně 50%. V PENNY přitom na základě dosavadních zkušeností očekávají, že o takové balíčky bude mezi spotřebiteli velký zájem – v rámci Nesněženo si jich spotřebitelé odnesli již téměř 61 000.

V PENNY nepřijdou nazmar ani neprodané rohlíky. Druhý úsporný projekt Rohlík na strouhanku se soustředí na využití staršího pečiva. Rohlíky, které se neprodaly čerstvé, PENNY zabalí do pytlíku po deseti kusech a za 13,50 Kč je nabídne pro domácí přípravu strouhanky. Cenově přitom starší pečivo vyjde zhruba na polovinu toho, co strouhanka přímo od výrobce. „Strouhanka se doma ze suchého bílého pečiva, které se nesnědlo a ztvrdlo, připravovala dříve zcela běžně. Dnes ale zákazníci kupují spíš tolik, co skutečně spotřebují, takže tolik zbytků nemají,“ vysvětlil Petr Baudyš. V rámci boje proti plýtvání daruje PENNY pravidelně trvanlivé potra-

viny i drogistické zboží potravinovým bankám. Zeleninu a ovoce, které už kvůli přísným požadavkům nechce nabízet zákazníkům, pak věnuje PENNY zoologickým zahradám. Zaměstnanci vytřídí kusy ovoce a zeleniny nesplňující estetickou kvalitu nebo ty, které je potřeba zkonsumovat v co nejkratší době, přičemž toto ovoce a zelenina i nadále splňují všechny zdravotní normy a pro zvířata jsou zcela nezávadné. Do projektu PENNY pro zoo je zapojeno přes 30 zahrad v Česku.

Nový projekt PENNY balíčků nahrazuje starší nabídku bedýnek s ovocem a zeleninou druhé jakosti. Na příkladu Nesněženo se totiž ukázalo, že zákazníci vítají možnost výhodně nakoupit nejen ovoce a zeleninu, ale i další potraviny.

Tomáše Kubíka jsem se ještě zeptala:

Z iniciativy proti plýtvání potravinami se stal velký projekt, který patří k podnikání vašeho řetězce už jako samozřejmost. Anž prozrazujete nadměru, máte další nápady, jak přispět k udržitelné spotřebě?

Nápadů máme celou řadu. Snažíme se neustále posouvat projekty dopředu, a to i v oblasti boje proti plýtvání. Sledujeme trendy i zákaznické preference, a reagujeme i na ně. Výrazným rozšířením spolupráce s Nesněženo a zavedením vlastních balíčků jsme v uplynulých týdnech udělali velký krok dopředu. Nyní se změnami seznamujeme naše zákazníky, sledujeme jejich zpětnou vazbu a průběžně vyhodnocujeme úspěšnost projektů. Následně budeme současné fungování ještě dále vylepšovat, a zcela určitě přijdeme i s dalšími novinkami.

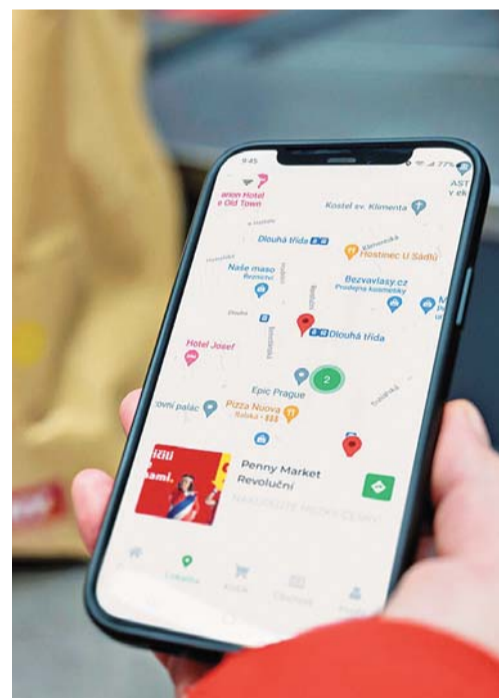
Najde zájemce o nakupování zlevněného zboží na vašem webu seznam prodejen, kde je to možné?

Na našem webu zákazníci najdou seznam všech prodejen, protože v současnosti je každá naše prodejna zapojena do projektu proti plýtvání čerstvými potravinami, ať již prostřednictvím Nesněženo, nebo našich vlastních balíčků. Najdou zde samozřejmě i bližší informace o spolupráci s Nesněženo, ale i našich dalších aktivitách v oblasti boje proti plýtvání či společenské odpovědnosti.

Jak reagují spotřebitelé? Máte již nějaké pěkné ohlasy?

Reakce zákazníků jsou velmi pozitivní, ať již na sociálních sítích, nebo přímo v aplikaci Nesněženo. Z toho máme samozřejmě velkou radost!

připravila Eva Brixí ■■■



Do Sbírkky potravin se zapojilo na jaře 134 prodejen

Řetězec PENNY se zapojil do jarního kola solidární celorepublikové Sbírkky potravin, která patří k největším charitativním akcím v Česku. Potraviny nebo drogistické zboží mohli zákazníci na pomoc potřebným věnovat ve 134 prodejnách PENNY. Sbirka běžela po celý den v sobotu 13. dubna.

V podzimním kole Sbírkky potravin se vybralo rekordních 718 tun zboží pro potřebné. Z toho zákazníci PENNY věnovali 59 tun. „Jsme rádi, že se daří počet zapojených prodejen i objem darovaného zboží pravidelně zvyšovat. Do jarní sbírky jsme zapojili 134 prodejen. V 80 prodejnách lidem pomáhali dobrovolníci, v 54 obchodech proběhla sbírka do statických boxů. Jsme moc rádi, že zákazníci společně s námi podpořili ty, kteří to potřebují nejvíce,“ uvedl mluvčí PENNY Tomáš Kubík.

Darované produkty putují do regionálních skladů potravinových bank a následně, za přispění místních neziskových organizací, přímo ke konkrétním lidem. Největší upotřebení naleznou konzervy, dětské výživy, instantní polévky, trvanlivé mléko, olej, rýže a luštěniny, těstoviny, ale i základní a dětská drogerie.

Pomoc ve Sbírkce potravin je zaměřena zejména na seniory, rodiny v krizi, rodiče samostatně žijící, pěstounské rodiny, hendikepované občany či lidi bez domova a pokrývá celou Českou republiku.

S potravinovými bankami PENNY úzce spolupracuje od roku 2017 a podporuje jejich činnost pravidelně i mimo jednorázové sbírkové akce. Od roku 2019 putovalo z PENNY do potravinových bank celkem 745,5 tuny pomoci. V době pandemie podpořil PENNY Sbírkku potravin také mimořádnými dary přesahujícími částku deset milionů korun. (tz)



Podepsáno historické memorandum

Fakulta mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze a Prague Convention Bureau podepsaly memorandum o exkluzivní spolupráci v oblasti kongresového průmyslu. Tento slavnostní akt se uskutečnil 10. dubna na FMV VŠE a otevírá dveře k novým možnostem pro studenty i profesionály v tomto dynamicky se rozvíjícím odvětví.

Memorandum o spolupráci symbolizuje spojení akademické sféry s praxí v MICE odvětví (z anglického Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) a zavazuje se k podpoře vzdělávání, výzkumu a praktického uplatnění. Tato spolupráce nabídne studentům příležitosti pro stáže, praxi a zapojení do výzkumných projektů přímo ve spolupráci s odborníky z praxe.

Hlavní body spolupráce zahrnují:

■ Výměnné programy a stáže pro studenty: Studenti Fakulty mezinárodních vztahů budou mít



přístup k exkluzivním stážím a pracovním příležitostem v kongresovém průmyslu, které jim nabídne PCB a její členské organizace.

■ Společné výzkumné a vzdělávací projekty: Kooperace se zaměří na společný výzkum a vývoj

vzdělávacích programů, které reflektují aktuální potřeby a trendy v kongresovém průmyslu.

■ Expertní přednášky a workshopy: Oboroví lídři a experti z PCB budou pravidelně přispívat do vzdělávacího procesu na Fakultě mezinárodních vztahů VŠE.

ních vztahů prostřednictvím hostujících přednášek a workshopů.

Doc. Martina Jiránková, děkanka Fakulty mezinárodních vztahů VŠE, uvedla: „Partnerství s Prague Convention Bureau otevírá našim studentům dveře do světa plného možností v kongresovém průmyslu. Jsem pevně přesvědčena, že spolupráce mezi akademickou sférou a předními oborovými představiteli, jako je PCB, je klíčová pro budování silné budoucnosti v tomto odvětví.“ Roman Muška, ředitel Prague Convention Bureau, dodal: „Podpora vzdělávání a výchova nových talentů, které najdou uplatnění v kongresovém průmyslu, je jedním ze strategických cílů PCB, a proto nás velice těší, že podpisem memoranda stvrzujeme oboustranný zájem významně rozšířit naši dosavadní spolupráci, a to zejména v oblasti stáží pro studenty a společných výzkumných a vzdělávacích projektů.“ Toto partnerství představuje závazek obou institucí k podpoře excelence a inovace v kongresovém průmyslu a slibuje, že bude sloužit jako most mezi teorií a praxí pro studenty, kteří se chystají vstoupit do tohoto odvětví. (tz)

Jarní dovolená Čechů: převažují domácí destinace a aktivní odpočinek

Celkem 56 % Čechů letos plánuje strávit jarní dovolenou v tuzemsku. Nejčastěji v Jihočeském a Středočeském kraji. V místě pobytu pak zůstanou průměrně šest dní. Jako hlavní náplň volna si představují odpočinek s lehčími sportovními aktivitami a dále návštěvu kulturních památek. V průměru se chystají utratit 6713 Kč na osobu za celou dobu. Do zahraničí se na jaře chystá 42 % Čechů. Naopak s jarní dovolenou vůbec nepočítá zhruba třetina Čechů. Vyplývá to z aktuálního průzkumu České centrály cestovního ruchu – CzechTourism.

Podíl těch, kteří si chtějí užít jarní období dovolenkově v Česku, v meziročním srovnání o dva procentní body klesl. Mírně se zkrátila délka tuzemské dovolené, a to o jeden a půl dne, zatímco plánovaná výdaje vzrostly o 565 Kč. Téměř polovina oslovených pak preferuje jarní dovolenou v rámci prodlouženého víkendu a ve společnosti rodiny. „Hlavním důvodem, proč Češi v tuzemsku jarní dovolenou neplánují, je fakt, že na ni prostě nemají ve zvyku jezdit. A počítají spíše s větší dovolenou v létě. S tím souvisí i druhý faktor, který rozhodnutí Čechů vyrazit za hranice

ovlivňuje – finance. Přesto můžeme konstatovat, že oproti loňsku vzrostl podíl těch, kteří se rozhodli na jaře dovolenou v zahraničí strávit, a to z původních 37 % na aktuálních 42 %,“ shrnul ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller a dodal: „V tomto ohledu určitě stojí za zmínku nová železniční linka nočního vlaku společnosti European Sleeper, která bez jediného přestupu vede z Bruselu do Prahy a zpět. Na jedné trase propojuje hned čtyři země a čtyři evropské metropole.“

Třetina lidí preferuje odpočinkový pobyt s lehčími sportovními aktivitami. Celkem 17 % lidí míří za kulturními památkami a 16 % cestovatelů tvoří vyznavači pasivní relaxace. V rámci aktivního rázu dovolené je pak v kurzu pěší turistika (68 %) a nenáročná procházka (54 %). Mezi oblíbené aktivity patří cyklistika s rodinou (24 %) nebo třeba vodní sporty (16 %). „Pěší turistika patří mezi nejoblíbenější outdoorové aktivity, které Češi aktivně provozují. Není tedy překvapením, že touto formou chtějí trávit i dovolenou. Máme nejlepší turistické značení na světě. Na cestovatele do a po Česku čeká mimo jiné přes 44 000 km pěších tras a 40 000 km silničních cyklotras. Tuzemští i zahraniční turisté u nás najdou kvalitní produkty, jako je pěší dob-

rodružství po Hřebeňovce Českým Švýcarskem nebo stezka Lužnice, jež se pyšní oceněním evropské kvality. Za zmínku stojí také Stezka Českem, na kterou se vydalo už přes 100 000 lidí. A v neposlední řadě si na své v Česku přijdou i vyznavači aktivního turizmu a současně kulturních a gastro zážitků. Stačí si vybrat z pestré nabídky tematických pěších tras, jako je například Krkonošská pivní stezka, unikátní sklářská stezka na severu Čech Křišťálové údolí nebo vinařské stezky na Jižní Moravě a Slovácku,“ shrnul produktový manažer pro aktivní turizmus České centrály cestovního ruchu CzechTourism Antonín Novák.

Češi plánují utratit za jarní dovolenou o 565 Kč více než loni, v průměru 6713 Kč na osobu. Největší část výdajů padne za ubytování (46 %), další významnou položkou je stravování v restauracích (18 %) a 11 % výdajů chtějí utratit za služby, jako jsou třeba vstupenky, kultura, muzea nebo památky.

Polovina lidí plánujících jarní dovolenou v ČR se ubytuje v penzionu. Dalším často preferovaným typem ubytování jsou hotely vyšší kategorie (30 %) a neplacené ubytování v soukromí (20 %). Při výběru ubytování pro jarní dovolenou v ČR jsou pro respondenty nejdůležitější

cena (90 %), vlastní zkušenost (89 %) a rozsah a kvalita služeb (85 %). Téměř třetina dotázaných se vydá na stejné nebo známé místo a bezmála polovina pak navštíví destinaci, ve které ještě nebyla. Na místo se nejčastěji dopraví autem nebo motorkou. Jedním z vodítek při rozhodování kam vyrazit, jsou také místa, kde se natáčel film, pohádka nebo seriál. V posledních pěti letech se filmová místa rozhodla navštívit polovina turistů v Česku.

Jarní dovolenou v zahraničí plánuje 42 % Čechů, což představuje meziroční nárůst o 5 p. b. Za hranice vyrazí zejména mladší lidé do 29 let (54 %). S rostoucím věkem pak ochota odjet na delší vzdálenost klesá. Tak například v kategorii nad 75 let tuto variantu jarní dovolené volí už jen 35 % respondentů. Hlavním důvodem je fakt, že v tomto ročním období do zahraničí prostě nejezdí (56 %) a dále také nedostatek financí (47 %).

Cestování domácích turistů se dostává ve větší míře do popředí v posledních letech. V roce 2013 byl poměr domácích a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR téměř stejný. V loňském roce tento podíl činil téměř 60 : 40 (57 % a 43 %) ve prospěch domácích turistů. (tz)

Nová železniční linka nabízí spoj Brusel – Praha bez jediného přestupu

Čtyři země a čtyři evropské metropole na jedné trase. Nově je propojuje prodloužená linka nočního vlaku společnosti European Sleeper vedoucí z Bruselu do Prahy. Od 26. března 2024 tak mohou lidé vyrazit třikrát týdně z Belgie do Česka a zpátky. Cesta potrvá zhruba patnáct hodin. Přibylly nové zastávky, a to v Drážďanech, Bad Schandau, Děčín, Ústí nad Labem a Praha. Jediným přestupem v Bruselu se k nám pak zájemci dostanou i z Paříže či Londýna.

Necelých deset měsíců po spuštění přímé železniční linky z Bruselu do Berlína se první cestující mohou svést až do Prahy. První spoj vyrazil v pondělí 25. března z belgické metropole. Na cestu zpět se vydá o den později. Každým směrem pojedí třikrát týdně a bude zastavovat ve stanicích Brusel, Antverpy, Rotterdam, Amsterdam, Berlín, Drážďany, Bad Schandau, Děčín, Ústí nad Labem a Praha. Z hlavního města Česka bude spoj odjíždět každé úterý, čtvrtek a neděle v 18.04 hod. Do Bruselu dorazí následující den v 10.27 hod. Cena jízdenek s místenkou začíná na 49 eurech v sedačkovém oddílu a 79 eur v lůžkové ve sdíleném lůžkovém oddílu.

Vlaky nabízejí atraktivní alternativu k jiným druhům dopravy a produkují 7–10krát méně emisí než například letadla. Další významnou výhodou nočních vlaků je jejich schopnost přeměnit dlouhé vzdálenosti na pouhou noční cestu, což cestujícím umožňuje efektivně cestovat, když spí. Do destinace přijede člověk ráno odpočatý a svěží a celý den má k dispozici. Cena jízdenky zahrnuje i ubytování, a tak noční vlak šetří peníze za hotel. Další výhodou je úspora času i peněz pramení rovněž z faktu, že vlak stává obvykle přímo v centru měst. Není tedy nutné často zdlouhavě cestovat na letiště a z letiště.

„Historie železniční dopravy v Česku se datuje už od 20. let 19. století. Slouží nám v současnosti a má obrovský potenciál do budoucna. Nejen že je ohleduplná k životnímu prostředí, ale díky husté železniční síti nabízí řadu možností k cestování. Vlakem se dostanete prakticky kamkoli. Tato linka má navíc další přidanou hodnotu – jejím prostřednictvím můžeme mnohem lépe podpořit cestovní ruch v regionech. Součástí soupravy je též cyklovagón a bude zastavovat mimo jiné v Děčíně a Ústí nad Labem. V praxi to znamená, že cyklisté, ale i milovníci pěší turistiky nemusejí jezdit až do Prahy. Mohou si vychutnat třeba cyklo výlet na

Labské stezce nebo pěší dobrodružství po Hřebeňovce Českým Švýcarskem, jejíž vstupní branou je právě město Děčín,“ řekl ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller a dodal: „Vzhledem k rozměru vagonů nabízí tento způsob dopravy také mnohem více prostoru, a tím pádem pohodlí. V rámci naší gesce chceme určitě nadále podporovat obdobné projekty, které propojují moderní svět, a posilovat udržitelnost cestovního ruchu jak v Česku, tak napříč Evropou.“

„Při příležitosti první jízdy nočního vlaku jsme přivezli zástupce nizozemských a belgických médií a čtrnácti belgických cestovních kanceláří, které se specializují na prodeje cest vlakem nebo zvažují, že tento produkt zařadí do své nabídky. Kromě Prahy, která je samozřejmě stále největším lákadlem, jsme jim představili Pardubice a Mělník jako alternativní možnosti výletu vlakem z hlavního města. Další press trip proběhne v květnu, kdy jeho účastníkům ukážeme, jak u nás turisté mohou trávit aktivní odpočinek v Ústeckém kraji. Právě cestovatelé z Nizozemska a Belgie vyhledávají často tento způsob dovolené. Tak třeba na kolech ji u nás tráví zhruba 7 % Belgičanů a téměř 11 % Nizozemců, kteří do tuzemska přijdou,“ doplnila

ředitelka zahraničního zastoupení CzechTourism Benelux Petra Palečková.

Turisté z Belgie a Nizozemska patří mezi návštěvníky, kteří do Česka přijíždějí ve větším počtu. Loni si tuzemsko jako svou dovolenkovou destinaci vybralo rekordních 261 820 Nizozemců, zhruba o 5 p. b. více než v roce 2019. V průměru u nás strávili 3,73 dny. Celkem 62 % z nich zamířilo do Prahy. Pokud jde o ubytování, volili zejména některé z hromadných ubytovacích zařízení.

Počet Belgičanů ve srovnání s předcovidovým obdobím o 14 p. b. klesl a celkem jich k nám dorazilo 94 034. Naopak mírně vzrostla doba jejich pobytu. Průměrně strávili v Česku bezmála čtyři dny. Stejně jako Nizozemci přijeli do tuzemska hlavně za rekreací a bydli v některém z hromadných ubytovacích zařízení. Opět mířili nejčastěji do hlavního města, kdy si jej jako cílovou destinaci vybralo 67 % z nich.

Jak Nizozemci (42 %), tak Belgičané (69 %) do Česka nejčastěji přiletají letadlem. Druhým nejoblíbenějším prostředkem je pro turisty z Nizozemska (39 %) i Belgie (22 %) auto nebo motorka. Jako dalších způsobů dopravy volí Nizozemci (13 %) a Belgičané (4 %) obytný vůz a shodně 2 % využívají při cestě do ČR vlak. (tz)

V retailu by se mělo blýskat na lepší časy

Rok 2024 by měl vynívat z pohledu obchodu výrazně pozitivněji v porovnání s loňskem. Vyplývá to ze zprávy o obchodu s potravinami, kterou vydaly společnost McKinsey & Company a evropské sdružení obchodníků EuroCommerce. Zpráva je založena na průzkumu mezi více než 30 evropskými lídry v oblasti prodeje potravin a 12 000 spotřebiteli v 11 evropských zemích.



středový zákazník. Demografie a rozdíly v kupní síle obyvatelstva hrají roli při hodnocení situace v jednotlivých zemích.

Pro evropský obchod s potravinami, Česko nevyjímaje, popisuje zpráva následující klíčové trendy na rok 2024:

- Stále citelný tlak na marže obchodníků, kteří se v této souvislosti budou soustředit zejména na jednání s dodavateli, včetně účasti v nákupních aliancích.

- Celkem 45 % spotřebitelů bude i letos hledat způsoby, jak ušetřit (před rokem to bylo 51 %), naopak domácnosti s vyššími příjmy utratí více a zaměří se ve větší míře na ekologické výrobky s vyšší kvalitou.

- Růst trhu s potravinami „s sebou“ (food-to-go). Zákazníci tráví více času v pohybu a odhady růstu tohoto segmentu prodeje potravin v Evropě hovoří o 8 % v dalších pěti letech (oproti 3 % v obchodu jako celku).

- Pokračují snahy obchodníků v oblasti udržitelnosti, zejména pokud jde o snižování uhlíkové

vých emisí. Pozornost bude nyní upřena především na emise z dodavatelského řetězce (tzv. Scope 3 emise), kde zatím žádný z obchodníků nehlásí zásadní pokrok.

- Lze očekávat širší využívání obchodních médií (retail media) mezi prodejci. Standardizace, měření dopadu či diverzifikace reklamy budou klíčovými prvky pro úspěch v této oblasti.

- Zásadní výzvu v oblasti trhu práce přináší zejména nedostatek pracovní síly. Zaměstnavatelé budou hledat způsoby, jak si déle udržet své zaměstnance a zároveň přilákat ty nové. Zaměřovat se budou na možnosti kariérního růstu i rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem.

„Je zásadní zdůraznit, že současné trendy a proměna charakteru zákazníka povedou v nadcházejícím období k potřebě masivních investic obchodníků, a to jak do modernizace prodejen, alternativních prodejních kanálů či do potenciálu zaměstnanců, které bude obchod v nadcházejících letech potřebovat,“ shrnul Tomáš Prouza. (tz)

„Zpráva hodnotí uplynulý rok 2023 a nastiňuje výzvy pro rok 2024 spolu s klíčovými trendy, které budou v příštích letech ovlivňovat prodejce potravinářských výrobků,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, a dodal: „Rok 2023 se stále nesl především ve znamení vysoké inflace. Šetření na straně spotřebitelů vedlo i loni k poklesu reálných tržeb, které byly v uplynulém roce o 4,5 % nižší v porovnání s rokem 2019. Průzkum se však zaměřil zejména na velké trhy

v západní Evropě. V České republice byl propad reálných tržeb ve srovnání s obdobím před pandemií covid-19 ještě dramatičtější.“

Podle publikované zprávy by se tento negativní trend měl letos obracet. Opatrné hospodářské oživení a zvyšování mezd v mnoha zemích vede ke zvyšující se důvěře spotřebitelů, přesto ještě nejde celoevropsky o zcela plošný vývoj. Část zákazníků plánuje i nadále při nákupu potravin šetřit. Část si chce naopak přilepšit. Roste tedy polarizace, naopak se vytrácí

Nová pracovní pozice ve všech prodejnách dm

Společnost dm změní od června 2024 strukturu pozic ve všech prodejnách dm v Česku. Pro zlepšení produktivity práce a zajištění hladkého chodu jednotlivých směn nově zavede pozici zástupce/zástupkyně vedoucí/ho prodejny. Změna se dotkne všech 256 českých prodejen dm.

„Hledáme lidi, kteří mají dobré komunikační a organizační schopnosti, nebojí se převzít zodpovědnost a rádi by se kariérně i osobnostně rozvíjeli a dále vzdělávali,“ popsal Jiří Peroutka, manažer komunikace společnosti dm. Spolupracovníci či spolupracovnice na nově zřízené pozici

budou zastupovat vedoucí jednotlivých prodejen, a budou k tomu mít i potřebné kompetence. Doposud zastupovali vedoucí prodejen v době jejich nepřítomnosti pokladní, a za to jim náležel příplatek ke mzdě. Nyní vzniká nová pozice, na níž budou kromě plnění praktických úkolů souvisejících se zástupem kladeny větší požadavky v oblasti soft-skills, zejména výkonu vedení spolupracovníků. Ohodnocení nových spolupracovníků či spolupracovnic bude místo dosavadního příplatku řešeno adekvátní fixní mzdou. V době nepřítomnosti vedoucí či vedoucího budou zástupci a zástupkyně zaštiťovat veškerý chod na směně, a to v prodejně i ve skladu a zázemí. Pracovní náplň bude zahrnovat administrativní

úkoly, účast na poradách vedoucích pracovníků, řešení reklamací i zodpovědnost za dodržování standardů dm a zákonných ustanovení. Zároveň se budou podílet na rozvoji a vzdělávání spolupracovníků, za které byli doposud zodpovědní pouze vedoucí prodejny. Prostřednictvím této organizační změny chce dm nabídnout svým zákazníkům ještě lepší servis než doposud. Změna bude mít pozitivní dopad i na trh práce a nabídku nových pracovních míst.

Pro novou pozici je stanovena fixní měsíční mzda ve výši 43 796 Kč za plný úvazek. Nová pozice bude umožňovat i možnost kratšího úvazku, vždy s ohledem na aktuální situaci a provoz dané prodejny. Doporučeno je ukon-

čené středoškolské vzdělání a uživatelská znalost práce na PC.

Společnost dm v Česku aktuálně zaměstnává více než 4500 lidí. Filozofie společnosti staví člověka do středu zájmu, a to nejen zákazníka, ale také každého spolupracovníka. Od roku 2016 patří dm k signatářům evropské Charty diverzity, v níž se zavázala rozvíjet firemní kulturu založenou na vzájemném respektu a ocenění talentu jednotlivce. Součástí závazku je nastavení interních pravidel, která podpoří diverzitu s důrazem na férový nábor a výběr spolupracovníků, přístup ke vzdělávání, kariérní růst, hodnocení a odměňování i osobní a rodinnou situaci. (tz)

Společnost dm posílila logistickou síť

Společnost dm otevřela nový velkoobjemový sklad v Ostředku o rozloze 21 000 m². Přesunula sem produkty z dosavadního skladu v Divišově, který už kapacitně přestával stačit. Nové distribuční centrum vzniklo v areálu Prologis Park Prague D1 Ostředek.

Rozšiřující se síť prodejen i setrvalý růst obrátu přiměl společnost dm k hledání nového prostoru pro velkoobjemový sklad, který by lépe odpovídal jejím kapacitním potřebám. Řešením se stala nově vystavěná hala v Ostředku v blízkosti dálnice D1 s trojnásobnou rozlohou oproti dosavadnímu skladu v Divišově. Přesídlení skladu do nových větších prostor odstartovala dm podpisem nájemní smlouvy v červenci 2023. V listopadu začala montáž regálů a automatické

balící linky ve skladovací části. Na konci ledna si pak dm převzala kancelářské prostory a sociální zázemí. Na konci února se uskutečnila finální fáze stěhování z Divišova a od 4. března se již zboží expeduje z Ostředku.

Výhodou je, že se nový sklad nachází jen 7 km od toho původního. „Všechny naše spolupracovníky a spolupracovnice v Divišově jsme oslovili, zda svolí se změnou pracovního prostředí. Většina z nich na přesun přistoupila, přestože to pro mnohé z nich znamená delší čas strávený dojížděním. Těší se na nové modernější prostředí,“ popsal Petr Vaněček, vedoucí rezortu logistiky dm. Díky rozloze přes 21 000 m² zvládne nový sklad pojmout zboží z Divišova, ale také část produktů z jihlavského skladu dm, který již rovněž narázel na hranici své kapacity. Ze skladu v Ostředku se budou expedovat především produkty z kategorií papír, hygiena,



pleny, čističe a prací prostředky, a navíc se sem z Jihlavy přesunou produkty z kategorií nápoje, potraviny a dětská výživa.

Areál v Ostředku využívá pokročilá řešení v oblasti udržitelnosti. Vytápění je zajištěno tepelnými čerpadly, v hale je instalováno inteligentní LED osvětlení, a budova je navíc zcela nezávislá na plynu. Prostory jsou také připrave-

ny na instalaci solární elektrárny. Hala získala environmentální akreditaci BREEM na úrovni Very Good. „Nové prostory společnosti dm mají vše, co by moderní logistické prostory měly mít: ideální polohu, vybavení na míru a nejmodernější řešení udržitelnosti,“ vysvětlila Anna Jůzová, manažerka pronájmů a zákaznické zkušenosti ve společnosti Prologis. (tz)

ROSSMANN hlavním dárcem pro nový babybox v Podolské porodnici

Síť drogerií ROSSMANN se stala v rámci svého dlouhodobého charitativního projektu KDE SRDCE POMÁHÁ hlavním dárcem pro pořízení pátého pražského babyboxu, který bude vůbec prvním v Praze 4. Babybox byl na konci února letošního roku instalován v areálu Ústavu pro péči o matku a dítě známého jako Podolská porodnice a 16. března proběhlo jeho slavnostní zprovoznění.

V pořadí 88. babybox v Česku je umístěn u hlavního vstupu do areálu Ústavu pro péči o matku a dítě, ve které se každoročně narodí přes 4000 dětí. „Věříme, že každý nový babybox má potenciál zachránit neviný dětský život a jsme hrdí, že můžeme podporovat tento smysluplný projekt,“ řekla Olga Stanley, mana-

žerka komunikace sítě drogerií ROSSMANN. Ze strany drogerie ROSSMANN nejde zdaleka o první pomoc tímto směrem. V rámci charitativního projektu KDE SRDCE POMÁHÁ spolu se svými zákazníky přispěla drogerie ke zprovoznění již pěti babyboxů v rámci celé České republiky. Slavnostního otevření nového praž-

ského babyboxu se zúčastnil zakladatel babyboxů v České republice Ludvík Hess, Zdeněk Juřica coby zástupce společnosti Montel vyrábějící babyboxy a ředitel Ústavu pro péči o matku a dítě doc. MUDr. Jaroslav Feyereisl, CSc., který v sobotu 16. března zároveň oslavil významné životní jubileum v podobě sedmdesátých narozenin. „V Ústavu pro péči o matku a dítě věříme a víme, že život je největším darem. Naším posláním je přivádět nové životy na svět a zachraňovat každý z nich. Otevření babyboxu v Ústavu pro péči o matku a dítě představuje další krok k naplnění našeho poslání a naší smysluplné práce pro společnost,“ ko-

mentoval doc. MUDr. Jaroslav Feyereisl, CSc. „Za necelých 19 let pomohly babyboxy vstoupit do nového života 262 odloženým děťátkům, z toho v Praze jich bylo 47, a já jsem velmi vděčný a děkuji za dlouhodobou spolupráci, kterou nám drogerie ROSSMANN v rámci naší cesty poskytuje,“ potvrdil Ludvík Hess, zakladatel babyboxů v České republice.

Babyboxy rozmístěné po celé České republice pomohly od roku 2005 vstoupit do nového života 143 holčičkám a 119 chlapcům. Spolu s novým babyboxem v Ústavu pro péči o matku a dítě je v Praze aktuálně pět babyboxů, do kterých bylo odloženo už pět desítek dětí. (tz)

V příští dekádě se v Česku znásobí počet fotovoltaik a větrných elektráren

V České republice se bude v roce 2035 podle poradenské společnosti EGÚ Brno ve srovnání s rokem 2023 vyrábět třikrát více elektřiny v solárních elektrárnách a 7,5× více elektřiny z větru. Do roku 2035 fotovoltaik podle středního odhadu EGÚ naroste na 8 GW a na přibližně 2,5 GW u větrných elektráren.

„Přes dosud investované miliardy korun se nová energetika v ČR stále nachází teprve na startovní čáře. Na začátku roku 2024 byl instalovaný výkon fotovoltaických elektráren přibližně 3,6 GW, větrných pak 350 MW. Instalovaný výkon FVE jako skupiny meziročně narostl o 70 %,“ uvedl Michal Macenauer, ředitel strategie poradenské společnosti EGÚ Brno.

Možný vývoj tuzemské energetiky analyzovala EGÚ Brno v několika variantách řešení s ohledem na vývoj ceny technologií i energetických komodit, tržní atraktivitu elektřiny z OZE, regulatorního prostředí i dotací a z větší části i schopnosti sítí nový výkon absorbovat. Vysoká varianta výhledu přitom pro rok 2035 ukazuje na instalovaný výkon FVE ve výši až 11 GW a VTE okolo 3,5 GW. V této variantě je již při-



foto Pixabay

pojování nových zdrojů do sítí podle energetických odborníků v daném čase těžko řešitelné.

„Distribuční sítě budou mít problém především s malými decentralními fotovoltaikami do 1 MW, které podle našeho odhadu budou tvořit přibližně 25 % nového výkonu. Fotovoltaiky a obecně OZE ale zdaleka nebudou jediný problém. Obecně platí, že si soustava vyžadá vysoké investice, protože se jednoduše řečeno

bude muset vypořádat s obřím nárůstem málo koncentrovaného výkonu,“ vysvětlil Michal Macenauer.

Odchod od spalování uhlí ve velkých elektrárnách a decentralizace energetiky budou spojeny s připojováním nejen výroben typu kogenerace, záložních motorů či baterií, ale i nových odběrů. Výrazným problémem budou i změny toků elektřiny v soustavě vyvolané například

využitím flexibility spotřeby či výroby i na nižší napěťové úrovni. Podle EGÚ Brno by z pohledu systému bylo pro co neekonomičtější dekarbonizaci energetiky v České republice výhodné, kdyby stát směřoval větší díl dotací do budování nové a posilování stávající elektrické infrastruktury na úkor přímých dotací do malých zdrojů.

„Dotace do malých zdrojů uměle udržují vysokou cenovou hladinu těchto instalací. Upozorňuji, že zatímco dotace do síťových investic pomáhají všem zákazníkům prakticky plošně, dotace do mikrozdrojů na maloodběru působí výrazně na vzniku a posilování vodárenského efektu,“ řekl Michal Macenauer.

Stát se podle odborníků bude muset také připravit na výrazné navyšování povolených investic do regulovaných síťových odvětví, do distribuce i přenosu. Vedle podpory síťových investic je podle analýz EGÚ Brno pro fungování systému s velkým podílem OZE výhodné budování projektů s dlouhodobou návratností, jež často nejsou komerčně řešitelné. Mezi takové patří například jaderné elektrárny nebo velká úložště elektřiny ve formě nových přečerpávacích vodních elektráren, pro které je v ČR množství vhodných lokalit. (tz)

Nehospodárné budovy zvyšují podnikatelům účty

V ČR je přibližně 50 % nehospodárných budov, které slouží mimo jiné i k podnikání. Jejich provozovatelé se tak často musí smířit s opakujícími se vysokými náklady na energii. Problémové jsou především starší budovy, které jsou ekonomicky nehospodárné a ekologicky nedostačující. Specialista energetiky z Národní rozvojové banky radí podnikatelům, jak dosáhnout energetických úspor a jak zajistit financování svého projektu zvýhodněným úvěrem z programu Nové úspory energie s úrokovou sazbou 1,99 % p.a., doplněného dotační složkou. Mohou o něj žádat podnikatelé všech velikostí, ze všech částí České republiky, kromě Prahy, pro kterou existuje samostatný program.



foto Pixabay

„Požadovaných úspor mohou podnikatelé dosáhnout například pomocí správné izolace stěn, podlah, stropů nebo výměnou starých světel za úsporné LED žárovky. Pomocť mohou různá čidla, která automaticky mění teplotu v místnosti v závislosti na používání a nevytápí či nechladí ji zbytečně, pokud v ní nikdo není. Další možností je využití zbytkového tepla z výroby pro vytápění administrativních prostor nebo výměna starého stroje za nový. Důležité je myslet i na ohřev vody a správný výběr oken, dveří nebo instalaci fotovoltaiky, díky které mohou ušetřit desítky tisíc

ročně,“ radí Eva Baková, specialista energetiky z Národní rozvojové banky.

Budovy jsou největším spotřebitelem energie v Evropské unii a v České republice je těch nehospodárných přibližně 50 %. Mezi nimi jsou i objekty, které slouží k podnikání. Zásadním problémem je podle Bakové to, že většina starších budov potřebuje více oprav najednou, aby svým provozovatelům šetřila energii, tedy je zapotřebí pro ně vytvořit efektivní energetický management budovy. V konečném důsledku tak jde o nákladné investice, které podnikatelé z důvodu nedostatku financí odkládají nebo se rozhodnou do větších změn a oprav nepouštět.

Pomocť s investicí jim může program Nové úspory energie od Národní rozvojové banky. V rámci něj mohou podnikatelé požádat o zvýhodněný úvěr s pevným úrokem 1,99 % p.a. do výše až 90 % způsobilých výdajů na realizaci úsporných opatření. Doba splatnosti výhodného úvěru je deset let, splátky je možné odložit až o dva roky. „Do programu se mohou zapojit mi-

propražští podnikatelé a firmy všech velikostí, kteří podnikají například v zemědělství, maloobchodu, zpracovatelském průmyslu, cestovním ruchu nebo energetice. Pro podnikatele z Prahy nabízíme program ENER,“ sdělila Eva Baková.

Společně se zvýhodněným úvěrem může podnikatel získat podporu projektu v podobě vyčíslení výše úspory energie. Tato podpora v rámci programu ELENA je z 90 % hrazena z prostředků EIB. „Podnikatelé tak získají podporu 2 v 1. Dokážeme pomoci s přípravou a plány, které se týkají úspor energií, a poskytneme nízkouročený úvěr. Navíc v aktuálním velmi obtížném období mohou podnikatelé ušetřené peníze za energii a za úroky využít na podporu jiných provozních výdajů, které neustále stoupají,“ uvedla Eva Baková. Pokud se projekt podaří řádně dokončit a dosáhne plánovaných úspor energie, může investor získat dotaci dosahující výše až 35 % ze všech způsobilých výdajů projektu. Dotace však nemůže být vyšší než výše vyčerpaného úvěru. (tz)

Za věrnost se většinou odměňuje, ne však v případě dodavatelů energií

Energetická krize zamávala s rozpočtem řady domácností, které následně s očekávaným vyhlížely avizované snižování cen. Toho jsme se letos skutečně dočkali, přesto pořád mnoho lidí za energie i dnes platí vysoké sazby. A většinou jsou to ti, kteří zůstávají věrni. Jaké je řešení?

„Zatímco v loňském roce jsme za MWh elektřiny platili až 6050 Kč a za MWh plynu až 3025 Kč (a to ještě díky vládnímu zastropování, které určilo maximální možnou cenu), letos sazby klesly minimálně o třetinu, v některých případech dokonce až o polovinu. A zlevnění by mohlo být ještě výraznější, kdyby se nevrátil poplatek za obnovitelné zdroje a nevzrostla i cena dalších distribučních poplatků. S tím si cene nic neuděláme, přesto zákazníci svou cenu ovlivnit mohou. Rozdíl mezi ceníky malých a velkých dodavatelů a také mezi ceníky pro stávající a nové zákazníky nejsou úplně zanedbatelné,“ uvedl Lukáš Kaňok, ředitel sekce Energo ze společnosti Kalkulátor.cz. Někde se za věrnost odměňuje, ne však v případě doda-

vatelů energií. Tady aktuálně platí přesný opak, tedy že stávající zákazníci mají vyšší ceny než ti nově přichodí. Je to způsobené několika faktory. Tím prvním je přirozený konkurenční boj mezi dodavateli. Zákazníkům, které „mají jistě“, nepotřebují nabízet lepší cenu. Raději si ji schovávají pro potenciální zákazníky, kteří se teprve rozhodují.

Další faktor pak přímo souvisí se samotným nastavením trhu s energiemi. Dodavatelé nakupují energii pro své zákazníky na burze. Vývoj cen elektřiny se průběžně mění – v tuto chvíli tedy samozřejmě příznivě, protože klesá. Dodavatelé ale většinou nakupují energii dopředu. To znamená, že pro stávající zákazníky nakupovali už před několika měsíci, a to za o něco vyšší ceny. Pro nové zákazníky naopak energie zajišťují až teď, a tedy levněji. „Situace se obrátila, v období největšího růstu cen měli stávající zákazníci výhodu. Dodavatel pro ně měl nakoupené levnější energie, zatímco pro nové zákazníky, třeba pro bývalé klienty zkrachovalé Bohemia Energy, nakupoval za mnohem vyšší ceny.

Ale zpět k aktuální situaci ceny. Dnes rozdíl mezi ceníkovými sazbami pro stávající a nové

zákazníky šplhají v případě elektřiny až k hodnotě 1200 Kč za MWh, u plynu potom k 600 Kč za MWh. Průměrná česká domácnost se spotřebou elektřiny kolem 3,5 MWh ročně tak přepláci až 4200 Kč za jediný rok,“ upozornil Lukáš Kaňok, ředitel sekce Energo ze společnosti Kalkulátor.cz.

Přesvědčit stávajícího dodavatele, aby zákazníkovi nabídl lepší sazbu, není zrovna jednoduchý úkol. Mnohem jistější je změna dodavatele, kdy se lze dostat k celkově nižším cenám pro nové zákazníky. Obecně platí, že levnější energie nabízejí menší dodavatelé. Velký dodavatel totiž může argumentovat třeba stabilitou, a proto si může dovolit mít cenu mírně vyšší.

Ačkoli krach Bohemia Energy přirozeně vzbudil určitou nejistotu, není třeba se takzvaných alternativních dodavatelů bát. Řada z nich překročila poslední roky bez větších problémů a dnes dokážou nabídnout příznivější ceny. Určitě ale platí, že zákazníci by se neměli vrhat do náručí dodavatelů, které vůbec neznají. Základem je pečlivé prověřování a vyhledávání relevantních informací, jako je doba působení na trhu, počet odběratelů nebo nejrůznější recenze.

„Když přijde na samotnou změnu dodavatele, ani tam nečekají žádné složitosti. Jen u smluv na dobu neurčitou je třeba počítat s tříměsíční výpovědní lhůtou, takže načasování je v tomto případě klíčové. Potom je samozřejmě namísto pečlivá kontrola nové smlouvy. Je dobré vědět, na jak dlouho platí, zda po jejím vypršení následuje automatická prolongace a za jakých podmínek pak dodávky energií pokračují. V neposlední řadě je třeba provést k předem domluvenému datu samoodětet a jeho výsledky nahlásit oběma dodavatelům i distributorovi,“ říká Lukáš Kaňok, ředitel sekce Energo ze společnosti Kalkulátor.cz.

Pokud si nejste jisti, zda všemu rozumíte správně, můžete celý proces svěřit odborníkům z Kalkulátor.cz a mít změnu dodavatele kompletně bez starostí. S jejich pomocí získáte přehled o kompletním energetickém trhu, doporučí vám optimální variantu, a následně vám pomohou s přechodem k novému dodavateli. Konečné rozhodnutí je vaše, ale vy tak budete mít jistotu, že se rozhodujete na základě relevantních údajů. A jako bonus k tomu ušetříte i nemalé peníze. (tz)

Gastroturismus má co nabídnout

Česká gastronomie je připravena na náročné klienty, a naše restaurace, kavárny, cukrárny a další podniky mají nejen bonitním klientům co nabídnout. V rámci připravované spolupráce se světoznámým kulinářským průvodcem Michelin Guide se pak otevírá další prostor, jak tuto oblast v rámci Česka zvednout a přilákat do tuzemska vyšší počet bonitních klientů ze zahraničí a také podpořit regiony mimo hlavní město.

Gastronomie je součástí kultury a tradice každé země a je také nedílnou součástí cestovního ruchu. Z průzkumu Tovmasyan Gayane Exploring The Role of Gastronomy in Tourism z roku 2019 vyplynulo, že gastronomie tvoří zhruba 30 % celkových útrat turistů. Podle dat VISA Destination Insights patřily v loňském roce výdaje všech cizinců v Česku za restaurace a stravování bezmála 24 % z jejich celkových plateb v tuzemsku. Z toho 80 % proběhlo přímo v restauracích. Během týdne turisté utráceli za gastronomii nejvíce v letní sezóně. Jejich víkendové výdaje pak byly stabilní v celém roce.

Cestování za kulinářskými zážitky či vínem je celosvětový trend a představuje tak i pro Česko velký potenciál, jež zatím není zdaleka využit. Kromě toho dle mnoha průzkumů turisté, kteří putují za gastronomií, více utrácejí a zůstávají v destinaci déle, tudíž mají větší ekonomický přínos. Také pro cestovatele, kteří za jídlem vyloženě nejezdí, ale vyhledávají například kulturu či aktivní dovolenou, je dobrá kuchyně klíčovým faktorem při

rozhodování o výběru regionu. „Atraktivní image gastronomie hraje významnou roli v konkurenčním prostředí. A Česko má v tomto ohledu co nabídnout. Už nyní například v rámci projektu Czech Specials propagujeme restaurace a cukrárny a další gastronomická zařízení, která nabízejí poctivou českou kuchyni a tradiční české zákusky v odpovídající kvalitě. Pochlubit se můžeme také úspěchy českého Národního týmu kuchařů a cukrářů AKC ČR, který se pravidelně umísťuje na předních příčkách v rámci soutěží Culinary World Cup, Culinary Olympics nebo Global Chefs Challenge. Světoznámý věhlas má i naše pivo. Ostatně v Plzni máme nejlepší pivovarskou návštěvnickou trasu v Evropě a Plzeňský Prazdroj letos v březnu získal prestižní ocenění WorldTravel Awards 2024. V neposlední řadě slaví mezinárodní úspěchy i česká a moravská vína a turisté si je mohou vychutnat jak v tradičních vinných sklípčích, tak v moderních designových vinařstvích,“ shrnul ředitel České centrály cestovního ruchu František Reismüller a dodal: „Přestože si pod termínem michelinská restaurace většina lidí představí jen ty nejdražší podniky, prestižní ocenění přidělují inspektoři i provozovatelům s kuchyní za dobrou cenu. Oceněná zařízení také využívají lokální suroviny, což velmi dobře zapadá i do celkového konceptu CzechTourism, kdy se snažíme v maximální míře propagovat udržitelný cestovní ruch.“

„Michelinský průvodce je opravdu silná karta, která by mohla být dlouhodobým lákadlem pro turisty. A to nejen v Praze, ale

i v ostatních regionech. Nemluvě o tom, že jsou v Česku dvě restaurace, které by podle mého názoru měly začít rovnou na dvou hvězdách. Oba tyto podniky se nacházejí na venkově, dál od měst,“ řekl autor projektu Gastromap a český filmový a divadelní herec Lukáš Hejlík a doplnil: „Není účel srovnávat Česko s Francií a Itálií. Ale každý, koho gastronomie zajímá a cestuje za ní, ví, jak fantasticky se v této oblasti daří Maďarsku, Slovinsku, Chorvatsku či Polsku. Podpořili oni tuhle michelinskou turistiku? Ano! Takže za mě: Česko by do toho mělo jít také.“

Propagace kulinářské kultury Česka a jeho pozice jakožto atraktivní turistické destinace patří mezi strategické priority státu. Profily a nabídky certifikovaných restaurací a cukráren prezentuje CzechTourism pod značkou Czech Specials na webech Kudy z nudy (v sekci Ochutnejte Česko s Czech Specials přináší pravidelný seriál na tipy a pozvánky do certifikovaných subjektů na dané téma), Visit Czechia nebo na sociálních sítích.

O tom, jak podpořit image Česka jakožto destinace s kvalitní gastronomií ve spojení s Michelin Guide se začalo uvažovat už v roce 2021. Cílem je zviditelnění tuzemských gastropodníků a jejich kuchyně. Tato jednání jsou součástí celosvětového a dlouhodobého procesu, který právě probíhá. Na základě vstupní analýzy a diagnózy stavu české gastronomie, kde bude vyhodnocen její potenciál, se rozhodne o dalším vývoji spolupráce. Blížší informace by měly být k dispozici během podzimního letošního roku. (tz)

Udržitelnost

Nové technologie v módě, které pomáhají

Vývoj technologií, které nás obklopují je rychlý, že jej někdy ani nestačíme sledovat. Co je v tomto oboru nového? Společným jmenovatelem většiny novinek jsou technologická vyspělost a udržitelnost.

Pokud si někdo kupoval oblečení na e-shopu, pár dní ho nosil a pak vyprané vrátil, bude to mít už brzy těžší. Vědci Technické univerzity v Liberci totiž pomáhají e-shopům s módou odhalit, jestli zakoupené prádlo někdo vypral.

Technologie již umožňují zákazníkům e-shopů vyzkoušet si oblečení pomocí virtuální a rozšířené reality. Systém využívá 3D skenování těla, počítačovou grafiku a haptickou zpětnou vazbu, aby vytvořil realistický obraz zákazníka v oblečení, které si vybral. Systém tak pomáhá snížit počet vráceného zboží, zvýšit spokojenost zákazníků a ušetřit čas a peníze. Například československý startup Virtoal poskytuje podobnou službu e-shopům z celého světa, z neznámějších například značkám Dermacol, Avon, L'Oréal či Yves Saint Laurent. Prostřednictvím virtuálního zrcadla si zákazníci e-shopů mohou zkusit brýle, různé dru-



hy líčení a make-upu nebo šperky. Smart textilie, které byly primárně vyvinuty pro armádní použití, dokážou měřit a zaznamenávat fyziologické signály, jako je tep, dech, tělesná teplota nebo vlhkost kůže. Textilie obsahují elektronické komponenty, které jsou integrovány do vláken a tkanin, a jsou propojeny s bezdrátovými senzory a aplikacemi.

„Takové textilie budou již brzy moci být masivněji využívány a pomáhat lidem sledovat

své zdraví, působit v prevenci nemocí, při sportovních výkonech nebo sledovat emoční stav. I zde však větší rozšíření závisí na finanční dostupnosti,“ řekl Ruslan Skopal, šéf e-shopu Trenýrkárna.cz.

Mezi zákazníky jsou stále populárnější produkty z recyklovaných surovin. „Nabízíme kolekci eko kabelek a eko peněženek, které jsou vyrobeny z recyklovaného oxfordu, drti z plastových lahví. Máme také vlastní program Nulový odpad, kdy veškeré zbytky a nevyhovující produkty zpracováváme a plníme jimi sedací vaky,“ potvrdil šéf a spoluzakladatel české módní značky Vuch, Martin Kůs.

Pokročilé technologie 3D tisku tuzemského startupu 3DDen se zaměřují také na rychlou zakázkovou výrobu na míru. Módním obchodům a butikům umožňuje nechat si i podle vlastního kreativního návrhu během velmi krátké doby vyrobit vybavení prodejen například pro prodej jarní kolekce.

„Vývinuli jsme vlastní 3D tiskárny, na kterých vytiskneme již téměř cokoli, včetně nábytku. Tyto stroje pak umí tisknout i z recyklovaného oceánského plastu,“ sdělil Honza Hřebabek ze společnosti 3DDen. (tz)

INZERCE

Účetní a poradenská firma
FISKUS CZ s.r.o.
vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví, zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová přiznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

Kontakt: U Kanálky 1, 120 00 Praha 2,
tel.: 224 918 293; 224 922 420; 224 922 688;
224 917 584; 223 016 650; 223 016 651,
fax: z jakéhokoliv uvedeného čísla
mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097
www.fiskus.cz

Nezapomeňte na knihu



Grada Publishing, a. s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: 234 264 401
fax: 234 264 400
www.grada.cz



Smart Press, s.r.o.
Velflíkova 1417/12
160 00 Praha 6
tel.: 233 320 075
e-mail: redakce@smartpress.cz
www.smartpress.cz

Kniha o kávě

(třetí přepracované vydání)

Petra Davies Veselá

Po Velké knize o kávě, která se stala pomocníkem baristů a kavárníků, přichází autorka s publikací pro domácí nadšence. Provede procesem přípravy kávy od pěstování, zpracování a pražení po skladování a spotřebu a pomůže s výběrem a nákupem nejen zrn, ale také mlýnku nebo jiných pomůcek. Soustředí na domácí přípravu filtrované kávy. Věnuje se i přípravě espressa, cappuccina a technice mlátnou mléčnou pěnou.

Trhy

Dominik Stroukal,
Jan Berka

O čem si povídají centrální bankéři a makroekonomové, když jdou na pivo? Jak vznikají peníze a co se s nimi děje? Jak se rozhodují banky a jak na to reagují finanční trhy? Ať už vás zajímají měnové, dluhopisové, akciové, či třeba kryptoměnové trhy, znalost měnové politiky se vyplácí. Anebo jen chcete porozumět tomu, o čem se mluví v televizi, když centrální banky zvyšují sazby? Kde se vzala inflace a proč jsou občas nedostupné hypotéky?

Naše kavárna

Vedoucím oddělení property a expanze ve společnosti ROSSMANN Milan Slavík

Drogistická síť ROSSMANN, která v letošním roce slaví 30 let působení na českém trhu, má od 15. dubna 2024 nového vedoucího oddělení property a expanze. Stal se jím Milan Slavík. Přináší si zkušenosti ze sféry facility a property managementu, zejména z oblasti komplexního vedení síťových zakázek.

Tomáš Braverman bude ředitelem Slevomatu

Slevomat, největší český zážitkový portál, jmenuje za svého nového ředitele Tomáše Bravermana, bývalého šéfa skupiny Heureka. Ve své funkci nahradí Ladislava Veselého, který Slevomat opouští po jeho čtyřletém vedení. Tomáš Braverman do funkce nastoupí v červenci 2024.

Sponzoring, charita, pomoc

Češi a potraviny

V jarním kole celorepublikové Sbírkky potravin se vybralo ve 2112 prodejnách 417 tun potravin, z nichž lze připravit až 834 000 porcí jídla. Zákazníci rovněž přispěli 50 tunami základní drogerie a hygienických potřeb, které potravinové banky lidem v nouzi také poskytují. Navíc až do 23. dubna mohli lidé darovat potraviny a drogerii také prostřednictvím online nákupů. (tz)

Lego naší legislativy

ÚOHS povolil převzetí maloobchodního řetězce Hruška

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže povolil v klasické proceduře spojení soutěžitelů, v jehož důsledku společnost Central European Retail Holding, s. r. o., získá možnost vykonávat výlučnou kontrolu nad společnostmi Hruška, spol. s r. o., a SEMPRONEMO, s. r. o. Ke spojení soutěžitelů dochází zejména v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby a lahůdkářských výrobků a v oblasti pekárenství.

Společnost Central European Retail Holding působí v rámci mezinárodní investiční skupiny Oriens zejména v oblasti maloobchodního a velkoobchodního prodeje zboží denní potřeby, jako jsou potraviny, drogerie, výrobky osobní hygieny, zboží pro domácnost nebo punčochové zboží. Od roku 2023 prostřednictvím společnosti Flosman, s. r. o., výlučně kontroluje společnost Pramen CZ, a. s., spravuje franšizovou síť maloobchodních prodejen Flop, Potraviny CZ a Flop Top a vykonává kontrolu nad společnostmi Lahůdky Davřík a spol. s r. o. a PF Potraviny, s. r. o. Do Skupiny Oriens náleží rovněž společnost Gastro – Menu Express, a. s.

Společnost Hruška provozuje 422 malých a středně velkých prodejen nabízejících maloobchodně zboží denní potřeby. Působí rovněž v oblasti velkoobchodního prodeje potravinářského a nepotravinářského zboží denní potřeby a provozuje rovněž tři distribuční sklady. Společnost Sempronem se zabývá investiční činností v oblasti správy a pronájmu vlastních nemovitostí.

V rámci správního řízení Úřad zejména posuzoval dopady v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby, přičemž při hodnocení se zaměřil na území celé České republiky a pak okresů a měst, kde se činnosti spojujících se stran překrývají. Po posouzení situace Úřad konstatoval, že spojení nebude mít negativní dopady na uvedený trh. Ke stejnému závěru pak dospěl i po zhodnocení vlivu spojení na další trhy (výroba a velkoobchodní prodej čerstvého chleba a chlebových výrobků, čerstvých rohlíků a ostatního čerstvého běžného i cukrářského pečiva, trvanlivého nesladkého a sladkého pečiva a dále velkoobchodní prodej předpečeného a zamraženého pečiva).

Vzhledem k výsledkům šetření, které neprokázalo podstatné narušení hospodářské soutěže následkem předmětného spojení soutěžitelů, Úřad rozhodl o povolení posuzovaného spojení soutěžitelů. Rozhodnutí je pravomocné. (tz)

Dvacetileté členství Česka v EU

motorem růstu českého železničního průmyslu



Dvacet let členství České republiky v Evropské unii (výročí připadá na 1. května 2024) přineslo podnikům českého železničního průmyslu sdruženým v ACRI – Asociaci podniků českého železničního průmyslu – tržby v řádech stovek miliard korun. Samotné podniky dokázaly po vstupu ČR do EU až trojnásobně navýšit své obraty na trzích země Evropské unie a Evropského hospodářského prostoru (EHP – Švýcarsko, Norsko a Lichtenštejnsko) a na další zakázky na trzích EU si hodlají sáhnout. Členství v EU není jen motorem růstu objemu jejich exportu, ale zvyšuje také tempo inovací a implementace nových technologií do výroby.

„Pro nejvýznamnější firmy českého železničního průmyslu aktuálně činí podíl exportu na trhy EU (resp. EHP) v průměru kolem 80 % produkce a mnohé firmy jsou v rámci oborů, ve kterých působí, evropskou jedničkou. Celkově tak firmy českého železničního průmyslu realizují exportní tržby do zemí EU a EHP ve výši téměř 60 miliard korun ročně,“ řekla Marie Vopálenská, generální ředitelka ACRI Asociace podniků železničního průmyslu ČR.

Například Škoda Group, česká jednička ve výrobě kolejových vozidel, jen za posledních



pět let od roku 2019 získala v EU zakázky za téměř 120 miliard korun, kromě Česka primárně na Slovensku, v Německu, Finsku, Lotyšsku či Estonsku. „Například v Německu jsme největším dodavatelem tramvají s tamním tradičním rozchodem 1000 mm,“ řekl Tomáš Ignačák, místopředseda představenstva a prezident regionů střední a východní Evropy, a dodal: „Tak významný objem zakázek by bez našeho členství v EU byl de facto nespílitelný.“

Podobné výsledky, za kterými stojí členství ČR v EU, hlásí bohumínský Bonatrans, který se vypracoval na největšího výrobce železničních dvojkolí v Evropě. „Naše obchodní tržby z exportu do zemí EU a EHP dosáhly za posledních dvacet let 92 miliard korun a tvoří přibližně 85% podíl na celkových tržbách,“ potvrdil Jakub Weimann, předseda představenstva a generální ředitel Bonatrans Group, a dodal: „Například, když porovnáme vývoj objemu ročního exportu do zemí EU a EHP v roce 2003 a o dvacet let později, vidíme absolutní nárůst z 2,4 na 7,2 miliardy korun ročně, tedy na trojnásobek. Díky členství v EU jsme se dostali na významné trhy v EU, kde před tím existoval lokální konkurent a trhy byly pro nás do té doby z velké míry uzavřeny. Platí to například o Francii nebo Itálii, kde jsme před rokem 2004 realizovali tržby do 70 milionů korun ročně, zatímco v posledních letech to je více než desetnásobek.“

Přínosy českého členství v EU vidí i další firmy z železničního průmyslu. A to nejen z hlediska nárůstu objemu tržeb a exportu. Přínosy spatřují například v unifikaci norem, nebo i čistě v marketingu, kdy značka a image EU je také klíčem, který otevírá dveře na řadu trhů.

Týká se to například české společnosti BORCAD, která je lídrem ve výrobě sedaček pro kolejová vozidla. Tomáš Boruta, obchodní a marketingový ředitel, k tomu sdělil: „Členství v EU pro nás z hlediska rozvoje podnikání znamenalo zjednodušení přístupu na zahraniční trhy. Mám na mysli zejména odstranění obchodních a časových bariér v souvislosti se zahraničním obchodem v rámci EU, ale i zlepšení image díky značce EU na západních trzích. Členství v EU přineslo také implementaci jednotných unijních předpisů a norem, a právě tato unifikace dost výrazným způsobem otevřela či pootevřela BORCADu přístup na další trhy.“

Jednoznačné přínosy členství v EU potvrzují i další výrobci a dodavatelé ze sektoru železničního průmyslu, jako jsou například do-



avatel bezpečnostních systémů Retia nebo Kontron, který je generálním dodavatelem technologií GSM-R. I pro jejich podnikání vstup ČR do EU před 20 lety znamenal impulz pro rozvoj podnikání například ve zjednodušení administrativy při exportu, ale i importu v rámci EU, mobility a volného pohybu osob a zboží v rámci EU. „Bez členství v EU bychom se těžko prosazovali na zahraničních trzích a účastnili se důležitých tendrů,“ komentovali zástupci obou firem. V podobném duchu doplňuje společnost ZKL, která je lídrem v oblasti výroby valivých ložisek a pro kterou přínos členství v EU tkví hlavně v neomezeném pohybu v rámci prostoru pro obchodní zástupce a také v tom, že je ČR členem bezcelné zóny.

O tom, co přineslo 20 let ČR v EU pro český železniční průmysl, ale i o tom, co chystá stát v oblasti rozvoje české železnice, se diskutovalo 15. dubna na Fóru ACRI o budoucnosti českého železničního průmyslu. Diskuze se zúčastnili ministr dopravy Martin Kupka, generální ředitel SŽ Jiří Svoboda, generální ředitel ČD Michal Krapinec, ředitel Drážního úřadu Jiří Kolář, vrchní ředitelka sekce ekonomické spolupráce Kateřina Sequensová z Ministerstva zahraničních věcí ČR a zástupci představenstva ACRI Tomáš Ignačák (Škoda Group), Zdeněk Chrdle

(AŽD Praha) a Jakub Weimann (Bonatrans Group).

Podle ministra dopravy Martina Kupky má železnice jednoznačně budoucnost a záleží na nás, jak ji napíšeme. Stát se stará o to, aby státem vlastněný dopravce byl zdravý a mohl investovat do modernizace vozidlového parku. Správa železnic má prostředky, aby masivně modernizovala železniční infrastrukturu. Tím jsou vytvořeny podmínky, které dávají českému železničnímu průmyslu příležitost zúročit svou vynalézavost a aktivitu.

Generální ředitel ČD Michal Krapinec k tomu dodal, že České dráhy plánují vytvořit pro český průmysl také řadu příležitostí, když hodlají investovat do roku 2030 až 160 miliard korun. A to primárně do nákupu vozidel.

Členové ACRI působí v řadě zemí světa. Včetně Kanady, Turecka či Indie. Jsou mimořádně úspěšní na mnoha trzích. Aktivně jim v tom pomáhá také Ministerstvo zahraničních věcí ČR, které v zahraničí hájí jejich zájmy a šíří tam dobrou pověst našeho železničního průmyslu. České firmy tam nejen vyvážejí, ale usazují se tam a vyrábějí. Pro Ministerstvo zahraničí jsou podle Kateřiny Sequensové dlouhodobým spolehlivým partnerem na ekonomických misích. (tz)

INZERCE


SiMyCo®

„NALÉZÁME TA NEJLEPŠÍ ŘEŠENÍ A ÚSPĚŠNĚ STMELUJEME TÝMY“



 Interim Management

 Audit
(HR, Quality, GDPR, Whistleblowing)

 Training&Education
(business, medical, hospitality, industry, gastronomy)



www.simyco.cz