



Technický a zkušební ústav stavební Praha, s.p.

Pro Vaši důvěryhodnost.
Jsme tady pro Vás i v roce 2019!

INZERCE

Pust'te se do čehokoliv, na co máte sílu, zdroje, čas a chuť



Patří k nejprestižnějším oceněním v České republice. Uděluje se vždy závěrem roku na Pražském hradě a firmám i organizacím ukazuje cestu, jak jít dál za svými cíli i sny. Ostatním dává námět k zamyšlení o tom, co by mohli ještě udělat prospěšného, ať se to týká vlastního podnikání, řízení organizace, nebo prospěšných kroků v pomoci ostatním. Mezi poctěné subjekty se loni zařadila společnost DTO CZ, s.r.o., z Ostravy. Projekt, jehož významnou součástí je soutěž o Národní cenu ČR za společenskou odpovědnost, spadá do programu Rady kvality ČR pod patronací Ministerstva průmyslu a obchodu. Má tradici i zvuk. Ing. Alana Vápeníčka, CSc., jednatele DTO CZ, s.r.o., jsem se tedy zeptala:

Ocenění Společensky odpovědná organizace II. stupně v kategorii malá a střední organizace v Národní ceně ČR za společenskou odpovědnost je více než prestižní a vaše společnost je jednou z mála, která se jím může od loňského roku honosit. Co vás přimělo se společenské odpovědnosti věnovat?

Společenské odpovědnosti se věnujeme v DTO CZ už mnoho let jako vzdělávací a poradenská společnost. Sledujeme novinky managementu a snažíme se je co nejdříve přiblížit svým klientům. Je to už opravdu dávno, kdy jsme startovali první semináře a kurzy k této problematice. K tomu jsme vybrali lektory ze systémů managementu, ti následně sami absolvovali kurz s personální certifikací, a širili jsme první informace mezi zájemce. Poté jsme zahájili spolupráci s hejtmanstvím Moravskoslezského kraje při vyhlášení Ceny hejtmana za společenskou odpovědnost. A co nás přimělo se v roce 2018 přihlásit do národní soutěže? Asi zvědavost, jak na tom jsme sami. Ze znalostí dřívějších věcí nebo ze spolupráce s krajem jsme rozhodně nemohli vyjít, neboť podmínky národní soutěže byly jiné a kritéria také.

Takže, pořád se něco děje a nic není stejné, jak bylo; konzervovat úspěch není k přežití.



Ing. Alan Vápeníček, CSc., jednatele společnosti DTO CZ, s.r.o.

Na odpovědné chování se každý dívá trochu jinak, někdo je má za samozřejmost, jíž se není proč chlubit, jiný jako cestu k výraznější image, další jako návod a inspiraci pro ostatní, aby následovali vzory a pro dobro ostatních udělali něco více než doposud. K čemu má společenská odpovědnost směřovat podle vás především? A proč je nutná?

Myslím si, že altruismus je nám lidem vlastní. Pomáhat si, podporovat se, a nemusí jít vždy o mimořádnou nouzi.

pokračování na straně 11

CzechTrade pomáhá studentům získat praxi na poli mezinárodního obchodu

Agentura CzechTrade v rámci svých aktivit podporuje i české studenty. Pravidelně posílá zájemce na zkušenou do svých zahraničních poboček a praxi poskytuje i v pražské centrále. V loňském roce vznikl díky studentům Vyšší odborné školy grafické v Praze také projekt agenturní novoročenky.

Zahraniční pobyty jsou výjimečnou příležitostí k získání zkušeností z mezinárodní scény a navázání důležitých kontaktů. V rámci Evropské unie mohou studenti vycestovat díky projektu Erasmus+. Další možností je využití programu na odborné stáže v zahraničních pobočkách agentury CzechTrade po celém světě. Studenti vybraných českých univerzit tak mají unikátní možnost pracovat tři měsíce vedle odborníků na mezinárodní obchod. V roce 2018 tuto možnost využilo téměř 40 studentů z Vysoké školy ekonomické v Praze a Univerzity Hradec Králové. Právě tyto subjekty mají s agenturou podepsaná memoranda o spolupráci v oblasti vzdělávání, výzkumu a rozvoje lidských zdrojů. Největší zájem zaznamenalo ame-

rické Chicago či australské Sydney, populární destinací je však i Latinská Amerika. Odborné stáže umožňuje agentura také ve své pražské centrále. Studenti mají možnost seznámit se s prací v jednotlivých odděleních exportních služeb, v Centru informačních služeb či marketingovém oddělení. V tomto roce CzechTrade poskytl praxi 15 zájemcům z různých škol.

K prohloubení spolupráce s českými školami se agentura rozhodla při tvorbě novoročenky oslovit studenty Vyšší odborné školy grafické v Hellichově ulici v Praze. „Stejně jako ostatní firmy si i my v agentuře CzechTrade uvědomujeme důležitost novoročenky. Je to krásná příležitost, jak poděkovat svým obchodním partnerům a popřát jim to nejlepší do nového roku. Motivů na zpracování se nabízí nepřeberné množství, ale nakonec jsme se rozhodli oslovit nadané studenty a s finálním návrhem jsme nad míru spokojeni,“ řekla Hana Štičková z oddělení marketingu agentury CzechTrade. Na kreativním konceptu pracovalo 12 studentů pod vedením Zbyňka Kočvara, vedoucího oddělení grafické a výtvarné tvorby. Vedení CzechTrade vy-

bralo z dvaceti návrhů námět od Lenky Široké, který znázorňuje přechod z roku 2018 do roku 2019. Z půdorysu dvou protínajících se kruhů osmičky vyrůstá devítka a návrh využívá národních barev. Celková čistota designu navazuje na uznávanou českou grafiku druhé poloviny 20. století. „Kromě přání CzechTrade chápe svou zodpovědnost, že jako státní agentura působící celosvětově plní vedle obchodní role časť i roli reprezentace značky Česká republika. Je pro nás tedy velmi důležité, aby s sebou novoročenka nesla i přidanou hodnotu,“ dodala k významu návrhu Hana Štičková.

„Studenti velmi rádi pracují na konkrétních úkolech, zvláště na těch, u kterých je v případě dobrého výsledku záruka realizace. Pro začínající tvůrce je to významná motivace a prestižní záležitost. Důležitá je dobrá komunikace se zákazníkem, profesionální příprava zakázky, jasná pravidla a záruka seriózního hodnocení výsledných prací. To všechno bylo v případě agentury CzechTrade splněno v opravdu nebývalé míře,“ doplnil Zbyněk Kočvar z Vyšší odborné školy grafické. (tz)

Zákon o daních z příjmů se opět zkomplikoval



Od začátku roku platí novela zákona o daních z příjmů, která komplikuje zdanění zaměstnanců, kteří jsou účastníky systému sociálního zabezpečení v jiných státech EU, ve státech tvořících Evropské hospodářské společenství nebo ve Švýcarsku.

Nově je nutné navýšit pro účely výpočtu tzv. super-hrubé mzdy příjem zaměstnance o povinné zahraniční pojistné placené zaměstnavatelem dle právních předpisů dotčených států. To znamená, že již neplatí jednotný výpočet super-hrubé mzdy, tedy hrubý příjem zvýšený o 34 %, což je pojistné placené zaměstnavatelem do českého systému sociálního zabezpečení. Také tato změna povede k různě výši daně z příjmů, podle toho, ve kterém státě zaměstnanec podléhá pojištění.

Rozdílný výpočet super-hrubé mzdy podle účasti na systému sociálního zabezpečení již před mnoha lety platil, nicméně velmi rychle od něj bylo upuštěno, protože působil mnohdy komplikace a výkladové problémy, nejen zaměstnavatelům či zaměstnancům, ale také finančním úřadům. U zahraničních pojistných systémů totiž v mnoha případech nelze jednoduše stanovit, jaké pojistné placené zaměstnavatelem by mělo být zohledněno: systémy mívají mnoho rozdílných podsystémů s různými pravidly výpočtu (např. úrazové pojištění, pojištění odpovědnosti apod.).

Schválenou novelou zákona tak vznikly českým zaměstnavatelům závažné problémy se správným určením základu pro výpočet daně ze mzdy. Navíc novela začala platit na poslední chvíli, na konci roku 2018, a je nutné ji začít uplatňovat již pro lednové mzdy. To komplikuje práci zejména mzdovým účetním a zvyšuje náklady podnikatelů na úpravy mzdových systémů.

Člen Prezidia Komory daňových poradců ČR Jiří Nesrovnal k tomu dodal: „Přestože novela neprošla standardní legislativní cestou, upozorňovali jsme včas na rizika tohoto návrhu a doporučovali jsme jeho zamítnutí. Kvituje, že tyto námitky vyslyšel Senát a také na základě našich připomínek návrh zamítl. Poslanecká sněmovna však veto Senátu přehlasovala, a novela je tak od počátku roku účinná.“

Vedoucí Sekce daň z příjmů fyzických osob Lucie Wadurová doplnila: „Komora připravuje materiál, který by měl být v nejbližší době projednán s daňovou správou. Tím by mohly být vyjasněny základní výkladové otázky a sporné oblasti. Nicméně doufáme, že tento předpis nebude mít dlouhého trvání, jakmile se v praxi projeví jeho obtížná aplikace.“ (tz)

Najdete uvnitř listu

Podnikatelé rekordně investují do výzkumu, zaostávají ale v patentech **3**



Nejllepší v businessu slyšeli: Děkujeme! **5**

Inovace v energetice vytvářejí zcela nové pracovní příležitosti **7**

O kvalitě také očima zahraničních odborníků na Mezinárodní konferenci Kvalita a svět 4.0 **9**



Světověznámí architekti navrhují pro Central Group unikátní komplex staveb v Praze 3 **14**

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 anebo 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: bixi@iprosperita.cz

Datum vydání: 22. ledna 2019

PhDr. Eva Bixi-Šímková, šéfredaktorka

mobil: 602 618 008, e-mail: bixi@iprosperita.cz

Martin Šímek, šéfredaktor internetových médií

www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz

a www.freshtime.cz

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

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, e-mail: kacer@iprosperita.cz

Kateřina Šímková, redaktorka a mediální

konzultantka

mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Příjem inzerce: 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 inzerentem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,

Pražákova 876/66, 639 00 Brno

Časopis je v roce 2019 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností Anopress IT, a. s.

ANOPRESS IT

■ s konsorciem GASCONTROL GROUP

GC GROUP

■ s Českou společností pro jakost

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

Spolupracujeme a hledíme ta nejlepší řešení pro vás.

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

Madam BUSINESS

www.madambusiness.cz

FRESH TIME

www.freshtime.cz

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

Pokud došlo 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 správné.

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

Prání od robota

Také koncem roku dostáváte novoročenky a nej-různější přání od lidí, které neznáte, nikdy jste s nimi nejednali a netušíte, co je vedlo k tomu, aby vám poslali do e-mailu cosi o pěkném dalším roku, náklonnosti a tak dále? Byl to omyl, drzý marketing nebo zneužívání databáze, robotický přístup k emocím? Kdoví. Jen si říkám, jestli přeci už nejedeme za hranici aktivit, pravidel slušnosti nebo obchodní etiky. Samozřejmě, jsem ráda, když mi někdo popřeje a myslí to upřímně a s patřičnou účastí. Ale dostat obrázek se slovy, jež nemají autora, natož srdce, to se mi zdá nevhodné dnešní doby.

Eva Bixi



foto Shutterstock

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Stálce mezi tiskovkami

Jaká z tiskových konferencí koncem roku byla tou, jež si zaslouží ocenit? Určitě jich bylo více a všechny se odehrály shodou okolností v Praze. Třeba ta, již pořádal Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, ManpowerGroup nebo Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Stálce mezi pravidelně se konajícími tiskovými konferencemi, kde se máme co dovědět, o čem přemýšlet a posleze na základě faktických sdělení i chuť poslat informace prostřednictvím novin, časopisů a internetových kanálů dál. Tešíme se na další.

Eva Bixi

Mediální partnerství v roce 2019

1. MANAŽER ROKU
2. Akce České manažerské asociace
3. Marketér roku
4. Akce společnosti 1. VOX, a. s.
5. Konference Kvalita – Quality
6. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas Ladies Club
7. Soutěž Česká chutovka
8. Projekt Ocenění českých podnikatelek
9. Mezinárodní strojírenský veletrh
10. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
11. E.ON ENERGY GLOBE 2019
12. Konference ISSS
13. Excelentní žena

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Mieczysław Molenda**, majitel GASCONTROL GROUP
- **Ing. Vladimír Feix**, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s.
- **Jan Wiesner**, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, generální ředitelka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR
- **Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti INVESTA TRAVEL, spol. s r. o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**, výkonný ředitel České manažerské asociace
- **Jan Taraba**, poradce
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, obchodní ředitel společnosti Artesa, spořitelni družstvo
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce
- **Ing. Vít Pěkný**, konzultant
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, vedoucí sekce kvality a výrobních procesů na Vysoké škole podnikání a práva, a.s.
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka Jaja Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, předseda představenstva Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Ing. Tomáš Milich**, ředitel a jednatel OVUS – podnik živočišné výroby, spol. s r. o.
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r. o.
- **Ing. Vladimíra Ondráková**, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.
- **David Kubla**, manažer komunikace České společnosti pro jakost

Dohoda o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie

Dohodu v prosinci v Praze podepsali ministryně průmyslu a obchodu Marta Nováková a ministr zahraničních věcí Tomáš Petříček spolu se státními tajemníky obou rezortů Robertem Szurmanem a Miloslavem Staškem. Dohoda definuje podmínky vysílání reprezentantů ČR do zahraničí a působení pracovníků agentur CzechTrade a CzechInvest na zastupitelských úřadech a potvrzuje principy vzájemné spolupráce mezi oběma rezorty pro cílenou a efektivní podporu českého exportu a ekonomické diplomacie z roku 2014. „Koordinovaná a jasně teritoriálně cílená podpora, kterou nyní můžeme společně s ministerstvem zahraničních věcí této dohodě poskytnout našim firmám, je podle mého názoru důležitá především proto, že umožní efektivnější využití synergií mezi oběma našimi rezorty, a to ve prospěch našich podnikatelů a firem,“ uvedla Marta Nováková.

„Ekonomická diplomacie je významným nástrojem pro zvyšování prosperity a prosazování ekonomických zájmů v zahraničí. Vzhledem k proexportnímu zaměření České republiky je efektivní koordinace vnějších ekonomických vztahů nedělitelnou součástí podpory našeho

budoucího růstu a prosperity a Ministerstvo průmyslu a obchodu je v tomto směru pro nás klíčovým partnerem,“ sdělil Tomáš Petříček.

„V oblasti zahraniční obchodní politiky budeme rozvíjet proaktivní ekonomickou diplomacii, která napomůže lepšímu prosazování českých ekonomických zájmů. Prioritou v této oblasti je zejména využití oborových příležitostí, společné organizování obchodních podnikatelských misí a zajištění základních služeb pro české exportéry v celé zahraniční síti zdarma, ať jsou již poskytovány agenturami, či zastupitelskými úřady,“ doplnil Tomáš Petříček.

Dohoda také potvrzuje principy vzájemné koordinace aktivit mezi ministerstvy průmyslu a obchodu a zahraničních věcí, a to včetně jednotlivých prvků Jednotné zahraniční sítě a Klientského centra pro export. „Věřím, že nyní máme s ministerstvem zahraničních věcí nejen dobrý základ, ale také silný potenciál pro posílení a rozvoj své exportní pozice v zahraničí, a doufám, že výsledky naší práce budou oceněny především těmi, pro koho jsou určeny, a to jsou naši exportéři,“ dodala ministryně průmyslu a obchodu Marta Nováková. (tz)

Předvánoční boom: výrazně stoupl dovoz hraček a tištěných cizojazyčných knih

Předvánoční boom v Česku doplnily loni stoupající dovozy hraček a tištěných knih, které patří na sklonku roku mezi nejčastěji proclívaně komodity, informoval Luděk Procházka ze společnosti Gerlach poskytující celní služby. Hitem loňských Vánoc byly podle něj interaktivní panenky, plyšované hračky a roboti. Pro větší děti pak elektrické hoverboardy, skateboardy a koloběžky. „Mezi dováženými knihami dominují publikace v angličtině,“ doplnil Jan Kanzelsberger mladší, ředitel největší sítě knihkupectví u nás. „Trendem jsou také sběratelská autička,“ sdělil za společnost Abrex Jan Mizera.

„Dovoz proclívaných hraček před Vánoci stoupl o 21 %. Mezi hlavní vývozce patří Čína, Hongkong a Vietnam. U hraček si musí dovozci dát pozor na ochranu obchodních značek, což platí i pro modely autíček s logem příslušné automobilky. Překvapením jsou pro nás dovozy tištěných knih, které vyskočily o 12 %. Tento sortiment je navíc osvobozen od placení cla,“ řekl Luděk Procházka ze společnosti Gerlach.

Průnik dovážené cizojazyčné literatury na předvánoční trh komentoval Jan Kanzelsberger mladší: „Je zde jasně patrný vývoj jazykové vybavenosti. Lidé si dnes umí přečíst knížku v originále, což samozřejmě jako knihkupectví reflektujeme. Zdaleka největší zájem je o knihy v angličtině, dále pak v menší míře o německé tituly a pak například o francouzské či italské.“

Hračky z dovozu jsou stále silným sortimentem, ale začíná se objevovat nový zajímavý trend: navracet jejich výrobu zpět do Česka. Jednou z firem, které hračky původně dovážely a nově je vyrábějí i v tuzemsku, je Abrex, producent autíček. „V Asii teď vyrábíme série aut po desítkách tisíc kusů. V Česku ale máme možnost zhotovit i menší série, které jsou i sběratelsky atraktivnější,“ řekl ředitel Abrexu Jan Mizera. Důvodů k návratu je více. „Stalo se nám, že jsme na modelech dělali čtyři různé druhy kol, ale ve fabrice to nevládali hlídat a chodila autička s různými koly místo kompletních sad,“ uvedl Jan Mizera jeden z příkladů, který firmu vedl ke změnám. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

generální partner:

GC®
GASCONTROL

hlavní partner:

VARNSDORF
TOLS

partneři plus:

T-SOFT
 Top Solution For Tomorrow

E.ON ENERGY GLOBE
 OCEŇENÍ ZA ÚSPORY, EKOLOGII A INOVACE

KRKONOŠSKÉ OBÁLKY

HASIČSKÁ UZÁJEMNÁ POJIŠTOVNA, a.s.

I C O M
 transport a.s.

partneři:

GRADA

centrum * andragogiky

dto
 DTO CZ, s.r.o.
 Vzdělávání jak má být

odborní partneři:

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

MA

SOCR ČR
 Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

MA

KTSPS

ČESKÝ PRŮMYSL

ACTO
 Asociace českých textilních výrobců

CZECH GAS ASSOCIATION

ČESKÝ PRŮMYSL SVAZ

SVAZ KVĚTINÁŘŮ A FLORISTŮ ČESKÉ REPUBLIKY

ČM s M

caim

Prosperita vás provází děním v businessu už 21 let!

Podnikatelé rekordně investují do výzkumu, zaostávají ale v patentech

Podíl podnikatelů na celkových výdajích na výzkum a vývoj v ČR dosáhl za minulý rok 60 %, což činí rekordních 54 miliard korun. Ačkoliv v celkovém podílu výdajů na výzkum a vývoj se držíme v první polovině zemí EU, z pohledu počtu mezinárodních patentů firem zaostáváme za srovnatelnými evropskými zeměmi téměř o řád. Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a Úřad průmyslového vlastnictví vydaly aktuální Analýzu výdajů podnikatelů na výzkum a využívání patentů.

Podnikatelský sektor trvale posiluje podíl na celkových výdajích na výzkum a vývoj. Celkové výdaje podnikatelů činí aktuálně 53,8 miliardy korun, což je 59,5 % ze všech výdajů, přičemž meziroční nárůst podnikových výdajů na VVI dosahuje 11,6 %. Plných 61 % z podnikatelských výdajů jde přitom za podniky se zahraniční účastí. Podnikatelé investují z 94 % do vlastních projektů, 6 % potom končí ve vysokoškolském nebo vládním sektoru.

Celkový objem podpory státu vůči podnikatelům v oblasti výzkumu a vývoje činí 6,4 miliardy korun. Plně čtyři miliardy korun stát vynakládá ve formě přímé účelové podpory, což jsou programy vypisované například Ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO), Technologickou agenturou ČR (TAČR) atd. Přímá pod-



pora meziročně vzrostla o 400 milionů korun, 59 % z přímé podpory získávají malé a střední firmy. Další 2,4 miliardy korun dostávají podnikatelé od státu na bázi nepřímé podpory ve formě daňových odpočtů na výzkum a vývoj. Meziročně tato podpora klesla o 144 milionů korun. Malé a střední firmy z nepřímé podpory získávají 33 %.

Velmi slušná bilance našich podnikatelů ale neodpovídá výsledkům v oblasti ochrany duševního vlastnictví. Analýza patentů přihla-

vaných do zahraničí ukazuje, že ve všech měřených oblastech zaostáváme za srovnatelným Rakouskem nebo Švédskem o řád. V nejvíce sledovaných mezinárodních přihláškách podaných podle Smlouvy o patentové spolupráci (PCT), čímž lze získat ochranu v téměř 150 státech celého světa, vykázaly naše firmy a veřejný sektor dohromady za minulý rok 184 přihlášek. Rakousko za stejné období vykázalo 1397 přihlášek, stejně velké Švédsko 3975 a Švýcarsko dokonce 4487. Zaostáváme i v přihláškách

ochranných známek EU, byť už ne tak velkým rozdílem. Zatímco naše subjekty přihlášily v minulém roce 1092 ochranných známek EU, Rakousko 3355 a Švédsko 3436.

Karel Havlíček, předseda AMSP ČR a místopředseda RVVI k tomu dodal: „Z pohledu investic do výzkumu jsou naši podnikatelé v dobré formě a celkovými výsledky držíme solidní evropskou pozici. Bohužel zcela ztrácíme v ochraně duševního vlastnictví. Nejkritičtější situace je v oblasti patentování do zahraničí, které naše firmy prakticky vůbec nevyužívají a nahrazují je národními patenty nebo užitnými vzory. To může být budoucí hrozbou a je nezbytné zmobilizovat systém veřejné podpory směřující ke kvalitním patentům v zahraničí s komerčním potenciálem.“

Josef Kratochvíl, předseda Úřadu průmyslového vlastnictví, sdělil: „Systém veřejné podpory pro malé a střední podniky může samozřejmě pomoci, nesmí ale zůstat nástrojem jediným, musí být navíc dostatečně propagován a zamyslet bychom se měli i nad tím, jak pomoci i firmám větším. Důležité je nastavení podmínek pro získání podpory výzkumu a vývoje tak, aby motivovaly k využívání špičkových technických informací. Neobejdeme se bez zvyšování povědomí o optimální patentové strategii, bez kvalitního technického vzdělání bude rovněž stále obtížnější kvalitní technická řešení na našem území vytvářet.“ (tz)

Pilulka.cz vstoupila do Rumunska a v ČR již má sto kamenných poboček

Síť Pilulka Lékáren, působících dosud v ČR a na Slovensku, vstoupila do Rumunska. Na novém trhu spustila internetovou lékárnu pod názvem Pilulka.ro. Společnost bratrů Martina a Petra Kasových se tak zařadila k českým investorům, kteří již v Rumunsku působí. Pilulka.cz se zároveň stává celoevropským hráčem, v příštím roce plánuje expanzi do dalších zemí. Zároveň posiluje na domácí půdě, otevřela již stou kamennou lékárnu, za rok 2018 by měla mít obrát přes dvě miliardy korun.

Rumunsko patří k nejrychleji rostoucím ekonomikám v Evropě a láká zahraniční firmy. Česko bylo podle oficiálních statistik Ministerstva zahraničních věcí ČR z roku 2017 desátým největším investorem v této zemi s celkovým objemem investic více než 1,35 miliardy eur. „Vstup do Rumunska jsme připravovali téměř dva roky. Budeme zde spolupracovat s lokálním partnerem Ecofarmacia, který má v naší rumunské en-

titě 30% podíl. Tento zkušený hráč provozuje desítky lékáren a je majetkově propojený s předním lékárenským distributorem v Rumunsku. V prvním roce chceme na trh uvést širokou paletu kvalitních služeb, které nabízáme v Čechách a na Slovensku. Možnost online distribuce volně prodejných léčiv se v Rumunsku otevřela teprve nedávno, přicházíme mezi prvními a máme ambici stát se jedničkou. Budeme se velmi

dobře doplňovat s kamennými lékárnami stejně jako například v Česku,“ řekl Martin Kasa, spolujednatel Pilulky.

Na rumunském trhu se očekává podobný boom jako v ČR. Zatímco české maloobchodní tržby tvoří z 11 % internetový obchod, v Rumunsku je to méně než 5 %. Rumunsko bylo poslední zemí EU, kde byla teprve v létě 2017 povolena distribuce volně prodejných léčiv po internetu.

Síť Pilulka Lékáren expanduje i v České republice. V loňském prosinci otevřela již stou kamennou pobočku. Šedesát z nich je franšizových, posledními přírůstky byly lékárny ve Frydlantu nad Ostravicí, Mikulově, Břeclavi a České Lípě. „Určitě se budeme rozšiřovat i dále, v roce 2019 bychom rádi zprovoznili minimálně dalších dvacet lékáren,“ ujistil Martin Kasa.

A tím Pilulka.cz s expanzními plány nekončí. „Díváme se na východ i na západ a také do zemí, kde je již povolen výdej předepisových léčiv online. Až toto povolení přijde do Česka, chceme mít praktické zkušenosti a hotovou infrastrukturu,“ vysvětlil Martin Kasa. Pilulka.cz by podle něj letos chtěla vstoupit na dva až tři nové trhy. Mimo jiné vyhodnocuje možnosti také v Rakousku, Německu či Nizozemsku. S obrátem z online prodeje, který by měl za rok 2018 dosáhnout okolo 700 milionů korun, a s celkovým obrátem kolem dvou miliard (včetně franšiz) se společnost během pěti let existence posunula mezi přední hráče v regionu. „Naším dlouhodobým cílem je být respektovaným celoevropským hráčem na trhu zejména online lékárenství,“ uzavřel Martin Kasa. (tz)

Do soutěže MANAŽER ROKU se hlásí osobnosti zvučných jmen

Nominace do letošního 26. ročníku soutěže MANAŽER ROKU jsou v plném proudu. Vedle tradičních oborových kategorií nabízí zajímavé inovace, pět nových kategorií, které reagují na technologické a společenské změny a nové trendy v managementu. Vědec a zakladatel Českého institutu informatiky, robotiky a kybernetiky ČVUT prof. Vladimír Mařík, profesorka ekonomie Eva Kislingerová, podnikatel Martin Hausenblas, vizionář prosazující v ČR myšlenku autonomních vozidel a vysokorychlostních tratí. To jsou tři jména osobností, které se objeví v letošním 26. ročníku soutěže MANAŽER ROKU, jejímž vyhlášovatelem je Česká manažerská asociace. A přihlášek přibývá. Prestižní manažerské klání má za sebou čtvrtstoletí, letos v dubnu na Pražském hradě obdrželi ti nejlepší titul Manažer čtvrtstoletí. „Soutěž soustavně vyhledává nejlepší příklady řídicí praxe, a to nejen v businessu, ale i mimo něj. Přispívá tak k motivaci manažerů a pomáhá s přenosem poznatků a zkušeností těch nejlepších,“ řekl prezident ČMA Pavel Kafka. Právě výměna zkušeností a příležitost k setkávání s úspěšnými manažery je vůbec nejsilnější motivací, proč vstoupit do soutěže. Zmiňuje ji téměř

80 % finalistů. Přirozeně, že soutěž je prestižní záležitostí a skvělou vizitkou pro manažera, jeho podřízené, celou společnost. Možnost prezentace je dalším klíčovým motivem účasti, a to pro třetinu finalistů. Dvě zmíněné motivace se ČMA podařilo spojit vydáním knihy 100 let od začátku svobodného podnikání v Československu, která nese hrdý podtitul Manažeri se lvíčkem, následnými jejími křty a doprovodnými networkingovými akcemi. Právě příběhy úspěšných Manažerů čtvrtstoletí jsou těžištěm této atraktivní publikace. Jsou to pokračovatelé prvorepublikových podnikatelských a manažerských legend, o nichž kniha autora Kamila Mikety pojednává. I letošní 26. ročník nabízí oba motivační aspekty. Pojatý je na rozdíl od předchozích let inovativně – reaguje na nástup smart technologií a moderní trendy v managementu. Přibýlo pět nových či inovovaných kategorií, ať už jde o Smart manažer, Leader for future, Krizový manažer, či Mladý manažerský talent do 35 let. Novinkou je kategorie Zahraniční manažer. Úpravy doznalo klasické oborové zaměření, počet kategorií se zůžil. Co zůstává, jsou termíny – uzávěrka koncem února 2019 a slavnostní vyhlášení těch nejlepších v dubnu příštího roku. (tz)

INZERCE

Náš šunku koupíte už i na pultech maďarských obchodů.
Aleš Lenc, LE & CO

ČESKÁ ŠUNKA

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

Agentura CzechTrade pomáhá při vstupu na zahraniční trhy nejen velkým českým exportérům, ale její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné také malým a středním firmám, aby i ony mohly v cizině uspět.

• Poradenské a informační služby • Individuální služby • Obchodní příležitosti • Exportní vzdělávání •

CzechTrade EXPERT NA VÁŠ EXPORT

www.czechtrade.cz

Českým firmám se otevřely dveře ke službám kanceláře budoucnosti

Česká republika se stala jednou z osmi zemí světa, kde společnost Konica Minolta představila unikátní řešení s názvem Workplace Hub (WPH). Na jejím vývoji se podíleli i odborníci brněnského Business Innovation Center Konica Minolta, kteří vytvořili jádro softwaru. Platforma WPH zrychlí a zjednoduší práci s IT napříč využívanými technologiemi i pracovním prostředím.

WPH integruje kompletní IT podporu pro malé a střední firmy. A uplatní se také ve společnostech s více pobočkami, neboť díky němu odpadá nutnost nákladných přesunů specialistů mezi jednotlivými pracovišti. Workplace Hub pokrývá veškeré současné IT potřeby a je základním stavebním kamenem kanceláře budoucnosti.



Dostupná malým a středním firmám

IT oddělení zejména malých a středních podniků obvykle pracují s omezenými finančními prostředky. Aktuálním problémem je rovněž nedostatek kvalitních specialistů na pracovním trhu. Připočteme-li překotný vývoj technologií nebo regulační zátěž, jakou představuje například nedávno zavedené Evropské nařízení o obecné ochraně údajů GDPR, je zřejmé, že své úkoly mohou plnit jen s největším vypětím a často nedostatečně. Platforma Workplace Hub umožňuje jednoduché ovládání podstatných IT funkcí i naprostému laikovi a veškeré služby jsou poskytovány prostřednictvím jediného dodavatele, kterým je Konica Minolta. WPH je vybaven nejnovějším hardwarem a softwarem a dokáže uspokojit všechny potřeby moderního IT prostředí založeného na vlastní platformě a kombinaci toho nejlepšího z cloudu a on-premise (lokálního) řešení. Umožňuje nepřetržitou podporu, jeho hardware je optimalizován pro potřeby každého zákazníka a ekosystém aplikací přispěje k lepšímu fungování společnosti.

IT bez starostí 24/7

Unikátní řešení WPH, které je jediné svého druhu, má dvojí provedení. Zařízení Workplace Hub je určeno přímo do kanceláří, kde na jednom metru čtvereční plochy poskytne kompletní IT infrastrukturu, včetně tiskových služeb a konektivity zaměstnanců, prostřednictvím spolehlivé Wi-Fi. Varianta s označením Edge je určena do serverovny pro připojení k serveru. Okamžitě



posílí jeho výkon a s výjimkou multifunkční tiskárny a přístupového bodu Wi-Fi nabízí Edge všechny vlastnosti a funkce, které má Workplace Hub. V obou případech je k dispozici ochrana dat nové generace, ekosystém připravený pro další zvyšování produktivity práce, bezproblémový přechod na nové řešení či „bezešvé“ spojení stávajícího IT s WPH a jeden dodavatel pod jednou smlouvou. Samozřejmostí je monitoring 24/7. Konica Minolta využívá vysoce pokročilý monitorovací nástroj s prediktivními funkcemi navržený speciálně pro Workplace Hub. Jeho prostřednictvím může sledovat zařízení všech svých zákazníků a rychle se zaměřit na konkrétní místa nebo systémy, kde se rysují případné problémy. Dokáže je tak „zvládnout dříve“, než skutečně nastanou, aniž by si toho zákazník všiml. Přechod firemního IT na platformu Workplace Hub je velmi jednoduchý a rychlý. Experti Konica Minolta spolu se zadavatelem definují jeho potřeby a požadavky a připraví optimální řešení.

Může jít o pokrytí všech IT potřeb čistě s pomocí Workplace Hubu nebo jeho „bezešvé“ napojení na stávající systémy. Jednou z variant je rovněž kombinace cloudových a on-premise řešení. Vlastní proces, včetně migrace prostředí, je pak záležitostí dnů, maximálně týdnů. (tz)

Co může WPH nabídnout

- Kompletní infrastrukturu na 1 m²
- Monitoring IT 24/7
- Ochranu dat nové generace
- To nejlepší z cloudu a on-premise řešení
- Inovativní produkt reflektující evoluci práce
- Ekosystém připravený pro další zvyšování produktivity práce
- Bezproblémový přechod na nové řešení či „bezešvé“ spojení stávajícího IT s WPH
- Jednoho dodavatele, jednu smlouvu, jedno SLA, jeden přehled

V pořadí deseti nejlepších motorů má dva Hyundai: WardsAuto 10 Best Engines 2019 ocenil KONA Electric a NEXO

Hyundai obsadil dvě místa z deseti v prestižní soutěži o deset nejlepších motorů, WardsAuto 10 Best Engine 2019, se zcela novým elektromobilem NEXO 2019 s palivovými články a crossoverem KONA Electric 2019. Uvedeným modelům bylo významné ocenění uděleno na základě jejich poháněcích ústrojí s přesvědčivými provozními vlastnostmi, mimořádně sofistikovanou konstrukcí, vynikající hospodárností a skvělými výkonovými parametry. Značka Hyundai získala ocenění WardsAuto 10 Best Engine již podesáté od roku 1995, kdy byla tato každoročně pořádána soutěž založena.

„Je pro nás opravdovou poctou, že tato prestižní ocenění byla udělena dvěma našim zcela novým ekologickým systémům pohonu. Oceněná vozidla jsou výsledkem velkého úsilí značky Hyundai nabízet nejširší výběr maximálně ekologických poháněcích ústrojí v kategorii crossoverů a SUV,“ řekl John Juriga, ředitel divize poháněcích ústrojí v technickém centru HATC (Hyundai America Technical Center) koncernu Hyundai Motor Group. „Nekonečné hodiny, které naši inženýři věnují výzkumu, vyhodnocování a analýzám zkoušek v reálném provozu, otevírají nové možnosti pro využívání alternativních pohonů. Jsme velmi hrdí na to, čeho jsme dosáhli na tomto velmi konkurenčním trhu. Snažíme se nabízet zákazníkům chytrá řešení alternativních pohonů a těšíme se na další rozšiřování svého portfolia ekologických vozidel.“

Hyundai Motor Company plánuje do roku 2025 představit 18 modelů velmi ohleduplných k životnímu prostředí. NEXO stojí v čele vývoje vozidel společnosti Hyundai s nulovými emisemi. Tento vývojový plán také reprezentuje další krok koncernu Hyundai Motor Group k realizaci čistšího životního prostředí prostřednictvím vyspělých ekologických vozidel.

NEXO je vlajkovou lodí značky Hyundai, která po všech stránkách překovává svého předchůdce, model Tucson FCEV. Model NEXO Blue má

dojezd 611 kilometrů, o 185 kilometrů více než předchůdce. Verze NEXO Limited nabízí dojezd 570 kilometrů. Hodnoty spotřeby energie v přepočtu na spotřebu benzínu podle americké normy EPA jsou pro verze NEXO Blue 3,61 l/100 km ve městě, 4,05 l/100 km na dálnici a 3,85 l/100 km v kombinovaném provozu, zatímco pro NEXO Limited platí hodnoty 3,99 l/100 km ve městě, 4,35 l/100 km na dálnici a 4,12 l/100 km v kombinovaném provozu.

Drew Winter, ředitel společnosti WardsAuto, odpovědný za zveřejňované informace, k tomu říká: „Pomyslný závod v oblasti palivových článků nabírá na obrátkách a v jeho čele je nyní Hyundai NEXO, poskytující opravdovou radost z jízdy a dojezd až 611 kilometrů. Uspořádání palivových nádrží přitom neomezují nabídku místa pro nohy ani pro zavazadla. Strategie značky Hyundai v oblasti komponentů kromě toho v budoucnosti umožní zvyšovat výrobu za současného snižování nákladů.“

Navíc doplňování paliva u modelu NEXO trvá pouhých pět minut, takže zákazníci mohou vůz používat podobně jako porovnatelné SUV se spalovacím motorem, a to jak z hlediska dojezdu, tak rychlosti čerpání paliva. NEXO uchovává vodu v třech samostatných nádržích, uložených v zadní části vozu. Díky tomu bylo možné maximalizovat celkový objem interiéru, zejména v zavazadlovém prostoru, který se zvětšil o 164 litrů



Hyundai NEXO

a nabízí rovnou ložnou plochu. NEXO s nejvyšším výkonem 120 kW (163 k) a maximálním točivým momentem 395 N.m uspokojí i po dynamické stránce, včetně dalšího zlepšení akcelerace.

Hyundai slaví úspěchy i se zcela novým modelem KONA Electric 2019, který nabízí nejdelší dojezd ve své třídě: 415 km. Nový elektrický crossover je cenově dostupným kompaktním automobilem, který se vyznačuje mladistvým designem, sportovními jízdními vlastnostmi, pokročilými bezpečnostními technologiemi, včetně rozsáhlé standardní bezpečnostní výbavy a vyspělými funkcemi informačního a zábavního systému. Hyundai navíc poskytuje na akumulátory modelu KONA Electric nejlepší záruku v automobilovém průmyslu, která platí po celou dobu životnosti vozidla.

„Hyundai KONA nabízí díky mimořádnému výkonu a točivému momentu skvělé zážitky z jízdy, ať zrychlujete od semaforů, nebo předjíždíte na dálnici,“ poznamenal Drew Winter ze společnosti WardsAuto. „A s dojezdem 415 km podle metodiky EPA má KONA na americkém trhu nejdelší dojezd mezi akumulátorovými elektromobily s výjimkou značky Tesla. KONA Electric je tak atraktivní nabídkou pro zákazníky, kteří chtějí elektromobil s dojezdem vozidla poháněného spalovacím motorem v tak oblíbené karosářské verzi, jako je crossover.“ Nakonec ještě dodal: „A třešničkou na dortu je velmi dostupná cena.“



Hyundai KONA

Poháněcí ústrojí modelu KONA Electric používá synchronní elektromotor s permanentním magnetem, který se vyznačuje vysokou účinností a nejvyšším výkonem 150 kW (204 k). Elektromotor je napájen vysokonapěťovou sadou lithium-iontových akumulátorů s kapacitou 64 kWh. Maximální točivý moment elektromotoru 395 N.m je přenášen na přední kola. Invertor poháněcího ústrojí má specifický výkon 25,4 kVA/l. Akumulátorový systém je kapalinou chlazený a pracuje s napětím 356 V. Hustota energie sady akumulátorů je 141,3 Wh/kg (vyšší, než má například Chevrolet Bolt). Celková hmotnost akumulátorového systému je méně než 454 kg. Hodnoty spotřeby energie v přepočtu na spotřebu benzínu podle americké normy EPA jsou pro model KONA Electric 1,78 l/100 km ve městě, 2,18 l/100 km na dálnici a 1,96 l/100 km v kombinovaném provozu.

Soutěž WardsAuto 10 Best Engines se loni konala již popátadvacáté. Jejím cílem je oceňovat výjimečné konstrukce poháněcích ústrojí, technologie světové úrovně a vzácné spalovací motory i systémy elektrického pohonu, které jsou tak přesvědčivé, že pomáhají prodávat příslušný model. V loňském roce bojovalo o prestižní ocenění 34 uchazečů, vybraných z nabídky vozidel pro modelové roky 2018 a 2019. Soutěž se mohou zúčastnit nové nebo výrazně modernizované spalovací motory či systémy pohonu, které začnou být nabízeny k prodeji v sériově vyráběných vozidlech nejpozději během prvního čtvrtletí roku 2019 za základní cenu maximálně 64 000 USD.

WardsAuto 10 Best Engines je prestižní seznam výjimečných poháněcích ústrojí používaných v automobilovém průmyslu. Hyundai byl od začátku zveřejňování seznamu v roce 1995 oceněn již desetkrát: motor Tau V8 v letech 2009 (4,6 litru), 2010 (4,6 litru) a 2011 (5,0 litru); řadový čtyřválec Gamma v roce 2012; elektrický pohon s palivovými články na vodík v roce 2015; motor Nu (2,0 litru s externě nabíjitelným hybridním systémem) v roce 2016; turbodmychadlem přepínávaných čtyřválec DOHC (1,4 litru) a vidlicový šestiválec (3,3 litru) v roce 2018. (tz)

Nejlepší v businessu slyšeli: Děkujeme!

Jak vyjádřit poděkování a úctu těm, jež tvoří hybnou sílu domácí ekonomiky? Otázka, kterou si položila Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů České republiky. Rozhodla se udělat v období oslav založení československé státnosti něco mimořádného – ocenit ty nejlepší za přítomnosti premiéra a členů vlády. V závěru loňského roku připravila v pražském TOP hotelu Shromáždění manažerů, podnikatelů a zaměstnavatelů. Hovořili jsme o tom s prezidentem KZPS ČR Janem Wiesnerem.

Čím bylo toto setkání mimořádné?

Takovou událost jsme pořádali poprvé v historii. Využili jsme k tomu 27. výročí vzniku KZPS ČR a sté oslavy republiky, abychom ocenili nejlepší podniky a jednotlivce všech odvětví. Svazy sdružené v konfederaci dostaly možnost vybrat ty, kteří zanechali pozitivní stopu v podnikání. To bylo jediným kritériem výběru, a vůbec ne-

záleželo na tom, zda jde o velkou, střední, nebo malou firmu, družstvo, společnost s ručením omezeným, nebo akciovou společnost. Některé z nich působí na trhu desítky let i déle. Osm oborových svazů navrhlo celkem osmdesát nejlepších kandidátů.

Jak jste je ocenili?

Každý z nich dostal čestné uznání a k diplomu odznak s českým lvíčkem z dílny Granátu Turnov. Samozřejmě všichni sklidili i potlesk na otevřené scéně. Zároveň vyznamenání i s rodinnými příslušníky využili tuto mimořádnou slavnostní příležitost k osobnímu setkání s premiérem Andrejem Babišem, ministryněmi Maláčovou a Dostálovou, a dalšími představiteli vládních rezortů. Vyslechli, jaké má kabinet představy o vývoji a podpoře domácí ekonomiky, zaměstnanosti a podnikání. Mluvílo se o ožehavých otázkách, například o minimální mzdě a mzdové politice vůbec, daních, stavebním zákoně, karenční době, čerpání evrop-



Jan Wiesner, prezident KZPS ČR

ských a státních fondů, prostě o tom, co vláda pokládá za nejdůležitější a jakým způsobem chce naplnit dané sliby a záměry. K tomu mohli zaměstnavatelé vyslovit svůj názor, vyjádřit se k praktickým zkušenostem a vznést připomínky. Nejčastěji bylo slyšet, že podnikatelskému prostředí vyhovuje stabilita, žádné velké a časté změny pravidel.

Předpokládám, že všichni odcházeli spokojeni...

Už jen podle živé diskuze, nejen během oficiálního programu, ale i neformálně při rautu, bylo zřejmé, že akce se setkala s velkým úspěchem. Zúčastněné především potěšilo, že si na ně vůbec někdo vzpomněl a uznal jejich práci pro společnost. Dostali jsme následně také deset děkovných e-mailů s přáním, aby se podobná akce opakovala. Jsme rádi za takové ohlasy, ale chceme zachovat naprostou unikátnost tohoto shromáždění, a proto další neplánujeme.

připravil Pavel Kačer

Ocenění manažeři, podnikatelé a zaměstnavatelé

Kraj Praha Ing. Jaroslav Smejkal předseda INTEX, výrobní družstvo, Praha Stanislav Husník předseda STYL, družstvo pro chemickou výrobu, Praha JUDr. Oldřich Vaníček prezident ÚAMK a.s., Praha Ing. Radoslav Dvořák ředitel INOS Zličín, a. s., Praha Ing. Václav Krauz mostní expert, vedoucí pracovník, SMP CZ, a.s., Praha Tomáš Hudera jednatel Hudera a syn s.r.o., Praha Jiří Rejmon společník Pronto STK s.r.o., Praha Rudolf Šlehofer jednatel SEASPOL Group s.r.o., Praha Bedřich Danda viceprezident KZPS ČR předseda Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR, Praha Středočeský kraj Ing. Miloslav Meloun předseda Kooperativa, výrobně obchodní družstvo, Uhlířské Janovice Ing. Jiří Žihlo ředitel Českomoravský beton, a. s., Beroun Ing. Josef Schneiberg, CSc. Zemědělské družstvo, Dřísy Alena Dušková předsedkyně DITA výrobní družstvo invalidů, Tábor Ing. Petr Kostohryz předseda OTAVA, výrobní družstvo, Písek Ing. Miloš Kačenka člen představenstva K-Building CB, a.s.	Jihočeský kraj Ing. Jaroslav Straka jednatel, spolumajitel a obchodní ředitel Památky Tábor, s.r.o., Tábor Ing. Josef Choura předseda představenstva Agraspol Předmítř, a.s., Předmítř Ing. Jaroslav Froulík předseda představenstva Jednota, spotřební družstvo, České Budějovice Plzeňský kraj Ing. Emil Beber předseda KOVOBEL, výrobní družstvo, Domažlice Zdeněk Sobota předseda Obzor, výrobní družstvo, Plzeň Ing. Václav Valter předseda Kovodružstvo, výrobní družstvo Strážov, Janovice nad Úhlavou Ing. František Trnka místopředseda představenstva a ředitel Obchodní družstvo, Soběšice Ing. Václav Bulín předseda družstva Zemědělské družstvo vlastníků, Štichovice Ing. Pavel Raška předseda představenstva Maňovická zemědělská, a.s., Mileč Miroslav Šrédli dlouholetý předseda Styl Plzeň, výrobní družstvo, Plzeň Karlovarský kraj Ing. Jiří Dvořák předseda, Vřídlo, výrobní družstvo, Karlovy Vary Ing. Vladimír Kádě jednatel INVESTON s.r.o. Karlovy Vary Ing. Rudolf Borýsek generální ředitel LIAS Vintřířov, lehký stavební materiál k.s., Vintřířov	Josef Kopfstein jednatel STASKO plus, spol. s r.o. Karlovy Vary Ústecký kraj Ing. Josef Hančl předseda INVA družstvo, Litoměřice Jiří Rous předseda TETRONIK – výrobní družstvo Terezín, družstvo, Terezín Zdenek Raichart předseda představenstva Libor Sklenář obchodní ředitel STAP a.s., Vilémov u Šluknova Ing. Vladimír Rouček místopředseda představenstva a generální ředitel Vršanská uhelná a.s., Most Liberecký kraj Ing. Pavel Tvrzník předseda Granát, družstvo umělecké výroby, Turnov RNDr. Roman Hrnčíř, CSc. předseda Severochema, družstvo pro chemickou výrobu, Liberec Ing. Tomáš Rychtařík ředitel DIAMO státní podnik, Stráž pod Ralskem Královéhradecký kraj Ing. Miloslav Čermák předseda Sněžka, výrobní družstvo, Náchod Roman Kovář předseda ASV výrobní družstvo, Solnice Ing. Jana Nýčová předsedkyně Detecha, chemické výrobní družstvo, Nové Město nad Metují Ing. Miluše Housková obchodní ředitelka VEBA, textilní závody a.s., Broumov	Ing. Petr Moravec jednatel Silk & Progress, spol. s r.o., Brněnec – Moravská Chrastavá Vladimír Šmídl majitel Šmídl s.r.o., Žamberk Jan Rozínek jednatel KERSON spol. s.r.o., Dobré Ing. Jiří Grund starší Grund a.s., Mladé Buky Dr. Ing. Jan Pešek člen představenstva, ředitel akciové společnosti Zemědělská akciová společnost Mžany a.s., Mžany Pardubický kraj Ing. Martin Beran předseda Dřevotvar družstvo, Jablonné nad Orlicí Ing. Karel Komárek předseda Cyklos, výrobní družstvo, Choltice Zdeněk Korbel předseda TVAR výrobní družstvo, Pardubice Ing. Zdeněk Blažek předseda Dřevojas, výrobní družstvo, Svitavy Ing. Jan Heřmanský jednatel SVITAP J.H.J. spol. s r.o., Svitavy Ing. Jiří Požár jednatel společnosti TEDOZ PP s.r.o., Pardubice Ing. Oldřich Vašina čestný člen představenstva Zemědělské družstvo se sídlem ve Sloupnici, Dolní Sloupnice Kraj Vysočina Ing. Pavel Kříž předseda Dřevozpracující družstvo, Lukavec	Radek Chládek předseda VÝVOJ, oděvní družstvo v Třešti, Třešť Ing. Josef Podzimek jednatel Podzimek a synové s.r.o., Třešť Zdeněk Kratochvíl generální ředitel ICOM transport a.s., Jihlava Jan Adrián majitel a jednatel společnosti AdriJan BP s.r.o., Ledeč nad Sázavou Ing. Josef Matějek dlouholetý zastupitel kraje Vysočina – radní pro zemědělství, Třebíč Ing. Vladimír Stehno předseda představenstva COOP družstvo HB, Havlíčkův Brod Jihomoravský kraj Jana Malá předsedkyně Moravská ústředna Brno, družstvo umělecké výroby, Brno Ing. Jiří Urban dlouholetý předseda představenstva Nová Mosilana, a.s., Brno Ing. Oldřich Glogar zakladatel rodinné firmy 2G-spol. s r.o. – Příkrývky a polštáře, Lipov Ing. Tomáš Groh výkonný ředitel a člen představenstva HARTMANN – RICO, a.s., Brno Doc. Ing. Lubomír Mikš, CSc. předseda představenstva Q-ORBIT, a.s., Brno Ing. Miroslav Vymazal jednatel MAGNUM Etos, s.r.o., Brno Ing. Pavel Krejčí místopředseda představenstva Komfort, a.s., Brno Ing. Jiří Kaláb společník Kaláb – stavební firma, s.r.o., Brno	Ing. Jan Fencel jednatel Slovácký Statek, spol. s r. o., Hodonín Olomoucký kraj Ing. Jindřich Zdráhal předseda Mechanika Prostějov, výrobní družstvo, Prostějov Ing. Leo Doseděl předseda MODĚVA oděvní družstvo Konice, Konice Ing. Jaromír Řezáč předseda představenstva Zemědělské obchodní družstvo AGRISPOL, Mořice Zlínský kraj Vladan Zejda předseda OBZOR, výrobní družstvo Zlín, Zlín Ivan Abdul předseda IRISA, výrobní družstvo, Vsetín Ing. Bc. René Skrášek předseda KOVOPLAST, výrobní družstvo, Hluk Martin Navláčil st. jednatel Navláčil stavební firma, s.r.o., Zlín Ing. Pavel Bělohlávek, CSc. Pozemní stavby, Zlín Ing. Milan Odložilík předseda představenstva ZP Moravan, a.s., Kostelec u Holešova Moravskoslezský kraj Hana Rybková předsedkyně Slezská tvorba, výrobní družstvo, Opava Ing. Jaroslav Paclt Ridera Stavební a.s., Ostrava Ing. Břetislav Hrbáč předseda představenstva Zemědělské družstvo Hraničář, Loděnice
--	--	---	---	---	--

Žebříček investičních příležitostí do dluhopisů podle jejich rizikovosti

Na českém trhu působí stovky firem, které neveřejně nabízejí tzv. prašivé dluhopisy. Na první pohled vysoký výnos a unikátní investiční příležitost. Ve skutečnosti ale podnikatelský plán krytý firmou s miniaturním základním jménem nebo záporným hospodářským výsledkem. Pro lepší orientaci přinášíme žebříček pěti nejčastějších investičních příležitostí do dluhopisů dle jejich rizikovosti.

Státní dluhopisy

Státní dluhopisy jsou cenné papíry emitované vládou, respektive Ministerstvem financí ČR. Jejich hlavním účelem je financování investičních projektů, snaha o vyrovnaní schodku státního rozpočtu nebo pokrytí výdajů spojených s nenadálými přírodními katastrofami. Oproti firemním dluhopisům nemají tak vysokou úrokovou míru, kterou ale kompenzuje jejich téměř nulová rizikovost, na rozdíl od tzv. prašivých dluhopisů známých také jako junk či high yield bonds. „ČR má nejvyšší celkové ratingové hodnocení ze všech zemí střední a východní Evropy a několik let se již pohybuje také nad průměrným ratingovým hodnocením členských zemí eurozóny. Vynikající ratingové hodnocení společně se současným nastavením měnové politiky ze strany ČNB odráží vysoký zájem domácích i zahraničních investorů,“ uvádí ve svých materiálech ministerstvo financí. Na webu ČNB lze pak dohledat seznam primárních dealerů státních dluhopisů, mezi které patří například ČSOB, KB, Česká spořitelna a další.

Dluhopisy emituje také řada polostátních firem, mezi nimi České dráhy, ČEZ a.s., Český aeroholding a.s., ČEPS a.s. nebo MERO ČR a.s.

Zpravidla nenabízejí tak vysoký výnos jako klasické korporátní dluhopisy, díky tomu však pro investory představují mnohem menší riziko.

Podílové dluhopisové fondy

Podílové dluhopisové fondy jsou ideálním nástrojem kolektivního investování pro střednědobé až dlouhodobé investice a jejich portfolio může být jak smíšené – sestávající z několika variant dluhopisů (státních, firemních, spekulativních tzv. high yield či dluhopisů rozvojových zemí), nebo obsahovat pouze jednu z těchto variant. Investorům se doporučuje volit spíše méně rizikové fondy s kreditním ratingem ne horším než BBB, kdy se o nich dá stále hovořit jako o konzervativních. Ne všechny dluhopisy z portfolia daného fondu však disponují ratingem. Takové fondy lze považovat za rizikové. Pokud však patříte mezi dynamičtější orientované investory s dostatečným ekonomickým přehledem a dluhopisy s žádným nebo nízkým ratingem tvoří poměrnou část portfolia fondu, lze určitě zvážit i tuto investiční variantu, která bývá, zpravidla, velmi zajímavě úročena. Díky široké diverzifikaci firem, které jsou ve fondu zastoupeny, se totiž rizikovost takovéto investice snižuje.

Kotované dluhopisy

Kotované dluhopisy nejsou nic jiného než cenné papíry registrované na burze. Obchoduje se s nimi v kurzu, v němž je uskutečněno maximum objednávek (koupí a prodejů). Takovéto kurzy jsou buď jednoduché, nebo kontinuální (udávané vícekrát za den). Obchodování na burze má však svá pravidla a vyžaduje pokročilé ekonomické znalosti, nicméně aby mohly být dluhopisy obchodovány na burze, musejí projít náročným



a pro emitenta také nákladným administrativním procesem, který na oplátku zaručuje jejich transparentnost a prestiž emitentovi.

Korporátní dluhopisy s prospektem ČNB

Firemní nebo také podnikové dluhopisy s prospektem ČNB patří mezi velmi rizikové investice. Zdánlivě totiž působí důvěryhodně, a to právě díky prospektu ČNB. Sama Česká národní banka však na svých stránkách potenciální investory nabádá k tomu, aby si o emitentovi dluhopisů nejprve zjistili co nejvíce informací: „Informace, že ČNB schválila emisi dluhopisů, znamená pouze to, že ČNB ověřila, zda prospekt příslušné dluhopisové emise splňuje všechny zákonem stanovené formální náležitosti.“

„ČNB není ze zákona oprávněna při emisi dluhopisů prověřovat bonitu jejich emitenta. Pravděpodobnost, že dlužník své závazky splatí, posuzují nezávislé ratingové agentury, které na základě podrobné analýzy rizikovosti dlužníka stanoví tzv. rating (investiční stupeň), jenž vyjadřuje pravděpodobnost, že dlužník své závazky řádně a včas splatí. Není-li rating dlužníka k dispozici (emitenti vysoce úročených korporátních

dluhopisů obvykle žádný rating stanoven nemají), zjistíte si sami co nejvíce informací o jeho bonitě, protože na ní závisí návratnost vašich finančních prostředků.“ Pokud se vám někdo snaží vlichotit tvrzením, že emisi dluhopisu schválila ČNB, jde čistě o manipulativní marketingovou praktiku! Mějte na paměti, že ČNB kontroluje pouze formální aspekty emise, nikoliv kvalitu podnikatelského záměru, na který od vás chce emitent půjčit peníze.

Korporátní dluhopisy bez prospektu ČNB

Zatímco u korporátních dluhopisů s prospektem ČNB máte alespoň jistotu, že jsou hospodářské výsledky emitenta transparentní, a získáte tak dostatečný přehled o výši cizích zdrojů, vlastního kapitálu, účetních závěrkách, popř. výročních zprávách, společnosti bez prospektu leckdy záměrně tyto informace zatajují a nezveřejňují ve Sbírce listin navzdory tomu, že jim to ukládá zákon. Navelek tak společnosti mohou působit důvěryhodně, reálně ale podnikají na dluh.

„Dluhopisy může vydávat kdokoli, a řada firem, které začínají odborníci označovat za tzv. finanční šmejd, toho využívá k vylákání finančních úspor od důvěřivých občanů,“ uvedla Eliška Skřivanová, tisková mluvčí serveru Rizikovedluhopisy.cz, který se snaží před nepoctivými emitenty varovat.

Samotný dluhopis je jen graficky krásně vyvedený papír, který je ale naprosto bezcenný, pokud není nijak zajištěn. Jestliže vám bude někdo jako dostatečnou formu zajištění uvádět údajnou hodnotu projektu, na který chce půjčit, rozhodně mu své peníze nesvěřujte! Vždy čtěte skutečné záruky, podobně jako to dělá banka. (tz)

www.rizikovedluhopisy.cz

INZERCE



Externí a interní komunikace

19. 2. 2019; 9:00–17:00

Ing. Simona Myslíková, MBA

(lektorka, trenérka, mentorka, coach; GDPR auditor – Data Protection Officer e-CF)

Cena: 4 590 Kč bez DPH / 5 554 Kč vč. DPH

Komunikační MMA umění

21. 2. 2019; 9:00–16:00

Filip Lepier (lektor, konzultant, kouč)

Cena: 3 790 Kč bez DPH / 4 586 Kč vč. 21 % DPH

Manažer jako kouč, koučování pro manažery

26. – 27. 2. 2019; 9:00–16:00

Ivona Homolková (konzultantka, trenérka, koučka)

Cena: 6 790 Kč bez DPH / 8 216 Kč vč. 21 % DPH

Automatizace práce v MS Excel pomocí maker

5. – 6. 3. 2019; 9:00–16:00

Ing. Jaroslav Nedoma (lektor kancelářských aplikací MS Office)

Cena: 6 790 Kč bez DPH / 8 216 Kč vč. 21 % DPH

Soft skills vyšší generace – tisícero dovedností komunikace a osobního rozvoje, Farmulti® metoda, psychovzorce®, David Gruber Live

6. – 7. 3. 2019; 9:00–16:00

Ing. David Gruber

(první mezi lektory, kouči a autory soft skills v naší zemi)

Cena: 8 190 Kč bez DPH / 9 910 Kč vč. 21 % DPH

Moderní marketingová komunikace a propagace

12. 3. 2019; 9:00–16:00

Mgr. Leoš Bárta

(biznisový stratég, marketingový konzultant, lektor)

Cena: 3 890 Kč bez DPH / 4 707 Kč vč. 21 % DPH

Více informací nejen o těchto seminářích najdete na www.vox.cz, kde se můžete i přihlásit.

vox@vox-kurzy.cz | 777 741 777

Fio banka má 880 000 klientů, 25letou historii a chystá novinky

Česká Fio banka se blíží metě 900 000 klientů a je v tuzemsku pátou největší bankou. Kromě počtu klientů jí neustále roste i zisk, který ke konci září 2018 činil 745 milionů Kč po zdanění. A to i přesto, že se stále drží své filozofie běžných bankovních služeb bez poplatků. Na tiskové konferenci v listopadu 2018 ohlásila řadu novinek pro nejbližší měsíce i rok 2019.

Fio banka datuje své počátky již v roce 1993 ve Finanční skupině Fio, která se zabývala hlavně investováním na akciových trzích. V roce 1996 rozšířila své služby o družstevní zálohu a tím položila základ dnešní Fio bance. Od roku 2010, kdy získala bankovní licenci a stala se opravdovou bankou, jí přibývá v průměru 100 000 nových klientů každý rok. Ti k ní přecházejí kvůli službám bez poplatků, širokému portfoliu produktů i kvůli nespokojenosti se svou současnou bankou. Aktuálně má 880 000 klientů, tedy o 14 % více než před rokem, a také zaznamenává re-

kordní rok, co se týče zisku. Ten ke konci září činil 745 milionů korun po zdanění. Fio banka plní svůj slib a otevřela několik nových poboček – v Praze na Žižkově, v Nuslích, Ostravě a Litoměřicích. Kromě toho také přidala hypoteční centrum v Brně a nové bankomaty. Na Slovensku se rozšířila o pobočku v Komárně, Martině a Bardejově. V tomto trendu hodlá pokračovat i v roce 2019.

Hlavní loňskou novinkou byly podílové fondy, které klientům umožňují dlouhodobě odkládat své úspory již od 300 Kč měsíčně a nabízejí při rozumné míře rizika zajímavý výnos, například oproti klasickým spořicími účtům. Fio banka svým klientům také umožňuje již bezkontaktně vybírat z bankomatů, platit mobilem a používat zcela novou mobilní aplikaci. V letošním roce se banka chce připojit k systému okamžitých plateb, a to do konce prvního čtvrtletí. Dále nabídne širší možnosti nakládání s účtem pro mladistvé od 15 do

18 let, čímž bude jednou z mála bank v tuzemsku, která neploletým umožní ovládat aktivně internetbanking. Fio banka slyší na prosby svých klientů a plánuje umístit svůj první vkladový bankomat, stejně jako rozšířit své portfolio o klasické spotřebitelské úvěry.

„V roce 2017 jsme hodně sil věnovali vytvoření vlastní investiční společnosti a díky tomu jsme loni na podzim svým klientům mohli představit podílové fondy, které nabízejí možnost investování i těm, kteří si na samostatné obchodování zatím netroufají. Vhodné tituly za ně vybírá portfolio manažer a investor si vlastně pouze kupuje podíl na majetku fondu a sleduje jeho vývoj. Věříme, že si podílové fondy najdou místo jak v portfoliích našich již zkušených investorů, ale také přilákají investory nové. Navíc plánujeme zavést možnost investovat přímo přes internetbanking, takže to bude opravdu pro každého,“ dodal Ján Franek, tiskový mluvčí Fio banky. (tz)

NN Group dokončila akvizici společností Aegon Česká republika a Aegon Slovensko

NN Group dokončila koupi životního pojišťovny Aegon v České republice a životní pojišťovny a důchodové správcovské společnosti Aegon na Slovensku. Transakci v hodnotě 155 milionů eur schválili regulátoři i antimonopolní úřady obou zemí. Akvizice byla kompletně financována z existujících peněžních zdrojů Skupiny NN, tudíž se nepředpokládá, že by měla jakýkoli dopad na provozní výsledek či ukazatel Solvency II Skupiny NN. „Spojením našich společností vznikne nová NN, jež bude mít nejen silnější pozici na trhu a výkonnější distribuční síť, ale která bude také

schopna nabízet klientům v České republice ještě konkurenceschopnější produkty a služby,“ řekl Maurick Schellekens, generální ředitel NN ČR, který se s platností od 8. ledna 2019 ujal také funkce generálního ředitele Aegonu ČR. NN vstoupila na český trh jako první ze zahraničních pojišťoven a vyznačuje se především svými zkušenostmi v oboru, Aegon si zase zakládá na svém přístupu ke klientům a obchodním partnerům. Obě společnosti na českém trhu spojí své síly a do konce roku začnou vystupovat společně pod značkou NN. Podíl NN Group na trhu životního pojištění v České

republice vzroste z 9 % na 12 %. „Sloučení obou společností nám umožní mimo jiné také urychlit vývoj technologických inovací, díky čemuž budeme schopni nabídnout našim klientům ještě lepší servis,“ dodal Maurick Schellekens.

Po integraci bude NN ČR spravovat okolo 400 000 smluv životního pojištění. Stávajícími klienty NN a Aegonu se akvizice v tuto chvíli nijak nedotkne. „Ceny, podmínky i názvy produktů se v dohledné době nezmění. O případných změnách bude NN klienty včas informovat,“ ujistil Maurick Schellekens. (tz)

Inovace v energetice vytvářejí zcela nové pracovní příležitosti

Energetika je jedním z nejdynamičtějších se rozvíjejících oborů, ale celé odvětví se potýká s nedostatkem kvalitních odborníků. Jak se s tímto rozparem vyrovnávají ve společnostech innogy v České republice, jsme se zeptali personální ředitelky Eriky Vorlové.

Ze všech stran slyšíme, jak firmy doslova zápasí se sháněním kvalifikovaných a šikovných zaměstnanců. Platí to i pro innogy?

S určitou dávkou profesní hrdosti musím říct, že v situaci, kdy je historicky nejmenší míra nezaměstnanosti, se nám daří získávat nové talentované lidi i zkušené odborníky podstatně lépe než řadě jiných firem. O zvýšeném zájmu o práci v innogy svědčí i fakt, že se nám meziročně přihlásilo o 11 % více uchazečů o zaměstnání, fluktuace se výrazně snížila a volná místa se nám v průměru daří obsazovat do 30 dnů. To jsou velmi pěkná čísla.

Nedostatek kvalitních lidí máme v přímém kontaktu se zákazníkem, především v call centrech a v řadách obchodníků. Jsou to pracovní náročné pozice a na trhu je velká konkurence. Lidé se nám sice hlásí dost, ale kvalita uchazečů šla dolů, a tak moc nemáme z čeho vybírat.

Čemu zvýšený zájem o práci v innogy přisuzujete?

Samotný obor energetiky je velmi atraktivním odvětvím s netušenými možnostmi dalšího rozvoje, a tím i uplatnění lidí, kteří se na budoucnosti energetiky chtějí podílet. Velmi nám pomohla nová moderní značka innogy spojená s filozofií inovací, chytrých energetických řešení a udržitelného rozvoje. Mladí talentovaní lidé i zkušení odborníci u nás cítí šanci uplatnit své

vědomosti, zkušenosti i ambice. Značku innogy také mnohem více prodáváme na trhu. Rozběhli jsme masivní projekt employer branding, jsme vidět na sociálních sítích, hodně jsme investovali do kariérních stránek a personálních serverů. Z čeho mám velkou radost, je zapojení našich zaměstnanců do náboru. Díky programu Doporučení jsme od loňského podzimu na základě tipu kolegů přijali 13 % lidí z celkového počtu nových nástupů.

Zmiňujete mladé talenty a zkušené odborníky. Liší se nějak jejich motivace?

Absolventi vysokých škol se chtějí hodně realizovat v nových oblastech energetiky, jako jsou alternativní zdroje, elektromobilita, chytrá energetická řešení, digitalizace sítí a služeb. Letos také nabíráme rekordní počet lidí do trainee programu a jsem velmi mile překvapena jak zájmem, tak i odbornou kvalitou přijatých uchazečů. Odborníci u nás zase vidí příležitost zúročit svoje zkušenosti na zajímavých projektech v silné nadnárodní společnosti, která jim poskytne odpovídající technologické, finanční i pracovní zázemí na špičkové evropské úrovni. Hledají firmu, kde se mohou realizovat a dál odborně růst.

Daří se vám oslovit lidi s vysokou mírou specializace?

Tady velmi úzce spolupracujeme se svými manažery, s nimiž si definujeme, jaký typ člověka a s jakou odborností potřebujeme, kde ho můžeme získat, kam máme zacílit náborové aktivity. Velmi se nám osvědčilo využití profesní sociální sítě LinkedIn, kde danou pozici anoncuje na svém profilu přímo daný manažer. Lidé s vysokou odborností velmi pečlivě zjišťují informace o firmě, zajímá je, jaké projekty re-



Erika Vorlová, personální ředitelka innogy v České republice

alizuje, jak mohou využít svoje zkušenosti a co nového se mohou naučit. V tomto případě je mnohem účinnější reference přímo od kolegy-odborníka než náborový inzerát HR.

Co takovým odborníkům můžete nabídnout?

V oblasti finančního ohodnocení jsme schopni vždy najít individuální řešení a tyto lidi ocenit tak, aby to odpovídalo jejich očekávání, odborné úrovni i požadavce na trhu práce. Navíc poskytujeme řadu zajímavých benefitů, které jsou výrazně nad rámec trhu. Náš business je neuvěřitelně různorodý, v oblasti ener-

getiky pokrýváme téměř vše, a tak u nás najdou uplatnění lidé s nejrůznějším typem specializace. Tu si mohou rozšířit prostřednictvím pracovních rotací, stáží v zahraničí, účasti na zajímavých tuzemských i nadnárodních projektech.

Skutečně nabízíme odborné i ekonomické zázemí silného nadnárodního koncernu, který nám poskytuje prostor, vůli i prostředky pro realizaci řady jedinečných inovativních projektů. Zmínila bych i kulturu firmy, kde se k lidem chováme s respektem, umíme je ocenit, dbáme o jejich bezpečnost, plníme sliby, poskytujeme jim flexibilitu a nesvazujeme je desítkami zbytečných omezení.

Mění se v innogy struktura profesí?

Spíš přibývají profese zcela nové. Inovace, digitalizace, nové přístupy ke zpracování dat, hledání alternativních zdrojů energie a vstup do nových businessů vytvářejí poptávku po specializacích, které před několika roky vůbec neexistovaly. Připomíná mi to rostoucí sněhovou kouli, kdy každá inovace a každý nový projekt otevírá cestu k novému businessu, jenž vyvolá potřebu dalších specialistů, kteří zase otevírají cestu k novým obchodním příležitostem.

V kampani říkáte, že nehledáte zaměstnance. Koho tedy hledáte?

Hledáme především profesionály s nadhledem. Srdcaře, kteří mají chuť pouštět se do nových věcí a chtějí zanechat svoji stopu v energetice. Vzdělání a odbornost jsou nezbytným předpokladem, ale teprve v okamžiku, kdy se k nim přidají emoce, se mohou stát hybnou silou celé společnosti.

připravil Garik Hammer

innogy koupila síť plniček CNGvitall

Energetická skupina innogy výrazně posiluje na trhu s CNG. Na přelomu roku dokončila akvizici sítě plniček CNGvitall, kterou vybudovala strojírenská skupina Vítkovice. Finanční výši transakce se obě strany dohodly nezveřejňovat. Součástí je i převzetí zákaznického portfolia vítkovické společnosti a expertů na CNG technologie.

Spojením dosavadní dvojky (innogy) a čtyřky (CNGvitall) na trhu vzniká síť s největším pokrytím v ČR. Po dokončení akvizice innogy provozuje celkem 50 CNG stanic. Tímto krokem se stává jednoznačnou jedničkou na trhu v počtu plnicích stanic i objemu prodaného

CNG. V rámci akvizice získala innogy i mobilní jednotky na distribuci CNG v oblastech bez připojení k plynovodní síti nebo jako přechodné řešení, které může zákazníkům sloužit do vybudování klasické plnicí stanice na CNG. Taková mobilní plnička je schopna přímo zásobovat zá-

kazníky více než 3000 kg stlačeného zemního plynu. „Akvizice plniček CNGvitall je krokem k naplnění naší strategie být lídrem na trhu CNG. Velmi cenné je pro nás to, že se obě sítě z velké části doplňují. Získáváme lokality, kde jsme doposud neměli zastoupení, například strategické pokrytí dálnice D1 u Devíti křížů,“ řekl Zdeněk Kaplan, jednatel a CEO innogy Energo. Díky akvizici sítě CNGvitall innogy výrazně zvyšuje pokrytí především na Moravě. Své zastoupení zde více než zdvojnásobí, a především doplní svou síť na jihu v Mikulově,

na severu v Jeseníku nebo na střední Moravě v Kroměříži a ve Zlíně. „Zájem o alternativní paliva je v posledních letech markantní. A právě CNG je dnes nejdostupnějším ekologickým palivem a je jasně nejefektivnějším řešením pro nízkemisní a zelenou dopravu v ČR. innogy se hodlá podílet na prosazování čisté mobility v ČR,“ dodal Zdeněk Kaplan.

Skupina innogy sama jen v prvním čtvrtletí 2019 zprovozní dalších pět nových CNG stanic. Například v Klatovech, v Českých Budějovicích, Sokolově, v Dubí u Teplíc a také v Praze. (tz)

Digitální transformace pro firmy z odvětví zpracování ropy a zemního plynu zahrnuje umělou inteligenci, mobilitu a blockchain

Společnost Accenture rozšiřuje svou spolupráci se společností SAP pro firmy z oblasti zpracování ropy a zemního plynu. Společně vyvíjejí cloudové řešení SAP S/4HANA, které bude pomáhat výrazně snižovat provozní náklady a vytvářet nové obchodní příležitosti.

V prostředí kolísajících cen ropy, neustálého tlaku na výsledky a změny energetického portfolia se upstreamové firmy v oblasti ropy a zemního plynu stále více snaží inovovat a zjednodušovat provoz se standardními procesy i s využitím automatizace. Nové řešení SAP S/4HANA pro podniky z oblasti ropy a zemního plynu je portfoliem inteligentních cloudových služeb, které stanovují nové standardy v odvětví s větší trans-

parentností provozu a cash flow prostřednictvím převratných technologií, včetně umělé inteligence (AI), mobility a blockchainu. Toto řešení je dostupné na veřejném i soukromém cloudu.

„Ropný a plynárenský průmysl je tradičně lídrem v zavádění inteligentních technologií,“ řekl Jan van den Bremen, výkonný ředitel a globální technologický ředitel provozní skupiny Accenture Resources, která pracuje pro chemický, ropný a plynárenský průmysl, pro odvětví přírodních zdrojů a odvětví veřejných služeb. „Spolu se SAPem a konsorciem průmyslových lídrů pracujeme na společné inovaci tohoto nového řešení a využíváme flexibilitu SAP S/4HANA cloudu, abychom urychlili a rozšířili provozní procesy od financí přes portfolio management po logistiku, a pomáháme společností se transformovat v inteligentní digitální podniky.“

Řešení připravené k používání (ready-to-use) se vyvíjí i pomocí vstupů z konsorcia lídrů z oblasti ropy a plynu, kam patří i společnost Shell, a zakládá se na standardech z tohoto odvětví. „Uskutečnění požadavků ropného a plynárenského průmyslu v rámci cloudu SAP S/4HANA nám umožňuje urychlit svou strategii, jejímž cílem je vytvoření standardní platformy SaaS ERP. Jsme velmi rádi, že společnost SAP spolupracuje na vývoji těchto průmyslových požadavků se společností Accenture, vzhledem k tomu, že Accenture má v sektoru ropy a zemního plynu již 40 let zkušeností,“ řekl Frank Westerhof, generální ředitel, Enterprise Platforms, Shell.

„Společnosti SAP a Accenture jsou odhodlány pomáhat ropným a plynárenským společnostem získat lepší přehled o svých činnostech a transformovat se v inteligentní podniky,“

uvedl Benjamin Beberness, globální viceprezident průmyslové obchodní jednotky pro ropu a plyn v SAP. „Očekáváme, že toto nové řešení pomůže ropným a plynárenským společnostem udržovat vysoké standardy a snižovat náklady pomocí flexibility a schopností, které se zavedením cloudu do této oblasti přicházejí.“

Aliance společností Accenture a SAP trvá již více než 40 let. Accenture je prvním aliančním partnerem společnosti SAP, který jí pomáhá vyvíjet klíčová řešení založená na platformě SAP S/4HANA. Společnost Accenture má jeden z největších světových týmů specializovaných na řešení a služby SAP s více než 47 000 provozovateli po celém světě a obdržela 38 ocenění Pinnacle Awards za vývoj inovativních řešení, která pomáhají klientům řídit jejich business lépe a efektivněji. (tz)

Třicetiletí nezištné práce pro rozvoj podnikání u nás



Asi jen málo lidí z početné skupiny českých podnikatelů nezná Bedřicha Dandu. Člověka, který kromě péče o své firmy věnoval tři desetiletí nelehkému prosazování lepších, rovných a životaschopných podmínek pro podnikání v našem státě. A vzhledem k tomu, že si Bedřich Danda tuto nelehkou cestu nedávno připomenul na zasedání Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR, kde byla jeho dlouholetá nezištná práce oceněna, požádali jsme ho při této příležitosti o rozhovor.

Vzpomenete na vlastní začátky v businessu a na chvíle hledání a vytváření pravidel k fungování firem či živností, tedy na období po roce 1989?

Vše začalo 14. prosince 1989, kdy se sešla velká skupina podnikání chtivých osob v devickém hotelu Internacional. Tam jsem se vydal s dcerou Renatou, která naprostou náhodou začala již prvního června 1989 podnikat na základě povolení od městského národního výboru v Praze 6, a založila dětský butik v Korunní ulici. Když jsem se v té době divil, jak složitá a pomalá je u nás cesta k podnikání, komunisté mě tehdy ujišťovali, že teď už tomu bude jinak, a snad i proto, abych uvěřil, mně pronajali obchod na pražských Vinohradech zhruba o 60 m² za 700 Kč měsíčně, a povolení podnikat jsem získal v lednu 1990. A co říci k počátku založení organizace, která by zastupovala podnikatele u nás a prosazovala jejich zájmy? Vzpomínám si, že to byla sobota 16. prosince 1989, na kdy byla svolána první velká schůze lidí, kteří měli zájem se do podnikání pustit, v pražském paláci Žofín. Sešlo se tam tehdy více než 4000 lidí, kteří založili Sdružení československých podnikatelů (SČP). Již tam jsem byl zvolen do výboru

Sdružení a později se stal místopředsedou. Do vedení byl tehdy zvolen také Rudolf Baránek, jenž vedl SČP až do pro něj neúspěšných sněmovních voleb v roce 1996. V té době se členská základna Sdružení podstatně rozrostla, a pro příklad jen jeden z kolektivních členů Sdružení – Pražské sdružení podnikatelů – mělo tehdy již přes 6000 členů. V té době mně byla nabídnuta funkce předsedy, a tím začalo mé 22leté působení v čele Sdružení podnikatelů ČR.

Byla to velká řehole hájit zájmy aktivních lidí v době, kdy u nás prakticky ještě nic moc v podnikání nefungovalo?

Faktem je, že to ode mne byl tehdy velký hazard, protože zájemců o podnikání sice bylo hodně, ale velmi málo jich bylo ochotno zaplatit tehdejší členský příspěvek ve výši 100 Kč, a není proto divu, že se Sdružení od počátku potýkalo s velkými finančními problémy. Po rozdělení republiky jsme se přejmenovali na Sdružení podnikatelů České republiky a po vyřešení finančních problémů, což bylo až někdy v roce 2004, vzniklo Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR. Celou dobu jsme všichni dělali a dále děláme práci ve prospěch sdružení zdarma. Proto jsem tomu začal brzy říkat humanitární činnost, když jsem se musel podnikáním sám uživit, a ještě vydělávat na režii spojenou se spoustou času a práce v čele Sdružení. Pikantní na celé věci je, že když má jakýkoli živnostník problém, tak vždycky ví, jak se na nás obrátit o pomoc, ale jakmile jej pomůžeme vyřešit, už nás nepotřebuje a „zmizí“.

Co považujete za největší úspěch Sdružení při formování českého business prostředí v 90. letech minulého století?

V té době se nám podařilo prosadit čtyři etapy daňových zákonů, které umožňovaly začít podnikat v naší republice. Tehdy jsme také založili tripartitu, což se podařilo na základě využití zkušeností holandských podnikatelů, kteří nám v té době úplných začátků velmi pomáhali, a na-



Bedřich Danda byl nejen dlouholetým členem a předsedou Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR, ale také spoluzakladatelem Společenství autodopravců Čech a Moravy (SAČM) a v čele jeho výkonného výboru působí dodnes. Vykonával také funkci náměstka ministra průmyslu a obchodu ČR a zasadil se o řadu pozitivních změn týkajících se podnikání v ČR.

víc nás i částečně vybavili počítačovou technikou, kopírkou atd. Rovněž se musím zmínit o pomoci rakouských drobných podnikatelů, s nimiž jsme měli také velmi dobré vztahy. Nebylo to nikterak lehké období, protože žádná vláda od roku 1990 nikdy moc nepodporovala malé podnikatele, ba navíc dávala prostor velkým firmám, které se dostávaly do popředí hlavně v důsledku přílivu západního kapitálu. Takové podmínky jsme my bohužel neměli a podnikali jsme na základě různých úvěrů, a to s úrokem kolem 18 %...

Naznačil jste, že jako členové tripartity jste velmi důsledně prosazovali zájmy především malých podnikatelů a živnostníků. Co předcházelo vaší aktivitě v tripartitě a jaké byly následně další kroky Sdružení v prosazování zájmů malých firem?

Členy tripartity jsme se stali již v roce 1991, poté naše Sdružení vstoupilo v roce 1996 do Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, kde působíme až doposud s dalšími sedmi svazy a snažíme se zájmy podnikatelů i nadále hájit. Postupem doby se struktura členských organizací Sdružení měnila. Některé spolky zanikly, jiné k nám zase vstoupily, a v současnosti zastřešujeme 12 organizací různých profesí, zejména živnostníků. Nelze opomenout důležitý fakt, že naše Sdružení bylo velmi aktivní při založení Hospodářské komory ČR v roce 1992, kdy se podařilo prosadit, aby členství v HK bylo povinné. Bohužel to vydrželo jen tři měsíce, neboť Klausova vláda toto povinné členství zrušila. Myslím, že to byla jedna z největších chyb, které se staly, protože podnikatelské prostředí bylo a je i nadále narušováno různými vlivy a jeho slabých míst zneužívají četní rádoby „soukromníci“, kteří se snaží podvodným působením okrádat

ostatní podnikatele, což nikomu samozřejmě neprospívá.

Jaký jste měli v Hospodářské komoře ČR vliv?

Řekl bych, že velmi silný, zvláště poté, kdy byl do vedení komory zvolen Zdeněk Somr, jeden z našich aktivních členů. Vedl Hospodářskou komoru ČR nejméně čtyři volební období. Já jsem byl členem jejího prezidia asi deset let, ale pak jsem dál nekandidoval, protože mě činnost v této organizaci již neuspokojovala.

Sdružení se podařilo založit také Podnikatelskou banku...

To bylo v roce 1992, kdy jsme založili akciovou společnost ve snaze zlepšit možnosti a podmínky pro úvěrování podnikatelských záměrů zejména malých firem. Banka, kde jsem jako jeden z jejích šesti zakladatelů byl pět let místopředsedou dozorčí rady, byla nakonec přejmenována na J+T a funguje dodnes.

Když se nyní ohlédnete za uplynulými třiceti lety snah o formování podnikatelského prostředí u nás, co považujete za důležitá vítězství a co za prohry?

Za vítězství považuji vůbec to nejhlavnější, že se po 42 letech mohlo v této zemi začít legálně podnikat, a postupně nastavit pravidla. A prohry? Těch malých bylo nesčetné, ale to je život. Spíše si myslím, že je opět nabíledni začít intenzivně bránit svobodné podnikání tím, aby se k moci opět nedostali komunisté. S tím mám z let 1948 až 1954 jako dorostenec bohužel osobní rodinnou zkušenost!



Bedřich Danda (uprostřed) při ukázce přípravy speciálních jídel pro řidiče kamionů a autobusů



Bedřich Danda (první zprava) na veletrhu CZECH BUS 2011

O kvalitě také očima zahraničních odborníků na Mezinárodní konferenci Kvalita a svět 4.0



Zahraniční hosté (zleva): Thomas Prefi – P Group, Guy-Bar Yosef – Rafael, Advanced Defense System LT, Thomas-Joachim Fritsch – Rober Bosh GmbH



Eric Janssens, generální ředitel Evropské organizace pro kvalitu



Thomas-Joachim Fritsch, ředitel pro trvalé zlepšování, Robert Bosh GmbH



Milan Šlapák, prezident, General Electric CR & SK



Ukázka automatizace



Závěrečný kulatý stůl

Začátkem prosince 2018 se středem kvalitářského světa Česka, ale nejen jeho, stal kongresový hotel Clarion v Praze. Konala se zde tradiční podzimní konference České společnosti pro jakost. Jejím ústředním tématem bylo motto Kvalita a svět 4.0, které více či méně prolínalo všemi plenárními přednáškami i dalšími příspěvky.

Nové místo konání a další okolnosti přinesly řadu menších i větších změn v organizaci i programu konference. Nové byly nejen prostory, ale i struktura programu, a zejména pořádání samostatného galavečera s předáváním cen vyhlášených Českou společností pro jakost.

Už v předšálí poutaly pozornost účastníků prezentační stánky České agentury pro standardizaci (ČAS) a několika firem, popředí kongresového sálu vedle pódia s předsednickým stolem a tradičním řečnickým pultem pak dominoval naleštěný vůz Škoda Kodiaq RS.

O datech budoucnosti

Tou nejdůležitější novinkou byl však plenární program prvního dne (3. prosince), v němž oproti minulým letům převažovaly příspěvky vynikajících zahraničních odborníků na kvalitu, digitalizaci a automatizaci. Spolu s vystoupeními tuzemských přednášejících naplnily a předčily očekávání zaplněného sálu. Potvrdilo se nám, že o informace a předávání si zkušeností ohledně kvality řízení a kvality jako takové mezi firmami a organizacemi je nebyvalý zájem.

Prvním přednášejícím byl Eric Janssens, generální ředitel EOQ, s příspěvkem na téma Výzvy kvality v současné době. Následovali T. Prefi (P3 Group, Německo, Kvalita 4.0 – Kvalita pro digitalizaci, nebo digitalizace pro kvalitu?), P. Kubeš (ČAS, Průmysl 4.0 v kontextu evropské normalizace) a Guy Bar-Yosef (Rafael, Advanced Defense Systems, Izrael, Kvalita 4.0 – rozšířená realita a big data ve světě kvality). O to, jak je to s vášní pro excelenci, která vedla až k získání Globální ceny EFQM za excelenci, se s námi

podělil Thomas-Joachim Fritsch, ředitel pro zlepšování v závodě Bosch v německém Blaiachachu. O moderních metodách využívání digitalizace v Aerospace, jako jsou např. „digitální dvojčata“ (Digital Twin – propojuje fyzický konkrétní produkt v reálném světě s virtuálním produktem ve virtuálním prostředí pomocí dat a informací digital thread) hovořil Milan Šlapák, prezident General Electrics CR & SK. Oproti tomu „zpět do reality a nohama na zem“ nás vrátil Filip Dřímalka z Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, který nastínil pohled na Průmysl 4.0 očima malých a středních podniků.

Nová cesta oceňování je Ambassador kvality

Součástí programu prvního dne a jeho slavnostním vrcholem byl pak Galavečer České společnosti pro jakost s předáváním ocenění, která tradičně i nově vyhlásila ČSJ. O vítězích a oceněných jste si mohli přečíst v minulém vydání našeho časopisu na straně 12.

Lidský faktor jako začátek i konec řetězce

Druhý den ráno byly na programu tři paralelní sekce a po obědě plenární zasedání se závěrem konference. Největší počet účastníků si vybral sekci Zdroje pro Průmysl 4.0, kde vystoupili především odborníci z ČSJ a Škoda Auto. Mluvílo se o trendech v údržbě, technické kontrole a měření, jak organizovat kvalitu v budoucnu v kontextu digitalizace a automatizace, o trendech v IT a jak se s nimi vyrovnat z hlediska managementu kvality a o kompetencích pro Průmysl 4.0.

Náplní další sekce bylo téma Služby 4.0, kde mj. odborníci z ČSJ a VŠE představili výsledky průzkumu Využití Průmyslu 4.0 pro provádění interních auditů, hovořilo se o internetu věcí v oblasti krizového řízení a o digitalizaci v oblasti HR.

Třetí sekci byl workshop Lidé 4.0. Diskutovalo se zde o generacích Y, Z a Alfa a jejich vlivu na trh práce. O jejich postojích, očekáváních a o tom, co s tím mohou dělat manažeři při motivaci mladé generace.

Závěrečné plenární zasedání mělo dva velmi rozdílné body programu

Prvním byl „kulatý stůl“ věnovaný automobilovému průmyslu. Zde diskutovali, zejména na základě otázek položených a preferovaných účastníky konference pomocí aplikace Sli.do, zástupci Škoda Auto Michael Skočdopole a Petr Dytrych, zástupce dodavatelů do automobilového průmyslu Antonín Krejčí a zástupce certifikačního orgánu vedoucí auditor CQS Jan Jílek.

Posledním řečníkem pak byl David Gruber se svou pro každého zajímavou, svým pojetím i formou přednesu originální přednáškou

Argumentační fauly (řečnické triky) všech zemí a dob – a obrana proti nim. A rozhodně nepřednášel, jak tomu často před koncem některých akcí v odpoledních hodinách bývá, polo-prázdnému sálu, v auditoriu bylo až do úplného závěru významné množství posluchačů.

SYMA bude v březnu

Na závěr konference pak už jen předsedkyně ČSJ Elena Stibůrková a výkonný ředitel Petr Koten poděkovali všem za účast a s předstihem všechny pozvali na jarní konferenci SYMA, která se bude konat ve dnech 20. a 21. března.

David Kubla

INZERCE

SYMA 2019

SYSTÉMY MANAGEMENTU Konference

SETKÁNÍ ABSOLVENTŮ KURZŮ A DRŽITELŮ CERTIFIKÁTŮ

Srdečně Vás zveme na 22. ročník konference SYMA

V rámci odborného programu budou zařazena osvědčená témata zaměřená na automobilový průmysl, ochranu životního prostředí, IT a na nové normy a předpisy, které se týkají systémů managementu.



ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST

20.–21. 3. 2019
Hotel DUO – Praha 9, Střížkov

Pro bližší informace sledujte naše webové stránky www.csq.cz
Česká společnost pro jakost, z.s., Novotného lávka 200/5, 110 00 Praha 1
Telefon: 221 082 269, fax: 221 082 229, e-mail: sekretariat@csq.cz

Snažíme se jít cestou, která má smysl

Hyundai NEXO v Evropě nabral nevídaný směr úspěchu a sbírá jedno vítězství za druhým. Vůz s vodíkovým pohonem získal ocenění také na území České republiky, a to titul ČEEP (Český energetický a ekologický projekt) za rok 2017 v kategorii výrobků a inovací. Soutěž proběhla pod záštitou Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, Ministerstva životního prostředí ČR a Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Výsledky vyhlásila společnost Top Expo CZ v rámci slavnostního galavečera 20. listopadu 2018 v Praze.

Hyundai je ve výzkumu a aplikaci vodíkového pohonu ve vedoucím postavení a druhá generace vodíkového elektromobilu značky Hyundai, model NEXO, získává řadu prestižních ocenění po celé Evropě. Koncept modelu NEXO byl představen na autosalonu v Ženevě již v roce 2016 a za pouhé dva roky Hyundai na stejném místě prezentoval finální podobu vozu.

„Jde o výjimečný vůz a velice nás těší, že stejný názor sdílí i odborná porota soutěže ČEEP. Pro nás jsou moderní technologie, inovace, a především čistá mobilita dlouhodobé cíle, ke kterým směřujeme a jejichž výsledky můžete na silnicích potkávat již dnes. Proto nám bylo ctí převzít toto ocenění, jelikož potvrzuje správnost naší cesty,“ uvedl Jan Pohorský, specialista komunikace společnosti Hyundai Motor Czech.

Odborná porota ČEEP předání titulu komentovala slovy: „Hyundai NEXO nabízí nejvyspělejší techniku na trhu také díky funkcím autonomní jízdy, chytrým vyspělým asistenčním systémům a nejvýkonnějšímu poháněcí-

mu ústrojí ve svém segmentu.“ Vůz NEXO je vybaven nejmodernějšími asistenčními systémy a prvky aktivní bezpečnosti SmartSense, aby splňoval nejvyšší evropské bezpečnostní standardy. Bezpečnost vodíkového elektromobilu NEXO potvrzuje také nedávno dosažený plný počet pěti hvězdiček v hodnocení nezávislé organizace Euro NCAP (European New Car Assessment Programme), která testuje bezpečnost vozidel. Hyundai NEXO se tak stal prvním vozem s pohonem na vodík, který takové ocenění obdržel.

Cílem soutěže je prezentovat projekty, stavby, technologie a inovace zaměřené na zvýšení energetické účinnosti a dosažení úspor energie ČR, podporu Iniciativy Průmyslu 4.0 a programu SMART CITY, zvýšení konkurenceschopnosti a rozvoje průmyslu České republiky, zlepšení životního prostředí ve městech, obcích a aglomeracích České republiky a podporu zájmu o studium technických oborů na univerzitách v České republice.

Úspěchy značky právě v této soutěži byly podnětem k tomu, abychom Jana Pohorského opět pozvali na naše stránky:

Hyundai se stal světovou značkou, která v automobilové branži sbírá jeden bod za druhým. Nejen proto, že se jeho auta líbí, ale i z hlediska inovativních technických a technologických parametrů. Co v loňském roce vzbudilo velkou pozornost jak u široké, tak odborné veřejnosti?

Značka Hyundai ukázala v roce 2018 opravdu mnoho. Představila sedm nových modelů a verzí a současně posílala více než padesát ocenění v celé Evropě. Hyundai přesvědčil renomovanou evropskou média a odborníky na automobily novými modely i etablovanými



Mgr. Jan Pohorský,
specialista komunikace
společnosti Hyundai Motor Czech s.r.o.

bestsellery. Časopis BBC Top Gear dokonce ocenil značku Hyundai ve svém nedávném tematickém vydání, zaměřeném na ocenění, titulem Výrobce roku, a to za rychlý rozvoj v uplynulých letech. Značka byla zároveň jmenována Nejinnovativnější značkou německým časopisem Auto Zeitung a Značkou roku porotou soutěže Red Dot. Jeden z nejvlivnějších motoristických časopisů v Evropě pochválil její rozmanitou a ambiciózní produktovou řadu, zejména „mega bombastický“ i30 N, „kapkovitý ekologický hatchback“ IONIQ a „svěrázně vypadající, ale skvěle jezdící“ elektromobil KONA Electric. Bylo toho ale mnohem více.

Značka vítězila prakticky na každém kroku, a zejména v rámci bezpečnosti, kde získávala perfektní výsledky. Například nový Santa Fe získal plný počet pěti hvězdiček v bezpečnostním hodnocení Euro NCAP. Současně systém, který Santa Fe přivedl na trh, technologii upozorňování na cestující v zadu ROA (Rear Occupant Alert), byl oceněn titulem Safetybest 2018 za průkopnickou inovaci v oblasti bezpečnosti a její potenciál zachránit životy. Na poli bezpečnosti bodoval také vodíkový plně elektrický automobil NEXO, který získal od organizace Euro NCAP ocenění Best in Class, a stal se tak nejbezpečnějším vozem v kategorii velkých SUV, čímž zároveň dokázal bezpečnost vodíkové technologie. Rovněž bych nemohl opomenout jedinečný elektromobil KONA Electric, který vítězil po celé Evropě a pro svůj špičkový dojezd na jedno nabití prakticky smazal rozdíl mezi konvenční a elektrickou mobilitou. Kromě řady vítězství v Evropě obstál také na českém trhu, kde tento model zvítězil a získal titul Zelené auto roku. Určitě to není vše, co bych rád k vítězství Hyundai za rok 2018 řekl, ale rozumím, že každá odpověď má svůj limit.

Vizionářský vztah k životnímu prostředí i legislativě, která s ochranou planety souvisí, se promítly například do vývoje jednotlivých modelů ve vztahu k emisním normám. Jak tuto otázku Hyundai řeší?

Ano, to je pravda. Naposledy se tak stalo u přechodu na novou emisní normu Euro 6C, která vstoupila v platnost 1. září 2018. Automobily Hyundai byly perfektně připraveny, a nemuseli jsme tak omezovat, nebo co by bylo horší, rušit nabídku motorizací jako jiné značky. Naopak jsme rozšířili nabídku elektrizova-

ných automobilů o další varianty s nižšími či nulovými emisemi. Všechny osobní modely jsou zároveň s předstihem nabízeny v provedení odpovídajícím požadavkům normy Euro 6d-TEMP, která vstoupí v platnost skoro až za rok, o čemž se zejména tuzemské konkurenci může jen zdát.

Charakterizoval byste stručně globální pohled na udržitelnost, čistou mobilitu ve strategii vaší značky?

Přístup k naší planetě nám není lhostejný a čistá mobilita je pro nás dlouhodobě důležitý cíl, ke kterému směřujeme a jehož výsledky jsou na silnicích vidět již dnes. Zde si trůfám říct, že máme nejširší nabídku ekologicky šetrných produktů na českém trhu. V rámci strategie značky jsme si již v minulosti stanovili ambiciózní plán, který počítá s tím, že v roce 2021 bude k dispozici 60 % vozů nabízených v Evropě dostupných v ekologickém provedení, a pevně věřím, že v této iniciativě budeme pokračovat i nadále. Značka Hyundai je průkopníkem také na poli vodíkové technologie a již nyní máme 80% podíl na trhu osobních vozů s vodíkovým pohonem. V celé EU je nyní 500 těchto osobních aut, z čehož 200 jezdí jako taxíky v Paříži. Hyundai navíc do roku 2023 dodá 1000 nákladních vozů s vodíkovým pohonem do Švýcarska.

Myslíte si, že právě odpovědný přístup nejen k prosperitě vlastní firmy, ale v kontextu s budoucností planety, je cesta, kterou lidé, potažmo zákazníci, začínají silně emotivně vnímat?

Určitě ano, tento směr se jasně rýsuje. Má-li ho výrobce na paměti, pak jde nejlepší synergickou trajektorií pro všechny zúčastněné strany. Trend morální odpovědnosti za to, v jakých podmínkách budou žít následující generace, je stále silněji patrný, zejména u mladších věkových skupin. Udržitelnost, souvislosti cirkulární ekonomiky, odlišný pohled na užitečnost předmětů každodenní spotřeby se mění. Hyundai to vnímá velmi ostře. A s ohledem na to a vizí příštích desetiletí zákazníkům nabízí automobily, jejichž koupě člověku nebo firmě dává smysl s přesahem do jeho celkové životní filozofie. A v náklonnosti naší znače i stále rostoucí poptávce je to znát. Třeba náš elektromobil KONA celosvětově přímo zazářil a máme velké ambice ho velmi dobře uplatnit i mezi českými zákazníky. KONA či NEXO nám dávají zpětnou vazbu k nároku, že i morální hledisko, vztah k hodnotám s ohledem na životní prostředí a potřebu využívat moderní možnosti v dopravě také rozhodují o tom, co si člověk koupí.

Zmínili jste slovo morálka. Zaznělo i na vaší podzimní tiskové konferenci. Popsal byste nám blíže informace, jež zveřejnil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže k nedávnému zrušení tendru na policejní vozy? Jaké je pozadí této události?

Hyundai je silný domácí výrobce, který pro zákazníky a daňové poplatníky požaduje vždy maximální hodnotu. S touto politikou Hyundai poskytl nejlepší nabídku a v roce 2017 vyhrál tender vypsaný Ministerstvem vnitra ČR na nákup 616 policejních vozů. Od společnosti Hyundai bylo však nakonec objednáno celkem 95 aut, tedy pouze 15 % z původně vysoutěženého počtu, a to s odůvodněním, že Police ČR, pro niž byla vozidla primárně určena, nemá na další nákup finanční prostředky. Bezprostředně po tomto oznámení bylo vyhlášeno nové výběrové řízení, které upřednostňovalo modely Škoda Auto před ostatními výrobci automobilů. V nejlepšímu zájmu českých daňových poplatníků se naše společnost Hyundai Motor Czech rozhodla proti diskriminačnímu výběrovému řízení bránit u Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, který svým následným rozhodnutím potvrdil, že podmínky tendru skutečně nebyly stanoveny v souladu se zákonem.

ptala se Eva Brixí

INZERCE

NEVÍTE, JAK NA DANĚ? SPOLUPRACUJTE S DAŇOVÝM PORADCEM!

**Daňový poradce vždy chrání práva
a oprávněné zájmy klienta.**

- ✓ povinnost mlčenlivosti
- ✓ odpovědnost za škodu
- ✓ profesní pojištění
- ✓ odborná zkouška
- ✓ garance zákona

**Všichni daňoví poradci jsou v seznamu
daňových poradců, který je zveřejněn
na www.kdpcr.cz.**

Chcete víc?

Využijte naše Tržiště práce na www.kdpcr.cz, kde si daňového poradce můžete spolehlivě najít zadáním konkrétního požadavku, přičemž se s vámi spojí ti poradci, kteří mají o spolupráci zájem. Stačí si jen vybrat.

Chcete se stát daňovým poradcem?

Využijte přípravných kurzů pro úspěšné zvládnutí odborné kvalifikační zkoušky, které Komora daňových poradců pořádá. Výběr je opravdu široký. Nabídku vzdělávání najdete na www.kdpcr.cz.

Komora daňových poradců ČR, Kozlůvka 4, 602 00 Brno
tel. +420 542 422 311, e-mail: kdpcr@kdpcr.cz

www.kdpcr.cz



Komora je členem:



Podnikatelům chybí kanceláře i provozovny

Největší český portál pro přímý prodej a pronájem nemovitostí Bezrealitky.cz se výrazněji zaměřil na nabídku kancelářských prostor, provozoven i skladů. Reaguje tak na rostoucí poptávku ze strany zájemců a nedostatek vhodných nemovitostí na trhu. Portál v současnosti nabízí skoro tisícovku nebytových prostor po celé České republice a v příštím roce by rád jejich počet výrazně navýšil. Cílem je stát se v tomto segmentu – stejně jako v případě bytů a domů – zásadním hráčem na reálním trhu a důležitým partnerem majitelů a správců jednotlivých objektů.

Především ve velkých městech je kvůli ekonomickému růstu výrazný nedostatek nebytových prostor vhodných pro podnikání. Obsazenost kanceláří, provozoven i skladů je nejvyšší za deset let a některé typy prostor nejen v Praze dlouhodobě scházejí. Portál Bezrealitky.cz by proto majitelům rád ve svých kampaních připomněl, jak jednoduché je nabídnout jejich nemovitost k pronájmu svépomocí. Dle předpokladů jsou na trhu momentálně zatím neinzervované stovky tisíc metrů čtverečních volných kancelářských a skladovacích ploch od firem, správců, bytových družstev nebo jednotlivců.

Portál Bezrealitky.cz se podařilo v segmentu nebytových prostor posílit již loni díky

celorepublikové kampani, která jasně ukázala zájem ze strany majitelů a správců. V nabídce nyní má zařízené i nezařízené kanceláře jak v obytných domech v centrech měst, tak v business centrech nebo skladové plochy v průmyslových halách. Kanceláři má Bezrealitky.cz v aktuální nabídce skoro 450, skladů a dalších nebytových prostor pak dalších 500. Podle Hendrika Meyera, výkonného ředitele portálu Bezrealitky.cz, je potenciál ještě vyšší.

„Věříme, že jsme schopni motivovat celou řadu vlastníků, aby zařadili své prostory do pronájmu. Týkat se to bude především menších a středně velkých ploch, často i těch, které jsou typově specifické, případně takových, kde vlastníci uvítají spoluúčast na rekonstrukci,“ zmínil Hendrik Meyer. „Řádově by mělo jít o stovky tisíc metrů čtverečních ve městech po celé České republice, které chceme pro celý trh zajistit v následujících letech. Již první vlna naší kampaně jasně ukázala, že celou řadu majitelů ploch prostě nenapadlo tyto prostory nabídnout k pronájmu, přestože o ně byl ve chvíli, kdy se objevily v nabídce, zájem.“

Jaké typy kanceláří a skladů momentálně chybí?

- Kanceláře mezi 80 a 120 m² do 20 minut od centra
- Provozovny v centrálních městských částech s výlohami
- Objekty kombinující kancelář a sklad



■ Skladovací plochy s možností vozové obsluhy blízko centra

Kdo nejčastěji hledá vhodné prostory?

- Mikropodniky a malé podniky
- E-commerce subjekty, které potřebují ke svému provozu i malé a středně velké sklady
- Logistické společnosti hledající městské huby
- Prodejci v centrech velkých měst

Bezrealitky.cz jsou největší službou nabízející možnost přímého prodeje nebo pronájmu nemovitosti a zároveň jsou jedním z nejnavštěvovanějších českých reálních webů. Měsíčně portál navštíví více než půl milionu zájemců o bydlení a každý měsíc se jeho prostřednictvím prodá zhruba 800 a pronajme kolem 3000 nemovitostí. Lidem portál na provizích, které by jinak museli zaplatit reálním kancelářím, ušetřil za první polovinu roku 2018 přes miliardu korun. (tz)

Pusťte se do čehokoliv, na co máte sílu, zdroje, čas a chuť

dokončení ze strany 1

Jak jste se ptala, někdo to má za samozřejmost, kterou se nechlubí, jiný může spatřovat ve společensky odpovědném chování zajímavý marketingový kanál, jak na sebe upozornit. Asi překvapím, ani jedno, ani druhé neobdivuji, a takto se chovat jako firma určitě nechceme. Hlavně by bylo dobré na počátku zdůraznit, že by nebylo správné zúžit problematiku společenské odpovědnosti jako finanční donátorství. I když bez výdajů to také nejde. Otázkou je spíše kolik, na co, kdy a jak, s jakým účelem. A proč možná neobdivuji první skupinu tichých až neviditelných podporovatelů? Neinspiřují druhé, neukazují, že takové chování je přece normální. Člověk se nejvíce učí nápodobou, ale když nemá podnět, není co napodobovat. Příjemcům to pochopitelně přejí, ale třeba i mimořádné chování a přístupy nebo aktivity nenajdou pokračovatele. O druhé skupině platí zhruba totéž – příjemcům to opět přejí, ale „prodávat“ to, jak jsme „slušný občan“, mi nesedí. Soutěž beru jako sebereflexi toho, co děláme, můžeme se srovnat s jinými, a hlavně nás zajímá, co jiní dělají inspirativního pro okolí (jak se tomu říká pro zainteresované strany). Mohu si říct: Aha, to je dobré, sleduje se tím jasný přínos pro příjemce a rozhodně se to dá i na naše poměry finančně zvládnout.

Asi by se hodil nějaký příklad z „naší kuchyně“: např. absolventi našich rekvalifikačních kurzů masér si mohou po úspěšném absolvování a složení kvalifikačních zkoušek zpočátku bezplatně a poté za symbolickou cenu půjčit vybavený salon, aby se naučili pracovat s klienty, podnikat, kalkulovat. Aby si vytvořili s klienty dobré vazby, protože pak se jim bude lépe stavět na vlastní podnikatelské nohy.

Aktivity DTO CZ míří hojně ke vzdělávání dospělých, prosazujete principy kvality do řízení firem a organizací, certifikujete. Přinášíte přidanou hodnotu kvalifikace a odbornosti jednotlivcům i společnostem. Je dnes větší zájem o tyto možnosti než například před deseti lety?

Klidně jste se mohla zeptat i na delší období, neboť se považují za pamětníka oblasti dalšího vzdělávání. Mám za to, že se v zájmu o vzdělávání za poslední léta mnohé změnilo a mění stále. K tomu se hledají nové formy a metody výuky,



Snímek z přebírání významného ocenění loni na Pražském hradě

různě doplňované, kombinované s moderními technologiemi. Avšak za stálíci považuji klasiku v podobě prezenční výuky, kdy se setkají člověk s člověkem, tedy lektor s účastníky, ale i účastníci mezi sebou. Kdy mohou společně mluvit, diskutovat, argumentovat, vyměňovat si názory a poznatky nebo si jen hrát. Prostě výuka, která má i emoční rozměr. Vůbec neztrácí nové technologie jako videa, instruktážní filmy, e-testy, e-kvizy, e-skripta a jiné. Mají své místo, mají své opodstatnění. Zpravidla jako doplněk výuky, k čemuž nabádáme i své lektory. Paradoxně jediný lektor nechtěl a žádnému účastníkovi nikdy nechyběla interaktivní tabule; svého času hit didaktických pomůcek. Ve všem je nutné hledat smysl, význam a přínos. Je nad vši pochybnost, že dobře zdokumentovaný postup nějaké činnosti v podobě filmu může nahradit neatraktivní seminář nebo kurz. Nemusím absolvovat přece kurz na skládání a uvádění do provozu motorové pily, popř. jak se o pilu starat; tady se rád kouknu na instruktážní video. Ale aby se někdo stal odborníkem na kácení stromů po zhlédnutí jednoho „díla“ na YouTube, to vážně pochybuji.

Vás možná zajímá, jestli se mění i požadavky účastníků na kurzy a školení. Odpověď bude zase jednoduchá – mění. Co dříve bylo zajímavé, už dneska není. Klient je náročnější, přichází s tím, aby si odnesl bezprostřední zkušenost nebo do-

vednost, již okamžitě využije v práci nebo osobním životě. Chce zázeší, které mu umožňuje maximální koncentraci pro výuku, ale i oddych během přestávek. Chce napojení na WiFi, elektrickou zásuvku, papírové učební texty a zaslat e-podklady na svůj e-mail. Chce lektora, který umí bezprostředně reagovat na jeho problém atd.

Co je možná typické pro bezprostřední současnost? Výrazně se změnila ochota sdílet zkušenosti a znalosti; dnes je mnoho informací, dat a znalostí považováno za know-how. Také se zkracuje čas, kapacita i zdroje pro vzdělávání (běžně je tvrzení: „Jak rád bych šel na nový kurz, ale nemám čas, nemá mě kdo zastoupit.“).

Museli jsme si v DTO CZ vydefinovat po svém, co jsou podle nás atributy kvality v dalším vzdělávání. A toho se nyní držíme a podle toho postupujeme, měníme se s požadavky a dobou. Takže, pořád se něco děje a nic není stejné, jak bylo; konzervovat úspěch není k přežití.

Dá se porovnat, jak k prohlubování znalostí či specializace přistupují lidé technicky zaměřeni a jak ti humanitně orientovaní?

Určitě se dají rozeznat požadavky na výuku u technicky orientovaného účastníka, který je třeba v pozici technologa nebo konstruktéra od například úředníka s přímým kontaktem

s občany. Mnohdy nemají stejné ani požadavky ani nároky na obsah a formu. Technik chce argumenty, fakta, postupy. Ale i on časem (věřme tomu) dospěje ke zjištění, že pracuje sice nad technickým problémem, ale musí na něm (dnes více, než kdy jindy) spolupracovat s jinými kolegy, prezentovat zjištění, diskutovat změny. A tu náhle zjistí, že se tak lehce „nedomluví“. A třeba dospěje k tomu, že bude potřebovat u sebe nějakou změnu. A může přijít k nám, a zase mu s tím pomůžeme. Stejně se setkáváme i s opačnými případy. Někdo je humanitně zaměřený, ale chce pracovat třeba v průmyslu a k tomu potřebuje tzv. hard skills (tvrdé profesní dovednosti). A pomůžeme – pokud máme v nabídce.

Na webových stránkách uvádíte, že vašim posláním je sdílet zkušenosti a znalosti. Týká se to i společenské odpovědnosti?

Máte-li na mysli, co my děláme ve společenské odpovědnosti, jestli to sdílíme, tak řeknu ano. Pokud se někdo zeptá, jak u nás pečujeme o interní zaměstnance – rádi se podělíme o informace ze své praxe. Pokud někoho zajímá, co děláme pro okolí – něco si přečte přímo na našich stránkách, a možná hned ani nepozná, co je komerční aktivita, a co není. Často se setkáváme spíše s tím, že když nějakou aktivitu prezentujeme, tak lidé řeknou: To je zajímavé, to nás nenapadlo, že to nemáte finančně dotované. Třeba celorepublikovou soutěž v zajímavých aktivizačních programech určenou domovům pro seniory, kde vítězové (pracovník domova i klient domova) jsou pozváni před velké publikum, užijí si slávu, a ještě si odnesou malé dárky. Samozřejmě ukážeme veřejnosti vítězný program; přece chceme inspirovat další.

Co doporučit těm, kteří ke společenské odpovědnosti zatím hledají cestu a přemýšlejí o vhodném zacílení?

Nic vám neudělá větší radost, než když uděláte radost někomu jinému. Pusťte se do čehokoliv, na co máte sílu, zdroje, čas a chuť. Nenechte se odradit poznámkami, že tímto nic podstatného nezměníte. Nezměníte, no a co. Nikdo z nás nechce změnit zeměkouli. O to nejde. Jde o příjemný život na Zemi. Přispět k tomu i malými kroky může skoro každý.

ptala se Eva Brixí

Průzkum: potraviny, životní prostředí, úspěch České republiky

Corteva AgriscienceTM, zemědělská divize DowDuPont, a The Economist Intelligence Unit (EIU) oznámily výsledky průzkumu Global Food Security Index (GFSI) pro rok 2018. Zpráva sponzorována společností Corteva Agriscience poskytuje obecné schéma k pochopení hlavních příčin potravinové nezabezpečení. Singapur poprvé zaujímá přední příčku dle hodnocení GFSI pro rok 2018, a to částečně z toho důvodu, že HDP na jednoho obyvatele se od roku 2012 zvýšilo téměř o 30 %, zatímco procento spotřebovaných potravin na domácnost je 6,9. Ke zvýšenému HDP má Singapur navíc nejnižší zemědělský dovozní tarif ze všech zemí zahrnutých do indexu.

Kritéria měření GFSI jsou nastavena podle zkoumání dynamiky potravinových systémů a dopadu na změnu životního prostředí. GFSI je jediné měřítko, které zkoumá zabezpečení potravin s ohledem na jejich finanční dostupnost, obecnou dostupnost a kvalitu napříč 113 zeměmi, z nichž ve většině působí Corteva Agriscience. Zpráva vypovídá o tom, že nízko a středně-nízko příjmové země zažívají nejmarkantnější výsledky během posledního roku, což signalizuje posun k pevnějším opatřením pro dosažení zabezpečení potravin. Lepší zemědělská infrastruktura a zvýšená schopnost nakrmit rozrůstající se populaci se připsují vývoji kupředu.

Dopad na životní prostředí

V roce 2017 vyhlásil GFSI novou kategorii životního prostředí, jež bere v potaz potřebu ochrany zdrojů, přizpůsobení klimatickým změnám a trvale udržitelných zemědělských postupů. Zvažováním faktorů, jako jsou teplotní změny, odlesnění půdy a vyčerpání vodních zdrojů, se kategorie Přírodních zdrojů a jejich udržitelnosti využívá k měření budoucího dopadu na životní prostředí ve státech v rámci GFSI. V rámci GFSI kategorie Přírodních zdrojů a jejich udržitelnosti za rok 2018 zaznamenává stav zemí z vyšší příjmové skupiny průměrně větší pokles než ostatní příjmové skupiny. Tato rizika však představují hrozbu, na jakou se musí připravit všechny země.

„Přidáním kategorie Přírodních zdrojů a jejich udržitelnosti získali světoví lídři další způsob, jakým měřit bezpečnost potravin, a zároveň i to, jaké dlouhodobé následky mají naše aktivity ve smyslu klimatických změn,“ sdělil Jerry Flint, vedoucí oddělení Světové iniciativy & udržitelnosti ve společnosti Corteva Agriscience. „Monitoringem rizik, kterým se vystavujeme, se mohou zemědělské lídři lépe připravit na nepříznivé časy. To, že budeme znát způsob, jak tyto rizikové faktory spolupracují navzájem, ale i nezávisle na sobě, nám umožní některá rizika snížit a vybudovat budoucnost s větší odolností potravin.“

GFSI dospěl k přesvědčení, že světové klimatické změny už nyní znesnadňují podmínky potravinové výroby a distribuce, čímž vytvářejí

nové a bezprecedentní výzvy. Díky tomuto nezmapovanému teritoriu je složité předvídat, a tím pádem se kladě větší důraz na odolnost potravinových systémů.

Změny hodnocení

Přes změny v GFSI pro rok 2018, týkající se finanční i obecné dostupnosti, se celková hodnota kvality a zabezpečení potravin snížila, a to z části kvůli snížené rozmanitosti potravin a nižšímu obsahu proteinu. Současné trendy životní správy, nutriční strategie a regály obchodů s potravinami se zlepšují. Výsledky průzkumu však poukazují na to, že země mohou toho do budoucna dělat pro zajištění bezpečnosti a zdraví potravin více, především s ohledem na rizika kontaminace v rámci celosvětového potravinového řetězce.

Již druhým rokem v řadě hodnoty měření GFSI Spojených států poklesly. Spojené státy si drží přední příčku z roku 2012 a 2016, nyní jsou na třetím místě spolu s Velkou Británií. Pokles v hodnotách zrcadlí nižší míru vylepšení (85,0 v roce 2018) ve srovnání se svými kolegy, nejde však o pokles v rámci celkového hodnocení (84,6 v roce 2017). Hodnocení politické stability země od roku 2016 pokleslo, čímž se brzdí kroky k dosažení potravinové zabezpečení, jež byly provedeny mezi roky 2016 a 2018. Hrozba obchodních hranic by mohla navýšit ceny potravin, což by znamenalo další dopad na hodnocení.

Jak si stojí Česká republika

Při hodnocení GFSI dosáhla Česká republika 24. místa z celkových 113 zemí, přičemž skóre činilo 76,1 z maximálních 100 bodů. Oproti loňskému (75,9) a předloňskému (75,3) roku si tedy opět polepšila a co se týká celkového skóre v hlavních kategoriích, drží se v první třicítce: 26. místo v rámci finanční dostupnosti, 24. místo v obecné dostupnosti a 29. místo v kategorii bezpečnosti a kvality. Celkově se umístila lépe než sousední Slovensko nebo Polsko, ale hůře než Německo (11. místo) či Rakousko (14. místo).

Česko vykazuje během posledních let výraznou změnu k lepšímu, jelikož poslední tři roky zažívá hodnota GFSI v zemi růst, který patří k největším v rámci hodnocených evropských států. Má velmi dobře vyřešené skladování potravin a vykazuje nízké množství potravinového odpadu v rámci sklizni. Podle hodnocení mají čeští farmáři výborný přístup k financování a země si bezpečnost a zabezpečení potravin dobře hlídá programy.

Zároveň se dlouhodobě rostoucí ekonomika a rekordně nízká nezaměstnanost odrážejí ve výdajích domácností na potraviny, které jsou poměrně vysoké ve srovnání se západoevropskými zeměmi. Z hlediska možného narušení politické stability země hovoří globální index o mírně zvýšené hodnotě u České republiky, podobně jako u sousedních zemí kromě Německa a Rakouska. (tz)

Pohoštění s vajíčky OVUS přijde vhod



Všichni si potrpí na lahodné pohoštění, které dotváří kouzlo mimořádných chvil. Jsou to dny, kdy se schází rodiny, přátelé, známí, kdy se zábava rozlévá jako úsměv z tváře na tvář díky humoru, úsměvu a radosti, která je násobená výbornou společností. Žádná zábava se neobejde bez dobrého jídla a dobrého pití. Slavnostní menu je příležitost, jak trochu čarovat v kuchyni nejen s uzeninami, sýry, nakládanou i čerstvou zeleninou, ale také s vajíčky!

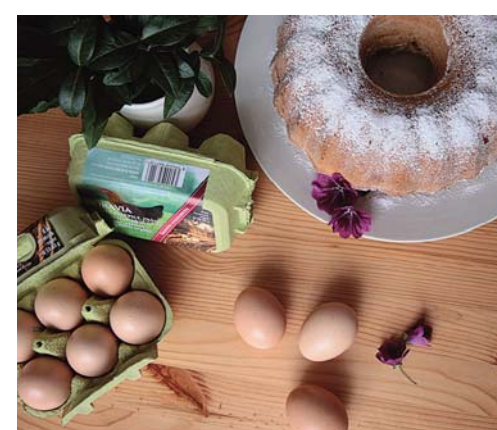
Vejce z produkce firmy OVUS jsou velmi různorodá a najdete mezi nimi řadu specialit. Například Indiánská vejce se výborně hodí na ob-

ložené mísy a talíře, pro přípravu chlebiček, salátů, na ruská vejce – zkrátka všude tam, kde vajíčko hraje prim. Sluší jim zejména úprava vařením. Nejlahodnější jsou na hniličku a natvrdo. A pokud byste měli strach, že byste si díky vajíčkům naložili na talíř až příliš velkou dávku cholesterolu, tak s těmi Indiánskými se vám to jen tak nepovede. Pyšní se jeho nejnižším obsahem.

Farmářský výběr potěší strávníky opravdu v jakékoli úpravě. Slepičky jsou chovány na vysoké podestýlce v halách s venkovním výběhem tak inovativním způsobem, že mohou stejně jako ve volné přírodě vnímat střídání dne a noci. Tento soulad s přirozenými rytmy a bez přítomnosti predátorů se na chuti vajec podepisuje jen tím nejlepším způsobem. Budou se vyjímat v pomazánkách, jako volská oka k biftekům a steakům, jako součást jakého-



koli slaného pohoštění, muffinů s pórkem a anglickou slaninou, slaných koláčů – například toho s cibulí a sýrem nebo špenátového. Pokud si po Vánocích potřebujete osvěžit sladké chutě



a upéct třeba bábovku, zkuste vejce Moravia. Z jejich asi o 30 % lépe šlehatelného bílku uděláte skvělý sníh také na piškotové rolády, bublaniny, nákypy. (tz)

Kysané nápoje z Valašska do roku 2019 v novém

Kysané mléčné výrobky tvoří velmi širokou produktovou kategorii. Mlékárna Valašské Meziříčí patří k jejím předním výrobcům u nás. Vyrábí jak kefirová, tak acidofilní mléka. V loňském roce se rozhodla pro redesign obalů těchto výrobků. Nové obaly jsou ekologičtější a díky speciální perforaci lze složením, jehož postup je na obale vyobrazen, celý obsah z obalu vylít. Mlékárna tak reagovala na požadavek spotřebitelů a zvyšující se zodpovědnost k životnímu prostředí. Acidofilní mléka jsou zákazníky velice oblíbená pro svůj blahodárný vliv na organizmus, obsahují totiž probiotické kultury *Lactobacillus acidophilus*, *Bifidobacterium* a *Streptococcus thermophilus*. Díky kvalitnímu obsahu i dobře zvoleným příchutím vzniká kombinace prospěšného a chutného. To se projevuje na zvyšující se poptávce po těchto mléčných nápojích.



„Kefírová mléka a acidofilní mléka z Valašska jsou u spotřebitelů velmi oblíbená a patří mezi naše nejprodávanější produkty. Jejich obaly jsme inovovali tak, aby odpovídaly designu ostatních našich výrobků, které jsme měnili v předloňském roce,“ sdělila Ing. Radka Benešová, marketing manager Mlékárny Valašské Meziříčí. „Věříme, že naši spotřebitelé ocení i ekologičtější balení výrobku,“ dodala.

Kysané výrobky jsou vesměs mléčné výrobky, u kterých byla část mléčného cukru laktózy přeměněna účinkem speciálních bakterií mléčného kvašení na kyselinu mléčnou a vlivem zvýšené kyselosti přitom došlo k vysrážení bílkovin. Zakysání neboli odborně fermentace mléka je příkladem prodloužení trvanlivosti výrobků biologickou konzervací.

Při výrobě acidofilního mléka je mléko zakysáváno tradiční kyselinou smetanovou kulturou a kulturou *Lactobacillus acidophilus* s výrazně probiotickými účinky. Jde o bakterie mléčného kvašení, které výrazně ovlivňují pozitivní složení střevní mikroflóry, což zvyšuje ob-

ransychopnost organismu. Acidofilní mléko dodává organismu ve větší míře také například vitamin B12. Chuť acidofilního mléka je oproti smetanovému kyslejší výrazně kyslejší. Mlékárna Valašské Meziříčí vyrábí acidofilní mléko v příchutích vanilkové s cereáliemi a lněnými semínky a další jen s cereáliemi, která obsahují 3 % tuku. Vyrábí také Acidofilní mléko plnotučné, které obsahuje 3,6 % tuku.

Kefírová mléka jsou fermentovaná mléčné výrobky s bakteriemi a kvasinkami. Původně se připravovaly podomácku z různých druhů mlék, dnes se vyrábějí spíše průmyslovou cestou s použitím kyselinových kultur získaných přímo z tzv. kefirových zrn. Kefírové mléko je vyráběno buď jako ochucené jahodové, višňové či meruňkové s obsahem tuku 0,8 %, nebo přírodní, které obsahuje 1,1 % tuku. Výrobky se tak řadí k nízkotučným produktům, a tudíž jsou vhodné pro udržení zdravého životního stylu. Velkou výhodou je praktický šroubovatelný uzávěr, který umožňuje kefir konzumovat během celého dne. (tz)

Exportní cena DHL UniCredit zviditelnila zajímavé firmy

21. EXPORTNÍ CENA DHL UNICREDIT
pod záštitou agentury CZECHTRADE

Soutěž Exportní cena DHL UniCredit pod záštitou agentury CzechTrade představila loni koncem roku vítěze. Finalisté, kteří zaměstnávají více než 7750 lidí na plný úvazek, dosáhli v roce 2017 obrátu ve výši 21 miliard korun. Loňský ročník se soustředil v rámci kategorie Exportér teritoria na export do zemí Blízkého východu, do nichž vyváží své výrobky 42 finalistů. Do 21. ročníku se přihlásilo celkem 145 firem, kritéria pro zařazení do soutěže splnilo 133 firem. Největší zájem o účast v soutěži byl zaznamenán od společností z Prahy, Jihomoravského a Středočeského kraje. Celkem 42 % exportérů se přihlásilo poprvé.



Vítězové 21. ročníku Exportní ceny DHL UniCredit pod záštitou agentury CzechTrade

„Do loňského ročníku se mohly hlásit společnosti, které část své produkce vyváží a které patří českému vlastníkovi alespoň z 51 %. Při výběru finalistů byl hodnocen růst exportu a jeho podíl na obrátu. Přihlášené společnosti soutěží ve dvou kategoriích. První kategorií je Malá společnost, která má maximálně 50 zaměstnanců a její roční obrát nepřesáhne 300 milionů Kč. Druhou kategorií je Středně velká společnost s počtem zaměstnanců do 250 a s ročním obrátem do 1,5 miliardy Kč. Vybrané společnosti musí mít sídlo na území České republiky a působit na trhu minimálně tři roky. Třetina finalistů soutěže vyvážela do 1–5 zemí, necelá pětina do 6–10 teritorií. Téměř polovina z celkového počtu finalistů tedy orientovala svůj vývoz do 11 a více zemí. Nejvyšší počet vývozních destinací v případě jedné společnosti byl 96, což znamená, že tato společnost vyvážela do téměř poloviny všech zemí světa. Není asi překvapivé, že mezi vývozními teritoriemi se nejčastěji vyskytovalo Německo,“ sdělil Pavel Finger, místopředseda představenstva CRIF – Czech Credit Bureau, a.s.

„Uplynulým ročníkem jsme vstoupili již do třetí dekády pořádání soutěže a jako zakladatelé máme v DHL velkou radost, že spolu s tím, jak se mění česká ekonomika a export, mění se i samotná soutěž a její finalisté. S téměř polovinou z nich jsme se letos setkali vůbec poprvé, což vnímáme jako důkaz, že je o soutěži zájem v čím dál širším okruhu českých exportních firem. Tento ročník nám také potvrdil aktuální trend obchodování, a to stále posilující význam nakupování online. Počet zákazníků, kteří nakupují v e-shopech, rok od roku roste a zároveň s tím roste i počet samotných e-shopů, jejichž majitelé chtějí využít velký potenciál lokálního i mezinárodního trhu e-commerce. Nejenže jsme tomuto tématu věnovali loňské říjnové klubové setkání exportérů, ale rozmach e-commerce jsme zaznamenali i mezi finalisty tohoto ročníku. Je to tak pro nás jasný impuls pro přemýšlet o vytvoření zvláštní kategorie právě pro ty exportéry, kteří se primárně zaměřují na online prodej a oslovují zákazníky z celého světa skrze vlastní e-shopy. Již nyní se těším, co nového nám přinese další ročník,“ řekl Luděk Drnec, obchodní ředitel DHL Express pro region střední Evropy.

První místo v kategorii Malá společnost patří společnosti mcePharma, s.r.o., která vyvíjí a vyrábí inovativní doplňky stravy, doplňková krmiva pro zvířata a potraviny. Druhou příčku

obsadil výrobce sportovních letadel v kategorii UL a LSA, společnost Zall Jihlavan Airplanes s. r. o., za ní skončila společnost INCA Agency zabývající se výrobou a prodejem výrobků Inca Collagen.

Prvenství v kategorii Středně velká společnost získal dodavatel zařízení pro ochranu ovzduší ZVVZ-Enven Engineering, a.s. Na druhé příčce se umístila společnost AXIS, a.s. věnující se strojírenské výrobě a montáží průmyslových technologií. Třetí místo patří Hansen Electric, spol. s r.o., která se zabývá výrobou, instalací a servisem elektrických zařízení určených do prostředí s nebezpečím výbuchu.

Cenu pro Globálního exportéra si odnesl výrobce filamentů do 3D tiskáren, extrudovaných hadic, trubek a profilů z polymerních materiálů, Fillamentum a.s. Exportérem teritoria, kterým je pro loňský ročník oblast Blízkého východu, se stala společnost DCIT, a.s., divize PROVYS, která se věnuje vývoji a vývozu softwaru pro média a také cybersecurity.

„Státy v teritoriu Blízkého východu nabízejí obrovský potenciál růstu, především v odvětvích energetiky, petrochemie, zemědělství či v automobilovém průmyslu. Region je díky množství realizovaných projektů velice atraktivní pro expanzi a upevnění postavení českých firem. Stále vykazuje velký apetit po kvalitních produktech a službách, které české společnosti dokážou poskytnout, a to v takových objemech, které jsou pro kontinuální rozvoj tak důležité,“ uvedl Jiří Flégl, manažer strukturovaného financování a exportního financování UniCredit Bank a ředitel UniCredit Factoring.

Ocenění v kategorii Nejúspěšnější klient CzechTrade převzala společnost Futaba Czech, s.r.o., specializující se na výrobu karosářských a podvozkových dílů a výfukových systémů pro automobilový průmysl. „Naším loňským nejúspěšnějším klientem se stala firma Futaba Czech z Havlíčkovobrodské. Ta před navázáním spolupráce s naší agenturou dodávala pouze pro společnost TPCA a přirozeně chtěla diverzifikovat,“ sdělil generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal. Zástupci Futaba Czech se na začátku roku zúčastnili Dodavatelského fóra pro Jaguar Land Rover, kde se představili jako kvalitní potenciální dodavatel a se zástupci JLR dohodli první objednávku nástrojů pro lisované díly. Díky oboustranné spokojenosti dnes dodávají ocelové výlisky přímo do továren Jaguar Land Rover.

V kategorii Exportní příběh roku, jejímž partonem je také CzechTrade, byla oceněna společnost Kentico Software, s.r.o. Agentura CzechTrade spolupracuje s firmami i v oblasti Blízkého východu. Češi zde zanechávají znatelnou stopu, jako například společnost Kentico Software. Jde o relativně mladou firmu se sídlem v Brně, která se rozhodla agenturu CzechTrade oslovit s žádostí o pomoc při expanzi do této oblasti. „Například v Turecku už spolupráce nese své ovoce. Společnosti se zde podařilo v poměrně krátké době utržit z prodaných licencí dvaadvacetkrát více peněz, než kolik investovala do zviditelnění na zdejšímu trhu. Firmě Kentico Software tak zasluženě patří titul Exportní příběh roku 2018 a v agentuře se těšíme na další spolupráci,“ dodal Radomil Doležal.

Soutěž Exportní cena DHL UniCredit založila v roce 1997 logistická společnost DHL Express CZ s cílem motivovat vývozce k dobývání zahraničních trhů a získávání nových odbytišť. Od jejího počátku je soutěž pořádána pod záštitou vládní agentury CzechTrade. Generálním partnerem projektu je UniCredit Bank. Odborným garantem soutěže je společnost CRIF – Czech Credit Bureau. Pořadatelem je Agentura Helas, která organizuje a produkuje Exportní cenu DHL UniCredit pod záštitou CzechTrade již 11 let. „Cílem Agentury Helas je vytvořit širokou podnikatelskou platformu s přidanou hodnotou komunikace, vzájemné podpory a širokého spektra podnikatelských benefitů. Při jejím budování vycházíme z podnětů, které nám poskytují sami podnikatelé prostřednictvím našich vlastních průzkumů. Zajímavým zjištěním bylo v letošním roce to, že 62 % finalistů projektu Exportní cena DHL UniCredit tvoří rodinné firmy, až 79 % exportérů trápí nesnadné hledání nových zaměstnanců, více než polovina firem (58 %) se pak připravuje vstoupit se svými produkty či službami na nový trh. Pětina českých exportérů plánuje nabízet své produkty a služby prostřednictvím e-commerce do zahraničí. Klíčovou oblastí, kterou při exportu za hranice ČR prostřednictvím e-shopů řeší, je zejména cena přepravy (29 %), zákaznický servis pro klienty (27 %) a konkurenceschopnost ceny produktu (24 %),“ informovala Helena Kohoutová, zakladatelka Agentury Helas.

Do Exportní ceny DHL UniCredit pod záštitou CzechTrade se mohou přihlásit vývozci, kteří splňují podmínky vlastnictví a hranici minimál-

ního vývozu. Základní hodnocení vývozců vychází z indexu vypočítaného jako násobek meziročního růstu exportu (rok 2016 a rok 2017) a podílu exportu na obrátu firmy. Na základě získaných výsledků jsou společnosti rozděleny do kategorií a je určeno jejich konečné pořadí v soutěži. Soutěže se mohou zúčastnit společnosti se sídlem v České republice, které vznikly před 1. lednem 2016. Obrát firmy je zařazujícím kritériem pro stanovení, ve které kategorii firma bude soutěžit.

„Z pohledu úvěrové pojišťovny nám průběh roku 2018 u malých a středních exportérů indikuje určité změny v chování zahraničních trhů. Přestože exportéři mají dosud vytížené produkční kapacity, a dosud dokonce nemohli z kapacitních důvodů uspokojit veškerou poptávku, začínáme pozorovat určité ochlazení zájmu zahraničních partnerů, v některých segmentech a teritoriích více, v jiných méně. Dobrou zprávou je, že naši exportéři se snaží anticipovat novou situaci, reagují racionálně, nesázejí vše na jednoho obchodního partnera a hledají si, jak je to jen možné, v různých regionech a zemích stabilní a solventní partnery s dlouhodobější perspektivou. U takových obchodních partnerů také mohou lépe uplatňovat produkty s vyšší přidanou hodnotou,“ uvedl Martin Růžička, člen představenstva a náměstek generálního ředitele, zodpovědný za vedení Úseku řízení rizik EGAP. (tz)

Přehled výsledků 21. ročníku Exportní ceny DHL UniCredit podle kategorií:

- **Středně velká společnost**
 1. místo – ZVVZ-Enven Engineering, a.s.
 2. místo – AXIS a.s.
 3. místo – Hansen Electric, spol. s r.o.
- **Malá společnost**
 1. místo – mcePharma, s.r.o.
 2. místo – Zall Jihlavan Airplanes s. r. o.
 3. místo – INCA agency s. r. o.
- **Exportér teritoria – Blízký východ**
 1. místo – DCIT, a.s., divize PROVYS
- **Globální exportér**
 1. místo – Fillamentum a.s.
- **Nejúspěšnější klient CzechTrade**
 1. místo – Futaba Czech, s.r.o.
- **Exportní příběh roku**
 1. místo – Kentico Software s.r.o.



Vítězové kategorie
Malá společnost



Vítězové kategorie
Středně velká společnost



Vítězové kategorií Exportér teritoria
a Globální exportér



Vítězové kategorií Nejúspěšnější klient
CzechTrade a Exportní příběh roku

Světoznámí architekti navrhují pro Central Group unikátní komplex staveb v Praze 3

Praha je skvostem architektury, ale jen té historické. Nové, moderní a unikátní stavby naší metropoli chybí. Jedinou pražskou moderní stavbou, kterou si lidé podle výsledků průzkumu veřejného mínění vybaví pod pojmem moderní architektura, je Tančící dům. Nyní je ale příležitost dostat do Prahy skutečně světovou architekturu. Největší český rezidenční stavitel Central Group totiž pořádá architektonický workshop na komplex budov, který vyrostе na místě bývalého Telecomu v Praze 3 na Žižkově.

Přihlásilo se 98 architektonických ateliérů ze 30 zemí celého světa. Mezi nimi i světoznámí architekti jako Sou Fujimoto (Japonsko), Ian Ritchie (Velká Británie) a Richard Meier (USA). Naše barvy hájí slavná česko-britská architektka Eva Jiříčná a také další známí čeští architekti, například Petr Pelcák, Radek Kolařík nebo Petr Bouřil.

Central Group koupil areál bývalého Telecomu o velikosti 40 000 m² od společnosti Cetin ze skupiny PPF v roce 2017. Nyní společnost Cetin celý areál dále užívá v nájmu, než se přestěhuje do svého nového sídla v Praze 9 u O2 areny. Po odchodu společnosti Cetin z této lokality plánuje nový majitel celý areál postupně zbourat z důvodu extrémně vysokého množství škodlivého azbestu ve stavbách a neexistující možnosti tyto technologicky specifické stavby využít k jakémukoli jiným účelům.

Věž, kterou na den přesně před 48 lety slavnostně otevřel tehdejší premiér Lubomír Štrougal, byla ve své době nejvyšší budovou Československé socialistické republiky. Ale s rozvojem nových technologií tato stavba už dávno svému účelu dosloužila. „Výška současné nefunkční telekomunikační věže je kolem 80 metrů a všichni v Praze jsou na vyšší a dominantní stavbu v této lokalitě zvyklí. Proto jsme v rámci poroty workshopu přesvědčení, že na tomto

místě by bylo správné postavit nový komplex architektonicky unikátních staveb, který by výškově gradoval směrem k ulici Želivského, kde by mohlo vzniknout centrum nového Žižkova. Tento logický směr jasně potvrdil i probíhající mezinárodní architektonický workshop,“ řekl šéf Central Group Dušan Kunovský.

Z 98 ateliérů zvuchých jmen vzešlo 12 finalistů

Central Group se podařilo do poroty mezinárodního workshopu získat skutečně hvězdnou sestavu. Šéfem poroty je známý architekt a vysokoškolský profesor Zdeněk Fránek a v porotě jsou dále nejoceňovanější český architekt Josef Pleškot, dále hlavní autor pražského metropolitního plánu Roman Koucký a známý architekt David Vávra. Sestavu pěti porotců pak doplňuje šéf Central Group Dušan Kunovský s 25letou zkušeností v developmentu. První kolo mezinárodního workshopu začalo v létě minulého roku, do dalšího bylo v prosinci vybráno 12 finalistů a výsledky finálního kola budou známy na konci března. Zda se vybraná stavba bude realizovat nebo skončí v koši podobně jako Kaplického „Chobotnice“, bude po rozhodnutí poroty záležet na politických z magistrátu a z Prahy 3 a pak také na odborném názoru pražského Institutu plánování a rozvoje hlavního města Prahy (IPR).

Centrum nového Žižkova v okolí Želivského a Olšanské

Central Group již tuto žižkovskou lokalitu dobře zná a výrazně zde investuje. Vedle areálu bývalého Telecomu dokončil projekt Residence Garden Towers se 700 nadstandardními byty, který byl na trhu velmi úspěšný a byty jsou vyprodány. Naproti areálu bývalého Telecomu, v místech severní části Nákladového nádraží Žižkov, který koupil v minulých letech od zahraničního investora, pak připravuje unikátní projekt Parková čtvrť. Hlavním urbanistou a architektem tohoto projektu na více než 140 000 m² je slavný archi-



Richard Meier – Frederick J. Smith House

tekt Jakub Cigler. Rezidenční projekt Parková čtvrť má již konkrétní rysy a na jeho zrodu se bude podílet devět architektonických ateliérů s celkem 21 různými architektonickými koncepty. Ty se budou v nové čtvrti vhodně kombinovat, aby celá lokalita měla jednotný styl a zároveň byl každý bytový dům architektonickým originálem.

„Jsem moc rád, že se se špičkovými světovými architekty můžeme podílet na tvorbě celých nových městských čtvrtí v Praze. Central Group na trhu působí již čtvrt století a toto dává naší práci nový smysl a rozměr. Nechceme jen stavět domy, ale vytvářet skvělá místa pro život,“ dodal Dušan Kunovský.

Medailonky vybraných účastníků

Sou Fujimoto (1971) je jedním z nejznámějších japonských architektů. Rodák z ostrova Hokaido promoval na Tokijské univerzitě a v roce 2000 založil své vlastní studio – Sou Fujimoto Architects. Jeho práce oslovuje odborníky z architektonické obce, ale i širší veřejnost. Je známý hlavně neotřelou prací s prostorem, ke které ho podle jeho vlastních slov inspiroval Albert Einstein s jeho teorií relativity. Fujimotova práce je ovlivněna i budovami z rýsovacího prkna katalánského architekta Antoni Gaudiho. Většina jeho projektů je realizována v Japonsku, jsou lehké, prosvětlené a z počátku jeho kariéry byly charakterizovány prací s malými prostory. Kromě obytných domů Fujimoto navrhl například pavilon Serpentine Gallery v Londýně nebo obytnou věž ve francouzském Montpellier. V současnosti učí na univerzitách v Tokiu a Kjótu.

Britský architekt Ian Ritchie (1947) po vystudování Univerzity Johna Moorese v Liverpoolu studoval urbanistiku v Japonsku a nakonec promoval na londýnské Westminsterské univerzitě. Ritchie v roce 1981 založil studio Ian Ritchie Architects a téhož roku se spolu s Petrem Ricem



Eva Jiříčná, návrh rezidenční budovy

a Martinem Francisem stal zakládajícím členem inženýrské firmy Rice Francis Ritchie. Ta se podílela i na realizaci Obrácené pyramidy před muzeem v Louvru. Ritchie podle svých slov hledá v architektuře zejména krásu, a to se přirozeně ukazuje i v jeho cenami ověřeném díle. Dobrým příkladem je veslařský areál London Regatta Centre nebo rezidenční komplex Roy Square.

Architektem, který již v Praze zanechal svou stopu a chtěl by si to zopakovat, je Američan Richard Meier (1934), člen skupiny zvané New York Five. Vystudoval architekturu na Cornellově Univerzitě v New Yorku. Vlastní ateliér si otevřel v roce 1963. Pro jeho práci je typická hra s geometrickými částmi hmoty a je pro něj příznačná bílá barva, kterou považuje za nejkrásnější. To vše se snoubí v jednom z jeho nejranějších projektů – obytném domě Frederick J. Smith House. Mezi jeho nejvýznamnější stavby patří například Muzeum současného umění v Barceloně či bytové domy na Perry Street a Charles Street v New Yorku. Pro Prahu navrhl přestavbu její nejvyšší budovy City Tower, která stojí na Pankráci.

České a zároveň britské barvy ve workshopu hájí Eva Jiříčná (1939), která po absolvování architektury na pražské ČVUT vystudovala i AVU v ateliéru Jaroslava Fragnera. V létě 1968 odjela na stáž do Londýna, odkud se po okupaci již nevrátila. Proslavila se zejména díky interiéřům módních obchodů a butiků v Londýně a New Yorku. Pro její stavby je charakteristické použití skla a betonu, je známá i díky návrhům skleněných schodů. V současné době má dva architektonické ateliéry, jeden v Londýně a druhý v Praze. Navrhovala například výstavní prostory londýnského muzea Victoria and Albert nebo interiéry pražského Tančícího domu. Mezi její novější díla patří návrh rezidenční budovy v Holešovicích. (tz)



Sou Fujimoto – obytná věž v Montpellier



Ian Ritchie – rezidenční komplex Roy Square

Z mnoha pražských ateliérů mohou nově vznikat byty

Koncem října vyřadili radní hlavního města z Pražských stavebních předpisů (PSP) požadavek na takzvané proslunění. Některé ateliéry je tedy nově možné rekolaudovat na běžné byty. Tím se zvýší jejich atraktivita pro potenciální kupující a jejich hodnota vzroste i o statisíce.

Ještě nedávno byl v PSP zakotven požadavek, že 1. března musely do každého nově postaveného bytu dopadat přímé sluneční paprsky na třetinu podlahové plochy po dobu 90 minut. Díky rozhodnutí pražských radních už tam není. V praxi to bude znamenat, že developerům ubude jedna starost. Ale změna se týká také majitelů takzvaných ateliérů, tedy prostor v rámci bytových domů, které nemohly být kolaudovány jako byty. „V případech, kdy byl požadavek na proslunění jediným důvodem, proč byl daný prostor zkolaudován jako ateliér, by nyní nemělo nic bránit rekolaudaci na bytovou jednotku,“ řekl k tomu Jan Martina, oblastní ředitel pro Hlavní město Praha společnosti M&M Reality.

Rozdíl mezi cenou ateliéru a bytu v rámci jednoho developerského projektu se obvykle pohybuje okolo 10 až 20 %. Cena rekolaudovaného prostoru by tedy mohla vzrůst o statisíce, samozřejmě v závislosti na stavu a velikosti nemovitosti, lokalitě a poptávce. Cenu zvedá například to, že bytové jednotky lze snadněji než ateliéry financovat hypotečním úvěrem. Rovněž je možné si v nich nahlásit trvalé bydliště, což v ateliérech nelze. „Člověk si může říci, že to nevadí, že bude mít trvalé bydliště jinde. Ale vezměte si třeba situaci ohledně parkování v Praze. Jsou lokality, kde bez trvalého bydliště zaparkujete jen v placených zónách, když se vám vůbec poštěstí v nich najít místo,“ uvedl Jan Martina.

Obecně pak podle něj nemají potenciální kupci k ateliérům důvěru.

V Praze vlastní ateliér tisíce lidí. „Developeri se samozřejmě snaží maximálně využít celou kapacitu domu. Tam, kde se jim nepodaří splnit některé normy, aby mohli prostor zkolaudovat jako bytovou jednotku, vznikají právě ateliéry. Zpravidla bývají v rámci developerského projektu jeden až dva ateliéry na každý vchod. Ale samozřejmě najdete projekt, kde je na vchod více ateliérů, a rovněž takový, kde není ateliér ani jeden,“ přiblížil situaci Jan Martina.

Neznamená to ale, že díky novele vzroste hodnota všech pražských ateliérů. „Tyto prostory často nesplňují i další předpisy a normy k tomu, aby mohly být zkolaudovány jako byty. Problémem může být například velikost či rozmístění místností, horší větratelnost a tak dále. Bude tedy vždy záležet na konkrétním prostoru a dané situaci,“ dodal Jan Martina.

Společnost M&M Reality Holding se zabývá zprostředkováním prodeje nemovitostí, pronájmem objektů a jejich správou a poskytuje i široké právní a finanční poradenství v oblasti realit. Dále zprostředkovává hypoteční úvěry, všechny typy pojištění a dodávky elektrické energie a plynu. Nakupuje investiční nemovitosti, zabývá se rekonstrukcemi a má svou silnou developerskou divizi, která se orientuje na výstavbu bytů v celé České republice. Firma je lídrem na trhu, má více než 185 stabilních poboček po celé České republice (v současné době vzniká dalších 85 poboček ve spolupráci) a přes 2500 aktivních makléřů, kteří procházejí náročným a vysoce propracovaným firemním školicím programem. Spotřebitelé označili společnost M&M Reality nejdůvěryhodnější realitní kanceláří v Česku. Stalo se tak v rámci ankety o nejdůvěryhodnější značky na trhu pořádané agenturou ATOZ Marketing Services, a to už podruhé v řadě. (tz)

První dojem ve firmě rozhoduje

Kvalitní systém onboardingu je pro firmu i zaměstnance klíčový hned v několika ohledech. Dobře provedený proces integrace do pracovního týmu může firmě zajistit vyšší loajalitu a produktivitu nových pracovníků, nováčkům ve firmě pak dopomůže ke větší spokojenosti na pracovišti. Přestože si personalisté důležitost onboardingu uvědomují, kolem 40 % zaměstnanců se podle nedávného průzkumu belgických odborníků domnívá, že jejich proces onboardingu při nástupu na novou pozici selhal.

Onboarding, neboli proces integrace nových zaměstnanců do firmy, pracovního týmu a procesu, je dle většiny personalistů jak pro firmu, tak i pro daného pracovníka naprosto zásadní. Často je to totiž onen pověstný první dojem, který rozhodne, zda bude zaměstnanec svou práci milovat, či nenávidět. Například podle společnosti Click Boarding, jež poskytuje řešení pro onboarding software, je u pracovníků, kteří byli kvalitně uvedeni na nové pracoviště, o 69 % vyšší šance, že u daného zaměstnavatele vydrží další tři roky. Podle nedávné studie belgické Vlerick Business School se též personalisté domnívají, že dobře zvládnutý onboarding pomůže, aby se zaměstnanci rychleji v nové firmě cítili jako doma, myslí si to 86 % personalistů, a snáze se zapracovali, míní 74 %.

Z pohledu zaměstnanců žádná sláva

O to překvapivěji pak působí výsledky téhož průzkumu, které ukazují, že celých 40 % zaměstnanců napříč Evropou je toho názoru, že se jim bě-

hem procesu adaptace do nového zaměstnání nedostalo ani minimální podpory. „Důkladnému onboardingu se povětšinou věnují větší firmy, které v něm postupují systematicky a mají přesně zpracovanou metodiku. U malých firem se často adaptace nového zaměstnance řeší tak nějak živelně, za chodu. Určitě by tedy nebylo na škodu, kdyby se i tady objevil alespoň nějaký systém, díky němuž by se předcházelo chybám a nepříjemnostem,“ říká Jiří Jemelka, ředitel společnosti J.I.P. pro firmy, jež poskytují revitalizace a interim management malým a středním podnikům.

Podle zmíněné studie si zaměstnanci nejčastěji (ve dvou třetinách případů) stěžovali na nedostatečné informace ohledně určitých úkolů i toho, co se od nich čeká a jakých výsledků mají dosáhnout. Více než dvě třetiny zaměstnanců nedostaly jasné informace o své pozici a další zaznamenali problémy na provozní úrovni: 57 % pracovníků nemělo během prvního dne v práci k dispozici pracovní počítač, telefon, kancelářský materiál, ba dokonce ani stůl. U poloviny zaměstnanců došlo k opravě do týdne, ovšem 43 % se mohlo plně vrhnout do provozu až po více než týdnu. Více než polovina pracovníků rovněž cítí, že je jejich proces adaptace příliš uspěchán.

Začněte co nejdřív

Jak by tedy měl efektivní onboarding vypadat a co by měl zahrnovat? „Především je nutné začít s procesem adaptace hned první den, nebo i dříve. Zní to možná zvláště, ale moderní technologie firmám skutečně umožňují zahájit onboarding i předtím, než vůbec zaměstnanec nastoupí, a to třeba prostřednictvím e-mailu nebo sociálních sítí. Také se může vyplatit za-

hrnout některé obecnější fáze onboardingu již přímo do náborového procesu,“ konstatoval J. Jemelka. Dobré je též neopomínat ani záležitosti, které přímo s výkonem práce nesouvisí – třeba seznámení se s budovou či možnostmi kontaktování kolegů a nadřízených. V tomto ohledu může firmě pomoci zeptat se stávajících zaměstnanců, jaké informace při svém nástupu postrádali nebo na ně nebyl kladen dostatečný důraz. Případně je vhodné hned po skončení onboardingu požádat nováčky o jejich zpětnou vazbu. Firmy tak získají cenná data pro úpravy celého procesu, navíc mohou ještě relativně včasné napravit největší nedostatky.

Zapojte vedení

a nezapomeňte na milé gesto

Důležité je i to, aby byl proces adaptace interaktivní a zahrnoval i jiné „průvodce“ než jen pracovníky personálního oddělení. Nováčkům by měl být dán dostatečný prostor na to, aby se seznámili se všemi členy svého týmu a začali hned zčerstva rozvíjet pracovní vztahy. Velice kladně pak působí i zapojení vyššího vedení. Alespoň jedno setkání s nadřízeným nebo šéfem podniku s prostorem k rozhovoru mezi čtyřma očima pomůže nováčkovi zbavit se nervozity z jednání s pracovní výše postaveným člověkem. Nový zaměstnanec by si ze svého prvního dne v práci měl rovněž odnést pocit, že je v týmu vítán. V ideálním případě by se jej měl někdo ujmout ihned, co vstoupí do dveří, a měl by být uveden k připravenému pracovnímu prostoru. Výbornou službu odvede i drobná pozornost – květiny, vlastní hrneček na kávu či třeba poukázka na obědové menu. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Moje Pacifická hřebenovka

Monika Benešová

motto Na Pacifickou hřebenovku se ročně vydá 3000 lidí, ale dokončí ji jen 180 z nich. Monika patří mezi ně. A to byla ještě před nedávnem bledou pacientkou s vážnými zdravotními a psychickými problémy. Přesto se rozhodla změnit život a splnit si sen – projít pěšky celou Ameriku. Postavila se nemoci, poušti, omrzlinám, medvědům i pumám, které potkávala, když putovala sama divočinou.

Legenda českého záchranářství

Miroslav Vaňura

xy-z V dramatické knížce podle oblíbeného televizního cyklu nahlédl autor pod ruce záchranářským složkám, především zdravotníkům a hasičům. Jednotlivé kapitoly jsou postavené na silných osobních příbězích záchranářů a zachráněných. Jejich očima reviduje mediálně známé tragické případy havárií a pohrom, které si často vyžádaly oběti i mezi záchranáři a které znamenaly posun v práci těchto složek.

Nestárnoucí mozek.

Jak si uchovat bystrou mysl navzdory věku

John Medina

Biz books Knižka vám ukáže, že i ve vyšším věku jste schopni prožívat svůj život mnohem plněji – tedy přimět k tomu svůj mozek. Dozvíte se, jak zmírnit neblahé účinky stárnutí, jak poznat projevy Alzheimerovy nemoci nebo jak prožít zralý věk aktivně. Pokud se ke stáří postavíte čelem, může to být jedno z nejkrásnějších období vašeho života.

Ketodieta

Jana Uhlíková

xy-z Chtěli byste rychle shodit přebytečná kila, ale neláká vás představa měsíců hladu a odpírání? Vyzkoušejte ketogenní neboli proteinovou dietu, která staví na přirozeném spalování tuků v těle. Zjistíte, jak vlastně ketóza funguje, co byste měli do svého jídelníčku zařadit, a co z něj naopak vynechat. S více než sto recepty, které zvládne opravdu každý, zhubnete snadno, zdravě, a hlavně s chutí.

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

Jak z dobré firmy udělat skvělou

Jim Collins

Světově uznávaná kniha ukazuje, čím se liší firmy, které se z průměrných vyhouply mezi nejlepší. Dozvíte se, jaký typ vůdcovství je nutný k dosažení výjimečnosti, že ideální je kombinace firemní kultury založené na disciplíně s etikou podnikání nebo že firmy, které zavádějí radikální změny, se téměř nikdy nestanou skvělými.

Jak vybudovat trvale úspěšnou firmu

Jim Collins, Jerry I. Porras

Autor bestselleru Jak z dobré firmy udělat skvělou ve své další knize odhaluje, co odlišuje trvale úspěšné firmy od těch ostatních. Kniha nabízí praktické koncepty, které mohou aplikovat manažeři a podnikatelé na všech úrovních.

Inovace je rozhodnutí

Kompletní návod, jak dělat inovace nejen v byznosu

Adam Novák

Jak zajistit, aby ve firmě vznikaly a byly úspěšně dokončovány produktové, procesní a organizační inovace? Jakých je šest klíčových kompetencí inovativní firmy? Na tyto a mnohé další otázky vám odpoví zkušený autor, který do místního prostředí převádí to nejlepší ze zahraniční praxe.

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 priznání 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 jakéhokoli uvedeného čísla
mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097
www.fiskus.cz

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

Recyklovaná kuchařka Jitky Rákosníkové –

Moderní domácnost beze zbytku

Kniha je průvodcem pro neplýtvání všemi základními skupinami potravin: pečivem, masem, luštěninami, rýží a obilovinami, mléčnými výrobky, bramborami a zeleninou. Základ tvoří přes 40 velkých receptů z české i světové kuchyně – z autorčiny domácí zkušenosti i rodinných pokladů, z cest i z inspirace zahraničními kuchaři. K tomu autorka sype z rukávu bezpočet užitečných variací a „metamorfóz“, díky kterým budete moci chutně a vtipně „zrecyklovat zbytek“, a ještě rozšířit svůj kuchařský repertoár. Věnuje se také správnému uchovávání a základnímu zpracovávání potravin a efektivnímu využití energií a zdrojů. Propojuje osvědčené postupy „hospodyňkovských“ (pra)babíček vařících pro velké rodiny, bohatou vůni orientálních dálek i znovuobjevené a dnes zcela moderní přípravy vlastních domácích produktů. To všechno přitom plyne s příjemnou lehkostí. Kniha je nabitá užitečnými informacemi, ale je zároveň vtipná, laskavá a veskrze autorčina. Můžete ji využívat jako zcela praktický návod, ale také se do ní začíst jako do osobního a vstřícného memoáru... u kterého jakoby mimoděk objevíte, jak snadno lze využívat jídlo naplno, s tvůrčí odvahou a beze zbytku.



Naše kavárna

M. Topolánka nahradil T. Drápela

Novým předsedou výkonné rady Teplárenského sdružení České republiky se stal předseda představenstva a generální ředitel společnosti Plzeňská teplárenská, a.s. Tomáš Drápel. V této pozici nahradil Mírka Topolánka.

Nový ředitel Volkswagenu FS

Vratislav Stražil, dosavadní jednatel Porsche Česká republika, se stal výkonným ředitelem Volkswagen Financial Services. Ve funkci nahradí Joachima Ewala.

M. Puchwein v čele Novartis

Společnost Novartis oznámila jmenování Martina Puchweina novým Country Presidentem pro Českou republiku. V této funkci povede společnosti Novartis, Sandoz i Alcon na českém trhu.

Sponzoring, charita, pomoc

Peníze potravinovým bankám

Obchody Albert věnovaly potravinovým bankám dar ve výši 100 000 korun. Symbolický šek převzala v prostorách pražské Arcidiecézní charity v Karlíně ředitelka České federace potravinových bank Veronika Láčková. Darovaná částka podpoří logistiku darovaných čerstvých potravin a jejich rozvoz potřebným. Obchody Albert darují neprodané potraviny již šest let a díky spolupráci s potravinovými bankami je nabízejí potřebným v různých regionech. (tz)

Lego naší legislativy

Zdravotní pojištění v roce 2019

Jako každý rok se mění výše minimální zálohy OSVČ, protože je navázána na průměrnou mzdu v národním hospodářství, a ta se každoročně zvyšuje. Od počátku tohoto roku se proto minimální záloha OSVČ zvyšuje na 2208 Kč místo dosavadních 2024 Kč. Zvýšit si odváděnou částku musí všechny osoby samostatně výdělečně činné, které mají povinnost dodržet minimální vyměrovací základ a dosud platí současné minimum 2024 Kč, případně platí více, ale méně než 2208 Kč. „Částku v nové výši je nutno odvést již počínaje lednovou platbou pojistného. Termín splatnosti se u pojistného na zdravotní pojištění nemění, pro OSVČ je nadále od 1. dne kalendářního měsíce, za který se platí, do 8. dne měsíce následujícího. Lednovou platbu tedy musí OSVČ odvést od 1. 1. 2019 do 8. 2. 2019,“ uvedl Mgr. Oldřich Tichý, vedoucí tiskového oddělení a tiskový mluvčí Všeobecné zdravotní pojišťovny.

Vzhledem ke zvýšení minimální mzdy z 12 200 Kč na 13 350 Kč se zvyšuje i pojistné osob bez zdanitelných příjmů (OBZP) a minimální pojistné zaměstnanců. Místo dosavadních 1647 Kč budou počínaje lednovou platbou odvádět 1803 Kč. Pro OBZP je splatnost stejná jako u OSVČ, tedy od 1. dne kalendářního měsíce, za který se platí, do 8. dne měsíce následujícího. Zaměstnavatelé odvádějí za své zaměstnance pojistné od 1. do 20. dne následujícího kalendářního měsíce. Navíc se zvyšuje z 2500 Kč na 3000 Kč částka započítatelného příjmu u dohod o pracovní činnosti – při jejím překročení se osoba činná na základě DPČ považuje pro účely zdravotního pojištění za zaměstnance. Zaměstnavatel takovou osobu musí jako svého zaměstnance přihlásit ke zdravotnímu pojištění a odvádět za ni pojistné. Kdo pracuje na DPČ za více než 2500 Kč, ale méně než 3000 Kč, přestává být pro účely zdravotního pojištění zaměstnancem. Připomínáme, že pokud pojištěnec nemá po celý kalendářní měsíc příjmy ze zaměstnání, ze samostatné výdělečné činnosti a není za něj plátcem pojistného stát, stává se osobou bez zdanitelných příjmů, která je povinna si platit sama zdravotní pojištění v zákonem stanovené výši.

Mění se i výše pojistného, které za „své“ pojištění platí stát: částka se zvýšila na 1018 Kč (dosud 969 Kč). „Nárok na platbu pojistného státem mají nezaopatřené děti, důchodci, příjemci rodičovského příspěvku, ženy na mateřské nebo osoby na rodičovské dovolené, osoby pobírající peněžitou pomoc v mateřství, uchazeči o zaměstnání a mnozí další. Při souběhu kategorie „státní pojištěnec“ se zaměstnáním nebo podnikáním nemá dotyčná osoba povinnost dodržet minimální vyměrovací základ,“ vysvětlil O. Tichý. (tz)

Jsou banky připraveny na digitální revoluci?

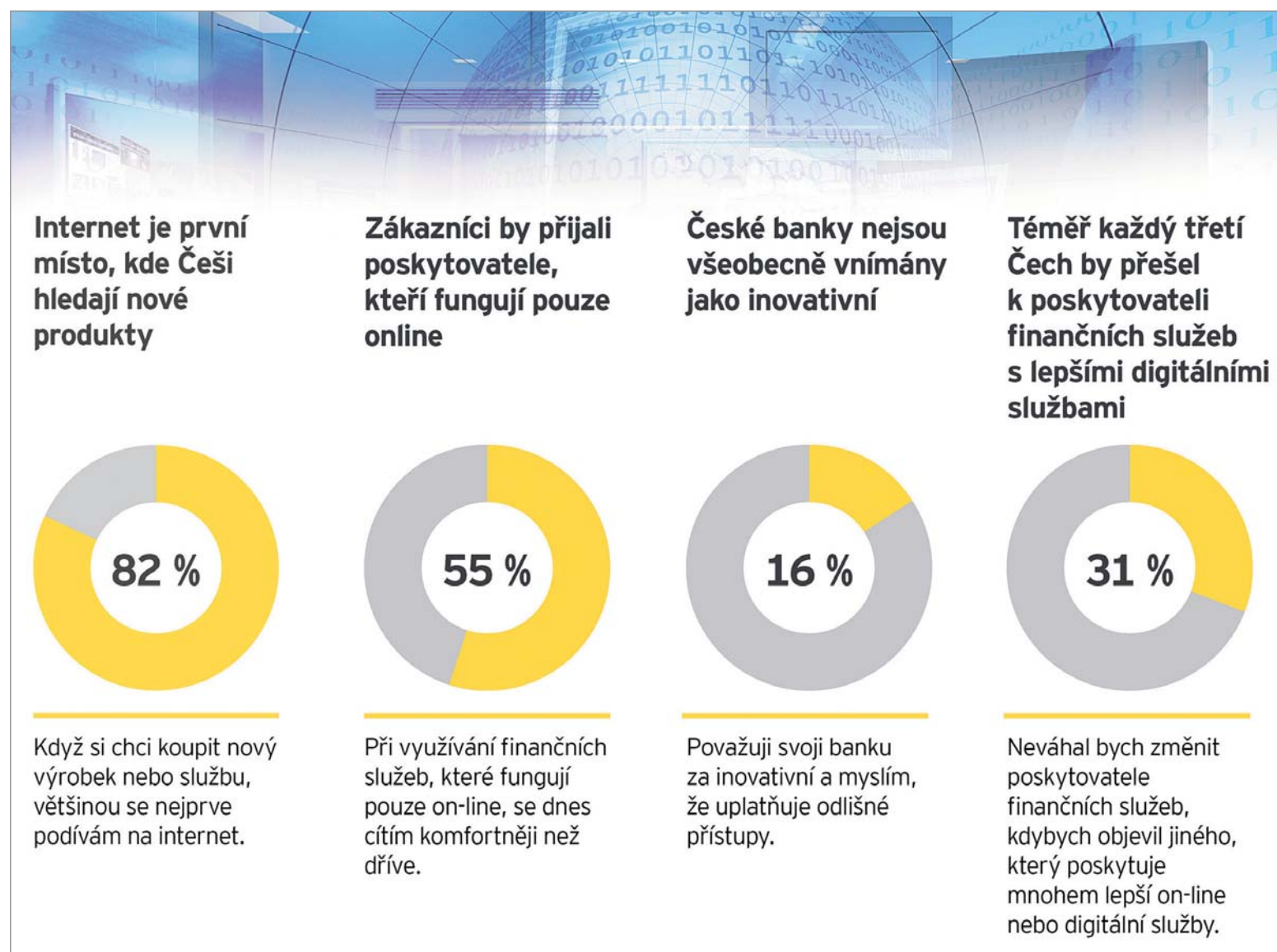
Na 82 % zákazníků, kteří se rozhodují o koupi nového produktu, jde nejprve na internet. Banky ale zatím neumějí dostatečně využít jeho potenciálu. Zhruba 31 % Čechů by přešlo ke konkurenci, pokud by nabídla lepší online bankovní služby. Jen 16 % klientů vnímá svou banku jako inovativní, což skýtá prostor pro potenciální nové hráče z řad fintechů, ale i zlepšování služeb ze strany zavedených bank. Pouze 40 % Čechů si vzalo hypotéku ve své primární bance, na Slovensku je to skoro dvakrát tolik, ukázal EY Consumer Banking Survey 2018.

Češi důvěřují bankám stále více, ty však neumějí proměnit obchodní příležitost ve svůj prospěch. Naprostá důvěra klientů k bankovním institucím v posledních čtyřech letech vzrostla téměř o polovinu, ze 40 na 57 %. Většina klientů (83 %) by svou primární banku doporučila ostatním. „Posílení vztahu zejména s mladšími klienty a přizpůsobení služeb jejich potřebám je pro banky klíčovým úkolem. V době digitální transformace a s postupným nástupem vyzyvatelů v podobě fintechových společností budou mít klienti řadu možností, jak se svým kapitálem naložit,“ uvedl Pavel Riegger, vedoucí partner oddělení poradenství pro finanční instituce ve společnosti EY.

Na 25 % populace je otevřeno možnosti poskytnout další informace o svých aktivitách bance výměnou za lepší služby ušité na míru. „Řada klientů využívá bankovní služby několika finančních institucí, a vybírá si tak nejvýhodnější nabídky. Pokud je čtvrtina populace ochotna sdílet více osobních informací, mají banky šanci nabídnout lepší servis, uspokojit specifické potřeby klienta a získat si jeho loajalitu. Kolik klientů skutečně poskytne své údaje, se ukáže, až budou moci v širší míře v rámci evropské směrnice PSD2 o platebních službách obsluhovat všechny své účty z jednoho místa,“ vysvětlil Pavel Riegger.

Pouze 40 % Čechů si vzalo hypotéku u své primární banky, kdežto na Slovensku téměř dvakrát tolik (78 %). „Nabízejí se otázky, proč české banky nedokážou nabídnout svým klíčovým klientům odpovídající podmínky nebo zda dokážou slovenští bankéři lépe předpovídat potřeby a přání Slováků, a získat tak dalšího hypotečního klienta. Případně, proč nevyužijí primární banky celou řadu výhod plynoucích z detailní znalosti svých klientů pro takovou nabídku hypotéky nebo refinancování hypotéky, které jejich konkurence ani finanční zprostředkovatelé nebudou moci překonat,“ komentoval situaci Pavel Riegger.

Při přístupu na internet lidé nejvíce chodí do internetového bankovníctví (84 %), dokonce více než na sociální média (47 %), e-shopy (71 %) nebo online zpravodajství (60 %). Více než polovina lidí (55 %) by se spokojila s přístupem k bankovníctví bez kamenné pobočky, tedy výhradně v prostředí internetu. Češi nejsou pří-



liš nakloněni využívání finančních služeb, které by nabídli nebankovní hráči, jako jsou například Amazon, Google, Apple či Facebook. Pouze 10 % Čechů by bylo ochotno využít finančních služeb, které by poskytovaly bigtechové společnosti. V ostatních zemích je tomuto způsobu správy financí nakloněno něco málo přes 20 % respondentů. „Rychle rostoucí technologické společnosti zatím nejsou pro tradiční finanční domy velkou hrozbou. Jestliže banky dostatečně uzpůsobí prostředí internetového či mobilního bankovníctví, pak tyto platformy mají potenciál stát se pro klienty vstupní branou do internetu. V personalizované platformě by klient mohl vyřizovat poštu, nakupovat aplikace, uskutečňovat platby nebo číst zprávy. Vznikaly by zcela nové sociální komunity a „webové ekosystémy,“ odhalil budoucnost bankovníctví Pavel Riegger.

Kolem 55 % populace navštěvuje kamennou pobočku méně často než před rokem. Rovněž už si tolik nevolají s pracovníky call center – 37 % Čechů nevolalo na zákaznickou podporu nikdy a 40 % dnes volá méně než před 12 měsíci. V posledním roce komunikovalo prostřednictvím zákaznického servisu se svou bankou pouze 26 % klientů. V porovnání s průměrem regionu je to o polovinu méně (52 %).

„Češi se při komunikaci s bankéřem prostřednictvím chatu zatím necítí komfortně, ale zároveň více než polovina populace by se spokojila s bankou, která je ryze virtuální. Při klesající návštěvnosti poboček a interakci s call centry se live chat s bankéřem může stát klíčovým nástrojem komunikace s klienty. Banky mohou s využitím robo-chatu zajistit dostupnost 24 hodin denně, sedm dní v týdnu, uspořít na nákladech a současně s pomocí umělé inteligence zpracovávající v reálném čase obrovské množství klientských dat zvýšit kvalitu služeb,“ uvedl Pavel Riegger.

Internet je první místo, kde osm z deseti Čechů hledá nové zboží nebo služby, a to nejen prostřednictvím vyhledávačů, ale také cenových srovnávačů. Svou primární banku považuje za inovativní pouze 16 % klientů, což je nejméně v porovnání se Slovenskem (21 %), Maďarskem (20 %) nebo Rakouskem (25 %). Ještě méně našich lidí (13 %) vnímá nabídku online služeb v primární bance jako lepší oproti konkurenci. Každý třetí Čech (31 %) by neváhal přejít ke konkurenci, pokud by mu nabídla lepší digitální služby.

„Akvizice klientů a prodej produktů a služeb se stále více přesouvá do prostředí inter-

netu. Zvítězí ten, kdo dokáže identifikovat vznikající potřebu zákazníka a nabídnout své služby,“ konstatoval Pavel Riegger a doplnil: „Zde je možná inspirace u nebankovních subjektů jako například Netflix. Ten pracuje velmi dobře s datovou analytikou. Dokonce píše scénáře seriálů a filmů na základě dat získaných od klientů. Ví, v jaké minutě má přijít zápletky, např. vražda, aby divák neztratil. České banky mají obrovský nevyužitý potenciál pro inovace v onlinu. V momentě, kdy se většina transakcí uskutečňuje na internetu, musejí finanční instituce naslouchat klientům, aby přizpůsobily své služby, ale i uživatelskou přívětivost a změnily vnímání inovativnosti v očích klienta.“

Inovace v oblasti plateb zatím nejsou příliš rozšířené. Česká republika je světovou velmocí v používání bezkontaktních platebních karet. V oblasti mobilních plateb ale jen pomalu doháníme svět. Z průzkumu vyplynulo, že v Česku aktuálně využívá mobilní platby pouze 12 % lidí, na Slovensku 14 %, v Rakousku 28 % a v Maďarsku 33 %. Avšak v budoucnu by chtěli mobilní platby využívat i další spotřebitelé, v Česku 25 % populace, na Slovensku 31 %, v Rakousku 19 % a v Maďarsku 24 %.

(tz)

Češi stále méně navštěvují kamenné pobočky bank

