



KRKONOŠSKÉ OBÁLKY



Vyrábíme obálky, které potiskujeme již od 100 kusů. Umístíme na ně logo, obrázek, marketingové sdělení. Potiskneme i obálky pro vánoční a novoroční přání.

tel.: +420 499 300 412
www.krkonosske-obalky.cz

Století spjaté s vodou v naší zemi



O vodě a jejím významu začínáme mluvit s úctou i obavami. Zjišťujeme, že její dostatek a čistota není zas až takovou samozřejmostí jako v minulosti. Mnozí z nás uvažují o tom, jak s ní lépe nakládat, vznikají firmy, jejichž business je s vodou spjat zcela bezprostředně. O správné hospodaření s ní dbá již sto let Výzkumný ústav vohohospodářský T. G. Masaryka, v.v.i., v Praze. Má za sebou historii plnou činorodosti, úspěchů a stále široký záběr aktivit vyvěrajících z celospolečenské poptávky. Hovořila jsem o tom s ředitelem Ing. Tomášem Urbanem:

Století výzkumu, nápadů, nových myšlenek, doporučení, projektů k tomu, aby naše země správně hospodařila s vodou a starala se o ni jako o cenný a nezastupitelný zdroj života. Jak se dá taková doba rekapitulovat?

Není jednoduché popsat období sta let, ať už jde o lidský život, nebo o existenci firmy. Už jen když si uvědomíme, kolika změnami si za tu dobu prošla česká společnost, tak sto let jsou vlastně celé naše novodobé dějiny. Náš ústav byl založen velmi brzy po založení Československé republiky, konkrétně schválením na schůzi ministerské rady 9. prosince 1919 a to s pracovišti v Praze, Bratislavě a Užhorodě. Bylo to období změn, nových vizí a velkých cílů, na druhou stranu však nový stát musel zajistit fungování běžných činností, které vnímáme jako samozřejmé od zásobování potravinami přes novou měnu, policii a armádu až po státní instituce. Mezi tím vším se pak objevila i potřeba zabývat se vodním hospodářstvím. Samozřejmě, ani náš ústav nevznikal na zelené louce, jeho kořeny lze najít v bývalém Rakousko-Uhersku, ale pro složitost doby ovlivněné 1. světovou válkou jej lépe je vnímat spíše po stránce odborné než návaznosti na jednu konkrétní organizaci. Je však skutečně úžasné sledovat jak složité procesy, vlivy i náhody vedly k tomu, jakou pozici dnes výzkumný ústav ve společnosti zastává. O důležitosti ústavu pak svědčí i to, že již za dva roky mu byla vyčleněna nová lokalita a přidělen rozpočet ve výši na tu dobu astronomických 5,5 milionů korun. Ústav pak mohl začít stavět budovy, které jsou základem našeho areálu v pražské Podbabě dodnes.



Ing. Tomáš Urban, ředitel Výzkumného ústavu vodohospodářského T. G. Masaryka

Je potěšitelné sledovat, kolik uznávaných odborníků, vědců a řídicích pracovníků bylo s ústavem spojeno či přímo ústavem prošlo, případně pro kolik důležitých organizací zabývajících se vodou byl základem, mj. se z něj odštěpily meteorologické služby, které se staly základem Českého hydrometeorologického ústavu nebo ze slovenské pobočky vznikl slovenský Výzkumný ústav vodného hospodářstva. O stavu společnosti v určitých obdobích pak vypovídá i to, kdy jsme si mohli k názvu přidávat jméno našeho prvního prezidenta T. G. Masaryka, a kdy nám naopak byla tato možnost odepírána. Lze stručně charakterizovat, co zásadního váš ústav k péči o vodní zdroje, a nejen o ně, dal našemu státu? Záběr má náš ústav skutečně široký, takže je složité vybrat jen několik úspěchů, ale za zmínku určitě stojí účast při přípravě prakticky všech velkých vodních staveb realizovaných na území naší země, možná bude čtenářům blízká příprava a realizace zdrojů pitné vody pro Prahu: Káraný a Želivka. Pro odborníky je pak velmi důležitý výzkum v oblasti čištění odpadních vod, hodnocení jakosti povrchových i podzemních vod, spolupráce na tvorbě vodohospodářských či povodňových plánů a nyní i řešeních pro období sucha. Atraktivním je rovněž výzkum

z pohledu pesticidů, farmak či drog ve vodě. Ústav má i radiologickou laboratoř a je součástí radiologické sítě v případě ohrožení vod radioaktivními látkami. Nesmíme zapomínat ani na výzkum migrace lososovitých ryb, včetně posuzování tzv. rybích přechodů, kterými ryby mohou překonávat překážky v tocích řek. Jaká je prognóza pro klima u nás? Bude v následujících desetiletích dostatečně pršet a sněžit, nebo spíše ne? I při vši úctě k novým technologiím – dá se to vůbec předpovědět? Odpověď by měla být směřována spíše na Český hydrometeorologický ústav, který má tyto předpovědi ve své kompetenci, ale dá se říct, že celosvětové klima se mění a dlouhodobá předpověď se dá se odhadovat jen velmi složitě. Naši dědové, ale i babičky, abychom to měli genderově správně, měli odpozorované pravidelné přírodní cykly, které nám nyní nefungují. V novodobé historii byla sucha dva tři roky, výjimečně čtyři, nyní však máme sucho již šestým rokem. S velkou pravděpodobností se však dá očekávat, že bude celkově tepleji. Již několik stupňů navíc však má dalekosáhlé dopady. Znamená to teplejší zimu, ta má za následek méně sněhu, to ovlivní vsakování vody, a tím jí dostaneme méně do podzemí, tedy i do studní, ale i řek.

pokračování na straně 4

Pro osobnosti manažerské a podnikatelské scény

Manažeři, podnikatelé, lídři z celé České republiky se začínají přihlašovat do dalšího ročníku soutěže MANAŽER ROKU. Vyhlášovatelem je Česká manažerská asociace a její partneři. Soutěž má za sebou 26 let, nejvyšší ocenění Manažer a Manažerka roku převzalo 61 osobností, do finále postoupilo 1500 manažerů, z nichž řada byla ohodnocena v deseti hlavních kategoriích. I letos MANAŽER ROKU nabízí deset hlavních kategorií a také cenu České podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj.

Nynější 27. ročník výrazněji reflektuje nástup digitalizace a moderní trendy v managementu. Přináší vedle oborových kategorií nové kategorie, jako je Manažer digitálního věku a Manažer malého a středního podniku. Poprvé bude udělena Cena mediálních partnerů. Vítězové a finalisté soutěže změny hodnotí pozitivně. Za přínosy označují možnost porovnat se s nejlepšími manažery, networking a propagaci. Kladně hodnotí poskytnutý benchmarking, který zpracovává tým odborníků hodnotitelské komise. „Systém hodnocení je zaměřen na principy řízení, podporující konkurenceschopnost a excelenci organizací, které naši manažeři vedou,“ řekl předseda hodnotitelské komise a člen prezidia ČMA Petr Kazík, jednatel společnosti AHRA. Informace o soutěži jsou k dispozici na www.manazerroku.cz. (tz)

RHK Brno pomáhá

Desítky vzdělávacích kurzů nabídne v zimě svým členským firmám Regionální hospodářská komora Brno. Zaměstnanci podniků si budou moci osvojit nové znalosti například v IT či účetnictví, ale také v obsluze CNC strojů nebo cizích jazycích. Kurzy jsou díky dotačnímu programu EU zdarma.

Začátek kurzů je plánován na období zima 2019/2020, skončit by měly na jaře 2022. „Veškerá projektová agenda zůstane na naší straně, financování kurzů je pak ze sta procent zajištěno z Evropského sociálního fondu, Operačního programu Zaměstnanost,“ uvedl ředitel Regionální hospodářské komory Brno Čeněk Absolon. Členské firmy a jejich zaměstnanci se mohou vzdělávat i v měkkých a manažerských dovednostech, jako je logistika, zákaznický servis, programování a další. „Připraveny jsou rovněž účetní, ekonomické a právní kurzy, ale též technické vzdělávání. Vedle obchodního a pracovního práva a novinek z účetnictví tak půjde o kurzy zaměřené třeba na svařování, hydrauliku nebo obsluhu CNC strojů,“ doplnil Čeněk Absolon. (tz)

Najdete uvnitř listu		
Český nezávislý maloobchod: o hledání souvislostí a východisek		3
V centru všech našich aktivit vždy byl a bude exportér		5
Kapitálovou přiměřeností převyšuje Artesa většinu bank na českém trhu		7
Evropský patent od přihlášky k udělení		8
Mimořádná listopadová ocenění pro firmy, organizace i jednotlivce		9

Spořitelní družstvo Artesa má nového akcionáře: Biskupství českobudějovické

Římskokatolické Biskupství českobudějovické vstoupilo do největší české záložny Artesa. Biskupství získalo ve spořitelním družstvu prostřednictvím majoritního akcionáře Artesa Capital, a. s., podíl 9,5 % akcií.

Biskupství českobudějovické v krátké době požádá Českou národní banku o nabytí kvalifikované účasti, aby mohlo dále navýšit svůj podíl a získat v záložně majoritu. Dalším krokem biskupství

bude nejenom navýšení kapitálu a žádost o bankovní licenci, ale především rozšíření služeb pro klienty. Artesa zavede ještě v letošním roce systém zvýhodněných půjček pro začínající podnikatele a rychlé půjčky na nákup nemovitostí. Biskupství českobudějovické vstupuje do světa finančních služeb s cílem vybudovat ze záložny Artesa silnou banku, kterou zaštítí nejenom svojí finanční silou, ale především autoritou a osvědčenými zásadami. V souvislosti s touto změnou se stal předsedou správní rady

Artesa Capital, a. s., generální vikář českobudějovické diecéze Mons. ThLic. David Henzl. Spořitelní družstvo Artesa je největší česká záložna, má bilanční sumu 3,8 miliardy korun, kapitál 850 milionů korun a 4100 klientů. Kapitulovou přiměřeností necelých 25 % Artesa převyšuje většinu bank na českém trhu. Biskupství českobudějovické je rovněž silným ekonomickým subjektem, který spravuje vlastní aktiva v objemu téměř šest miliard korun. (tz)

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: 11. listopadu 2019

PhDr. Eva Bixi-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, **e-mail:** bixi@iprosperita.cz

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

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

Pavel Kačer, redaktor
mobil: 724 501 791, **e-mail:** kacera@iprosperita.cz

Kateřina Šimková, 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 Rožníčková

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

Témata nikoli promlčená

Stovky odborníků, jako jsou lékaři, zdravotní sestry, sociální pracovníci, terapeuti, pedagogové, se sešly 16. a 17. října v Ostravě-Porubě, kde se uskutečnil 23. ročník celostátního kongresu Gerontologické dny Ostrava určený těm, kteří pečují o seniorskou populaci. Témat více než zajímavých, a nejen k zamyšlení, zde bylo prezentováno mnoho, třeba Nukleární medicína jako terapie, Kardiochirurgie a lidské stáří, Místo eutanazie v našem kulturním prostředí nebo Reforma psychiatrie se týká i seniorů. Organizátorem byla společnost DTO CZ pod vedením Ing. Alana Vápeníčka, CSc. Myslím, že takových projektů je víc než třeba – prezentují totiž přístupy, náměty, příklady, jež napomáhají a zejména budou napomáhat nám všem. Stáří si totiž nevybírá – čeká každého z nás. **Eva Bixi**

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Kde končí novináři

Tiskové konference agentury Grafton Recruitment bývají vždy zajímavé, protože přináší srovnání příjmů různých profesí v ČR a okolních zemích. Navíc se odehrávají tak jako ta říjnová, v překrásném prostředí pražského hotelu Paříž. Asi se nelze divit, že v podrobných tabulkách Graftonu chybí profese jako novináři nebo politologové. Nikdo z klientů je totiž nepoptává. Ptali jsme se, kde končí ti, kteří tyto obory vystudovali. Odpověď zní jednoznačně: většina z nich končí v podnikových službách. Není divu, pracovních míst v médiích je méně než žurnalistů. Na druhou stranu ekonomika trpí nedostatkem lidí s technickým vzděláním a z nouze sáhne po každém, kdo je ochoten se requalifikovat. **Pavel Kačer**

Mediální partnerství v roce 2019

1. MANAŽER ROKU
2. ČSJ: Česká kvalita 2018
3. Marketér roku
4. Akce společnosti 1. VOX, a. s.
5. Konference Kvalita – Quality
6. Schůzky Cosmopolitan Exekutive Helas Ladies Club
7. Soutěž Česká chuťovka
8. Projekt Ocenění českých podnikatelů
9. Mezinárodní strojírenský veletrh
10. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
11. E.ON ENERGY GLOBE 2019
12. Konference ISSS
13. Excelentní žena
14. Konference SYMA
15. Engagement a výkonnost v digitální éře
16. Hvězda GERnetic Česko 2019
17. Exportní cena DHL
18. Oslava Všešarské cibule
19. Mezinárodní konference MakeQuality Grent Again!

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
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, obchodní ředitel společnosti Artesa, spořitelní družstvo
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce
- **Ing. Vít Pěkný**, Sales Manager – osobní vozy ve společnosti Fiat Chrysler Automobiles CZ/SK
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, místopředsedkyně Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy Jaja Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, předseda představenstva Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Ing. Tomáš Milich**, výkonný ředitel divize drůbež společnosti AG MAIWALD a.s.
- **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
- **Bc. Petr Paksi, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Michal Hanáček**, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Zásobníky jsou připraveny na zimu

Na zimu je připraveno všech šest podzemních zásobníků zemního plynu společnosti innogy Gas Storage. Dnes jsou naplněny na 100 %. Celková kapacita zásobníků činí 28,7 TWh, což představuje zhruba třetinu spotřeby plynu v České republice. „Plynárenská infrastruktura skupiny innogy v České republice je plně připravena na začátek topné sezony 2019/2020. Díky zásobníkům se tak jako každý rok mohou miliony domácností spolehnout na vytápění plynem v zimním období,” řekl Lubor Veleba, jednatel společnosti innogy Gas Storage.

Význam zásobníků plynu pro zajištění spolehlivých dodávek českým domácnostem a firmám je zejména v zimě naprosto klíčový. „V mrazivých dnech zásobníky pokrývají více než polovinu dodávek plynu pro celou Českou republiku,” doplnil Lubor Veleba.

Rozhodujícím prvkem pro skladování plynu je zajištění spolehlivého a bezpečného provozu podzemních zásobníků. „Jde o unikátní technologii, která vyžaduje maximální a velmi

odbornou péči. Každoročně proto investujeme do spolehlivosti a bezpečnosti zásobníků desítky milionů korun,” vysvětlil Lubor Veleba.

innogy Gas Storage je největším provozovatelem podzemních zásobníků plynu na území České republiky. Společnost provozuje celkem šest zásobníků s celkovou skladovací kapacitou 28,7 TWh. V Čechách je to unikátní kavernový zásobník v Hájích na Příbramsku, dále jsou to zásobníky Dolní Dunajovice a Tvrdonice na jižní Moravě a Štamberk, Lobodice a Třanovice na severu Moravy. Z podzemních zásobníků dokáže innogy Gas Storage v zimním období vytěžit až 422 GWh zemního plynu za den, což jsou téměř dvě třetiny špičkové spotřeby celé země.

Po schválení transakce mezi RWE a E.ON Evropskou komisí se společnost innogy Gas Storage připravuje na přechod do majetkové struktury koncernu RWE, který se uskuteční v průběhu příštího roku. Souvisí to s výměnou aktivit obnovitelných zdrojů, které budou převedeny do RWE. Společnost se i nadále soustředí na zajišťování bezpečnosti dodávek zemního plynu v ČR. **(tz)**

Kolize se zvěří stojí desítky milionů

Ačkoliv škody na vozidlech eviduje Allianz pojišťovna především po bouračkách z nepozornosti, řádění zlodějů či přírodních živlech, každý rok klienti nahlásí i přes 2000 střetů se zvěří. Nejčastěji k nim dochází ve Středočeském, Jihočeském a Plzeňském kraji.



foto Pixabay / koláž Schneidy

Jenom za prvních devět měsíců letošního roku zaznamenala Allianz 1658 střetů se zvěří. Ve Středočeském kraji jich pojišťovně prozatím ohlásili 274 v hodnotě přes 12 milionů korun, Jihočeský kraj eviduje 239 škod ve výši necelých 12 milionů a na Plzeňsku jí motoristé oznámili 182 událostí za sedm milionů korun. Průměrná výše škod u kolizí se zvěří se sice pohybuje okolo 32 000 korun, letos jsme ale motoristovi, který se v okrese České Budějovice střetl s daňkem, vypláceli pojistné plnění ve výši více než 520 000,“ upozornila analytička Allianz pojišťovny Martina Červenková.

V roce 2017 došlo k 2801 případů, za uplynulý rok jich bylo 2041. Skutečný počet střetů se zvířaty je však mnohem vyšší, protože ne každá srážka je nahlášena jako dopravní nehoda.

Při střetu se zvěří je zapotřebí vždy zavolat policii, bez ohledu na výši škody či na tom, zda zvíře po srážce uhynulo nebo uteklo. Policie vytvoří záznam o nehodě, který zároveň bude sloužit jako důkaz pro pojišťovnu, že nejde o pojistný podvod. Řidič samozřejmě nesmí zvíře ani odvézt, to lze kvalifikovat jako pytláctví, a stejně tak nesmí poraněné zvíře zabít. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

generální partner:

GC®
GASCONTROL

hlavní partner:

VARNSDORF
TOOLS

partneři plus:

T-SOFT
Top Solution For Tomorrow

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

KRKONOŠSKÉ OBÁLKY

HASIČSKÁ
UZÁJEMNÁ
POJIŠŤOVNA, 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

ASOCIACE
INOVATIVNÍCH ÚSTAVŮ

SOCR ČR
Společnost pro ochrannou a cestovní ruch ČR

ČMA

KZPS

SÍDLIŠTĚ PODNIKATELŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČESKÉ REPUBLIKY

ACHTO
ASOCIACE ČESKÝCH TRADIČNÍCH OBODŮ

AVO

caim

SVAZ KVĚTINÁŘŮ A FLORISTŮ ČESKÉ REPUBLIKY

ČESKÝ
KRAJ

ČM s M

CZECH GAS ASSOCIATION

ČESKÝ PLYNÁRENSKÝ SVAZ

Prosperita vás provází dním v businessu už 21 let!

Český nezávislý maloobchod: o hledání souvislostí a východisek

Vzpomínkami a nostalgii na časy, kdy se v Čechách a na Moravě dařilo malým venkovským prodejnám, situaci, která je nyní, nezachráníme. Ale možná právě tyto vzpomínky by mohly pomoci oprášit někdejší slávu a roli tvůrce pospolitosti lidí žijících na vesnicích či v malých městech.

Mít svoji prodejnu smíšeného zboží, železářství či domácích potřeb mělo něco do sebe. Bylo do ní blízko, sortiment v sobě ukrýval leccaké poklady. V obyčejném obchůdku jste přes pult nakoupili čerstvé pečivo každý den, mléko, tvaroh, zákusky, kyselé ryby, šunku, vejčka, prostě cokoli, co bylo potřeba. Přišli jste, pronesli pár slov, odnesli si v tašce vše potřebné. Nebylo třeba slídit na internetu a čekat na kurýra. Sešity, vodovky i balící papír měli v každém papírnictví. Tepláky, pyžama a kapesníky zase v textilu stejně tak jako povlečení a ručníky. Obuv dětskou, dámskou i pánskou, rukavice a kabelky také nebylo nutné shánět jen v centru dění. Tak nějak se nakupovalo a komunikovalo regionálně. Mělo to mnoho výhod. Ale časy se mění a historii nemá smysl chtít opakovat. Na druhé straně se tvrdí, že počítat právě z ní se lze kdykoli.

Zastánci českého nezávislého maloobchodu nahlízejí na věc prostřednictvím Asociace českého tradičního obchodu pragmaticky a tržními zkušenostmi 30 let naší novodobé historie a snaží se hledat východiska, protože obslužnost venkova má nejen své kouzlo vztahů, ale také zde drží lidi a mohla by daleko více. O tom jsem hovořila s předsedou AČTO Ing. Zdeňkem Juračkou:

Udržitelnost českého nezávislého maloobchodu je pro AČTO velké téma, vlastně to hlavní. Na Zemi žitelce asociace iniciovala diskuzi s vicepremiérem a ministrem průmyslu a obchodu Karlem Havlíčkem s tím, že jste otevřeli téma života na venkově, roli maloobchodu, podporu podnikání. Co z tohoto setkání vyplynulo pro pozitivní posun situace při hledání řešení otevřeného problému?

I vaši čtenáři vědí, že se od května letošního roku intenzivně zabýváme přípravou vládního materiálu na dané téma, který si vyžádal při osobním jednání premiér. Na tomto jednání jsme probírali důvody toho, proč ročně z českého maloobchodního trhu mizí 500 i více českých nezávislých prodejen. Nabídl pomoc při hledání opatření k zastavení tohoto negativního vývoje v těch oblastech podnikání, kde to bude ještě možné a schůdné.

Bohužel jsme museli konstatovat, že některé pro české prostředí již nevratné jevy, ovliv-



Ing. Zdeněk Juračka, předseda Asociace českého tradičního obchodu

ňující naše postavení a budoucnost českého trhu, jsou již nevratné a bude velmi těžké alespoň zmírnit jejich trvale negativní dopad. Samozřejmě tím zásadním problémem byla a doposud je bezbřehá liberalizace našeho trhu, která stojí za bezprecedentním agresivní požíráním českého maloobchodního trhu a s ním i českých nezávislých prodejen. Důsledkem tohoto stavu je trvalé zhoršování ekonomiky našich prodejen a s tím související hledání východisek, která většinou vyústí v zavření další prodejny. Jedním z významných kroků, kterými chceme prosadit požadované změny, bylo setkání a jednání s ministrem Karlem Havlíčkem. Jsme potěšeni jeho velmi vstřícným názorem k prosazení navrhovaných změn do praxe. Ty jsou zakotveny v materiálu pro vládu, jehož dokončení a projednání vládou lze snad počítat v řádech dnů, nikoliv let.

Znamená to, že vaše připomínky a poznatky, které mají četné souvislosti, a jimiž několik let argumentujete, nalezly odezvu, jakou si skutečně zaslouží?

Snažím se uvěřit, že ano. Ono nám také nic jiného nezbyvá než doufat, že se stávající vláda alespoň pokusí některými opatřeními zmírnit tvrdý a nekompromisní dopad působení zahraničních řetězců na český trh, což má samozřejmě málo pozitivních důsledků pro naši budoucnost. A konečně si někteří z politiků uvědomí

i skutečnost, že negativní dopad se odráží v české ekonomice nejen na maloobchodním trhu, ale i v potravinářské výrobě, zejména té lokální.

Jakou roli mají dnes venkovské prodejny? A co tedy s těmi ztrátovými? Jak se dá problémem nadčasově řešit? Třeba na základě podpory podnikavosti či rodinného podnikání v určitých regionech, infrastrukturou, vizemi v cestovním ruchu?

Aby ze mne nečišel pouze pesimismus, mohu říci, že některé pozitivní kroky ke zlepšení postavení českého maloobchodu, zejména na venkově, se již podařily. Velmi významným zjištěním je pro mne zásadní změna v myšlení většiny venkovských starostů, kteří pochopili, že prodejna je nikoliv jenom služba, ale je to subjekt mající většinou dosti zásadní, a navíc pozitivní vliv na společenský život obce. Udrží se pospolitost života lidí na venkově a je takovým „lido- vým kulturním střediskem“, kterého si naučili venkovští obyvatelé vážit. Mám radost, že větší na starostů společně s námi bojuje za udržitelnost českého venkovského obchodu, snaží se i finančně podporovat ztrátové prodejny a podporují i naše jednání s kraji a státem.

Je nezbytné, aby podpora obchodu přímo souvisela i s podporou venkova jako takového. Jednotlivé články služeb nelze z venkovské komunity vytrhnout ani je jednotlivě preferovat na úkor těch druhých.

Světovým trendem je přesídlování obyvatelstva do měst, sílí tato tendence také u nás? Známe spousty lidí, kteří z ruchu a tlaku velkoměsta prchají na vesnici a smíří se raději s menším komfortem služeb, než aby posléze skončili v blázinci...

Migrace obyvatelstva je samozřejmě samostatným problémem, ať už jde o vylidňování venkova, nebo naopak o hledání klidného venkovského zázemí. Nám všem chybí objektivní pohled na celou problematiku. Většinou bohužel podporujeme pouze to, co se nám hodí tzv. do krámu. Chybí průzkum a vyhodnocení všech pro a proti a to nejen z pohledu státu, ale i jednotlivých regionů. Něco zcela jiného je hledání správných cest v silně průmyslovém a plně vybaveném regionu, a naopak v přírodních oblastech, kde může vybavenost venkova silně a pozitivně ovlivnit například rozvoj cestovního ruchu.

Čím může být právě na venkově malá prodejna konkurenceschopná řetězcům? Jde to dnes vůbec? A nejsou úvahy o konkurenceschopnosti již překonané? Nejde spíš v případě takových obchodů o významný sociální prvek?

Uvedu trochu humorný, ale pravdivý příklad pohledu na věc. Jako asociaci nám bylo často vytýkáno, že neúspěchy na trhu jsou dány i malou profesionalitou a špatným vedením ekonomicky slabších prodejen. Jelikož mám u zahraničních řetězců mnoho známých a kamarádů, navrhl jsem jednomu z těch významnějších představitelů, že mu dám z několika ztrátových prodejen vybrat, aby na té vybrané prodejně prokázal umění řetězců „jak se to vlastně má dělat“. Po krátké úsměvné debatě mi sdělil, že by tu vybranou prodejnu uzavřel. To je klasický příklad, který mi naopak připomíná několikrát mnou publikovanou velkou pochvalu pro některé provozovatele českých venkovských prodejen, zejména družstva, kteří ztrátové prodejny dotují ze zisku těch prodejen, které vykazují pozitivní výsledky. Velké ocenění náleží zejména těm, kteří tak činí, i když nemusí. Takových je čím dále tím méně. Ekonomika trhu je neúprosná a tak i ti dobří budou čím dále více dbát na udržitelnost maloobchodu tím, že ztrátové prodejny podporovat nebudou. Je to smutný, ale bohužel prokazatelný fakt. I proto bude AČTO nadále všemi silami i prostředky pomáhat českému trhu. Je to naše práce a odpovědnost. Pokud se najdou organizace i jednotlivci, kteří nám v tom pomohou, jsou vítáni.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Konica Minolta se přihlásila k naplňování národní strategie umělé inteligence

Konica Minolta podpoří záměr vlády Andreje Babiše vytvořit v České republice evropský superhub pro umělou inteligenci (AI). Její odborníci se zapojí do naplňování aktivit popsanych v Národní strategii umělé inteligence. Podílet se budou na tvorbě legislativy na národní a Evropské úrovni, jakož i na osvětových a vzdělávacích aktivitách. Silné tržní postavení a inovační produkty Konica Minolta by měly přispět k rychlejšímu zavádění AI technologií do praxe a pomoci splnit vládní cíl být v roce 2022 modelovou zemí pro celou Evropu v automatizaci.

„Historicky první R&D centrum Konica Minolta v Evropě vzniklo před čtyřmi lety v Brně. Více než sto špičkových expertů se tam věnuje vývoji a výzkumu produktů z oblasti inteligentních systémů, jde například o řešení pro automatizaci dat a digitální pracovní prostředí. Je proto zcela přirozené, že se zapojíme do aktivit, které mají Česko transformovat v ekonomiku založenou na přidané hodnotě a chytrých řešeních,“ vysvětlil Matěj Dusík, portfolio manažer odpovědný za aktivity a vývoj v oblasti umělé inteligence skupiny Konica Minolta v Evropě.

„Česká republika má po mnoha letech šanci hrát světový prim. A to právě v umělé inteligenci. Právě AI umí lidem významně zlepšit život, a to v mnoha oblastech, jako je zdravotnictví, školství, komunikace s veřejnou správou, obchod, služby či doprava,“ řekl vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček a dodal: „Stát si význam AI uvědomuje, proto mu věnuje mimořádnou pozornost. Mimo jiné jsme už představili národní téma umělé inteligence, podepsali memoranda o spolupráci se špičkovými výzkumnými týmy z univerzit

a další chystáme. To vše s cílem zajistit bezpečnou společnost, zjednodušit lidem život a ziskat pro Českou republiku Evropské centrum excelence.“

V brněnských laboratořích vyvíjejí systémy Konica Minolta pro řízení podnikových procesů, které následně míří do celého světa. Aktuálně pracují na jejich nové generaci, která umožní výrazné snížení provozních nákladů právě díky využívání technologie AI a kognitivní automatizace. Určené jsou zejména pro výrobní podniky, maloobchod a oblast logistiky. R&D týmy tvoří odborníci nejen z tuzemska, ale i ze zemí, jako je Japonsko nebo Velká Británie.

Přístup Konica Minolta k investicím do vývoje v ČR odpovídá ideálnímu scénáři, který si vytyčilo Ministerstvo průmyslu a obchodu. „Špičkový český výzkum je klíčovým nástrojem pro naši budoucnost. Dlouhodobě zásadní je pro nás přilákat špičkové talenty ze zahraničí, za

kterými přijdou výzkumná centra světových firem a další investice. Na ty naváže rozvoj start-upů a inovativních firem v celé ČR. Umělá inteligence se zkrátka neobejde bez té reálné a klíčového prvním krokem je vybudování Evropského centra excelence v AI v Praze,“ uvedl náměstek ministra pro digitalizaci a inovace Petr Očko, jenž se svým týmem strategií AI připravil.

Konica Minolta otevřela v Brně nejen své první R&D centrum v Evropě, ale také jedno ze svých pěti inovačních center na světě. Ve spolupráci s místními partnery, start-upy a univerzitami se jeho experti zaměřují na vývoj služeb v oblastech souvisejících se zpracováním dat, bezpečností IT systémů, fungováním virtuálních kanceláří a mobilními aplikacemi. Nově na sebe upozornili vývojem řídicího softwaru k chytrým brýlím AIRe Lens. V České republice se v těchto dnech dostávají do prodeje jako v jedné z prvních zemí EU. (tz)

Čtyři z pěti velkých firem v ČR mají významné rezervy v oblasti digitalizace

Digitalizace dokumentů a jejich následný tok automatizovanými firemními procesy. To je dnes již nevyhnutelný trend a směřování každé společnosti, která chce zefektivnit své fungování a dosáhnout zajímavých finančních úspor. V případě velkých firem a holdingů může snížení ročních nákladů spojených se zpracováním dokumentů díky digitalizaci dosáhnout až milionů korun. Přesto většina společností zdaleka nevyužívá celý potenciál, který zavedení správy elektronických dokumentů nabízí, tvrdí Jiří Limburský, obchodní ředitel pro velké zákazníky Konica Minolta Business Solution Czech. Šestým rokem řídí obchod zhruba s 500 zákazníky z řad velkých firem a holdingů v ČR. Oddělení Key account generuje přibližně třetinu obrátu přímého prodeje české Konica Minolta, tedy téměř 300 mil. Kč ročně. Zeptali jsme se ho:

Co si máme pod pojmem „správa elektronických dokumentů“ představit?

Jde o řetězec provázaných technologií a systémů, které dokážou efektivně pracovat s elektronickým dokumentem a automaticky zpracovávat jeho obsah. V praxi stojí na začátku tohoto řetězce multifunkční zařízení s výkonným skenerem, které dokument zdigitalizuje. Následuje pro každou společnost specifický koloběh dokumentu napříč firmou, systémy, odděleními a končí například v archivu nebo odchází ven směrem k zákazníkům či dodavatelům.

O jaké dokumenty jde nejčastěji?

Největší zájem bývá o digitalizace faktur nebo smluv. Digitalizace a nastavení automatizovaného procesu však dává smysl pro jakýkoli dokument, pokladní doklady, skladové výdejky, interní žádanky, dodací listy... Tento krok vždy pomůže ke zrychlení a zpřesnění procesu, zvýšení bezpečnosti, a samozřejmě i k finančním úsporám.

Na čem mohou firmy po zavedení těchto řešení ušetřit?

Především na lidské práci. Nezřídka se stává, že v každém oddělení firmy sedí hned několik zaměstnanců, kteří tráví většinu svého času přepisováním údajů z papírových dokumentů do různých systémů, tabulek, výkazů a podobně. Při zavedení digitálních řízených procesů stačí pak obvykle jeden člověk, který automatickou práci systému kontroluje.

V čem spočívá tato automatická práce?

Technologie, o nichž mluvíme, dokážou obsah dokumentů takzvaně vytěžit, tedy vybrat relevantní údaj a přepsat jej tam, kam patří. Počty objednaných kusů zboží do skladových systémů, jméno obchodníka do HR oddělení, termín dodání do výroby a tak dále. Dokument je také přesně rozpoznán, a díky tomu odeslán ke správnému zpracování. Faktura do účetního oddělení, smlouva k podpisu panu řediteli... Fungování tohoto koloběhu tradičním způsobem vyžaduje mnoho času, který mohou firmy ušetřit. A díky zrychlení a zvýšení bezpečnosti se vyhnou také případným sankcím spojeným s prodlením či ztrátou dokumentu, většinou způsobeným selháním lidského faktoru.

Digitalizace a vytěžování dokumentů jistě dokážou přinést firmám významné benefity. Není to však pro skutečně komplexní řešení přece jen málo?

Systémy na digitalizaci a vytěžování jsou samozřejmě pouze jednou z částí našeho portfolia. Samozřejmě, že nabízíme rovněž cloudová řešení, ale dále také například aplikace nad Share-Pointem, propojení s MS Office 356, CRM a ERP systémy. Zvládneme i naprogramovat systém na zakázku na míru konkrétnímu zákazníkovi. Díky tomu můžeme svým zákazníkům poskytnout služby z pozice systémového integrátora, posoudit a zefektivnit veškerou firemní softwarovou infrastrukturu.



Jiří Limburský, obchodní ředitel pro velké zákazníky Konica Minolta Business Solution Czech

Když je toto řešení pro firmy takovým přínosem, proč už ho všechny dávno nemají?

Mnoho velkých společností už samozřejmě digitalizaci řeší, stejně jako zavádění automatizovaných procesů. Většina z nich se však zaměřila například pouze na zmíněné faktury a účetnictví a jiná oddělení neřeší. Nebo digitalizují více dokumentů, ale zase nemají pokrytý celý proces, chybí třeba archiv nebo napojení na další podnikové systémy.

Takže by se dalo říci, že používají polovičatá řešení. Můžete uvést nějaký konkrétní příklad oboru, kde mají firmy stále mezery?

Jsou to například velké banky, pro které představuje zpracovávání dokumentů a dat významnou činnost. Také zde stále nacházíme dost procesů, které je možno výrazně posunout. Se situací, kdy v oblasti zefektivnění práce s dokumenty nemáme zákazníkově co nového nabídnout, se setkáváme přibližně v jednom z pěti případů.

Podle čeho mohou firmy odhadnout konkrétní potenciál a možnosti, které jim digitalizace a řízené procesy nabízejí?

To samozřejmě vyžaduje poměrně rozsáhlé a zároveň detailní posouzení, které by měl provést odborník. Taková analýza by měla zmapovat všechny dokumenty a související firemní procesy, jejichž digitalizací a automatizací lze dosáhnout zefektivnění. Výsledkem by pak mělo být doporučení s nabídkou konkrétního softwarového řešení, včetně jeho přínosů. Z analýzy vychází architektura celé výsledné optimalizace, je proto nezbytné, aby byla skutečně důsledná a kvalitní.

Na co by se tedy měly firmy zaměřit při provádění této analýzy?

Především by ji neměly provádět samy, ale oslovit profesionálního dodavatele. Ten by měl být schopen posoudit co nejširší oblast dokumentů, procesů a systémů. V našem případě čerpáme při analýzách i z mnohaletých zkušeností dodavatele výsledných digitalizačních řešení a systémů pokrývajících celé dokumentové procesy. Troufám si říci, že umíme nabídnout nejkomplexnější analýzu dokumentových procesů na českém trhu.

Převažuje už poptávka po softwarových řešeních nad vaším tradičním tiskovým businesssem?

To ještě ne, byť v oblasti IT služeb rosteme o desítky procent ročně a zájem trhu je nezpochybnitelný. Přesto jsou základem většiny obchodních případů stále tisková řešení. Ukazuje se ale, že důvodem je pouhá „neznalost“. Zákazníkům neustále představujeme a vysvětlujeme možnosti a přínosy dokumentových procesů. Pokud je tato oblast zaujme natolik, že si u nás objednájí analýzu procesů a nechají nás „spočítat úsporu“, v drtivé většině je výsledek přesvědčí a k zavedení digitalizovaných řízených procesů se rozhodnou.

preparoval Garik Hammer

Století spjaté s vodou v naší zemi

dokončení ze strany 1

Větší teplo znamená vyšší výpar, tudíž sušší léto, zatažení a následně erozi půdy, horší výnosy zemědělců a opět méně vody v řekách atd. Čtenáři si jistě všimli, že nemáme jen málo sněhu, ale jsou častější i krátké, ale prudké lijáky, způsobující bleskové povodně, případně rychlý odtok vody bez toho, aniž aby se zadržela v krajině. A určitě nikomu neuniklo, že jaro a podzim prakticky vymizely.

Využívají vašich služeb firmy, například zemědělské, ovocnářské, specializující se na chov ryb nebo ty, které se zabývají lodní dopravou?

Jsme znalecký ústav, máme laboratoře na analýzu jakosti vody, provádíme posudky i průzkumy, takže naše služby využívají nejen firmy, ale i běžná veřejnost. Většina činností se však skutečně odehrává především v podpoře státní správy a v celostátním výzkumu.

Určitě vytváříte speciální projekty, na jiných participujete, připomínkujete vynálezy či patenty nebo je sami přihlašujete. Nač jste za posledních deset let skutečně hrdi? Co se podařilo?

Deset let je pro výzkum poměrně krátká doba, ale já si cením spolupráce s Ministerstvem životního prostředí na projektech zaměřených na mitigaci a adaptaci dopadů klimatických změn,



včetně tvorby předpovědního systému pro sucha tzv. HAMR, spolupráci s podniky povodí, ať již při revitalizacích toků, nebo i přípravě stavby vodních děl, mimochodem, právě nyní jsme dokončili fyzikální model pro analýzu hydrologických procesů na vodním díle Vranov mj. zásobujícím pitnou vodou oblast Vysočiny. Pokud by tedy zájemci chtěli vidět přehradu Vranov, tak nemusí jezdit až na Moravu, ale mohou se podívat na náš model. Účastníme se i velmi zajímavých projektů s Ministerstvem kultury např. tzv. zatopené kulturní bohatství nebo mapování vodárenských věží. Nemohu pominout velmi atraktivní spolupráci s pražským magistrátem na projektu Pól růstu, kdy komplexně hodnotíme vodní hospodářství v Praze, ať už jde o kvalitu pitné vody, včetně již zmiňované Želivky a Káraného, či o rekreační potenciál

aglomerace nebo dopady klimatických změn na život v Praze.

Prioritou je výzkum. Čeho se v současnosti týká především?

Máme přes 30 různých oblastí činnosti a ve všech vyvíjíme nějakou aktivitu, takže bych nerad na někoho zapomněl, ale výzkum se v poslední době zaměřuje, a to nejen v České republice, ale v celé Evropě, především na zabezpečení vodních zdrojů v době sucha, kvalitu vod a předcházení povodním. Je vhodné připomenout, že náš ústav se nezabývá jen vodou, ale i výzkumem v oblasti hospodaření s odpady a obaly, kde je další nepřehledné množství úkolů, které by se měly řešit.

Pitná voda se stává na planetě nedostatkou. V ČR dochází na mnoha místech také. Důvody jsou různé, ale většina odborníků se shoduje na tom, že jsme se s ní nenaučili řádně hospodařit. Myslíte si to také?

Nesdílím zcela tento názor, pokud se zaměříme na spotřebu vody. Češi patří mezi naprostou špičku v minimální spotřebě vody na osobu a den, kdy jsme s našimi 89 litry hluboce pod spotřebou jiných zemí a jsme téměř na hranici hygienického minima. Co však neumíme, je zadržet vodu v krajině, a především dostat ji pod zem. Česká republika je střechou Evropy. Žádná řeka k nám nepřitéká, závisíme jen na tom, co nám naprší. Není jedinečné univerzální řešení, ale je nutné využít všech možností od vsakování

dešťové vody přes mokřady, rybníky či vodní nádrže. Žijeme v době, kdy se očekává, že vše zařídí stát, ale v tomto případě můžeme začít snadno u sebe, na své zahrádce, nebo se i zamyslet nad tím, co vyléváme do odpadu. Vše totiž nakonec skončí v řece nebo v zemi a řečnická otázka zní: „Odkud čerpáme vodu na pití?“

Která z cest k rozumnému hospodaření s vodou a pitnou vodou se vám zdá efektivnější – osvěta, nebo legislativa?

Určitě je důležitější osvěta. Měli bychom se chovat podle svého přesvědčení a vědět, proč se něco musí nebo nesmí dělat než se slepě řídit pravidly a spoléhat na regulaci státem, a to ať již pozitivní formou dotací, nebo negativní pomocí pokut a zákazů.

Co o vodě ještě nevíme?

„Vím, že nic nevím,“ řekl Sokrates, a to platí i o vodě. Přestože slavíme sto let existence našeho výzkumného ústavu, tak se stále objevují další a další výzkumná témata, upřesňování toho, co známe, odstraňování omylů či propojování našich znalostí se zkušenostmi sousedů. Nebojím se tedy o to, že bychom neměli co zkoumat, ale spíše o to, abychom měli dost zájemců o studium v oboru vodohospodářství, a především, aby naše společnost byla natolik vyspělá, aby ve výzkumu pokračovala a nepokoušela se opět poroučet větru a dešti a měnit názvy organizací.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

V centru všech našich aktivit vždy byl a bude exportér

Kdybych se jako vlastník firmy, jež vyrábí třeba originální bylinné čaje nebo designové košíky na ovoce, rozhodla proniknout na zahraniční trh, obrátila bych se určitě co nejdříve na CzechTrade. Snažila bych se zjistit, jakou mám šanci oslovit zákazníky v Evropě nebo v Austrálii, jakou možností jsou kontakty, jež zahraniční kanceláře této státní agentury mají. Know-how, které odborníci z CzechTradu za léta působení doma i za hranicemi naší vlasti nasbírali, je nezastupitelné. Pomohlo řadě českých vývozců. Součástí aktivit je výrazný marketing CzechTradu. Ing. Zuzana Synková, ředitelka odboru marketingu a analýz, jsem se zeptala:

Agentura CzechTrade je kus vašeho profesního života. Co vlastně marketing v tomto případě obnáší a jaké vývojové etapy má za sebou?

CzechTrade pro mě opravdu znamená kus života. Začala jsem zde pracovat v lednu 2000 a prošla si nejrůznějšími pozicemi, z nichž klíčové byly pozice exportního konzultanta a čtyřleté působení v zahraniční kanceláři v Německu. Je to dlouhá doba, po kterou se CzechTrade v průběhu času hodně měnil, a mě bavilo, vlastně stále baví, být u toho. Marketing mám na starosti od roku 2013 a za tu dobu jsme ušli kus cesty. Byť působíme v oblasti státní správy, pojetí marketingu CzechTrade má blízko k tomu komerčnímu. Máme jednotný vizuální styl, zajímavé mediální projekty, online kampaně, plně funkční CRM systém a nabídku služeb nastavenou tak, aby reflektovala potřeby klientů, tedy exportérů jakékoliv velikosti a fáze zralosti.

Obor, který vám přirostl k srdci, svým způsobem propojuje všechny větve činnosti CzechTradu. Co je především jeho cílem?

Cílem je pochopitelně klient. V našem případě úspěšný exportér, spokojený s pomocí Czech-

Trade. A pokud si to nenechá pro sebe, tím lépe. Jde nám o to, aby firmy CzechTrade braly jako partnera, který jim umí poradit a se kterým ho pojí společný cíl – úspěch v zahraničí. Nejlépe funguje příklad a dobrá zkušenost, proto sdílíme úspěchy firem, a snažíme se tak inspirovat další.

V hledáčku agentury je pomoc českým exportérům, ať na domácí, nebo zahraniční půdě. Jak v tom figuruje právě marketing?

V centru všech našich aktivit je český exportér. Jemu je uzpůsobena nabídka služeb. Neděláme nic, co by firmám nepřinášelo konkrétní užitek, takzvané akce pro akce, ani si neděláme čárky za projekty, které vypadají dobře na papíře, ale v praxi nefungují. Nebráníme se ničemu novému, zkoušíme nové projekty, všechny ale objektivně vyhodnocujeme. Pokud nefungují, přistě zvolíme jinou cestu. Firmám nenutíme různé balíčky služeb a podobně, ale vyslechneme si, co potřebují a kam míří, a společně pak připravíme strategii firmě na míru. Každoročně si nezávislým průzkumem také ověřujeme, jaké jsou preference firem, ať z hlediska teritorií, nebo služeb, které jim je schopen stát v oblasti podpory exportu nabídnout.

V zahraničí zase pomáháme prodávat dobré jméno České republiky a prezentujeme obory, ve kterých vynikáme v celosvětovém měřítku, a samozřejmě také konkrétní české výrobce. Cílem je vzbudit zájem zahraničních obchodních partnerů o české výrobky a služby. Parketou CzechTradu jsou v tomto smyslu B2B aktivity, které umíme velmi dobře a které hlavně přinášejí konkrétní výsledky. Tím, že jsme za poslední dobu hodně aktivní v rámci ETPO, což je sdružení evropských agentur na podporu obchodu, právě jako je CzechTrade, máme možnost si ověřovat, že na to jdeme dobře. V něčem dokonce výrazně vynikáme v evropském porovnání – např. máme propracovaný systém exportního vzdělávání a efektivně podporujeme průmyslový design.



Ing. Zuzana Synková, ředitelka odboru marketingu a analýz CzechTrade

Když shrnete výsledky za letošní rok, z čeho máte největší radost? Naučily se vás vnímat i menší rodinné firmy, které uvažují o vývozu?

Každý úspěch firmy, která s námi spolupracovala, nás moc těší. U těch nejmenších rodinných firem je radost o to větší, že firma musela vynaložit hodně velké úsilí, aby uspěla. Ve srovnání s velkými firmami má mnohem menší tým lidí, menší finanční prostředky, ale o to větší snahu. Samozřejmě musí mít nějaké reálné předpoklady, aby se mohla pustit na zahraniční trh. Něco zvládnou tyto firmy samy, jinde jim pak pomůžeme my, hlavně jde o prošlapání cesty na zahraničním trhu a pomoc se získáním kontaktů.

A jak bych shrnula letošní rok? Pomalu se blíží ke konci, takže představu už mám. Byl náročný, ale hlavní akce už máme za sebou. Tradiční únorové setkání Meeting Point CzechTrade, kdy firmy konzultují své exportní záměry se všemi 50 řediteli zahraničních kanceláří a navazující společenské kontakty s klienty v praž-

ském Mánesu, se i letos povedlo na výbornou. Ale nejvíc mě potěšila akce, která byla pro nás letos novinkou a na její přípravu jsme měli hodně málo času – byl to Designblok. Letos poprvé jsme jako agentura vystavovali na prestižním designérském veletrhu v říjnu v Praze. A protože průmyslový design, který úzce souvisí s exportem, výrazně zvyšuje šance firem na úspěch v zahraničí, podporujeme už deset let, přítomnost na Designbloku dala této aktivitě jiný, konkrétní a zcela praktický rozměr. Jde nám o propojení firem a designérů, což se nám daří a tady jsme to mohli konečně předvést. Ohlasy firem byly skvělé a skvělá byla i spolupráce s organizátory Designbloku. Příští rok to chceme zopakovat.

Působit v exponované manažerské pozici pro ženu-matku není vždy nejjednodušší. Jak důležitá je pro vás organizace času? A čemu vás to ve vaší profesi naučilo?

Ano, jsem žena-matka, konkrétně desetiletých dvojčat, a čerstvě taky spolumatelka štěněte! Lze to skloubit tak, aby vše fungovalo jak v práci, tak doma. Chce to ale zaměřit se na to důležité a umět vytěsnit to nepodstatné. Nezdřezovat se zbytečnostmi a pochopitelně pracovat s časem. A to dost důsledně. Mateřství mě vrátilo na zem. Umím rozlišit, co ještě zvládnou, a do čeho už si nemůžu dovolit jít, protože doma na mě čeká rodina, která mě potřebuje.

V práci беру jako naprosto nejdůležitější tým lidí kolem mě. Každý má své kvality a schopnosti, každému je potřeba se individuálně věnovat a vedle jeho předností znát i jeho nedostatky a slabiny. Je to náročné, ale podmínky, které se pro tým podaří vytvořit a respektování každého jednotlivce, dávají dohromady úspěšně fungující celek.

Občas ocením, že bydlím za Prahou a do práce dojíždím. Cestou mám totiž možnost přepnout z manažerky na mamu!

otázky připravila Eva Brixí

30 let podnikání: česká značka má ve světě výborný zvuk



Výrobky s českou značkou mají v zahraničí výborný zvuk a často převyšují kvalitou i tamní produkty. Hledání nových exportních trhů je pro české firmy cestou, jak se úspěšně vyhnout zpomalení v ekonomice, které už začínají pociťovat, zaznělo na diskuzním setkání 30 let svobody v podnikání organizovaném ČSOB.

„České značky mají často větší úspěch v zahraničí než doma. My dokonce nové výrobky nejdříve vyzkoušíme za hranicemi, a až poté je začneme prodávat i doma,“ řekl spolumatel společnosti Alcaplast František Fabiřovic. Jeho firma vznikla koncem 90. let v garáži a nyní vyváží vybavení pro koupelny do sedmdesátky zemí. Souhlasil s ním Vlastislav Bríza, majitel rozsáhlého holdingu Koh-i-noor exportujícího do více než 90 států, podle kterého bylo chybou, že po revoluci tolik původních tuzemských značek zaniklo.

S uplatněním v zahraničí rozhodně nyní nemá problém ani kosmetická firma Dermacol, která již koncem 60. let minulého století pronikla do Hollywoodu, ale po revoluci začala strádat. Na nohy ji stavěla Věra Komárová s manželem. Jak sama říká, spousta výrobků se po desítky let nezměnila a ten hlavní – Dermacol Make-Up Cover – je stejný pořád.

„Značka je pro firmy naprosto klíčová, ale musí si ji vybudovat a neustále se o ni starat a rozvíjet ji,“ uvedl Marek Loula, vrchní ředitel Korpo-

rátního a institucionálního bankovníctví ČSOB. České firmy v současnosti podle Marka Louly čelí očekávanému poklesu tempa růstu ekonomiky, za kterým je zejména německá recese. „Méně tím pádem řeší nedostatek pracovní síly, což bylo doposud hlavní téma,“ poukázal. Firma Alcaplast kvůli obavám z možné krize plánuje rozšíření na východní trhy, včetně Ruska nebo Indie. Vlastislav Bríza zase nabídl jiný recept dlouhodobé úspěšnosti: „Vše, co vyděláme, investujeme zpět, nerozdělili jsme ani korunu dividend.“

ČSOB je přední bankou pro firmy a podnikatele na českém trhu. Její celkové firemní úvěry činily na konci prvního pololetí 335,9 miliardy korun. Zajišťuje firmám dostupnost finančních služeb po celé České republice, prostřednictvím EU centra pomáhá získávat evropské dotace a díky Trade Club zase rozšiřuje kontakty a trhy exportérům.

Pro menší podniky a živnostníky ČSOB provozuje Průvodce podnikáním a pro začínající pak akcelerační Start it @CSOB. (tz)

Podnikání v Česku od roku 1990



ČSOB – přední banka pro firmy a podnikatele na českém trhu

Naše služby využívá přes 100 000 firemních klientů (SME) a 4 000 korporátních klientů

Celkově jsme podpořili českou ekonomiku částkou 812 mld. Kč

Celkové firemní úvěry v polovině roku 2019: 335,9 mld. Kč

O kvalitě mléka není třeba spekulovat

Výroba prvotřídních mlékárenských výrobků vždy závisí na kvalitě mléka. Úsilí k zajištění této suroviny v té nejlepší kvalitě lze popsat v pěti bodech: pohoda zvířat, pravidelná kontrola, kvalitní potrava pro dojnice, přísná kontrola mléka a krátký čas pro dovoz mléka do mlékáren.

Podle evidence České společnosti chovatelů se v roce 2018 v ČR chovalo 361 000 dojníc, to je o 73 000 méně, než v roce 2004, kdy jich bylo 434 000. Pro srovnání – v roce 1989 se jich chovalo 1,229 milionu. I přesto, že počet dojníc na českém území pomalu klesal až do roku 2018, kdy nastala stagnace, dojivost krav na mléko v mezidobí stoupla z 3800 litrů na 8526 litrů mléka, což pro Českou republiku znamená pomyslné 2. místo v Evropě.

Mezi nejčastější zastoupená plemena, která se u nás chovají, patří Holštýnské, které čítá 57,1 %. Následuje České strakaté (ČESTR) s 35,7 %. Zbýlých 7,6 % tvoří ostatní plemena, jakými jsou například Jersey, jejich kříženci a další.

Pohoda pro zvířata neboli welfare

Za posledních 20 let došlo u většiny chovatelů k výrazné modernizaci stájí s dojným skotem. Dnes má 90 % všech dojníc volný pohyb. „Podmínky v chovech dojníc jsou v České republice na velmi vysoké úrovni. Se vstupem do Evropské unie před více než 15 lety musí všichni chovatelé vyhovět standardům, tzv. welfare, dobrých životních podmínek zvířat. To znamená především maximální omezování stresu a přirozených potřeb zvířat, včetně volnosti pohybu. Již během stavby nových stájí se postupuje tak, aby mohly být následně dodrženy přísné mikroklimatické podmínky ustájených zvířat, dostatečné osvětlení v chovu a dostatečné množství nezávadné potravy a napájecí vo-



dy,“ řekl Jan Doležal, tajemník Agrární komory České republiky.

Kromě toho chovatelé využívají mnoha dalších nadstandardů. „Stáje navíc disponují různými drbady, ventilátory k výměně vzduchu při vyšších teplotách, eventuálně vodními clonami,“ doplnil ředitel zemědělského družstva Klas Nekoř Leoš Říha.

Chovatelé jsou motivováni k tomu zajistit dojnícím nejlepší podmínky i z ekonomického důvodu, protože spokojená kráva, dobře živěná, zdravá a bez stresu, dosahuje vyšší užitkovosti než kráva, o kterou se chovatel dobře nestará. „S trochou nadsázky se tak dá říci, že se některá zvířata mají lépe než většina lidí, je o ně postaráno jako o špičkové atlety,“ dodal Jan Doležal.

Pravidelná kontrola základem

Zvířata od narození, a po celý svůj život, jsou pod pravidelnou kontrolou nejen zootechniků, ale i veterinářů. „Každý chovatel si uvědomuje, jak je důležité zdraví zvířat, počínaje odchovem telat až po dojnice. Telata mají k dispozici ihned po narození mlezivo pro optimální vytvoření imunity. U krav se pravidelně, mimo jiné, pečuje o jejich

paznehty, a v období před porodem mají zajištěný pohyb venku na pastvě a slunci, aby se co nejvíce vylepšila jejich kondice,“ sdělil Leoš Říha.

Česká republika má velice přísné veterinární zákony, zákony na ochranu zvířat proti týrání a má také velmi aktivní Státní veterinární správu. „Chovatelé dojníc jsou na četné veterinární kontroly zvyklí a jsou na ně dobře připraveni, což dokazuje i velice nízká procentuální statistika pochybení na straně chovatelů,“ doplnil Jan Doležal.

Krmení zvířat začíná na poli

Krmení zvířat začíná na poli. Pro české dojnice se vybírají ty nejkvalitnější porosty jetelů, vojtěšek, ale i lužních travin v optimální zralosti. Žádný přestárlý porost nemůže výživově splnit požadavek na kvalitní senáž. Chovatelé usilují o to dát krávám to nejlepší, přičemž v posledních letech s ohledem na požadavky spotřebitelů dochází k nahrazení krmné dávky proteinů za domácí sóju, hrách, případně řepkové šroty místo dovozové sóji, která pocházela ze zemí, kde se využívá technologie GMO (tzn. z geneticky modifikovaných plodin). „V posledních letech naši chovatelé garantují také mléko vyrobené z krmiva bez použití glyfosátu, tedy přípravku Roundup, v němž jsou v Evropě oproti mnoha členským zemím napřed,“ vysvětlil Jan Doležal.

V České republice jakostní surovina

Ministerstvo zemědělství vyhlásilo v roce 2016 program režimu jakosti Q CZ, ve kterém jsou sledované parametry nastavené podstatně přísněji, než uvádí evropská legislativa. Jiří Kopáček z Českomoravského svazu mlékárenského to komentoval: „Podmínka žadatelů (mlékáren) o vstup do programu jakosti Q CZ je mít nejméně 60 % dodávky mléka v těchto jakostních parametrech. Chovatelé, kteří tuto vysoce jakostní surovinu dodávají, však dosahují objemu kolem

85 %. V loňském roce bylo do tohoto režimu zapojeno již 963 producentů mléka. Podle výsledků z centrálních laboratoří mléka dochází rovněž k dalšímu postupnému zvyšování mikrobiologické kvality syrového mléka, což je dáno stále se snižujícím celkovým počtem mikroorganismů. Počet somatických buněk, které jsou odrazem zdravotního stavu dojníc, má také klesající tendenci, což svědčí o dobré chovatelské práci českých farmářů a dobré pohodě zvířat.“

Skot v krajině a jeho dopad na okolí

Chov dojníc je ve středoevropském prostoru důležitým prvkem tradiční kulturní krajiny. Zemědělec, chovatel dojného skotu na venkově, zajišťuje nejen zaměstnanost v zájmu produkce základní suroviny pro potravinářský průmysl, ale zároveň zajišťuje, že okolní krajina je obohacena pestrým osevním postupem – tzn. plán postupného střídání plodin na pozemcích, čímž se daří snižovat výskyt plevelů, chorob a škůdců. V takovém osevním postupu u chovatele dojného skotu se objevují jeteloviny, krmné luskoviny a další krmné plodiny, které většinou výrazně zlepšují stav půdy a její úrodnost. „Staré přísloví praví, že louky jsou matkou polí. Aby půda byla úrodná, musí v ní být život, to znamená, že musí obsahovat dostatečné množství organických látek, které do ní dodáme formou statkových hnojiv. Ty získáme nejlépe z chovu dojníc, které jsou právě z luk krmeny,“ vysvětluje Jan Doležal.

V době posunu klimatu směrem k teplotním a srážkovým extrémům je hodně důležité připomínat, jak důležité je dnes mít ornou půdu s dostatkem kvalitní organické hmoty, která dokáže významně zadržovat vodu. Právě hnůj pocházející z chovu skotu je tím, co zásadně potřebujeme k tomu, aby byla půda úrodná, a zároveň s dostatkem organické hmoty, a tím i schopnosti zadržovat vodu. (tz)

INZERCE



Zvládání krizových situací proměnou komunikace

19. 12. 2019; 13:00–18:00

Mgr. Jarmila Skopalová (lektorka Generace Vysočina, moderátorka)

Cena: 3 190 Kč bez DPH / 3 860 Kč vč. DPH

Asistentka – královna předpokojů

20. 1. 2020; 13:00–18:00

Mgr. Jarmila Skopalová (lektorka Generace Vysočina, moderátorka)

Cena: 3 290 Kč bez DPH / 3 981 Kč vč. 21 % DPH

Desatero užitečné komunikace

23. 1. 2020; 9:00–16:00

Ing. Hana Hubičková (Ondrušková) (lektorka a trenérka)

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

Manažerské dovednosti aneb jak vést a motivovat lidi k vyšším výkonům

28. – 29. 1. 2020; 9:00–16:00

Stanislava Vávrová (lektorka a konzultantka)

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

Zvládání konfliktních situací asertivní a konstruktivní cestou

30. 1. 2020; 9:00–16:00

Mgr. Bc. Jitka Meindl (poradenský psycholog, grafolog, lektor)

Cena: 3 990 Kč bez DPH / 4 828 Kč vč. 21 % DPH

Efektivní komunikace – neverbální a verbální komunikace, zvládání konfliktních situací

11. – 12. 2. 2020; 9:00–16:00

Lenka Kubáčková (lektorka, konzultantka, koučka)

Cena: 6 990 Kč bez DPH / 8 458 Kč vč. DPH

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

vox@vox-kurzy.cz | 777 741 777

Je česká kuchyně sexy?

O české kuchyni se vedou v poslední době živé debaty. Jaká vlastně je? Těžká a nezdravá, nebo odpovídající našim klimatickým podmínkám, zvyklostem, preferencím? Spoléhá na tradici, historii i mlsný český jazyk? Podle některých mistrů kuchtíků je jednoduchá, vyvážená, chutná, barevná a veselá, podle jiných zbytečně konzervativní a hůře stravitelná.

Poté, co Českou republikou prošla vlna nadšení z toho, jak se vaří a jak se stravují lidé v zahraničí, se mnozí opět pokorně a s úctou vracejí k tomu, na čem byli zvyklí. Příklonnější se však k novým technologiím úpravy pokrmů. A respektují to, že se životní styl mění, a na to by měl brát ohled i náš žaludek. Na říjnovém mezinárodním veletrhu hotelového a restauračního zařízení, potravinářství a gastronomie For Gastro & Hotel v pražských Letňanech se také v rámci projektu Czech Specials diskutovalo o tom, zda je česká kuchyně sexy. Odborníci se jednoznačně shodli na tom, že ano a že umí nabídnout mnohé nejen českému



Karel Novák, šéfkuchař a vedoucí restaurace Chládek Zahradnické centrum, a Milan Ballík, znalec české kuchyně, se utvrdili v tom, že pokrmy s tradicí mají i dnešním strávníkům co nabídnout

strávníkovi, ale i v mezinárodním rozměru. Česká kuchyně totiž chutná. Takže sexy je zcela určitě.

Nad otázkou se zamýšleli šéfkuchař Oldřich Sahajdák z michelinské restaurace La Degustation Bohême Bourgeoise, šéfkuchař Petr Hajný z vynikající restaurace Zas

a Znova a šéfkuchař vyhledávané restaurace Chládek Zahradnické centrum Karel Novák, diskutující při Czech Specials Talk Point v rámci odborného programu Gastro Tour. Tuto zajímavou výměnu názorů moderoval Tomáš Kalina, organizátor Culinary Symposium Prague, a svými postřehy přispěl i dlouholetý komentátor české gastronomické scény Milan Ballík.

Všichni přítomní se shodli na tom, že česká kuchyně je naším národním kulturním dědictvím, na které určitě máme být právem hrdí a měli bychom o ně pečovat. I dnes může zajímavě, a hlavně kvalitně připravovaná česká kuchyně přinést úspěch všem typům restaurací, od vyhlášené fine dining restaurace v hlavním městě po malou restauraci na vesnici. O tom, že je naše národní kuchyně stále dostatečně „sexy“ pro českého a zahraničního hosta nikdo z přítomných ani na chvíli nezapochyboval! Je rovněž příležitostí k úspěšnému businessu nejen v domácím, ale i globálním rozměru. (red)



V diskuzi se všichni shodli na tom, že česká kuchyně má své kouzlo i pro cizince

Kapitálovou přiměřeností převyšuje Artesa většinu bank na domácím trhu

Bankovní služby potřebuje každá firma, každý občan. Někdo dává přednost klasické bance, jiný zase třeba spořitelnímu družstvu. Ten, kdo využívá služeb Artesy, spořitelního družstva, určitě neprohloupil. Její klienti oceňují zejména flexibilitu, operativní přístup, snahu hledat řešení, serióznost a konstruktivnost. Před pár týdny Artesa informovala o vstupu nového podílového vlastníka, kterým je Biskupství českobudějovické. Tento krok má významné poslání: dovést družstvo k bankovní licenci poté, co přesvědčila, že za 20 let seriózního fungování vyrostla ve vysoce konkurenceschopný subjekt. V této souvislosti jsem se produktové manažerky Kateřiny Petrášové zeptala:

Artesa slaví významné výročí na českém trhu. Co je pro ni tento rok nejdůležitější?

V červenci jsme oslavili 20 let od založení. Na této dlouhé a úspěšné cestě jsme se vyprofilovali jako stabilní finanční instituce. Nejdůležitějším milníkem letošního roku je vstup ekonomicky silného partnera, Biskupství českobudějovického, do našeho družstva.

Družstvo si vybudovalo stabilní místo na českém finančním trhu a získalo řadu priorit...

Za dobu své existence jsme získali pevné místo na finančním trhu, poskytli jsme přes devět miliard úvěrů firmám a deset miliard na termínovaných vkladech. V současné době má Artesa přes 4000 členů. Stala se největším spořitelním družstvem na území České republiky. Úspěšné fungování dokládají i výroční zprávy, z jejichž výsledků hospodaření vyplývá, že za rok 2017 byl čistý zisk 3,4 milionu korun. V roce 2018 se tento zisk výrazně zvýšil, a to na 5,8 milionu korun. Kapitálovou přiměřeností necelých 25 % převyšuje Artesa většinu bank na českém trhu.

Čím je užitečná Artesa zejména pro firmy a jaké produkty může nabídnout?

Zakládáme si na osobním přístupu a profesionalitě, nevyžadujeme nesmyslné poplatky, v portfoliu máme nadstandardní úrokové sazby na depozitních produktech (termínované vklady). Úvěry pro živnostníky i firmy poskytujeme v krátkém čase formou provozního financování či investičních úvěrů. Samozřejmě nabízíme všechny běžné služby platebního styku. Pro své klienty máme otevřené dvě pobo-



Kateřina Petrášová, produktová manažerka Artesy, spořitelního družstva

ky v centru Prahy a Ostravy. Plánujeme otevřít pobočku v Českých Budějovicích. Díky spolupráci s profesionálními sítěmi makléřských poradců s celorepublikovou působností jsme

připraveni uspokojit veškeré finanční potřeby a požadavky širokého spektra klientů právnických osob.

Chystáte se však ještě důsledněji a vstřícněji obsluhovat menší společnosti a drobné podnikatele. Už je jasné, kdy se na vás budou moci první zájemci obracet?

Připravujeme systém půjček pro začínající podnikatele a rychlé půjčky na nákup nemovitostí. Nadále budeme ke každé žádosti o úvěr přistupovat individuálně, s operativním schvalovacím procesem a flexibilitou v nastavení parametrů úvěrů, což také deklarujeme na svých webových stránkách www.artesa.cz.

S jakou vizí přišel váš nový podílový vlastník Biskupství českobudějovické?

Biskupství českobudějovické usiluje nejenom o navýšení kapitálu a získání bankovní licence, ale jeho hlavní prioritou bude rozšíření služeb pro naše členy. Nerada bych však zatím příliš prozrazovala, ale pevně věřím, že je ocením. I nadále budeme členy informovat o všech zásadních krocích v tiskových zprávách na webu naší společnosti.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Agentura CzechTrade již deset let pomáhá firmám s designem

Agentura CzechTrade se tento rok poprvé prezentovala na největší přehlídce designu ve střední Evropě Designblok v Praze. Tím tak navázala na interní projekt Design pro konkurenceschopnost, který již desátým rokem spojuje firmy s nadanými průmyslovými designéry z celé Evropy.

„Průmyslový design je jedním z klíčových aspektů, které je třeba brát v potaz, pokud firma zvažuje vývoz do zahraničí. Říká zákazníkovi, jakou pozornost věnuje společenost vlastního výrobku. Ve vysoce konkurenčním prostředí tak může být kvalitní design rozhodujícím argumentem pro nákup. Díky včasné implemen-

taci do inovační strategie mají firmy šanci významně zvýšit hodnotu svého produktu a navázat zajímavá zahraniční partnerství,“ řekla Zuzana Sedmerová z CzechTrade, která má na starosti projekt Design pro konkurenceschopnost. Agentura CzechTrade pomáhá firmám pomocí řady nástrojů a projektů dosáhnout špičky

v této oblasti. „Uvědomujeme si, jak významnou roli hraje kvalitní design při snaze uplatnit produkty českých firem na zahraničních trzích. Pod značkou CzechTrade – Design pro konkurenceschopnost poskytujeme řadu nástrojů a aktivit nejen českým výrobcům, ale i průmyslovým designérům. Individuální služby našich zahraničních kanceláří jsou důležitou součástí a zároveň navazující aktivitou, která firmám přináší konkrétní výsledky na zahraničních trzích,“ vysvětlil Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade.

Na expozici CzechTrade, umístěné v Superstudiu v jednom z pokojů prvního patra, se mohli výrobci seznámit s aktuálním projektem Design pro konkurenceschopnost 2016–2020. Díky němu mají firmy možnost spolupracovat při vývoji a inovaci svých výrobků s profesionálními průmyslovými a produktovými designéry. Kromě toho projekt propaguje český průmyslový design na zahraničních výstavách a veletrzích. Designéři mohou využít pro propojení s českými firmami bezplatnou prezentaci v Adresáři designérů CzechTrade. (tz)

Česká chuťovka jako nezávislá iniciativa potravinářských odborníků ocenila skvělé domácí výrobky

Již 11. ročník soutěže o značku Dobrý tužemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2019 a Dětská chuťovka 2019 se konal pod záštitou 1. místopředsedy Senátu Jiřího Růžičky, místopředsedů Senátu Jana Horníka a Milana Štěcha, Stálé komise Senátu pro rozvoj venkova a ministra zemědělství Miroslava Tomana. Uspělo celkem 61 českých firem, jejichž představitelé převzali na slavnostním vyhlášení výsledků 10. října v pražském Senátu ocenění za nejchutnější potraviny vyrobené v České republice.

Značkou Česká chuťovka 2019 se tak může nově pyšnit 185 výrobků (o 12 víc než loni) a značkou Dětská chuťovka 2019 pak dalších 26 (o tři méně než loni). Titulem Rytíř české chuti byli poctěni Jana Dostálová (za významný přínos potravinářskému výzkumu a jeho osvětě) a Jaroslav Radoš (za úspěšný rozvoj výroby jakostních a chutných masných výrobků v podkrušnohorském regionu).

Česká chuťovka si jako nezávislá iniciativa potravinářských odborníků vybudovala za 11 let své existence pevné postavení mezi uznávanými značkami kvality potravin vyrobených v České republice, a mnozí výrobci se proto do soutěže opakovaně a rádi vracejí, protože právě na vyni-

kající chuti svých výrobků si stejně jako jejich zákazníci zakládají. Získaná ocenění Česká chuťovka a Dětská chuťovka tak pro ně znamenají i nezanedbatelný marketingový přínos. Jak opět potvrdily i výsledky letošní soutěže, rozmanitost, ale zejména kvalita a vynikající chuťové parametry potravin ucházejících se o obě značky, se rok od roku zvyšují, a spotřebitelé si tak mají opravdu z čeho vybírat. Opět se také ukázalo, že má-li potravina skutečně chutnat, musí být vyrobena

z kvalitních vstupních surovin a také šetrnými postupy při respektování specifických preferencí českého spotřebitele. Takto vyrobené potraviny pak často svou kvalitou i chutí předčí i ty nejlepší zahraniční.

Kdo si chce opravdu pochutnat, a navíc si případně srovnat své vlastní chuťové preference s verdiktem odborné či dětské poroty, nalezne seznam těch letošních, ale i v předchozích letech oceněných potravin, pyšnicích se značkou

Česká chuťovka nebo Dětská chuťovka, jakož i další aktuální informace, na www.ceskachutovka.cz nebo www.facebook.com/ceskachutovka. K dispozici zájemcům je rovněž přehledná interaktivní Databáze vítězů České chuťovky a Dětské chuťovky www.mark-as.cz/chutovka.

Cenu novinářů 2019 obdržely výrobky společnosti AG Maiwald a.s. (Dr. Vejce), Globus ČR, v. o. s. (Selská paštika Globus) a Penam, a.s. (Chléb Quinoa). (tz)



Arnošt Maiwald, majitel společnosti AG Maiwald a.s., která uspěla v soutěži na výbornou; Dr. Vejce získala Českou chuťovku, Dětskou chuťovku i Novinářskou cenu



Prof. Jana Dostálová, vyhledávaná odbornice v oblasti výživy a stravování, byla oceněna titulem Rytíř české chuti



Každý měsíc společně s Úřadem průmyslového vlastnictví

Evropský patent od přihlášky k udělení

Evropský patentový systém lze chápat ve dvojím smyslu. V širším – jako systém právní ochrany vynálezů v evropských státech, zahrnující jak jednotlivé národní patentové systémy, tak i systémy mezinárodní, resp. regionální, a u užším smyslu – jako systém právní ochrany vynálezů opírající se převážně jen o úmluvy, smlouvy či dohody uzavřené mezi evropskými státy, jejichž cílem je unifikace národních patentových systémů, centralizace procesu udělování patentů pro více států a zajištění jednotného uplatňování takto získaných práv v jednotlivých zemích či integračních seskupeních.

Tento článek se týká evropského patentového systému v tomto užším smyslu – tj. systému založenému na Úmluvě o udělování evropských patentů z roku 1973 (dále jen Úmluva). Právě tato Úmluva totiž spolu s teritoriálně širší Smlouvou o patentové spolupráci (dále jen PCT) tvoří páteř evropského patentového systému v současnosti.

Evropský patentový systém

I když z preambule Úmluvy je zřejmé, že smluvní státy si zejména kladly za cíl vytvořit systém, ve kterém by ochranu vynálezů v těchto státech bylo možno získat centralizovaným řízením o udělení patentu, od samého počátku bylo jasné, že nezbytným předpokladem pro efektivní fungování takového systému je podstatná harmonizace národních patentových systémů. Jen stěží by totiž bylo možno považovat za efektivní systém, ve kterém by na teritoriu smluvního státu vedle sebe existovaly platné patenty (získané národní nebo regionální cestou), které by byly uděleny na základě výrazně rozdílných podmínek patentovatelnosti, dobou platnosti, výkladem rozsahu ochrany apod.

Potřebnou základní harmonizaci národních právních úprav v tomto ohledu sice zajistila Štrasburská „Dohoda o unifikaci některých pojmů hmotného patentového práva“ z roku 1963, ta však záhy předala štafetu dalším mezinárodním dohodám a v rámci Evropské unie pak jejím Směrnicím a Nařízením.

Ve vývoji evropského patentového práva jako takového však sehrála rozhodující roli Úmluva, která ho nejen uvedla do života, ale díky case law stížnostních senátů Evropského patentového úřadu (dále jen EPÚ) pak toto právo neustále obohacuje, aby bylo schopno držet krok s neustálým rozvojem techniky, zejména pak v nejdynamičtější se rozvíjejících oborech, jako jsou biotechnologie či umělá inteligence apod.

Regionální systém udělování patentů

Díky Úmluvě lze v současnosti na základě jedné patentové přihlášky podané buď přímo u EPÚ, či u některého úřadu průmyslového vlastnictví smluvního státu získat regionální, tzv. evropský patent s účinky nejen ve všech smluvních státech (tj. k 1. 9. 2019 – v Německu, Rakousku, Belgii, Dánsku, Španělsku, Francii, Řecku, Irsku, Itálii, Kypru, Lichtenštejnsku, Lucembursku, Monaku, Nizozemsku, Portugalsku, Velké Británii, Švédsku, Švýcarsku, Finsku, Turecku, České republice, Slovensku, Estonsku, Bulharsku, Rumunsku, Slovinsku, Maďarsku, Polsku, na Islandu, v Litvě, Lotyšsku, Republice Severní Makedonii, Chorvatsku, Maltě, Norsku, San Marinu, Srbsku a Albánii), ale díky tzv. principu rozšíření, resp. validace, i v Černé Hoře, Bosně a Hercegovině, Maroku, Tunisku a Kambodži. Jeden evropský patent tak může zajistit ochranu vynálezu nejen ve všech zemích Evropské unie, ale i v dalších evropských i mimoevropských zemích. Tato nesporná výhoda se pak bude v neďaleké budoucnosti rozšiřovat připravovaným přistoupením dalších států.

Řízení o evropské patentové přihlášce, resp. evropskému patentu

Řízení o evropské patentové přihlášce před EPÚ v zásadě probíhá podle dále uvedeného sché-

matu, jenž během více než čtyřicetiletého fungování tohoto systému doznal řady změn, které systém výrazně zefektivnily.

Podání přihlášky, průzkum formálních náležitostí. Evropskou patentovou přihlášku lze podat buď přímo u některého z pracovišť EPÚ (v Mnichově, Berlíně a Haagu), nebo u centrálního národního úřadu příslušného smluvního státu. Úmluva je mezinárodní smlouvou z hlediska přihlašovatelů otevřenou, což znamená, že přihlašovatelem evropské patentové přihlášky může být kdokoli. Pokud evropská patentová přihláška splňuje základní požadavky, je jí přiznáno datum podání. Přihlášku lze podat v písemné i elektronické podobě, a to v jakémkoli jazyce. Následně však musí být přeložena do jednoho z úředních jazyků EPÚ, tj. angličtiny, němčiny či francouzštiny, podle volby přihlašovatele.



foto Shutterstock

Přihlašovatelé z České republiky tak mohou podat evropskou patentovou přihlášku v českém jazyce, a to i u Úřadu průmyslového vlastnictví v Praze. Pokud tak někteří z přihlašovatelů (univerzity, malé a střední podniky, fyzické osoby) učiní, mohou uplatnit třicetiprocentní slevu z přihlašovacího poplatku. Při dalším řízení před EPÚ pak mohou vystupovat buď samostatně, nebo prostřednictvím některého z českých patentových zástupců zaregistrovaných jako evropský patentový zástupce. Po podání je přihláška podrobena průzkumu z hlediska formálních náležitostí, včetně kontroly zaplacení příslušných poplatků (přihlašovacího poplatku a poplatku za rešerši).

Vyhotovení zprávy o evropské rešerši a stanoviska k patentovatelnosti

Bezprostředně poté je předmět přihlášky podroben rešerši. Rešerše je zaměřena tak, aby její výsledek byl přímo použitelný při hodnocení patentovatelnosti předmětu přihlášky, tj. zejmé-

na novosti a vynálezecké činnosti. Zpráva o evropské rešerši, doplněná o stanovisko k patentovatelnosti (které v zásadě odpovídá první průzkumové zprávě) je zaslána přihlašovatel, který se ke stanovisku (pokud je v určitém směru negativní) musí ve stanovené lhůtě vyjádřit, resp. navrhnout potřebné změny v nárocích, popisu apod. Pokud tak neučiní, považuje se přihláška za odvolanou.

Zveřejnění evropské patentové přihlášky

Zpřístupnění obsahu patentových přihlášek po uplynutí osmnácti měsíců od priority lze v současnosti již označit za světový standard. Jeho účelem není jen informace o tom, co se v budoucnu může stát předmětem monopolu, ale jde především o významný zdroj stavu techniky, použitelný, mj. při průzkumu patentovatelnosti. Kromě toho je pak se zveřejněním patentové

Zvláštností věcného průzkumu v EPÚ je to, že jej provádí tříčlenná průzkumová divize, tj. examinátor, který zpracoval zprávu o evropské rešerši a stanovisko k patentovatelnosti spolu s dalšími dvěma průzkumovými examinátory. Smyslem věcného průzkumu je posouzení, zda přihláška a její předmět vyhovují podmínkám stanoveným Úmluvou, zejména pak podmínkám patentovatelnosti (novost, vynálezecká činnost a průmyslová využitelnost). Přihlašovatel má během věcného průzkumu možnost se vyjádřit k případným námitkám průzkumové divize a v případě potřeby předkládat tzv. pomocné žádosti, tj. soubory nově navržených nároků, jejichž smyslem je pokus o překonání vznesených námitek.

V případě, že přihláška či její předmět nevyhovuje předepsaným požadavkům, je zamítnuta. Proti takovému rozhodnutí může podat přihlašovatel stížnost, kterou projedná příslušný stížnostní senát, tj. druhoinstanční orgán EPÚ. Jeho rozhodnutí je pak v zásadě konečné.

Až do konečného věcného rozhodnutí o přihlášce musí přihlašovatel EPÚ dále platit, počínaje třetím rokem od data podání, roční udržovací poplatky.

Udělení evropského patentu

Pokud evropská patentová přihláška a její předmět vyhovují předepsaným požadavkům, rozhodne EPÚ o udělení evropského patentu a tuto skutečnost oznámí v Evropském patentovém věstníku (dále jen Věstník). Tímto oznámením nastávají účinky evropského patentu ve státech, pro které je evropský patent určen. Současně zveřejní patentový spis, a to v jazyce, ve kterém probíhalo řízení o patentové přihlášce, doplněný o překlad patentových nároků do zbývajících dvou úředních jazyků EPÚ.

Evropský patent se pak obrazně „rozpadá“ na jednotlivé, vzájemně nezávislé „národní“ patenty, jejichž další osud se řídí, až na výjimky stanovené Úmluvou, národním právem každého jednotlivého státu, zejména se to týká případného porušování takového patentu. Majitel evropského patentu pak v některých státech musí projít tzv. validačním procesem, tj. pod sankcí neplatnosti patentu pro takový stát předložit národnímu patentovému úřadu příslušného státu v určité lhůtě překlad patentového spisu do jeho úředního jazyka. Následně roční udržovací poplatky pak platí již jednotlivým státům.

Jak již bylo uvedeno, po nabytí účinnosti evropského patentu má jeho majitel v každém určeném smluvním státě stejná práva, jaká by mu poskytoval národní patent udělený v tomto státě. To však neznamená, že další osud evropského patentu je plně závislý již jen na národním právu toho kterého smluvního státu. Úmluva obsahuje řadu ustanovení, která se dotýkají evropského patentu i poté, co se stal účinným v určených státech. Jde především o tzv. odporové řízení a řízení o omezení, minimální dobu ochrany, nepřímou ochranu, rozsah ochrany, taxativní vymezení důvodů pro zrušení evropského patentu a způsob vybírání udržovacích poplatků.

V kompetenci národního práva je tak zejména řešení otázek spojených s porušováním evropského patentu. I když Úmluva definuje rozsah ochrany (čl. 69 odst. 1) a jednání považovaná za porušení patentu jsou upravena ve smluvních státech prakticky jednotně, není stávající stav prosazování práv plynoucích z evropského patentu považován za zcela uspokojivý. Důvody tohoto stavu pak nespočívají ani tak v rozdílnosti národních předpisů jako takových, ale především v jejich rozdílné interpretaci. Jednotný výklad rozsahu ochrany by měl zajistit až budoucí systém jednotného evropského patentu, a zejména Jednotného patentového soudu.

Ing. Emil Jenerál,
patentový odbor,
Úřad průmyslového vlastnictví

Mimořádná listopadová ocenění pro firmy, organizace i jednotlivce

Mezi jedno z mnoha poslání České společnosti pro jakost je oceňovat jednotlivce i organizace, které kvalitou žijí, kvalitu šíří, aktivně se zasazují o její implementaci. ČSJ záleží nejen na organizacích, ať už jde o ty z komerční, nebo veřejné sféry, ale věnuje pozornost i jednotlivcům. Způsobů, jak kvalitu nechat celospolečensky rezonovat, je mnoho. Velmi prestižními jsou bezpochyby soutěže, které ČSJ organizuje a vyhlašuje.

Během slavnostního večera 11. listopadu, který se konal v rámci Mezinárodní konference Make Quality Great Again! bylo odhaleno, kdo představuje letošní „tváře“ kvality.

Kdo tedy získal ocenění Ambassador kvality České republiky, Manažer kvality roku, CSR Guru nebo Quality Innovation Award, komu patří Cena Františka Egermayera, Cena Anežky Žaludové či Cena za návrat do života, a také kdo obhájil a získal značku Czech Made?

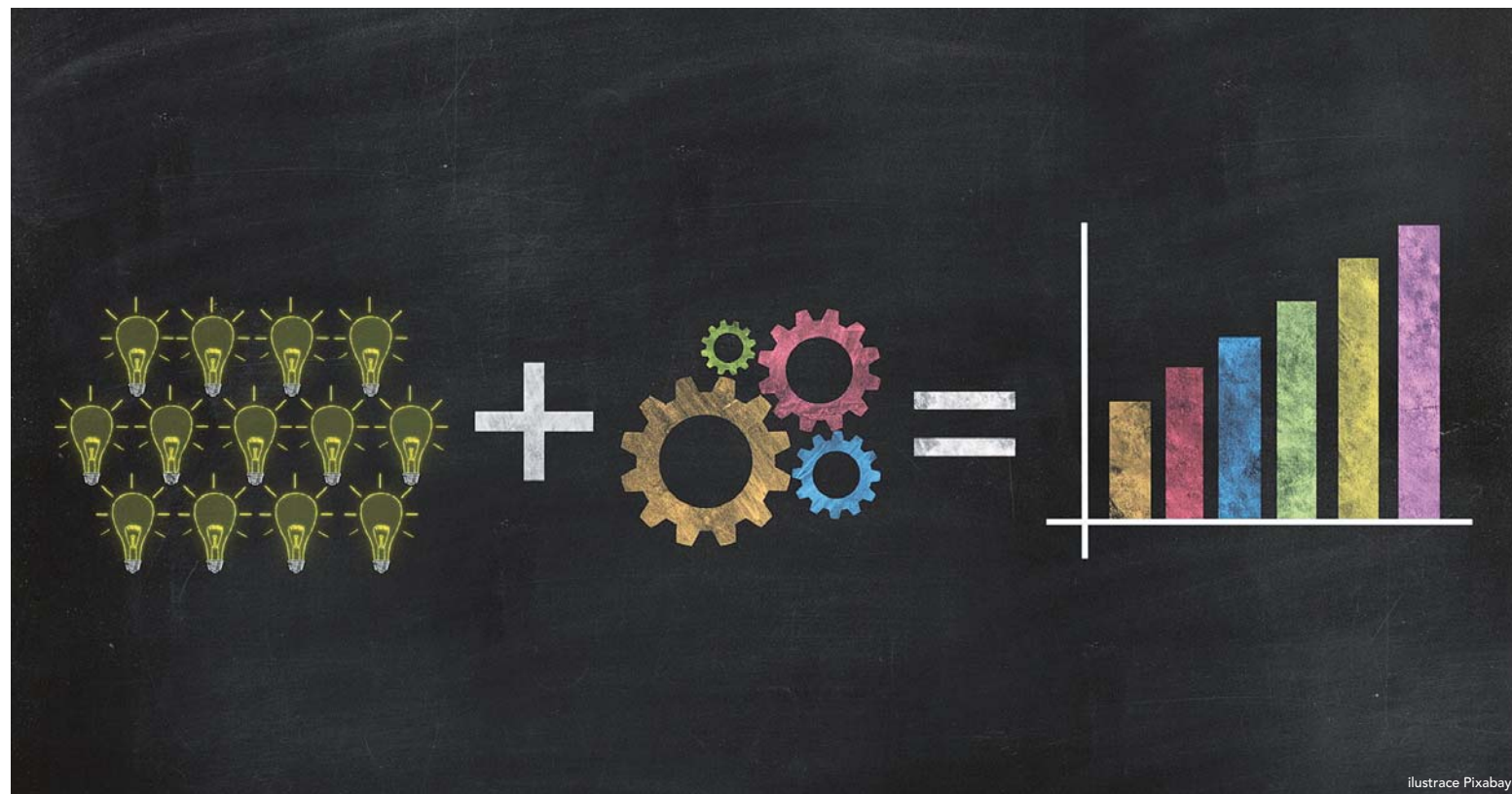
Ambassador kvality České republiky

Cena je určena pro organizace, které nadstandardně dbají o zajištění kvality svých produktů a služeb, které se chovají odpovědně a aktivně napomáhají šíření a propagaci kvalit. Vítězem ceny v podnikatelském sektoru a Ambasadorem kvality České republiky se stala společnost Albert Česká republika, s.r.o., ze skupiny AHOLD. Albert provozuje v České republice síť více než 300 supermarketů a hypermarketů. Albert je držitel řady ocenění zaměřených na kvalitu a společenskou odpovědnost. Již třikrát získal například Národní cenu kvality ČR a jako první tuzemská firma se v roce 2016 dostala do finále Evropské ceny za kvalitu. Hodnotitelé ocenili zejména široké aktivity společnosti Albert v oblasti osvěty zaměřené na bezpečné a kvalitní stravování.

V letošním roce byla nově vyhlášena cena i pro veřejný sektor. Zájem organizací z veřejného sektoru byl mimořádný. Vítězem a Ambasadorem kvality České republiky ve veřejném sektoru se stal Úřad městské části Praha 10, druhé místo získalo město Hranice a na třetím místě se umístil Dopravní podnik hl. m. Prahy, a.s.

CSR Guru

Cena je udělována fyzickým osobám za konkrétní přínos pro podporu šíření myšlenek a principů společenské odpovědnosti a cílů udržitelného rozvoje. Cenu obdržela Lucie Mádlová, zakladatelka a výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti. Stojí v čele největší CSR platformy u nás, která se stará, ovlivňuje a vytváří CSR politiku a agendu udržitelného rozvoje v Česku. Je také držitelkou čestného titulu Vyslankyně



dobré vůle, který jí udělil ministr zahraničních věcí Tomáš Petříček.

Cena Anežky Žaludové

Prestižní čestné ocenění je určené osobnostem, jež se mimořádným způsobem zasloužily o rozvoj péče o kvalitu v naší zemi. Cenu získal Pavel Mikoška, viceprezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, ředitel kvality ve společnosti Albert Česká republika, s.r.o., Pavel Mikoška je iniciátorem soutěže a spoluautorem metodiky soutěže Diamantová liga kvality – soutěže pro maloobchodní i velkoobchodní prodejny. Soutěž DLK je zařazena jako jedna ze značek kvality v rámci programu „Česká kvalita“. Pavel Mikoška je také iniciátorem projektu věnujícího se dvojí kvalitě potravin v ČR. Zásadním způsobem se zasadil o zavedení Modelu excelence EFQM ve společnosti Albert, což vedlo k vítězství v Národní ceně kvality České republiky.

Manažer kvality roku

Ocenění cílí na fyzické osoby, jehož cílem je ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu ocenit výsledky manažerů kvality a tyto výsledky veřejně prezentovat, a poskytnout tak příklad ostatním odborníkům na poli kvality. Za rok 2019 se manažerem kvality stal Miroslav Paclík, představitel vedení pro integrovaný systém řízení Úřadu průmyslového vlastnictví. Miroslav Paclík je držitelem mezinárodní akre-

ditované certifikace Manažer kvality, Manažer ISMS a Auditor ISMS. Miroslav Paclík má aktivní podíl na zavedení integrovaného systému řízení Úřadu a jeho úspěšném rozvoji. Díky těmto zkušenostem se část týmu vedená M. Paclíkem zapojuje do provádění auditů kvality na mezinárodní úrovni v budapeštském ústředí Visegrádského patentového institutu.

Mezinárodní cena inovací

Cena je vyhlášena ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu a je určena všem typům organizací. Organizace mají možnost porovnávat svoji inovaci z mezinárodního pohledu, kdy se hodnotí především inovativnost ve smyslu míry novosti a použitelnosti v praxi, její účinnost a orientace na zákazníka. Vítězem národního kola Mezinárodní ceny inovací v kategorii Inovace v sociálním a zdravotním sektoru je Moravskoslezský kraj s inovací Moravskoslezský kraj pro všechny – deinstitucionalizace sociálních služeb. Inovace v Moravskoslezském kraji přinesla prokazatelný a přímý dopad 1100 lidem se zdravotním postižením, kteří opustili velkokapacitní ústavy a nyní jsou umístěni ve více než 70 nových „rodinných“ komunitních centrech.

Vítězem národního kola Mezinárodní ceny inovací v kategorii Malých a střední podniků je společnost Europ Assistance s.r.o. s inovací DRSA – Digital Roadside Assistance. Nová aplikace umožňuje zákazníkům v případě poruchy

či nehody vozidla prostřednictvím webového rozhraní rychle zorganizovat pomoc bez nutnosti volat na asistenční linku.

Cena za návrat do života

Cena za návrat do života je udělována všem typům organizací, které významným způsobem přispívají k návratu duševně či tělesně postižených lidí do běžného pracovního a rodinného života. Cenu získal Domov pro osoby se zdravotním postižením Sulická za přístup zaměřený na jednotlivé klienty centra s důrazem na individualitu každého člověka, na dodržování jeho nezadatelných práv a hájení jeho zájmů a na podpoře samostatnosti.

Czech Made

Značka ověřených a kvalitních výrobků a služeb je mezi laickou i odbornou veřejností dobře známá. Značku Czech Made pro další dvouleté období získaly tyto společnosti:

- 1. VOX a.s. za službu Vzdělávání dospělých
- Mírel Vratimov a.s. pro výrobek Potravinová fólie Fresh'n'Roll, která je vůbec první PVC potravinová fólie vyráběná v České republice
- Švamberk.com, SE, získala značku za službu Projektové financování výstavby a regenerací bytových domů, tvorba projektů pro dotace, komplexní finanční poradenství
- Proměny bydlení s.r.o. obdržela značku za službu Správa nemovitostí (tz)

Model EFQM v nové podobě i českém znění

Na výroční konferenci EFQM, která se konala 23. a 24. října v Helsinkách, byl představen zcela nový Model EFQM. Oficiálního aktu k uvedení tohoto dlouho očekávaného dokumentu se ujal Russell Longmuir, CEO EFQM: „Toto je světově nejúčinnější manažerský rámec pro hodnocení, řízení a měření změn, transformace a organizační kultury. Bude k dispozici ve více než 20 jazycích a bude podporován sadou špičkových technologických nástrojů a unikátním systémem řízení znalostí.“

Model EFQM, celosvětově uznávaný rámec, který podporuje organizace v řízení změn a zlepšování výkonnosti, prošel v průběhu let řadou cyklů zlepšování, aby potvrdil, že nejenže zůstává relevantní, ale že může pomoci nastavit systém řízení pro každou organizaci, která usiluje o dlouhodobou udržitelnou budoucnost.

Nový Model EFQM pomáhá organizacím rozvíjet strategický přístup k transformaci

a prostřednictvím speciálních nástrojů a metod hodnotit a rozvíjet jejich každodenní provoz.

Oproti původnímu rozdělení na předpoklady a výsledky je struktura nového Modelu EFQM založena na logice kladení tří otázek:

- „Proč“ organizace existuje? Jaký účel naplňuje? Proč zrovna tato strategie? (Směřování)
- „Jak“ má v úmyslu naplňovat svůj účel a strategii? (Realizace)

- „Čeho“ doposud skutečně dosáhla? „Čeho“ chce dosáhnout zítra? (Výsledky)

Jádrum Modelu EFQM, červenou nití, je tedy propojení mezi účelem a strategií organizace a tím, jak jsou používány k tomu, aby organizaci pomáhaly vytvářet udržitelnou hodnotu pro její nejdůležitější zainteresované strany a dosáhnout vynikajících výsledků.

Model EFQM je již nyní k dispozici v českém jazyce. Úplné znění je možno zakoupit prostřednictvím webshopu České společnosti pro jakost, národního partnera EFQM pro Českou republiku. Díky sponzorství České společnosti pro jakost je pak pro širokou veřejnost zdarma dostupná zkrácená verze Modelu EFQM, jejímž prostřednictvím se lze s hlavními principy a strukturou Modelu EFQM se-

známit. Ta je ke stažení na webových stránkách České společnosti pro jakost.

Spolu s novým Modelem EFQM bylo představeno i nové portfolio produktů zahrnující kurzy pro hodnotitele a organizace, upravený systém oceňování, online nástroje podporující sebehodnocení i externí hodnocení a databázi znalostí, která bude obsahovat správné praxe, nástroje, blogy, zkušenosti a umožní vzájemnou diskuzi.

Česká společnost pro jakost bude tyto produkty postupně lokalizovat. Model EFQM bude po celý rok 2020 ústředním tématem akcí Centra excelence při České společnosti pro jakost, na nichž se bude možné s novým Modelem a jeho praktickou aplikací seznámit nad rámec licenčních produktů. (tz)

Finanční trhy jsou lakmusovým papírkem ekonomiky

Obavy vzbuzují především současné reálné hrozby: neřízený brexit, obchodní válka Spojených států s Čínou a Evropou, německá recese. Pokud dojde k jejich naplnění, promítne se to dříve nebo později i do české ekonomiky. Potvrdil to panel finančních a ekonomických expertů na setkání s novináři, které se uskutečnilo 14. října v Praze na půdě Česko-německé obchodní komory. Zúčastnil se ho také Jan Poulík, obchodní ředitel útvaru Finanční trhy ČSOB:

Makroekonomické údaje a analýzy ČNB i dalších institucí začínají varovat před německou realitou. Vaše údaje z finančních trhů to potvrzují?

Finanční trhy jsou reálným obrazem ekonomiky. Kdybych si všiml jen obchodů na finančních trzích s našimi klienty, žádné zásadní náznaky problémů bych zatím neviděl. Objemy obchodů mají stále rostoucí tendenci, byť nárůst není tak velký, jako byl. Pohybuje se kolem 5 %.

Takže vyšší než růst HDP...

Ano, finanční trhy obvykle rostou vyšším tempem než HDP, protože ten je obecným indikátorem, který zahrnuje celou ekonomiku. Růst v České republice zůstává zatím mimořádný, u našich sousedů už podobná čísla nenajdeme. K dobrému výsledku přispěla patrně i naše konkurenceschopnost, na řadě trhů máme pověst výrobců s „německou kvalitou, ale za české ceny“. Dosavadní vývoj by tak mohl svádět k domněnce, že jsme nějakým ostrůvkem se zvýšenou imunitou, kterému se krize vyhne. Tak tomu ale bezpochyby není, protože jsme otevřenou ekonomikou, do níž se promítnou globální vlivy a musíme se připravit na ochlazení. Letos vláda do ekonomiky nalila nějaké vitamíny, v příštím roce jich ale bude méně.

Není to, co pozorujete, projevem jisté setrvačnosti finančních trhů?

Nemyslím si, protože na rozdíl od makroekonomických parametrů zobrazují finanční trhy reálné potřeby podniků. Zjednodušeně řečeno: kdyby firmy nepotřebovaly vyvážet nebo dovážet, neměly by ani potřebu obchodovat na finančních trzích. My tyto obchody vidíme, a máme tak bezprostřední náhled na ekonomickou aktivitu v podnicích, která je zatím velmi dobrá. Především měnové trhy jsou velmi přesným a citlivým ukazatelem, který věrně kopíruje skutečnou hospodářskou situaci. Přičemž lakmusovým papírkem, který ukazuje okamžitý stav, jsou krátkodobé, tzv. spotové obchody s okamžitým vypořádáním. Ty nyní nevykazují žádný propad nebo výraznější zpomalení. Pak jsou zde zajišťovací obchody, které vyjadřují spíše pohled do budoucnosti – jsou odhadem toho, jak se budou vyvíjet tržby v horizontu půl roku, roku, někdy až tří let. Ani ty, z toho, co vidíme, nesignalizují nic dramatického.

Jak si stojí česká koruna?

To je jedna z velkých otázek, kterou jsme řešili v nedávné minulosti, a řešíme ji i dnes. Jak dnes říká Tomáš Holub, člen bankovní rady ČNB, mnozí sice čekali korunu silnější, mnozí by ji rádi silnější i viděli. Hodnota v pásmu 25,60 až 25,90 Kč za euro je ale zřejmě adekvátním vyjádřením její současné síly. To ale neznamená, že zítřka to nemůže být jinak: stojíme na rozcestí a je otázkou, kam se kurz pohne. Dobrý výkon ekonomiky i vyšší úrokové sazby, než má Evropská centrální banka, by měly nahrávat posilování koruny. K tomu ale nyní nedochází – opačným směrem totiž působí zejména geopo-



Jan Poulík, obchodní ředitel útvaru Finanční trhy ČSOB

litické hrozby. Stejný efekt má i spekulativní kapitál, který se u nás nahromadil v období kurzového závazku ČNB. Oslabování koruny by sice vyhovovalo exportérům, ale není žádoucí, aby bylo příliš silné nebo příliš rychlé. Ostatně i ČNB je na příliš rychlé změny připravena reagovat, například pohybem úrokových sazeb. Fakt, že zatím k žádné korekci těchto sazeb nedošlo, je možno vnímat i jako zprávu o důvěře ve stabilitu koruny, která má vysokou míru rezistence vůči vnějším vlivům. Pokud se zmírní nebo pomínou vnější hrozby, věřím spíše v opatrné posilování koruny.

A když se podíváme na dolar?

Dolarových obchodů je řádově méně, takže kurz koruny vůči dolaru není pro tuzemskou ekonomiku zásadní. Pominout jej ale nelze, protože na dolar jsou vázány některé asijské měny. Pozice eura i koruny k dolaru má tak význam v širším kontextu mezinárodního obchodu.

Jaké faktory dnes hodnotíte jako obecně nejrizikovější?

Jsou to jednoznačně geopolitické otázky. Česká hospodářství je z velké části závislé na segmentu automotive. Pokud by se vyhrotily vztahy mezi Spojenými státy a Evropou a na evropské vozy byla uvalena americká cla, naše ekonomika by to významně pocítila. Obchodní války jsou nebezpečné, protože do globálního světa, kde můžete obchodovat kdekoli a s kýmoli, vnášejí překážky a protekcionismus, který to znemožňuje. Pro nás bude hrát dominantní roli vývoj v Německu. A na seznamu rizik stále zůstávají i rizika úroková a kurzová.

Jak tedy vidíte budoucí vývoj?

Jsmo součástí světové ekonomiky, co se děje venku, přijde dříve nebo později i k nám. Sledujeme údaje napříč segmenty i zeměmi a vidíme, že třeba sektor průmyslového odpadu vykazuje značný globální propad. To je jeden z evidentních příznaků poklesu ekonomiky. Já jsem ale optimista, sázel bych na to, že dnešní hrozby nebudou mít dramatický vývoj. U brexitu očekáváme, že se neuskuteční v té nejhorší variantě a že dojde k nějaké dohodě; přes to všechno, čeho jsme byli svědky, věřím ve vítězství racionálního uvažování. Stejně tak očekávám, že tvrdá trumpovská rétorika v předvolebním období nakonec změkne a dojde k nějakým dohodám USA jak s Čínou, tak s Evropou.

V našem kontextu se do značné míry dá spoléhat i na centrální banky. Podívejte se jen na chování Evropské centrální banky, která dělá všechno pro to, aby krize nenastala. Program monetárního uvolňování, záporné kurzy – to jsou jednoznačné vzkazy, že je rozhodnuta zabránit kolapsu ekonomiky.

Jsou na recesi připraveny i firmy?

Vidím zde obrovský posun ve srovnání s rokem 2008. Předtím jsme byli v úplně nové situaci, v naší novodobé historii jsme nic podobného nezažili. Nebyli jsme na to připraveni ani ekonomicky, ale mentálně. Nikdo tu neměl zkušenost s tím, že když vyschne likvidita, může to znamenat konec podnikání – bez ohledu na to, jak bylo předtím úspěšné. Firmy se poučily a jsou opatrnější: budují si polštáře, nesázejí všechno na jednu kartu, diverzifikují. To do značné míry zmírňuje hrozbu krize či dramatictější recese. Možná k ní vůbec nedojde, protože drtivá většina firem se aktivně připravuje na to, aby obstály i v horších časech.

Před jedenácti lety přišel prudký náraz do zdi, dnes takový nečekáme. Mimořádně také proto, že se ekonomika výrazně změnila, mno-

hem méně se vyrábí na sklad, základním modelem je výroba na objednávku a dodávky „just-in-time“. O zdraví české ekonomiky svědčí i to, že odolává klesajícím maržím a rostoucím mzdám, přičemž nezaměstnanost neroste. Výrobní firmy sice výrazně omezily zaměstnávání agenturních pracovníků, ale ty absorboval segment služeb. Další dobrou zprávou je i to, že obezřetnost a příprava na horší ekonomické výhledy se týká nejen korporací, ale ve stále rostoucí míře i malých a středních firem.

Abychom nezmiňovali jen rizika – přinášejí dnes operace na finančních trzích také nějaké příležitosti?

Na první pohled to vypadá, že se koruna dlouho nikam nepohybuje a mnoho možností pro operace na finančních trzích tedy nenabízí. Ještě před rokem bych asi těžko nějaké podstatnější příležitosti hledal, ale dnes vidím dvě velké.

Ta první plyne z tzv. rostoucí forwardové křivky (alternativně z tzv. pozitivních forwardových bodů), obratem vysvětlím: Dnes je spotový kurz 25,80 Kč za euro, vy si ale můžete zafixovat, že za rok budete využívat kurz až o padesát haléřů lepší, za dva roky až o korunu lepší. To je velmi atraktivní a je škoda takovou příležitost alespoň na část budoucích tržeb nevyužít. Kurz koruny se totiž může vydat oběma směry – nejen nahoru, ale i dolů. Fixace budoucích kurzů tak exportérům zajistí, že se nedostanou do situace, kdy je případný pokles cen koruny přípravi o marži nebo posune do ztráty.

Druhá příležitost je úroková. Trhy nyní očekávají snížení základních úrokových sazeb ze strany centrální banky. Je to svým způsobem anomální situace, které říkáme invertovaná křivka a která často signalizuje přicházející prudší ochlazení ekonomiky. Díky ní jsou krátké úrokové sazby pro úvěry do dvou let nad 2 %, zatímco dlouhé úrokové sazby jsou výrazně nižší. Například desetileté sazby, které byly ještě před rokem na 2,60 %, spadly v září téměř na 0,90 %! Nyní sice mírně stouply, jsou ale stále nadohled nad 1 %. Podniky si tak mohou své dlouhodobé úrokové náklady zafixovat výrazně pod základní sazbou ČNB.

Fixace budoucího kurzu koruny i fixace nákladů na dlouhodobé úvěry, to jsou vhodné nástroje, kterými podniky mohou zvýšit svou odolnost proti nepříznivému budoucímu vývoji. Jde o příležitost, jak přenést rizika na nás jako na banku. Zvládání tržních rizik je totiž pro nás na rozdíl od firem základem naší práce.

připravili Petr Karban a Alexander Lichý ■■■

Jan Poulík



Vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze se zaměřením na finance. Kariéru začal u společnosti Arthur Andersen a pět let pracoval ve společnosti Patria Finance, kde se věnoval obchodování s dluhopisy. Od roku 2001 působí v ČSOB, kde byl nejprve zodpovědný za útvar Kapitálové trhy, a od roku 2008 byl obchodním ředitelem pro útvar Finanční trhy. V letech 2013–2014 zastával funkci CEO v Patria Finance, od roku 2014 je opět obchodním ředitelem útvaru Finanční trhy v ČSOB.

Obchodní řetězce patří mezi nejzodpovědnější zahraniční investory v České republice

Mezi dvaceti nejzodpovědnějšími zahraničními investory, kteří nejvíce investují do podpory regionů, zlepšování životního prostředí a podpory dobrovolnických aktivit, se nacházejí hned tři obchodní řetězce. Výsledky soutěže Odpovědný zahraniční investor v České republice vyhlásil v pondělí předseda vlády ČR Andrej Babiš. Jedno ze čtyř ocenění, které předávali na slavnostním galavečeru v Praze členové vlády, si odnesla společnost Albert. Ocenění jí předával ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček za pozitivní dopad na region.



Z vyhodnocení nejzodpovědnějších investorů v České republice

„Celkové investice obchodních řetězců od jejich vstupu na český trh dávno přesáhly 300 mld. Kč, a to bez jediné koruny dotací nebo investičních pobídek. Ročně navíc investují stovky milionů do společensky odpovědných aktivit, podpory lokálních dodavatelů i regionů, ve kterých podnikají. Jsem rád, že dnes jejich zástupci převzali z rukou premiéra ocenění za mimořádný investiční přínos pro českou společnost,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR.

Obchodní řetězec Albert zaujal porotu zejména vysokým podílem českých dodavatelů (až 95,5 %) i konkrétními kroky k podpoře českých biopotravin a jejich producentů. Letos

v září Albert vyhlásil plán transformovat společně s českými farmáři 100 hektarů polí z konvenčního na ekologické zemědělství a současně se zavázal, že bude od jejich vlastníků odebírat produkci i během několikaletého přechodného období, kdy produkce nemůže být podle platné legislativy označována jako bio.

Vysoko byla hodnocena i spolupráce Albertu se středními školami a učilišti. V roce 2018 spolupráce zahrnovala 58 středních škol a učilišť po celé ČR a program doplňuje také zaměstnávání mladých lidí z dětských domovů. K celkovému úspěchu přispěl i vzdělávací program Zdravá 5, který zábavnou a interaktivní formou přibližuje dětem v mateřských a základních

školách a v dětských domovech principy zdravé výživy a zdravého životního stylu. Jen za loňský rok prošlo hodinami Zdravé 5 v rámci 3810 výukových lekcí dohromady 73 481 dětí.

U společnosti Tesco na celkovém pátém místě byl nejlépe hodnocen její přínos v oblasti odpovědné spotřeby, snížení energetické náročnosti a uhlíkové stopy. Jen loni například firma díky systému zpětného odběru obalového materiálu zrecyklovala 13 000 tun lepenky. Tesco aktivně působí i v oblasti snižování plastových obalů. Inovativním nahrazením klasických PET obalů pro džusy a smoothies své vlastní značky obaly z recyklovaných PET lahví dosáhlo několikaletou úsporu plastů za rok. Odborná porota ocenila rovněž investice do interních procesů, kde se Tesku podařilo za rok snížit přebytek o 11 % a potravinový odpad o 38 %.

Při vysokém hodnocení aktivit Teska velkou roli sehrála i zpětná vazba od lokálních českých dodavatelů, kteří potvrzují, že díky vzájemné spolupráci mají finanční garanci svého rozvoje, jejich business je udržitelný a garantuje rozvoj ve střednědobém horizontu.

Spolupráce s místními dodavateli se stala klíčem k úspěchu i pro společnost Billa, která byla vyhlášena 17. nejzodpovědnějším investorem v ČR. Důležité přitom je, že čeští dodavatelé díky spolupráci s Billou slaví úspěchy nejen na českých pultech, ale i na zahraničních trzích. Plných 30 %

výrobci privátních značek z ČR totiž zároveň exportuje prostřednictvím Billy své produkty do zahraničí. Porota také ocenila decentralizovaný přístup společnosti Billa k dobrovolnickým aktivitám. Každá z 224 prodejen Billa ČR realizuje každoročně minimálně jeden lokální CSR projekt, ať už jde o podporu akcí pro děti a mládež, finanční pomoc rodinám dětí se spinální svalovou atrofií, pomoc dlouhodobě nemocným a seniorům, sociálně slabším a lidem bez domova. Jde o různorodé projekty, které svým charakterem velmi významně pomáhají lokálním charitativním organizacím nebo jednotlivcům. Prodejny navíc mezi sebou soutěží o finanční či materiální pomoc centrály pro své projekty.

„Ocenění tří obchodních řetězců v první dvacítky společností, které se zasadily o mimořádný investiční přínos pro Českou republiku, potvrzuje hluboké propojení našich členů se životem v Česku. Nejde přitom jen o objem investic nebo o dobrovolnické aktivity. V posledních třech letech se díky dobrému sociálnímu dialogu obchodní řetězce staly premianty v oblasti růstu mezd v rámci celého soukromého sektoru. V letech 2015–2018 obchodní řetězce navýšily platy o 40 %, ale rovněž investují do dalšího rozvoje zaměstnanců a čím dál tím více nabízejí třeba zkrácené a flexibilní úvazky, oblíbené například rodiči malých dětí,“ dodal Tomáš Prouza. (tz)

Dlouhodobá dostupnost potravin se stává žhavým tématem současnosti

Dnes, kdy jsou obchody plné zboží, se to může zdát zbytečné. Bez změny přístupu k výrobě potravin však může lidstvo v budoucnu ohrozit samo sebe. Komplexnost problému trvale udržitelné existence, postoj vládních institucí k trvale udržitelné produkci a distribuci potravin a možnosti, které se nám v této souvislosti nabízejí, byly hlavními tématy konference s názvem Trvale udržitelná produkce a nákup potravin pro české spotřebitele.

Ukutečnila se za účasti Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, Ministerstva zemědělství ČR, kontrolních orgánů, zástupců obchodních řetězců a výrobců potravin. Zorganizoval ji Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR s podporou EKO-KOM.

„Trvale udržitelná produkce je komplexní problém, který má pro přežití lidské populace zásadní význam. Týká se zajištění dostatku potravin pro stále rostoucí populaci naší planety, nastavení produkce a distribuce potravin s minimalizovanými negativními dopady na přírodu a současně jde o snahu týkající se řešení problematiky plýtvání s potravinami,“ uvedl Pavel Mikoška, viceprezident SOCR ČR pro obchod, a dodal: „Z lokálně českého pohledu k tomu navíc přibývá zajištění trvalé udržitelnosti tuzemského zemědělství v kontextu zahraniční konkurence, obecná péče o krajinu v naší zemi a také otázka zdravotní nezávadnosti potravinových výrobků pocházejících z komerčního zemědělství, zejména pokud jde o rezidua cizorodých látek.“

Významnou součástí řešení tohoto stále důležitějšího problému je dostupnost know-

-how. To jsou schopni díky své nadnárodní podstatě přinést do ČR zejména obchodní řetězce a zahraniční výrobci potravin, a využít přitom svou sílu k aktivnímu působení v této oblasti. Příkladem může být regulace potravin s vysokým obsahem palmového oleje nebo aktivní a dobrovolné omezování používání plastů a podpora recyklace. Na lokální úrovni pak ovlivňují chování a stravovací návyky spotřebitelů například v otázkách plýtvání potravinami nebo v zájmu o bioprodukty a produkty od lokálních dodavatelů.

Jak ukázal průzkum společnosti Ipsos, většina české populace (80 %) má povědomí o potravinách vyráběných v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti. Stejně tak je pro převažující část Čechů (62 %) při výběru potravin důležité, aby byly tímto způsobem vyrobeny. Celkem 79 %

obyvatel je pak ochotno si za potraviny vyráběné udržitelným způsobem připlatit.

„Aktivní podporu výroby potravin v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti požaduje od ministerstva zemědělství více než tři čtvrtiny občanů této země. Velmi nás těší, že ministr zemědělství Miroslav Toman této oblasti již věnuje více pozornosti, SOCR ČR a obchodní řetězce ho budou v těchto snahách aktivně podporovat,“ sdělil Tomáš Prouza, prezident SOCR ČR, a doplnil: „Trvale udržitelné zemědělství vychází z dlouhodobé udržitelnosti optimální půdní úrodnosti. Jednoznačná orientace pouze na tržní komodity narušuje udržitelnost zemědělství jako celku, což může vést do budoucna k poklesu ekonomické stability zemědělských podniků. Jedním z řešení je zavádění moderních technologií šetrných k přírodě,“ dodal Tomáš Prouza. (tz)

Albert jako dobrý příklad

Historicky poprvé ocenila vláda v čele s premiérem zahraniční společnosti, které podporují aktivity neziskového charakteru a zasazují se o mimořádný investiční přínos pro ČR. Obchody Albert si odnesly ocenění za podporu rozvoje venkova. Cena Odpovědný zahraniční investor oceňuje společnosti za jejich aktivity v oblasti společenské odpovědnosti, zlepšování životního prostředí a podporu regionů a dobrovolnictví.

Albert zaujal porotu svým širokým spektrem aktivit v oblasti společenské odpovědnosti. Porota ocenila úzkou a dlouhodobou spolupráci Alberta s lokálními dodavateli, jeho konkrétní kroky v podpoře českých farmářů a producentů biovýrobků, stejně jako stabilní spolupráci a podporu středních škol a učilišť. Úspěch Alberta podpořily i aktivity Nadačního fondu Albert v oblasti rozvoje a vzdělávání dětí ze sociálně ohroženého prostředí a vzdělávací program Zdravá 5. Ten zábavnou a interaktivní formou přibližuje dětem v mateřských a základních školách a dětských domovech principy zdravé výživy a zdravého životního stylu.

„Naše obchody Albert obsluhují české zákazníky již téměř třicet let a za tuto dobu jsme pevně spojeni s místy, kde působíme, s našimi dodavateli potravin, a samozřejmě také s našimi zaměstnanci. Proto je pro nás samozřejmostí vracet přínosy zpět do regionů a do místních komunit, a to nejen prostřednictvím poskytování kvalitních služeb a zdravého a čerstvého nákupu potravin, ale také prostřednictvím dárcovství a aktivit našeho Nadačního fondu Albert, a samozřejmě také formou investic,“ řekl Jiří Mareček, ředitel komunikace obchodů Albert.

„Celkové investice obchodních řetězců od jejich vstupu na český trh dávno přesáhly 300 miliard korun, a to bez jediné koruny dotací či investičních pobídek. Ročně navíc investují stovky milionů do společensky odpovědných aktivit, podpory lokálních dodavatelů i regionů, ve kterých podnikají. Jsem rád, že dnes jejich zástupci převzali z rukou premiéra ocenění za mimořádný investiční přínos pro českou společnost,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. Mezi dalšími oceněnými společnostmi jsou Škoda Auto, innogy či Vodafone. (tz)

INZERCE

JEDNÍM TAHEM

POJIŠTĚNO VŠE ŠMAHEM

DOMEX+

Pojištění majetku
a odpovědnosti
s nejširším rozsahem
na trhu

**asistenční
služby na rok
ZDARMA**

Digitální transformaci se nevyhnou ani malé firmy

Čtvrtá průmyslová revoluce není jen stále častěji užívaný pojem, stává se skutečností. Dotkne se všech, ať se to někomu líbí, nebo ne. Čím dříve domácí firmy „nastoupí do digitálního vlaku“, tím to pro ně bude výhodnější a snazší. Svaz průmyslu a dopravy ČR se proto rozhodl zjistit současnou situaci přímo v terénu. Co se dozvěděl, o tom v rozhovoru s členem představenstva SP ČR Jiřím Holoubkem.

Proč Svaz průmyslu a dopravy ČR vypracoval průzkum firem, jak jsou daleko se zaváděním Průmyslu 4.0?

Svaz průmyslu a dopravy je v oblasti zavádění konceptu Průmysl 4.0 ve firmách jedním z nejaktivnějších profesních uskupení. V Pracovní skupině pro implementaci Průmyslu 4.0 ve firmách, která je součástí svazového Expertního týmu pro digitální ekonomiku, sdružujeme jak zástupce oborových svazů a individuálních členů, tak i dalších institucí, jako například MPO, CzechInvest, TAČR a dalších. Před letošním strojírenským veletrhem jsme se rozhodli ověřit

nejen úroveň implementace prvků konceptu Průmysl 4.0 v našich členských firmách, ale zejména efekt našeho společného snažení v této oblasti, které věnují mnozí z nás hodně času a energie.

Překvapily vás odpovědi, nebo se více méně blížily vašemu očekávání?

Protože hodně jezdím po regionech a tam se setkávám se zástupci firem, většina odpovědí mě nijak nepřekvapila. Ale například to, že si firmy nepřiznávají, že je k zavádění prvků Průmysl 4.0 nutí jejich obchodní partneři nebo zahraniční korporace, které je vlastní, je trochu překvapivé. Na jednu stranu je dobré, že firmy v průzkumu uvádějí dominanci svých vlastních pozitivních rozhodnutí, na druhou stranu je pro udržení konkurenceschopnosti vnímání požadavků firemního digitálního okolí také velmi důležité.

Co podle vašeho názoru nejvíce brání, aby firmy skutečně pracovaly v digitálním prostředí?

Bohužel tomu v mnohých případech brání samotné managementy firem. Ve světle pozitiv-

ních hospodářských výsledků v minulých letech nejsou mnozí šéfové firem nuceni uvažovat jak v krátkodobých, tak i dlouhodobých horizontech o inovacích, nových obchodních modelech a dalších změnách, jejichž zavedení jim umožní digitální transformace firmy.

Dokážou se zejména malé a střední podnikatelé vyhnout zavádění digitálních systémů, nebo jde o otázku konkurenceschopnosti a přežití?

Digitální transformaci se nevyhnou žádné společnosti, ale ani malí podnikatelé. Opravdu je to otázka přežití. Tato transformace má a bude mít pro konkrétní firmy různý průběh, nicméně povede vždycky ke kvalitativním změnám jak vnitřních procesů, tak i procesů svázaných s obchodními partnery, institucemi nebo státem.

Je mladá generace připravena převzít štafetu od „otců zakladatelů“ a kráčet v inovacích stejným tempem jako ostatní svět?

Vyšší digitální gramotnost je pro mladou generaci velkou výhodou. Její nevýhodou je omeze-



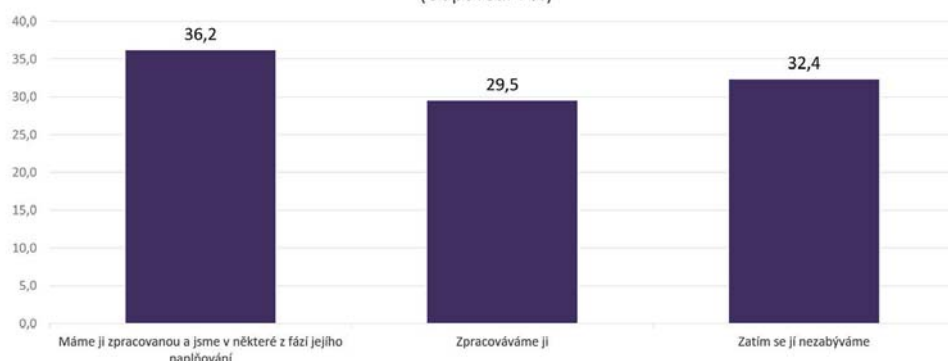
Jiří Holoubek, člen představenstva Svazu průmyslu a dopravy České republiky

ná schopnost komunikace se staršími kolegy, ale bohužel velmi často i mezi svými vrstevníky. Pokud se firmám podaří tyto komunikační bariéry překonat, mají velkou šanci uchovat svoje firemní know-how například v digitálních ontologických skladech, a hlavně inovovat svoje produkty, ať už jsou to výrobky, nebo služby.

hodně úspěchů českým firmám popřál Pavel Kačer

Firmy už mají, nebo pracují na digitální strategii

Máte definovanou digitální strategii vaší firmy?
(Odpovědi v %)



Firmy nejčastěji investují do Průmyslu 4.0, aby zvyšovaly produktivitu

Proč investujete do prvků Průmyslu 4.0?
(Odpovědi v %, firmy mohly zvolit více odpovědí)



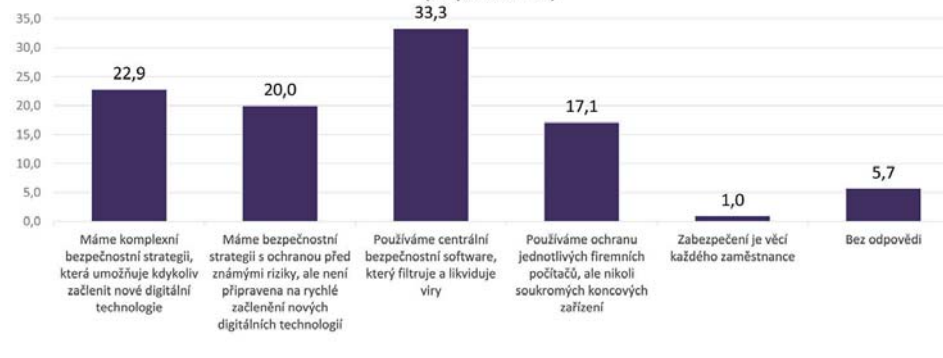
Firmy do Průmyslu 4.0 investují z vlastního rozhodnutí

65,7 % firem se do zavádění prvků Průmyslu 4.0 pustilo, protože je to důležité pro jejich budoucnost

8,2 % firem k zavádění prvků Průmyslu 4.0 donutila mateřská společnost nebo odběratelé

Firemní bezpečnostní systémy nejsou připraveny na rychlé zavádění nových digitálních technologií

Na jaké technologické úrovni máte zajištěnou kybernetickou bezpečnost firmy?
(Odpovědi v %)



Videoschůzky jsou efektivnější než klasické porady

Využití videa v pracovní komunikaci s sebou nese řadu výhod – úsporu nákladů a času na cestování, možnost pružně řešit problémy bez ohledu na to, kde se členové týmu zrovna nacházejí, jednoduché sdílení dat a souborů. Průzkum společnosti Lifesize ale ukázal, že videoschůzky jsou také efektivnější než osobní setkání.

Doba schůzek se tak totiž zkracuje až o dvě třetiny. To je ve chvíli, kdy v nevyrobní sféře zabez-

rou různé meetingy průměrnému zaměstnanci až 37 % času, což je cca 9 hodin týdně, výrazná úspora.

Větší efektivita jednání

Čím to je, že videoschůzky jsou účelnější než klasické schůzky? Jedním z důvodů je skutečnost, že při osobním setkání máme potřebu začít spíše společenskou konverzací, a až po nějaké době přikročit k tomu, co chceme opravdu řešit. Videoschůzky zúčastněné motivují věnovat se rovnou jádru problému, neodbláhat a za-

měřit se na řešení. Navíc mají lidé menší tendenci k osobním exhibicím, méně se projevuje tendence „říci něco, jen abych něco řekl“. Odpadá i čekání na ty, kteří se zdrželi cestou.

Od dlouhých porad ke krátkým meetingům

Využití videoschůzek vede i ke změně v samotném systému komunikace ve firmě. Dochází k posunu od pravidelných obecných porad, kde se ve velkém počtu zúčastněných diskutuje vše, ke krátkým schůzkám zaměřeným na konkrétní problémy. „Místo fyzických schůzek firmám doporučujeme maximalizovat využívání videoschůzek. Šetří čas a podporují věcné jednání,“ řekl Andrej Hronec, zástupce videokonferenčního řešení Lifesize. „Podle našich průzkumů se náklady vyjádřené v počtu pracovních hodin jednotlivých zaměstnanců snižují až o dvě třetiny ve chvíli, kdy meetingy probíhají formu videoopřenosti.“

Jednoduchá práce s informacemi

Moderní komunikační řešení mají výhodu také v tom, že je lze přehledně ukládat v cloudovém úložišti a zpětně pak pohodlně dohledat, co je třeba. Zjednodušuje se tak i předávání informací, protože obsah jednání je možné jednoduše přeposlat, a to včetně sdílených souborů a vstupů z dalších zdrojů.

Podtrženo, sečteno – videoschůzky zvyšují produktivitu. Pokročilá řešení navíc poskytují cenné údaje o zvyklostech během meetingů, takže se můžeme těšit, že nám umělá inteligence s využitím těchto dat pomůže stanovit optimální délku jednání, ideální počet účastníků schůzky, nejvhodnější část dne k uspořádání zasedání s ohledem na jeho produktivitu, případně doporučí účastníky setkání vzhledem k jejich expertním znalostem nebo schopnosti řešit určité situace.

(tz)

Co dnes trápí autodopravce a řidiče v silniční dopravě



Karel Toman, ředitel dopravy akciové společnosti Čedok, je letitým členem výkonného výboru Společnosti autodopravců Čech a Moravy, kde se v současnosti diskutuje o mnoha aktuálních problémech v silniční nákladní a osobní dopravě.

Atť již se to týká navrhované novely silničního zákona a s ní spojených opatření, či z pohledu dopravců různých restrikcí, jež by měly podle předkladatelů „účinně“ přispět k bezpečnosti na silnicích. Karla Tomana jsme se zeptali, které změny on sám vzhledem k bohaté praxi v autobusové dopravě považuje za krajně problematické a spíše rábdoby řešící danou záležitost, a zda tedy jde o skutečná účinná opatření.

Jednou z kritizovaných záležitostí je nově navrhovaný mýtný systém. Co vás, dopravce, v tomto případě nejvíce trápí?

Nejistota. Vždyť ministerstvo dopravy řeší mýtný systém již několik let a my opět nevíme, jak to vlastně bude. Nový systém platí na rok, ale otázkou je, co bude dál. Může se tedy stát, že po roce provozu budeme řešit stejný problém jako řešíme dnes. To znamená vyzvednout nové mýtné jednotky, zajistit jejich montáž, následně vrátit staré jednotky. To vše stojí peníze a čas. A čas jsou také peníze.

Navíc mýtné jednotky jsou výrazně dražší než ty, které přestanou platit, a nejdražší v širém okolí. Jak je možné, že mýtná jednotka na Slovensku je levnější než u nás? Vždyť provozatel mýtného systému je stejný i jednotky jsou stejné. Jak je možné, že mýtné jednotky v Rakousku jsou levnější? Tyto náklady na pracovníky, materiál a vynucené prostoje vozidel nám ministerstvo dopravy nenahradí. Celé to je o dalším finančním zatížení dopravců. A s tím nejsme spokojeni a nemůžeme s tím souhlasit.

Jste kromě jiného proti současnému způsobu tzv. vysokorychlostního vážení vozidel. Co vás k tomu vede?

Já osobně mám zkušenosti s autobusy. Nicméně všeobecně mohu říci, že u vysokorychlostního vážení je pro mne v současné době problematické určit prokazatelné viníka. Pochopil bych, že vozidlo bude vysokorychlostními váhami kontrolováno a v případě překro-

čení limitů bude odkloněno na stacionární vážení, kde se vše na místě vyřeší. Pokud však vozidlo projede vysokorychlostním vážením a za dva tři měsíce přijde dopravci pokuta, je velmi obtížné určit, kdo nese vinu.

Navíc při dnešní migraci řidičů mezi dopravci již řidič nemusí být zaměstnancem pokutované společnosti. A otázkou je, jak řidič může ovlivnit, kontrolovat, kolik mu bylo naloženo. Navíc jsem přesvědčen, že v případě autobusů v zimním období jich bude 90 % přetíženo.

Co je zde příčinou?

Stačí jednoduchá úvaha. Maximální povolená váha autobusu je 18 600 kg. Pohotovostní váha je například u značky MAN 13 817 kg, a z toho lze spočítat, že pro přepravované osoby a zavazadla máme k dispozici 4729 kg. Standardně je obsaditelnost autobusu 49+2, tedy 51 osob. Na osobu máme k dispozici 92,73 kg. Budu-li předpokládat průměrnou váhu cestujících 70 kg, zbývá na zavazadla 22,73 kg. V dnešní době je průměrná váha lyží 10 kg a lyžařských bot 5 kg. Na ostatní materiál (oblečení, potraviny atd.) zbývá 7,73 kg. Pak jistě uznáte, že přetížení autobusů jedoucích v zimě na hory je více než pravděpodobné. Jistě, dopravci řeší tuto situaci vleký (max 750 kg), ale pravděpodobnost přetížení je velká.

A určení odpovědnosti? Kdo vlastně nese zodpovědnost? Pokud jde o řidiče, ten nemá jakoukoli možnost vážit cestující a jejich zavazadla.

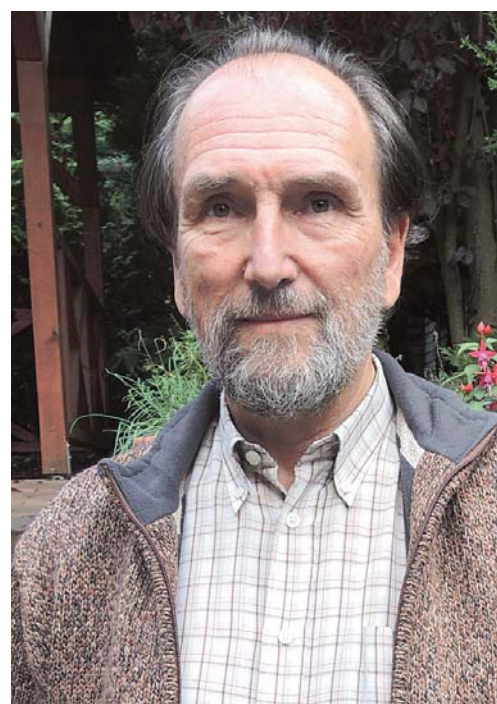
Velice diskutovanou záležitostí je mezi dopravci i navrhovaný zákaz jízdy kamionů v neděli od půlnoci do 22 hodin dalšího dne nebo zákaz jízdy kamionů v levém pruhu. Jaké jsou vaše nejčastější argumenty?

Omezení časové podle mého nic nepřinese. Není nikde prokázáno, že v uvedeném časovém úseku kamiony zdržují dopravu. A omezení jízdy na jeden pruh je zcela mimo. O tom lze uvažovat u tří a více proudových úsecích dálnic, ale u nás je 90 % dálnic dvoupruhových. Pokud by tyto návrhy prošly, znamenalo by to velmi negativní dopad na řidiče a jejich psychiku. Zcela zbytečně to bude vytvářet stres. Řidiči dnes musí dovézt náklad ve stanoveném termínu, přičemž nedodržení je tvrdě sankcionováno. A tato navrhovaná opatření povedou k prodloužení dopravních časů. A nejde jen o čas dodání materiálu, ale i o čas, který řidič může strávit třeba s rodinou. Celkově tato navrhovaná opatření nekomunikují s dopravní situací u nás. Je to jen snaha jakýmkoli způsobem zachraňovat situaci na přetížených a zanedbaných silnicích, které však nezpůsobili dopravci, ale stát, a to totálním podceněním údržby a budování infrastruktury.

Vaše kritika se často týká rovněž způsobu kontrol prováděných policií, celní správou a dalšími orgány vůči zahraničním dopravcům na našem území. O co tady jde především?

Co k tomu říci. Snad vlastní zkušenost. Před pár lety jsem byl svědkem situace, kdy dva policisté kontrolovali autobus na Václavském náměstí v Praze. Tenkrát ještě Magistrát vydával povolení vjezdu, kde byl udán nejen den a SPZ, ale i čas, od kdy do kdy může být vozidlo na Václaváku. Kontrolovaný řidič povolení měl, ale překročil stanovený čas o 20 minut. Snažil se policistům vysvětlit, že dopravní situace vedla ke zdržení a že povolení má. Policisté však trvali na svém.

Vstoupil jsem do diskuze s dotazem, proč chtějí pokutovat řidiče našeho autobusu, který zcela očividně splnil vše co měl, jen se mu nepodařilo dodržet přesně čas, zatímco za ním



Karel Toman, ředitel dopravy akciové společnosti Čedok, člen výkonného výboru Společnosti autodopravců Čech a Moravy

stojí italský bus, který neměl povolení žádné. Jejich odpověď mě odzbrojila. Nejsou prý schopni se s ním domluvit, tak ho nechají na pokoji. Pochybuji, že se situace od té doby nějak výrazně změnila. Respektive změnila se jen v tom, že povolenky ke vjezdu na Václavské náměstí s platností po celý den nyní dávají tamní hotely.

Celková situace je však daleko horší. Nejde jen o neschopnost našich policistů komunikovat se zahraničními řidiči. Jde i o to, že v dnešní době je většina přestupků řešena automatizovaným technickým prostředkem. Ať jde o překročení rychlosti, parkování, zákaz vjezdu atd. Bohužel náš stát není schopen vymáhat pokuty na základě zjištění těchto systémů. Na rozdíl od zahraničí, odkud chodí pokuty zcela běžně. Stát přichází o nemalé prostředky a sankcionování jsou jen naši řidiči, profesionálové i amatéři.

připravil Jiří Novotný

Nejlepší ceny v historii, navigace a Bi-LED světla zdarma: Hyundai řadí vyšší rychlost

Červencovým vstupem do „Doby benefity“ Hyundai výrazně změnil svou cenovou politiku a přidal řadu nadstandardních výhod zcela zdarma. Poslední čtvrtinu roku zahájil dalším cenovým zvýhodněním. Značka Hyundai se na českém trhu rovněž díky vstřícné cenové politice podařilo upevnit svou pozici na trhu a v prodejních výsledcích dosáhla opět druhé příčky v kategorii osobních automobilů.

„Slogan Kráčíme stále vpřed nevnímáme pouze jako reklamní sdělení, je naším mottem a nyní jsme se rozhodli, že nabídku našich nejoblíbenějších modelů ještě zvýhodníme. Posílení nabídky se vztahuje jak na skladové vozy, tak i na vozy objednané do výroby. Zároveň zaručujeme, že ceny zůstanou do konce letošního roku stejné,“ uvedla Jana Sekeráková, marketingová ředitelka Hyundai Motor Czech.

Oblíbený Hyundai i30 hatchback je nově možné pořídit v cenově dostupné verzi Start se stokoňovou jedna čtyřkou a šestistupňovou převodovkou již za 299 990 Kč. Verze kombi je pak za 319 990 Kč. Ve výbavě přitom nechybí např. klimatizace, rádio, tempomat ani kompletní sada moderních asistenčních systémů, včetně varování před čelní srážkou a autonom-

ního nouzového brzdění FCA, asistenta vedení v pružích LKA, automatického přepínání dálkových světel HBA a další. Za 10 000 Kč je k dispozici rozšiřující balíček Plus zahrnující další užitečnou výbavu.

Také náročnější zájemci o i30 si přijdou na své. U bohatě vybavené i30 Style se součástí standardní výbavy staly vysokovýkonné Bi-LED přední světlomety, a to bez navýšení ceny. Až do 31. prosince 2019 bude v i30 hatchback, fastback i kombi ve výbavě Style integrovaná navigace k dispozici zdarma.



Sportovní verze i30 N Line s designovým pakemem v interiéru i exteriéru je nově dostupná i s karoserií typu hatchback.

Hyundai i20 ve výbavě Classic nyní nabízí zvýhodnění 50 000 Kč a s motorem 1,2i o výkonu 75 koní je dostupný již za 239 990 Kč. Stejná motorizace s velmi bohatou výbavou Smart nabízí ještě vyšší zvýhodnění (60 000 Kč) a vychází s 16“ koly z lehké slitiny, audio-systémem se sedmipalcovým dotykovým displejem a další zajímavou výbavou již na 279 990 Kč. Výhodněji vychází také model

Kona. Ceny nejoblíbenější výbavy Style jsou nižší o 10 000 Kč, rozšiřující paket Traveller obsahující 17“ kola z lehkých slitin nebo čalounění kůže/látka je díky zvýhodnění 50 % jen za 20 000 Kč. Paket Luxury pro výbavu Premium přináší prvky jako Head-up display či vyhřívaná a ventilovaná přední sedadla, je dokonce za 40 000 Kč namísto běžných 90 000 Kč.

Výrazně posílena je i nabídka největšího SUV v nabídce Hyundai, modelu Santa Fe. Paket Success pro výbavu Style zahrnuje např. Bi-LED světlomety, 18“ kola z lehkých slitin, hlídání mrtvého úhlu a další prvky v celkové hodnotě 55 000 Kč je dostupný rovněž zdarma. Kromě stávající pětileté záruky a asistenčních služeb na všechny osobní vozy zdarma Hyundai nabízí také pojištění s mimořádně výhodnou sazbou. S novým vozem zákazník dostane například i sadu zimních kol nebo tankovací kartu, která majitele opravňuje k získání slevy 0,40–0,70 Kč za každý natankovaný litr paliva bez omezení km.

Hyundai se díky příznivé cenové politice podařilo upevnit pozici druhého nejúspěšnějšího prodejce osobních automobilů. V České republice prodal v září celkem 1188 vozů, a drží si tak více než 7,5% podíl na trhu, s meziročním měsíčním nárůstem 5,32 %.

(tz)

Ceny v soutěži E.ON ENERGY GLOBE

jsou rozdány, absolutním vítězem je projekt Nesnězeno.cz



OCENĚNÍ ZA ÚSPORY, EKOLOGII A INOVACE

Nejlepším ekologickým projektem České republiky a absolutním vítězem 11. ročníku soutěže E.ON ENERGY GLOBE se stal projekt Nesnězeno.cz zachraňující jídlo z českých restaurací. Pomocí chytré aplikace si mohou lidé koupit neprodané jídlo, které by jinak skončilo v odpadkovém koši. Český formát světové ekologické soutěže každoročně oceňuje nejlepší projekty usilující o ochranu přírody a úsporu energií.

Do letošního ročníku největší tuzemské soutěže oceňující ekologické projekty se zapojilo celkem 273 projektů, z nichž deset vybrala odborná porota do finálního hlasování veřejnosti. V pěti soutěžních kategoriích – Obec, Firma, Produkt, Vzdělávání a Stavba – proti sobě stály vždy dva nominované projekty. „O vítězích jednotlivých kategorií rozhodovala široká veřejnost prostřednictvím online hlasování. Celkem lidé poslali projektům 37 000 hlasů. Absolutní jedničkou se letos stal projekt Nesnězeno.cz, který zvítězil také v nově zavedené kategorii Produkt, kde získal od veřejnosti téměř 6000 hlasů,“ vysvětlila Vladimíra Glaserová ze společnosti E.ON, která soutěž v Česku organizuje. Vyhlášení výsledků se uskutečnilo v říjnu v Praze.

Autoři projektu Nesnězeno.cz si dali za cíl co nejvíce omezit plýtvání jídlem v restauracích,

bistrech a kavárnách. Pomocí mobilní aplikace si mohou lidé velmi jednoduše vybrat a objednat za zvýhodněnou cenu jídlo, které se daný den nepodařilo prodat. Více než 50 000 uživatelů aplikace si může zvolit z nabídky 270 provozoven z celé České republiky. Od startu projektu se podařilo zachránit více než 17 000 porcí jídla. „Máme obrovskou radost z toho, kolik lidí nás podporuje a zachraňuje jídlo před vyhozením do koše. Získaných ocenění si nesmírně vážíme a jsou pro nás velkou motivací do další práce,“ uvedla Michaela Gregorová, spoluzakladatelka projektu Nesnězeno.cz.

Během slavnostního vyhlášení byly oceněny rovněž nejlepší projekty ostatních soutěžních kategorií. V kategorii Obec zvítězil vsetínský projekt zaměřený na omezení spotřeby jednorázových plastů. V rámci projektu s podtitulem „Je to čistě na nás“ obec zavedla systém vratných nápojových kelímků při pořádání různých sportovních, společenských a kulturních akcí. Ke snížení množství plastového odpadu mohou Vsetínané přispět také používáním znovupoužitelných textilních sáčků, které jsou vyráběny ve spolupráci s neziškovým sektorem.

Prvenství v kategorii Stavba získala energeticky úsporná školka v Sedlejšovicích. Novostavba s minimální energetickou náročností dokonale zapadá do původní vesnické architektury malé obce na Vysočině. Prosklená stěna z francouzských oken zajišťuje dětem dostatek denního světla a pohodlný přístup na zahradu školky.

V kategorii Vzdělávání dostal nejvíce hlasů veřejnosti projekt Včelí stráž, který se věnuje vzdělávání dětí i vedoucích kroužků zaměřených na včelařství. Projekt sdružuje 220 kroužků po celé ČR, do jejichž aktivit se každoročně zapojuje přes 2000 dětí. Děti si zkoušejí nelehkou manuální práci, točí a sdílejí videonávody a samy přicházejí s řešeními problematické situace se včelstvem v budoucnu.



Vítězové letošního kola soutěže E.ON ENERGY GLOBE

Prvenství v kategorii Firma získal Institut cirkulární ekonomiky. Ten představil unikátní technologii úpravy bioplynu z čistírenských kalů na biometan, který následně slouží jako palivo pro vozidla městské hromadné dopravy.

Za celkové vítězství v soutěži E.ON ENERGY GLOBE převzala dvojice ve složení Michaela Gregorová a Jakub Henni za projekt Nesnězeno.cz hlavní výhru v podobě plně elektrického vozu Škoda Citigo iV a také solární střídač s 4kWh baterií v hodnotě 180 000 korun od ABB. Vítězové jednotlivých kategorií obdrželi vouchery od společnosti Buderus, Hornbach a energetické společnosti E.ON.

Popisy vítězných projektů 11. ročníku soutěže

Celkový vítěz 2019 a vítěz kategorie Produkt

Aplikace Nesnězeno pro záchranu jídla z restaurací

Aplikace Nesnězeno.cz pomáhá v boji proti plýtvání s jídlem v gastroprovozech. Spolupracující podniky mohou přes aplikaci prodat zbylé porce jídla se slevou, aby neskončily v odpadkovém koši. Lidé, kteří si aplikaci stáhnou do svého mobilu, nejenže pomáhají šetřit suroviny, ale také se za výhodnou cenu dobře najedí. Autoři projektu se zaměřují i na příčiny plýtvání a plánují různé workshopy, přednášky a akce pro sdílení zkušeností. Kromě restaurací, bister a kaváren mohou aplikaci využívat i hotely, pekárny, cukrárny a další provozovny, kde vznikají nevyužitá přebytky jídla.

Vítěz kategorie Obec

Nakládání s odpady ve Vsetíně: „Je to čistě na nás“

Město Vsetín se rozhodlo zásadně změnit nakládání s komunálním odpadem a také omezit využívání jednorázových plastů. Vybudovalo proto systém pro používání vratných nápojo-

vých kelímků, které budou k dispozici i pro organizátory veřejných akcí a pro okolní obce. Ve spolupráci s neziškovým sektorem pak vyrábí znovupoužitelné textilní sáčky.

Vítěz kategorie Stavba

Energeticky úsporná mateřská škola v Sedlejšovicích

Spojením smělé architektury a moderních stavebních postupů vznikla v malé obci na Vysočině jedinečná mateřská škola. Pasivní budova s minimální energetickou náročností je navržena tak, aby zvenku působila jako původní zástavba, hospodářské stavení. Budova skrývá novodobé technologie, jako je tepelné čerpadlo nebo větrání pomocí rekuperace, a přitom navenek stále působí jako vesnická stodola. Ke stavbě také patří retenční nádrže pro shromažďování dešťové vody, která pak slouží pro závlahu zahrady.

Vítěz kategorie Vzdělávání

Včelí stráž – ochránci hmyzích opylovačů

Projekt se zaměřuje na několik oblastí, které spojuje společné motto. Tím je ochrana hmyzích opylovačů. Soustředí se na vzdělávání dětí, ale také vedoucích kroužků zaměřených na včelařství. Včelí stráž organizuje školení, vzdělávací semináře a celostátní i mezinárodní setkávání kroužků včelařské mládeže. Každoročně vyhlašuje též soutěž Hmyzí hotely a Včelí louka, které řeší problémy životního prostředí a pestrosti potravy pro hmyz.

Vítěz kategorie Firma

Cirkulární doprava v Brně

Projekt využití biometanu názorně ukazuje možnosti zpracování bioodpadu na cennou surovinu – bioplyn. Ten slouží jako pohon pro autobus městské hromadné dopravy. Projekt realizoval Institut cirkulární ekonomiky spolu s Brněnskými vodárnami a kanalizacemi, Dopravním podnikem města Brna a jednou výzkumnou společností. (tz)



Jakub Henni, absolutní vítěz a vítěz kategorie Produkt, se spoluzakladatelkou aplikace Nesnězeno Michaelou Gregorovou



Vítězka kategorie Obec Simona Hlaváčová, 1. místostarostka města Vsetín



Vítěz kategorie Stavba Milan Beneš, starosta obce Sedlejšovice



Vítěz kategorie Vzdělávání Jiří Cafourek, koordinátor projektu Včelí stráž



Vítěz kategorie Firma Petr Novotný, projektový manažer Institutu cirkulární ekonomiky

Podzimní Flora Olomouc přilákala 20 000 návštěvníků

Hanácká metropole po roce ožila tradiční podzimní přehlídkou ovoce a zeleniny Flora Olomouc. Navštívilo ji 20 000 návštěvníků. Letos představila neobvyklé a umělecké zpracování hlavní expozice Zahradní slavnost. Kona se od 3. do 6. října 2019 a byla doprovázena oblíbenými Zahradnickými trhy, festivalem Olima či projektem Rozkvetlé památky.



foto Pixabay

Podzimní Flora Olomouc byla spolupořádaná tuzemskými pěstiteli z řad členů Zelinářské unie Čech a Moravy, Ovocnářské unie ČR a Školkařského svazu Ovocnářské unie ČR. Hlavní expozice Zahradní slavnost, z rukou architektonického & design studia mimokolektiv, symbolizovala oslavu podzimního období, kdy čeští zemědělci a zahrádkáři sklízí po své celoroční práci zaslouženou úrodu. Oslava podzimu se prolínala s tematikou absurdního divadla, odkazující na Václava Havla a jeho divadelní hru Zahradní slavnost.

I přesto, že hlavní pavilon byl ve znamení podzimních plodin a bohaté úrody, nechyběla zde přehlídka květinových kreací těch nejlepších floristů.

Floristická soutěž Pohár podzimní Flory proběhla ve čtvrtek 3. října a soutěžilo se ve dvou disciplínách a kategoriích Junior, Profesionál a Hobby.

Pavilon A pokračoval dalšími expozicemi v přístavbě v přízemí. Zde pro návštěvníky připravil Český zahrádkářský svaz expozici Zahrádkářské tržiště, pěstitelskou poradnu a vinařské posezení u cimbálu. Společně s Českým svazem ochránců přírody vytvořil Český zahrádkářský svaz Zemskou výstavu ovoce a zeleniny, kde byly představeny různé způsoby zpracování ovoce a zeleniny. Vestibul pavilonu A oslovil všechny nadšené houbaře i odborníky mykologie. Přichystaná byla expozice hub s názvem Houby letošního

podzimu a mykologická poradna. V hlavním pavilonu nechyběly opět oblíbené odborné přednášky z oblasti ovocnářství, zelinářství, gastronomie a mykologie.

Včelařské expozice měli možnost návštěvníci zhlédnout již ve dvou předchozích etapách Flory Olomouc. Třetí podzimní expozice s názvem Hanácká včela Českého svazu včelařů byla k vidění v pavilonu G. Expozice představila unikátní včelařské exponáty, ukázky včelích úlů, čmeláčích hnízd a historické vybavení pro včelaření.

Tradiční záležitostí podzimní etapy Flory Olomouc byl festival gastronomie a nápojů Olima. Letos se v galerii pavilonu A a v pavilonu E představily potraviny chráněné značkami Klasa a Regionální potraviny. Ve spolupráci s Asociací kuchařů a cukrářů ČR, pobočka severní Morava a Slezsko proběhl 24. ročník gastronomické soutěže kuchařů a cukrářů Gastro Olomouc – Olima Cup 2019.

Součástí Olimy byl rovněž Grand Prix ovocných destilátů Flora košť a soutěž amatérů i profesionálů ve vaření marmelád Flora Džem. Absolutním Championem Flora košťu se stal vzorek slivovice 2018 pana Marka Svozila. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Glosy Pavla Maurera
Pavel Maurer

C P R E S S Autor je výraznou osobností české gastronomické scény. Avšak ne v roli kuchaře. O jídle přemýšlí, píše, čte, ochutnává ho a hodnotí. Krátké glosy, původně odvysílané na vlnách Českého rozhlasu Radiožurnál, jsou rozděleny do kapitol, které vám poodhalí náhled barda českého kulinářského světa na nejrůznější témata.

Kdo ví, kde budu zítra

Tomáš Etzler, Jindřich Šídlo

C P R E S S Jak to dopadne, když si uznávaný komentátor Jindřich Šídlo sedne s Tomášem Etzlerem, spolupracovníkem americké CNN a bývalým reportérem České televize v Číně, a povídají si o novinářině? Co tato profese obnáší dnes, v době Facebooku a Youtube? Dva ostřílení novináři diskutují o řadě vážných i méně vážných témat.

Tatér z Osvětimi 2: Cilčina cesta

Heather Morrisová

C P R E S S Cilce je pouhých šestnáct let, když ji v roce 1942 odvezou do koncentračního tábora Osvětim-Březinka. Cilka ale udělá dojem na místní lékařku, naučí se nové dovednosti a začne se starat o nemocné v táboře. Každý den čelí smrti a hrůze... ale když Cilka ošetřuje muže jménem Ivan, zjistí, že má v srdci stále místo pro lásku.

Eugenie

Jana Poncarová

motto Román je inspirovaný skutečnými osudy Eugenie Egertové Janěčkové a plzeňského hotelu Continental. Eugenie jako většinu žen té doby čeká smluvený sňatek. S manželem se stará o chod hotelu, kde prožijí okupaci i válku. Bombardování Plzně poškodí hotel a připraví ji o otce a manžela. Až osvobození americkou armádou přináší do jejího života nejenom novou naději, ale i lásku...

Encyklopedie akčního filmu

Petr Cířka, Václav Rybář, Matěj Svoboda

x-y-z Větší, hlasitější a lepší. To je klasická trojčlenka hollywoodských trháků. Obzvlášť v akčním žánru ale ne vždy platí, že hity s novějším datem výroby trumfnou ty staré. Proto vznikl průvodce akčními filmy, který představuje to nejnapříč dekadami. Poznáte životy největších hvězd a nahlédnete do zákulisí slavných scén.

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

Vnitřní svět vítězů

Čím se nejlepší liší od průměrných

Marian Jelínek

Co rozhoduje o vítězích mezi nejlepšími? Jak se nevzdávat, i když se zrovna nedaří? Jakými technikami nejvíce ovlivníme svůj výkon? Naučte se využívat své vnitřní dvojče, svého kritika. Uznávaný kouč a sportovní psycholog se dělí o své zkušenosti a doplňuje je příběhy světových i českých vítězů.

Aby člověk uspěl v jakékoliv oblasti, musí mít v rovnováze všechny složky svého vnitřního světa: talent, vůli, dovednosti a lásku k tomu, co dělá. A musí také umět tento „hnací motor“ neustále krmit, pohánět a zvyšovat jeho výkon. To mají a dokážou jen ti nejlepší!

Lidé na špičce, ať už ve sportu, v businessu, nebo v jakémkoliv jiném oboru, bývají všichni na stejné „technické“ úrovni, každý z nich „to své“ dokonale ovládá. Co tedy rozhoduje o tom, kdo mezi nejlepšími nakonec zvítězí? Je to právě kvalita a nastavení vnitřního světa člověka. Silná vůle nepovolit, i když se nedaří. Umění naučit se správně využívat své vnitřní dvojče, svou „temnou stránku“, vnitřního kritika.

O tom všem je právě tato kniha. Uznávaný mentální kouč a sportovní psycholog se dělí o své dlouholeté zkušenosti.

Řekli ke knize:

„Termín kouč, v původním významu „kočár“, začal být od 19. století používán v oxfordském slangu pro označení někoho, kdo provede studenta obdobím zkoušek. V této knize vám špičkový profesionál nabízí kvalitní, pravdivý, použitelný a střízlivý pohled na koučování v dnešní době.“

Radkin Honzák,
psychiatr, publicista,
vysokoškolský pedagog

„Věřím, že pokud lidé investují svoji energii a čas nejen tam, kde mají předpoklady a talent, ale také kde mají své srdce, a zároveň investují do rozvoje své emoční inteligence, budou v životě nejen výkonní a úspěšní, ale také šťastní. Marianova zkušenost je unikátní a zároveň využitelná nejen pro oblast vrcholového sportu či byznysu, ale pro lepší život každého z nás.“

Tatána le Moigne,
regionální ředitelka
společnosti Google

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

Návrat domů

Blanka Vun Kannon

S touto knihou se s lehkostí stanete tvůrkyní svého života – takového, po jakém v hloubi duše toužíte. Kniha plná zásadních informací je darem pro každou ženu, která hledá v životě harmonii a rovnováhu. Najdete v ní realizovatelné rady z oblasti třídění nepotřebných věcí podle zásad feng shui, vědomého utváření harmonického domova, hospodaření s osobní energií, posílení intuice a mnoho dalších. Díky 33 inspirativním cvičením a dalším praktickým návodům objevíte svou vnitřní moudrost a začnete v souladu s ní vytvářet svůj domov i život. Blanka Vun Kannon je česká poradkyně feng shui a lektorka programu harmonického života Soul Coaching. Ve své práci vychází z osobní zkušenosti vyhoření, která ji ve 37 letech přiměla zcela změnit svůj život. Pomáhá ženám všech generací začít si více věřit a vytvořit si domov a život, po kterém v hloubi duše touží.

INZERCE



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

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

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

www.fiskus.cz

Naše kavárna

Generálním ředitelem
Mastercard M. Čarný

Michal Čarný byl jmenován generálním ředitelem společnosti Mastercard pro ČR a SR. Střídám po osmi letech Miroslava Lukeše, který v newyorské centrále povede jako Senior Vice President globální vývoj debetních produktů.

Změna ve vedení EDITEL CZ

Do vedení společnosti EDITEL CZ nastoupil Štefan Sádovský, který v současné době zastává také funkci CEO ve společnosti EDITEL SK.

K. Vilímek finančním ředitelem
skupiny T.E

Developerská a stavební skupina T.E, která se zaměřuje na výstavbu prémiových nemovitostí, jmenovala do funkce finančního ředitele Květoslava Vilímka.

Sponzoring, charita, pomoc

Podpoří nemocné děti

V České republice stále více dětí trpí respiračními onemocněními. Děti musí být častěji hospitalizované v léčebnách, ve kterých lékaři díky odborným přístrojům dokážou přesněji diagnostikovat, co dítě trápí a naordinovat odpovídající léčbu. Cílem letošní iniciativy Českého červeného kříže, Procter & Gamble a COOP je pomoci nemocným dětem v Dětské odborné léčebně Charlotty G. Masarykové v Bukovanech získáním financí na nové a moderní přístrojové vybavení. Do konce listopadu mohou lidé nákupem výrobků P&G, jako je Ariel, Head & Shoulders, Jar, Lenor, Pampers, Gillette a další, přispět 1 % z ceny na zdraví dětí. (tz)

Lego naší legislativy

Co může překazit
změnu dodavatele energií

Každý má právo změnit dodavatele elektřiny a plynu. Avšak ne vždy jde přechod k jinému dodavateli hladce.



Ve změně může bránit současná smlouva o dodávkách energií, proces ale může zkomplikovat i stávající dodavatel nebo administrativní a jiná pochybení. Na co si především dávat pozor? A co dělat, pokud nedojde ke změně dodavatele a zároveň už skončí smlouva s původním dodavatelem?

Změnou dodavatele energií mohou domácnosti někdy ušetřit nemalé peníze. Samotný proces změny by měl trvat přibližně měsíc. Řada lidí si však v okamžiku, kdy podepisuje dokumentaci nutnou ke změně dodavatele, neuvědomuje případné překážky.

„Třeba to, že jejich stávající smlouva o dodávkách energií buď nejde vypovědět vůbec, nebo jen se zaplacením vysoké smluvní pokuty, protože byla sjednána na určité období, které ještě neskončilo,“ upozorňuje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Dalším problémem může být to, že o změnu žádá jiná osoba než ta, která je uvedena ve stávající smlouvě. Dochází i k situacím, kdy je smlouva vedena například na zemřelého člena domácnosti. Za těchto okolností je nutné požádat o přepis odběrného místa na jinou osobu.

Někteří dodavatelé využívají takzvané retenční nabídky ve snaze udržet si zákazníky, kteří od nich chtějí odejít. Nabídnou jim tedy lepší cenu, než je cena dodávek podle stávající smlouvy. „Pokud vám přijde retenční nabídka, zkontrolujte si kromě ceny i další podmínky smlouvy, například smluvní pokuty a jiné poplatky. Měli byste také zvážit, zda se stávajícímu dodavateli chcete uvázat ke smlouvě na dobu určitou,“ radí Hekšová.

Mnozí dodavatelé zákazníkům ztěžují přechod tím, že jim odmítají sdělit, kdy jim skončí smlouva. Spotřebitelé přitom mají podle energetického zákona při uskutečňování volby dodavatele právo na pravdivé a úplné údaje o své smlouvě. (tz)

Firmy musely snížit nároky, pokud chtěly získat nové zaměstnance

Nezaměstnanost klesla na rekordně nízkou úroveň, práci dostali všichni, kteří opravdu byli ochotni pracovat. V personálních odděleních českých firem však často museli při náboru lidí „přivřít oko“ a snížit nároky. Dočasně, protože situace na pracovním trhu se začíná měnit. Vyplývá to z rozhovoru s Martinem Malo, výkonným ředitelem agentury Grafton Recruitment.

Mění se situace na pracovním trhu, nebo stále přetrvává vysoké napětí s převahou poptávky?

Převís nabídky pracovních míst nad poptávkou zájemců o zaměstnání je stále výrazný. Stejně jako v předchozích letech lidé chybí nejvíce ve výrobě a v informačních technologiích. Náš pracovní trh je vyčerpaný, a proto firmy musí nedostatek lidí řešit zejména nábořem ze zahraničí. Nejde přitom už dlouho jen o pracovníky z členských států Evropské unie, ale i ze zemí mimo EU, například z Ukrajiny, Srbska, Gruzie, Běloruska či Filipín. Výrobní firmy také masivně investují do automatizace svých provozů.

Předpokládaný pokles českého exportu na klíčové zahraniční trhy může složitou situaci na českém pracovním trhu částečně zmírnit. Někteří zaměstnavatelé totiž v reakci na zpomalování růstu HDP a exportních aktivit České republiky začínají hovořit o možnosti budoucího

nezvyšování výroby a s tím související stabilizací pracovní síly.

Jak se proměňují požadavky na zaměstnance a co lze v tomto směru očekávat během příštích několika let?

I když se s rozvojem technologií a adopcí automatizace a robotizace živě diskutuje o změnách charakteru lidské práce a nových požadavcích na zaměstnance, zatím se v praxi žádná velká revoluce neděje. Naopak, firmy často snižují své nároky, aby byly vůbec schopné řadu pracovních pozic obsadit. Pochopily, že si lidé musí na potřebné znalosti a dovednosti připravit. V příštích několika letech však k významnějším posunům dojde. Některé pracovní pozice v návaznosti na nově implementované technologie zcela určitě zaniknou, nové se naopak objeví. Výhodu na trhu práce pak získají ti pracovníci, kteří jsou již dnes ochotni a připraveni se průběžně vzdělávat. Znalost technologií, kreativita a tzv. měkké dovednosti přitom budou zcela klíčové.

Proč dochází k rychlejšímu růstu nejnižších platů a k jakým důsledkům tento vývoj vede?

Je to jednoduché, nejnižší honorované pracovní pozice na trhu práce chybí nejvíce, zaměstnavatelé proto v zájmu získání kvalitních pracovníků museli přistoupit k výraznějšímu zvyšování

mezd. Kdo v tomto ohledu zaváhal, velmi rychle pocítil nedostatek. Důsledkem je dlouhodobý nepřírozeně rychlý růst průměrných mezd, snižování marží podniků a pomalejší růst produktivity práce.

V čem se čeští zaměstnavatelé přiblížili úrovni Západu a kde nás nejvíce tlačí bota?

Západu jsme se v každém případě přiblížili pracovním prostředím a rozmanitostí nefinančních benefitů. Mzdy se sice ještě v mnohých oblastech a segmentech nemohou se západoevropským nastavením srovnávat, důležitá však je úroveň života, kterou si za danou mzdu lze pořídit. A ta je u nás mnohdy vyšší než kdekoli jinde na světě.

Komu hrozí, že bude z pracoviště vytlačen umělou inteligencí a roboty?

Jsou to zejména pracovní pozice, jejichž náplní je opakuji se rutinní manuální práce, a to jak ve výrobě, tak i v kancelářském prostředí. Skenování faktur, vkládání dat do databáze, vytváření reportů, vyhledávání informací, to vše a mnohem více dnes již bez problémů zvládá robotický software. Automatizace zatím probíhá spíše na úrovni jednotlivých úkonů než celých pracovních pozic, v budoucnu je však potřeba počítat s tím, že se mnozí lidé budou muset přeskolít na nové kompetence a přesunout na nové úkoly.



Martin Malo, výkonný ředitel agentury Grafton Recruitment

Oznámkovali byste vládu za vytváření vhodného prostředí pro podporu zaměstnanosti a ekonomický rozvoj?

Řekl bych, že vzhledem k rekordně nízké nezaměstnanosti, která na našem trhu panuje už několik let, je vláda v tomto ohledu reakceschopná. Uvědomuje si, že lokální pracovní síla nepokryje potřeby zaměstnavatelů. Aby však mohl být současný ekonomický rozvoj zachován, bylo by vhodné zaměřit pozornost i na další aspekty, například na zjednodušení procesu zaměstnávání cizinců či podporu spolupráce vzdělávacích institucí a komerčních firem. Zaměstnavatelé hodnotí spolupráci se státní správou jako přinejmenším pomalou a neflexibilní.

otázky pokládal Pavel Kačer

Co naznačila 28. vlna Exportního výzkumu DHL

Společnost DHL Express představila výsledky letošní 28. vlny Exportního výzkumu DHL, jež ukazuje, že očekávání tuzemských exportérů s ohledem na budoucí vývoj jsou spíše pesimistická. Podle nejnovějších výsledků se situace českých vývozců meziročně zhoršila. Přestože téměř polovina exportérů (49 %) hodnotí objem vývozu za posledních 12 měsíců stabilně, podíl exportérů, kteří deklarují nárůst exportovaného objemu, poklesl na 32 % oproti loňským 42 %. Snížení objemu exportu však jen uvádí necelá pětina exportérů (19 %).

Exportní výzkum již 20 let mapuje názory předních českých exportních firem na aktuální exportní trendy, jejich zkušenosti s obchodováním na zahraničních trzích, očekávání a hodnocení budoucího vývoje. Výzkum se provádí na základě dotazování ředitelů a členů top managementu 300 českých exportních firem, které náhodným výběrem z exportní databáze zajišťuje společnost GfK.

„Letošní výzkum ukázal, že očekávání českých vývozců ohledně objemu exportu v příštích 12 měsících jsou ve srovnání s předešlými roky spíše pesimistická. Nárůst objemu exportu předpovídá třetina exportérů (33 %). Oproti roku 2018 jde o výrazný pokles o 10 procentních bodů. Po letech stagnace v této kategorii poměrně výrazně vzrostl podíl exportérů, kteří v příštím roce očekávají pokles objemu vývozu, na 12 % z loňských 5 %. Index dlouhodobého exportního sebevědomí, který v posledních šesti letech osciloval v intervalu 39 až 45 bodů, letos dosáhl pouze hodnoty 22, a blíží se tak k minimu z krizového roku 2008,“ uvedl obchodní ředitel DHL Express pro Českou republiku Jakub Tomšovský.

Obchodní válka mezi USA a Čínou jako riziko pro český export

Podle více než tří čtvrtin českých vývozců (82 %) jsou podmínky pro export firem v České republice stabilní. Celých 10 % exportérů však hodnotí vývoj podmínek za poslední rok negativně. Lze říci, že čím větší je podíl exportu na celkovém obrátu firmy, tím častěji mluví jejich představitelé o zhoršujících se podmínkách.



Jakub Tomšovský, obchodní ředitel DHL Express pro Českou republiku

„Za dva nejvýznamnější faktory, které pomáhají exportu, považují exportéři stejně jako v minulém roce vlastní aktivitu a zlepšení jejich spolupráce se stávajícími partnery. Třetím nejvýznamnějším faktorem, a prvním z kategorie externích vlivů, který výzkum odhalil, je vyšší poptávka po zboží. Oproti roku 2018 však tento faktor zaznamenal výrazný pokles (z loňských 64 % na letošních 56 %). Pětici nejdůležitějších faktorů pro růst exportu uzavírají stejně jako loni nový obchodní partner a nové technologie výroby,“ komentoval Jakub Tomšovský.

Největší riziko pro český export vidí exportéři, i přes výrazný pokles oproti loňskému roku o 18 procentních bodů, ve změnách v kurzech měn. „Dalšími výraznými riziky, jejichž vnímání oproti loňsku výrazně vzrostlo, jsou příchod další globální ekonomické krize (toho se obává 12 % exportérů), brexit (12 %) a růst nákladů (10 %),“ komentoval výsledek výzkumu Petr Megela, konzultant GfK Czech.

A v čem vidí čeští exportéři největší příležitosti pro zvýšení exportu? V rámci ekonomické oblasti jsou to nejčastěji nejen nové trhy a obchodní partneři (pro 17 % společností), zvyšování

konkurenceschopnosti českých firem (7 %), inovace (6 %), ale také například upevňování vztahů se stávajícími partnery. Zajímavé je, že oproti minulým rokům vidí exportéři méně často příležitost v oblasti politiky (měnová politika, podpora, regulace), když zde došlo k meziročnímu poklesu o 6 procentních bodů.

Německo, Rusko i Čína

Téměř všichni čeští exportéři (98 %) míří se svými produkty a službami do zemí EU. Druhým nejčastějším teritoriem pro export pak je Rusko a státy bývalého Sovětského svazu (42 %). Na třetím místě se na rozdíl od loňska umístila Čína a oblast jihovýchodní Asie (26 %) následována zeměmi Blízkého a Středního východu (24 %). K významnému poklesu došlo v případě vývozu do Severní Ameriky, kam dle výsledků výzkumu vyváží 23 % českých exportérů. Tento pokles lze spíše hodnotit jako návrat k situaci v minulých letech.

Pro příští rok očekávají čeští exportéři menší nárůst objemu vývozu téměř ve všech dotazovaných teritoriích. U států Evropské unie čeká nárůst exportu pouze 29 % vývozců, což oproti roku 2018 představuje pokles o 14 procentních bodů. Nárůst objemu exportu očekává méně vývozců (40 %) i v případě Ruska a zemí bývalého Sovětského svazu, kde v posledních třech letech tento podíl neustále narůstal.

„Jak 28. vlna Exportního výzkumu ukázala, největší exportní potenciál podle českých exportérů do budoucna představují tradičně Německo, Rusko, Čína a Polsko. Pětici zemí s největším potenciálem uzavírají Spojené státy americké, které odsunuly Slovensko, jež se loni nacházelo na páté příčce. Podobně jako v předchozích třech letech, i letos se zvýšil podíl firem, které vidí Čínu jako největší exportní příležitost do budoucna (10 %). K mírnému nárůstu došlo také u Ruska, kde však jde spíše o návrat do období kolem roku 2015. První příčku i přes mírný pokles hájí Německo, které považuje za největší exportní příležitost 29 % českých vývozců,“ shrnul Petr Megela z GfK Czech.

Co bude dál?

Výzkum tradičně zkoumal také to, jak čeští vývozcí vnímají aktuální události, a to z hlediska

toho, jak by mohly v příštích 12 měsících ovlivnit český export. Také letos předpokládají čeští exportéři za nejpravděpodobnější z možných událostí, které nastanou, zpomalení ekonomiky, a to jak v rámci celé EU, tak i České republiky. Tyto dvě události jsou v letošním roce hodnoceny jako ještě pravděpodobnější než loni (nárůst o 11, resp. 15 procentních bodů).

„Téměř třetina českých exportérů (28 %) je také toho názoru, že případná „obchodní válka“ mezi USA a EU by ohrozila jejich exportní aktivity. Dvě třetiny českých exportérů však toto riziko vnímá jako nepřilíhší významné. S rostoucím podílem exportu na obrátu firmy však rostou obavy firem z „obchodní války“ s USA. Mezi firmami, na jejichž obrátu se export podílí více než 60 %, cítí toto riziko jako ohrožující 41 % exportérů,“ uvedl Petr Megela z GfK.

S blížícím se odchodem Velké Británie z Evropské unie opět meziročně vzrostl podíl exportérů čekajících negativní dopad brexitu na český vývoz a exportní politiku ČR. „V Česku se toto přímo dotýká více než třetiny vývozců (37 %), kteří své zboží exportují do Velké Británie. Největší obavy mají z možných nových pravidel při obchodování s Británií a zavedení cel,“ doplnil Jakub Tomšovský z DHL Express.

Zaostřeno na online obchod

Stejně jako v předešlých letech se i v rámci 28. vlny Exportního výzkumu dotazování zaměřilo na záležitosti v oblasti e-commerce. „Zjistili jsme, že produkty a služby prostřednictvím e-shopu nabízí zhruba pětina (21 %) exportérů a 8 % o tom uvažuje. Mezi těmi, kteří již produkty či služby online nabízejí nebo o tom uvažují, jich téměř dvě třetiny (65 %) prodávají či plánuje prodávat prostřednictvím e-commerce i v zahraničí,“ komentoval Jakub Tomšovský.

Nejčastějším problémem je neznalost a nastavení legislativních norem a procesů (pro 18 % exportérů), následované jazykovou bariérou (9 %). Naopak jako největší přínos a potenciální příležitost e-commerce uvádí čeští vývozcí možnost přímého kontaktu s koncovým zákazníkem, bez nutnosti využití služeb jakýchkoli zprostředkovatelů. (tz)