

Café Charlotte

vás zve do své vyhlášené cukrárny v Železné Rudě.

Ochutnáte jedinečné zákusky, dorty, poháry s chutí plnou překvapení.

Pečeme tradiční vánoční cukroví pro vaši sváteční pohodu.

tel.: + 420 725 835 555

www.cafe-charlotte.cz



INZERCE

Vysoká kvalita, jasný původ, stálý charakter a respekt k tradicím

V každém doušku svijanského piva si lze vychutnat kousek národní hrdosti, úctu k tradici, snahu nabídnout zákazníkovi prvotřídní výrobek, který má české kořeny, vzniká ve společnosti s českým kapitálem a na základě dovedností českých sládků. Nejen patriotům lahodného moku je to příjemné a nejen jim pivovar svými výrobky a filozofií odpovídá na otázku, co může být základem úspěšného podnikání, v čem hledat smysl na cestě za zákazníkem. Konec roku bývá obdobím sčítání a odčítání, přemýšlení nad tím, co se nám podařilo, a co ne, jak být ještě lepší v roce nadcházejícím. Slova ředitele Pivovaru Svijany, a.s., Ing. Romana Havlíka jsou povzbudivá a plná pozitivní energie:

Jaké postavení má dnes váš pivovar mezi ostatními výrobci piva v České republice? A co je pro váš sortiment typické?

Vedle šesti velkých pivovarských společností dnes v Česku působí i 29 samostatných pivovarů, z nichž jsou Svijany téměř největší. Současně jsme jedním z největších pivovarů v českých rukou, ale hlavně nejvýznamnějším českým výrobcem zachovávajícím tradiční způsob kvašení piva. Na tom všem je pozoruhodné zejména to, že tuto pozici si Svijany vybudovaly jen za posledních zhruba dvacet let – ještě v roce 1998 stály jako malý regionální pivovar ve vlastnictví zahraniční pivovarské společnosti před uzavřením. Příběh záchrany pivovaru a nadšení místních lidí pro značku Svijany v prvních letech samostatné existence představují v Česku v tomto oboru skutečně nevídanou „success story“.

Dnes už se jasně ukazuje, že nám do karet



Ing. Roman Havlík, ředitel Pivovaru Svijany, a.s.

hrálo i to, že jsme vsadili na tradiční výrobní postupy, stejné jako v polovině minulého století, kdy se české pivo proslavilo po celém světě. A že jsme vytrvali i v době, kdy všechny ostatní velké pivovary z ekonomických důvodů postupně přecházely na úspornější technologii výroby piva v cylindrokonických tancích.

Pro výrobu všech našich piv tak nadále používáme výhradně klasickou technologii českého piva plzeňského typu s dvourmutovým způsobem vaření, kvašením v otevřených spilkách a zráním v ležáckých sklepích. Za suroviny nám slouží vlastní voda, prvotřídní humnové slady a výjimečný chmel z vlastních chmelnic. A co je

rovněž důležité – naprostou většinu z našich dnes již šestnácti různých piv dodáváme nepasterizovanou, a to i v plechovkách, což je zřejmě nejen český, ale nejspíše i evropský primát. A výjimeční jsme ještě v jedné věci – jsme bezkonkurenčně největším dodavatelem silných piv pro český trh, na němž v tomto segmentu držíme zhruba pětinový podíl. Na vysvětlenou: silná piva – před přijetím nové legislativy až do listopadu označovaná jako speciály – jsou piva zhruba od 13 do necelých 18 % extraktu původní mladiny, tedy lidově třináctky až sedmnáctky.

pokračování na straně 3

Studenti a Kooperativa pro bezpečnost na silnicích

Mladí řidiči vloni na českých silnicích nesli vinu na každém šestém úmrtí. I řešení této výzvy si klade za cíl druhý ročník studentské soutěže Moje Vize nula: Studenti pro bezpečné silnice, kterou vyhlašuje Nadace pojišťovny Kooperativa. Cílem je aktivizovat mladé lidi ke zlepšení stavu dopravní bezpečnosti v České republice a šířit osvětu o prevenci dopravní nehodovosti mezi mladými účastníky silničního provozu.

Vysokoškoláci a středoškoláci mohou své projekty přihlásit do soutěže do poloviny května 2020. Důležité je přijít s inovativním řešením, které dokáže zlepšit stav nehodovosti na českých silnicích. „Studenti budou mít jedinečnou šanci získat cenné zkušenosti s psaním projektu pod odborným vedením expertů. Ze všech přihlášených projektů vybere odborná komise celkem pět nejlepších prací. Jejich autoři budou pozváni do finálového kola soutěže, kde je čeká jejich obhajoba před skutečnými odborníky. Nejlepší vyhraje 50 000 korun. Pokud bude mít projekt šanci na realizaci, student získá možnost jej dále rozvíjet za pomoci mentora,“ představil soutěž Jindřich Henzl, CSR specialista pojišťovny Kooperativa.

Aktivně se mohou zapojit i samotné vysoké a střední školy, kterým v rámci projektu Kopera-

tiva nabízí interaktivní přednášky pro studenty, zaměřené na bezpečnost v silničním provozu. „Očekáváme, že zapojení studenti se zamyslí nad svým chováním na silnicích, a navíc budou kladně působit i na své vrstevníky. Vybrané studentské práce pak mohou díky následné praktické realizaci napomoci zvyšovat úroveň bezpečnosti na našich silnicích,“ vysvětlil Jan Polák z Týmu silniční bezpečnosti. Již v prvním ročníku se do projektu zapojilo 17 fakult vysokých škol a univerzit a dvě vyšší odborné školy. Své projekty nakonec přihlásilo celkem 119 studentů. „Velmi nás těší úspěch prvního ročníku soutěže, a jelikož jsme zaznamenali zájem i z řad středních škol, rozhodli jsme se tento ročník otevřít i středoškolákům,“ doplnil Jindřich Henzl.

Mladí řidiči jsou jednou z nejrizikovějších a nejohroženějších skupin řidičů na silnicích. V roce 2018 vyšetřovala Policie ČR celkově 104 764 dopravních nehod, při kterých zemřelo 565 osob a dalších 2465 bylo těžce zraněno. Z toho mladí řidiči motorových vozidel ve věku do 24 let zavinili 10 051 nehod, o život při nich přišlo 94 lidí a dalších 397 utrpělo těžké zranění. Meziročně sice bylo nehod zaviněných mladými řidiči o 477 méně, bohužel však o sedm narostl počet mrtvých, a dokonce o 50 počet těžce zraněných. Tato skupina řidičů zavinila každou desátou dopravní nehodu a na svědomí měli každé-

ho šestého mrtvého i těžce zraněného. Pravděpodobnost, že při nehodě zaviněné mladým řidičem někdo zemře, byla o 75 % vyšší, než činí průměr za všechny nehody, ke kterým loni došlo na českých silnicích. Výrazně vyšší – o téměř 70 % – je i pravděpodobnost, že nehoda bude mít za následek těžké zranění.

Nejčastějšími příčinami nehod způsobených mladými řidiči byly nepřiměřená rychlost jízdy či překročení rychlostního limitu. Tyto případy měly na svědomí 48 mrtvých. Agresivita či ne zodpovědnost mladých řidičů stála život 13 lidí. Hlavními příčinami vážných nehod způsobených mladými řidiči jsou především nezkoušenost, osobnostní nezralost a životní styl. „Nezkušené řidiči jsou snadno přetížení a nezvládají současně vykonávat několik řidičských úkonů. Mladí motoristé mívají sklon k impulzivnosti a často nedomýšlejí možné dlouhodobé následky vyplývající ze zavinění vážné nehody. Mají vyšší míru tolerance vůči rizikům, adrenalinové situace nejednou přímo vyhledávají. Velký vliv na jejich nehodovost mají i alkohol a drogy. Mladí viníci s alkoholem či jinou návykovou látkou v krvi tak zabili každého pátého, kdo přišel o život jejich vinou. To je o 54 % více, než je průměr za všechny dopravní nehody vyšetřované policisty,“ sdělil Roman Budský, dopravní expert Platformy Vize 0. (tz)

Aplikace Můj Globus: nadiktujte si nákup a ušetřete čas i papír

V čase předvánočních nákupů přichází Globus s novými funkcemi ve své mobilní aplikaci. Nadiktujete si nákup, on se sám vytvoří, seřadí, vy ho nasdílíte s tím, kdo jde nakupovat, a seznam se nově při skenování zboží i sám odškrtná. Další novinkou aplikace je prioritizace slevových kuponů. Díky novým funkcím zákazníci ušetří čas i papír.

Ekologie a úspora času jsou výraznými tématy dneška. A obchody trendům jdou vstříc. Jednou z cest, jak naplnit zákaznickou poptávku v těchto směrech, je pro hypermarkety Globus i mobilní aplikace. Aplikace Můj Globus existuje přesně rok a díky propracovanosti funkcí od tvorby nákupního seznamu po Scan&Go v mobilu až po užitečné informace o cenách a nabídce, má i vysoká hodnocení na Google Play a App Store. Ke dnešku si ji stáhlo přes 100 000 uživatelů a většina z nich ji aktivně používá. Dle recenzí se lidé ve většině shodují na tom, že aplikace spoří jejich čas. „Ten nově ušetří i funkce automatického odškrtnutí nákupního seznamu po naskenování kódu zboží, stejně i možnost zvolit si slevové kupony, které chce zákazník použít, aby se mu zobrazily na konci nákupu k uplatnění,“ řekla Rita Gabrielová, vedoucí korporátní komunikace Globusu. Aplikace umí sestavit nákupní seznam jak pomocí vyhledávače mezi zbožím, tak i naskenováním čárových nebo QR kódů, ale nově lze položky i diktovat. Nejblíže přidané funkce aplikace budou spočívat v nakupování ingrediencí dle receptů. „Vývoj aplikace určují sami zákazníci, kteří nám dávají v průběhu používání podněty, co by si v ní přáli za funkce,“ sdělila Rita Gabrielová.

Dosavadní uživatelé aplikace oceňují také fakt, že díky ní mají na jednom místě online zákaznickou kartu a slevové kupony. V aplikaci využili dodnes zákazníci 45 000 slevových kuponů, které nemusely být vytisknuty na papír. Celkem jde o desítky kilogramů papíru. Tímto směrem se aplikace vyvíjí i dál.

Nejčastější funkcí, kterou zákazníci využívají, je integrované Scan&Go a sdílený nákupní seznam. Zatímco ženy nákupní seznam v aplikaci sestaví, většinou jsou to muži, kteří s ním do hypermarketu jdou, skener v mobilu použijí právě víc oni.

Poměr uživatelů aplikace Můj Globus je 64 % muži: 36 % ženy. V rámci jednotlivých funkcí se poměr však liší. Například využití Scan&Go v aplikaci je 80 % muži : 20 % ženy. Nákupní seznam ale využívají 51 % ženy : 49 % muži. Perličkou je, že zatímco uživatelé operačního systému Android, kupují víc housky, uživatelé Apple pak jsou víc na rohlíky. „Znamená to jediné. Že zákazníci bez rozdílu mají rádi naše pečivo,“ uzavřela s nadsázkou Rita Gabrielová. (tz)

Najdete uvnitř listu	
Digitální ekonomika mění svět podnikání	5
Mobil prozradí o zvířatech v chovu všechno	7
Hledáte hodnotný a užitečný dárek pro své nejlepší řemeslníky?	12
Podnikání a svatomartinská husa v souvislostech	14
Musíme mít jasnou strategii	16

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: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 9. prosince 2019

PhDr. Eva Brixí-Šímková, šéfredaktorka

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

Martin Šímek, šéfredaktor internetových médií

www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz

a www.freshtime.cz

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

Pavel Kačer, redaktor

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

Kateřina Šímková, redaktorka a mediální

konzultantka

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

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

Korektury: Mgr. Pavla 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
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

FRESH TIME
PROSPERITA

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

Den bez dluhů

Ekonomika už dlouhá léta roste především díky úvěrům. Těm spotřebitelským, které umožňují lidem, ale i firmám, městům, regionům a státu utrácet hned a víc, než na kolik momentálně mají. Jenže tak dlouho se chodí do banky pro peníze... Mnoho z nich už dluhy donhaly a nemají je čím splácet. Proto se objevila iniciativa Den bez dluhů, která chce naučit veřejnost odpovědně hospodařit s penězi. Nepochybně to považují za krok správným směrem. Jenže na druhou stranu tu působí reklama, která nám říká, proč si něco nepořídit, i když máme hluboko do kapsy. A také vzor vlád téměř celého světa: Aby mohly splácet alespoň úroky z úvěrů, musí si na to půjčit. **Pavel Kačer**

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

České ryby nám nejedou?

Tiskové konference na témata související s kalendářem a ročním obdobím bývají hojně navštěvované. Ne jinak tomu bylo na novinářském setkání 20. listopadu v Praze, kde se hodnotila kvalita ryb u nás a v Evropské unii. Odborníci potvrdili, že nevyhledávanější domácí sladkovodní ryba je stále kapr a že průměrná roční spotřeba těchto ryb na osobu a rok je pouhých 1,3 kg a mořských 2,9 kg. Což jsou čísla, která asi výživové poradce nepotěší. Čechům na rybách prý vadí hlavně kostičky. Přesto že šlo o informace, z nichž Rybářské sdružení ČR nemá asi radost, tiskovka se vydařila. Média dostala fakta, s nimiž se dá pracovat.

Eva Brixí

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 GERnetič Česko 2019
17. Exportní cena DHL
18. Oslava Věstarské 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 Ondrářková**, 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.

SEPA platby s AKCENTOU CZ

AKCENTA CZ, platební instituce, která realizuje pro exportéry a importéry zahraniční platební styk a devizové operace, přichází se SEPA platbami zdarma. Při platbách svým zahraničním partnerům v rámci Evropské unie a dalších zemí, které tvoří Evropský hospodářský prostor, neplatí nově klienti AKCENTY s naprostou většinou sazebníků žádné poplatky. Musí jít o platby v eurech, které splňují parametry SEPA plateb. Stejně tak tomu je v případě příchozích plateb. „Úhrady v eurech tvoří mezi našimi klienty z řad firem a podnikatelů naprostou většinu, což je logické i vzhledem k výraznému zaměření exportérů například na německý trh. SEPA úhrady se podílely loni 45 % na všech realizovaných úhradách pro naše klienty. Jejich celkový počet přitom každoročně stoupá, letos jsme již na konci října provedli tolik úhrad jako za celý minulý rok. Naši klienti, kterými jsou především firmy

zabývající se exportem a importem, nyní za tyto operace nezaplatí žádné poplatky, což pro ně může znamenat úsporu a konkurenční výhodu,“ přiblížil Aleš Dubský, obchodní ředitel pro český trh společnosti AKCENTA CZ a dodal: „SEPA úhrady zdarma nově mohou využívat téměř všichni naši klienti, stejně tak nevýhodnější směnné kurzy, díky kterým mohou generovat další nemalé úspory.“

SEPA (z anglického Single Payment Area) platby (nově se začíná používat označení úhrady) jsou rychlé převody peněžních prostředků v rámci Evropského hospodářského prostoru v měně euro. Nejsou omezeny částkou, je možné provést je pouze s poplatkem typu SHA. S tímto poplatkem odesílatel platby zaplatí poplatky svojí bance a druhá strana, která platbu přijímá, zaplatí zase poplatky podle ceníku svojí banky. Jde tedy o sdílené náklady. **(tz)**

Nedostatek zahradníků v Česku

Zahradníci nejsou jen sezonní záležitost, spoustu práce mají po celý rok a jejich nedostatek se v Česku prohlubuje. Firmy proto hledají nové posily už mezi žáky středních odborných škol. Počty absolventů pracovní trh uspokojit ale nedokážou. Jedním z důvodů, proč se mladí do studia perspektivního oboru nehrnou, jsou obavy ze sezonního příjmu. „Ať už jde o floristy, ovocnáře, či zelináře, práci mají absolventi zahradnických oborů po celý rok. V případě floristů se jejich činnost samozřejmě řídí tematickým zaměřením jednotlivých ročních období – na jaře jsou to například Velikonoce, léto patří zpravidla svaatebním dekoracím, podzim Dušičkám a zima samozřejmě adventní a vánoční floristice. Pokud pracují například v zahradnických centrech, patří k tomu ještě celoroční péče o květiny, údržba skleníků a podobně. V případě ovocnářů je to zase celoroční starost o stromy, půdu i celé sady, ochrana před škůdci či prořezávání stromů. Nyní navíc firmy ve velkém nabírají pracovní síly k prodeji vánočních stromků, zpravidla brigádně. Těm, kteří se ale osvědčí, firmy zpravidla nabídnou celoroční práci,“ vyvrátil mýtus o sezonnosti Miloslav Janeček, ředitel Střední odborné školy Jarov. Zahradnické firmy se dlouhodobě potýkají s nedostatkem zaměstnanců. Zahradníky hledají firmy napříč republikou. Například na serveru práce.cz zájemci o práci v zahradnickém odvětví najdou 85 nabídek. „Zájem ze strany soukromých firem o naše studenty je obrovský! Poptávka vysoce převyšuje nabídku absol-

ventů. Zájem je vysoký napříč oborem – firmy hledají květináře, floristy, ovocnáře, zelináře i architekty zahrad – to vše jsou absolventi zahradnických oborů schopni budoucím zaměstnavatelům nabídnout,“ řekl Miloslav Janeček.

Zahradnické firmy v Česku trápí nedostatek schopných absolventů. Nedostatek kvalifikovaných pracovníků tak ohrožuje rozvoj jinak slibně se rozvíjejícího odvětví. Problémem není nízký počet zájemců o studium, ale to, že zájem o obor neroste. „Zájem o obory se zahradnickým zaměřením je již řadu let téměř konstantní, navíc zájem o absolventy těchto oborů ze strany zaměstnavatelů je zvláště v posledních letech značný a neustále stoupá. Aktuálně na naší škole studuje zahradnické obory 64 studentů, mohlo by jich ale být i dvakrát tolik,“ vysvětlil Miloslav Janeček. Větší zájem o obor mají dívky, firmy ale víc stojí o chlapce. „Okolo 80 % žáků na zahradnických oborech bývají dívky. Mezi zaměstnavateli je ale velký zájem o absolventy chlapce. Navíc například mezi floristy dost často právě chlapci patří k těm velmi nadaným a perspektivním žákům,“ uvedl Miloslav Janeček. Uplatnění na trhu práce je pro zahradníky obrovské. Práci seženou po škole téměř všichni. Stále větší množství absolventů navíc míří na vysoké školy. „Pokud odečteme absolventy, kteří pokračují na vysoké či vyšší odborné škole, což je zhruba 20 %, tak ti zbývající v přibližně 75 % najdou práci v oboru. Po zapracování se jejich plat může pohybovat až kolem 40 000 korun měsíčně,“ uzavřel Miloslav Janeček. **(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 VZÁJEMNÁ POJIŠŤOVNA, a.s.

I C O M
transport a.s.

partneři:

GRADA

centrum * andragogiky

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

odborní partneři:

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

MAKRO
NÁRODNÍ ASOCIACE OBCHODNÍKŮ

SOCR ČR
Společnost ochránců rostlin

ČMA

KZPS

SÍDLIŠTĚ PODNIKATELŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČESKÉ REPUBLIKY

ACHTO
ASOCIACE OBCHODNÍKŮ TRADIČNÍHO OBCHODU

AVO

caim

SVAZ KVĚTINÁŘŮ A FLORISTŮ ČESKÉ REPUBLIKY

ČESKÝ SVAZ OBCHODNÍKŮ

ČM s M

CZECH GAS ASSOCIATION

ČESKÝ FYNÁRENSKÝ SVAZ

Prosperita vás provází dním v businessu už 21 let!

Agentura CzechTrade obhájila certifikaci ISO

Agentura na podporu českého exportu CzechTrade je již 17 let držitelem mezinárodní certifikace ISO. Také letos CzechTrade při dozorovém auditu potvrdil, že klientům poskytuje kvalitní produkty a služby. Agentura je držitelem certifikace ISO 9001 od roku 2002.

Agentura CzechTrade opět potvrdila, že je organizací s vyspělým systémem manažerského řízení – od strategie po konkrétní procesy – a s explicitní orientací na zákazníka a výsledky. Úspěšně prošla dozorovým auditem, který se konal v září. Cílem auditu bylo ověřit fungování systému řízení dle normy ISO 9001:2015,

kteřá zaručuje, že organizace splňuje procesní požadavky na zajištění kvality svých produktů a služeb. Ověřovány byly především interní audity, systém řízení rizik, případné řešení stížností, vývoj plánovaných činností zaměřených na neustálé zlepšování či například politika jakosti agentury.

CzechTrade má certifikované tyto typy služeb: podpora exportu a mezinárodního působení českých firem, včetně adresného předávání zahraničních poptávek a aktivního vyhledávání obchodních příležitostí českým společnostem; poskytování poradenství a asistenčních služeb, organizování prezentačních, incomingových a vzdělávacích akcí spojených s podporou exportu a implementace struktu-

rálních fondů EU a národních grantových schémat.

Certifikace je udělena vždy na tři roky recertifikačním auditem. Ve tříletém mezidobí probíhají tzv. dohledové (dozorové) audity, a systém řízení organizace je tedy ověřován během každého roku. Pokud organizace úspěšně projde dohledovými audity, certifikace zůstává beze změn v plném rozsahu, jak byla definována v rámci recertifikačního auditu. Ten poslední v CzechTradu proběhl v říjnu 2017, další recertifikační audit tedy agenturu čeká v září 2020. V případě úspěchu bude certifikace prodloužena na další tři roky.

ISO je zkratka pro Mezinárodní organizaci pro normalizaci, která sdružuje subjekty z celého

světa. Certifikované společnosti musejí splnit vysoké nároky na kvalitu procesního řízení, poskytovaných produktů a služeb, rozvíjet se a neustále zlepšovat svou výkonnost a efektivitu. To v konečném důsledku šetří čas, finance i cenné zdroje.

CzechTrade je již více než 20 let partnerem českých firem na jejich cestě k exportním úspěchům. Jejím cílem je usnadnit jejich rozhodování o výběru vhodných teritorií, zkrátit dobu vstupu na daný trh, podpořit aktivity směřující k dalšímu rozvoji firmy v zahraničí, a především eliminovat rizika spojená se vstupem na nová teritoria. Zahraniční kanceláře agentury CzechTrade poskytují služby v 59 zemích na pěti kontinentech. (tz)

Vysoká kvalita, jasný původ, stálý charakter a respekt k tradicím

dokončení ze strany 1

Úspěch nepřišel jen tak, stál a stojí vás značné úsilí, ať už jsou to investice, marketing, rozvíjení vztahu k historii, podpora nápadů, smysl pro inovace, vytváření vize. Co je zásadní pro to, aby pivovar na trhu obstál a neztrácel body?

Postavit pivovar znovu na nohy byla obrovská práce. Všichni v pivovaru dali do jeho záchrany vše, stal se jejich „srdeční záležitostí“, ale rozhodně by se neobešli bez podpory nejdříve místních lidí a později fanoušků v celé republice. Jsme jim proto neobyčejně zavázáni a snažíme se jim ji splácet tím, co umíme – poctivě dělaným pivem. I když vyrábíme více než patnáctkrát více piva než v roce 1998 – loni už rekordních 681 868 hektolitrů – nikdy nás ani na okamžik nenapadlo výrobní postup jakkoliv ošidit. Po celou dobu jsme naopak průběžně investovali obrovské částky do rozšíření a modernizace klasické technologie, aby naše pivo zůstávalo pořád stejně dobré. Abych tedy odpověděl na vaši otázku: zásadní je vysoká kvalita, jasný původ, stálý charakter a respekt k tradicím. Přesně to dokážou zákazníci v Česku a jiných zemích ocenit, a to se týká i piva – nebo dokonce možná piva ještě více než jiných výrobků.

Za posledních 20 let jste intenzivně pracovali na image značky, a ta se stala ikonou v oboru. Bylo to těžké, nebo spíše zábavné?

Jistě bychom mohli vzpomenout na obtížné situace, ale i na zábavné momenty, jak už to tak v životě chodí. Ale protože všichni raději vzpomínáme na veselé chvíle, při pohledu zpět už bych spíše řekl, že zábavné. Samozřejmě nebyla v naší každodenní práci nouze ani o krizové situace, bohužel často dané tím, že nám někdo úspěch nepřál, ale to už je za námi.

Pravidelně se účastníte soutěže Česká chuťovka. Co vám toto klání ukázalo, co vám dalo?

Doufám, že nebude znít neskromně, když řeknu, že o ocenění z řady domácích i světových degustačních soutěží nemáme nouzi – naše Svijanská Desítka byla třeba letos vyhlášena za nejlepší pivo plzeňského typu ve světové profesionální degustační soutěži World Beer Idol a další ceny jsme nasbírali na mezinárodních soutěžích Meininger's International Craft Beer Award a European Beer Star nebo na českém Pivním speciálu roku. Ale Česká chuťovka je jiná a leží nám zvláště na srdci. Snahu objevovat všechny potravinářské výrobky, které jsou prokazatelně českého původu a vynikají výbornými chuťovými parametry a vysokou kvalitou, totiž považujeme za velmi prospěšnou. Jsme proto velice rádi, že v celé historii soutěže se svijanské pivo vždy těšilo velké pozornosti a pravidelně získávalo označení Dobrý tuzemský potravinářský výrobek; také letos je převzala všechna čtyři přihlášená svijanská piva. Náš sládek Petr Menšík sice s oblibou říká, že spíše



než názory odborných degustátorů je pro nás rozhodující hodnocení spotřebitelů a fanoušků našeho piva, ale každé ocenění naší práce nám samozřejmě dělá radost. Pozitivní reakce zkušených hodnotitelů nás totiž utvrzuje v tom, že naše pivo vaříme dobře a že tradiční výrobní postupy skutečně mají smysl.

Kromě toho nám však letošní Česká chuťovka opět ukázala také to, že ani konkurence nespí a že nesmíme usínat na vavřínech. To je pro mě jako pro spotřebitele velice potěšující, ale jako ředitele pivovaru mě to zavazuje k ještě většímu nasazení.

Jak vnímáte české výrobce potravin? Mají se čím chlubit?

Bezpochyby. Nejlepším důkazem je právě každoroční vyhlášení cen Česká chuťovka a následné ochutnávky oceněných výrobků. Kdo na nich v Senátu někdy byl, musí mi dát za pravdu, že za

několik posledních desetiletí se kvalita a nabídka českých výrobců potravin neuvěřitelně zlepšila a rozvinula. V mnoha případech navázali na někdejší slávu české kuchyně z dob monarchie a první republiky a mají co říci i nejnáročnějším evropským a zámořským konzumentům. Mně osobně nejvíce oslovují ti, kteří podobně jako náš pivovar přísně dbají na jakost surovin a náročné původní výrobní postupy, nikoli na masovou produkci za pomoci úsporných technologií, i když chápou, že i takoví mají na trhu své místo.

Pivovar Svijany je českým kapitálem a jedním z našich nejstarších pivovarů. Plyne z toho pro zákazníka určité poselství?

Nevím, jestli to je přímo poselství, ale myslím, že je potěšitelné, že při dostatečném nasazení a motivaci lidí si i menší domácí podnik dokáže vybojovat své místo na slunci a prosadit se proti silným nadnárodním korporacím. Máme na

čem stavět, česká pivovarnická historie je neobyčejně bohatá a Česká republika je právem pivovarnickou velmocí, ať už jde o objem výroby, export, nebo kvalitu vyráběného piva, nepočítám-li náš světový rekord ve spotřebě piva na hlavu. Pivovar ve Svijanech byl založen v roce 1564, a je tak jedním z nejstarších českých pivovarů vůbec, proto by pro mě bylo velmi bolestné, kdyby měl skončit jako jeden z řady typizovaných pivovarů s unifikovaným výrobním vybavením a technologií.

Pro vánoční svátky jste připravili speciální nabídku piva. Oč přesně jde?

Stejně jako v uplynulých letech jsme i letos dostáli tradici a připravili nejen speciální vánoční „osmipack“ Svijanského Mázu 11 %, ale i pětilitrové soudky, půllitrové plechovky a dvoulitrové Plechovky (nejen) pro chlapy s motivem nadcházejících vánočních svátků. Stejný vánoční dekor s betlémem, vánoční kometou a andělíčky se objeví také na lahvičkách Svijanského Mázu v běžném prodeji. Mně osobně se moc líbí a věřím, že ho ocení i naši zákazníci.

A co z vašeho sortimentu byste doporučili ochutnat na Silvestra třeba k ovaru, vařenému vepřovému kolenu nebo uzenému hovězímu jazyku?

Rozhodně neuděláte chybu, když si k nim otevřete ležák Svijanský rytíř nebo naši chloubu – prémiový ležák „450“, vyrobený z humnového sladu z nezávislých sladoven a chmelený jenom Žateckým poloraným červeňákem z našich vlastních chmelnic. K dalším chodům bych pak doporučil i některé z našich silných piv. Jsou to piva sváteční a jejich vyzrálejší chuť se skvěle uplatní právě v zimě a v kombinaci s dobrým jídlem, takže jsou k silvestrovskému pohoštění jako dělaná.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Pozvat hosty tuzemské i zahraniční do restaurací v regionech

O tom, že česká kuchyně má světu i domácímu strávníkovi co nabídnout, se již diskuze nevedou, protože praxe jednoznačně prokázala, že je atraktivní po všech stránkách: chutná, jednoduchá, ale i zdravá, k níž se vrací i řada odborníků na výživu, šéfkuchařů světáků i každý rozumný hospodský.

Určitě jste zaznamenali, že po celý letošní rok píšeme o projektu Czech Specials, který má pod taktovkou Asociace kuchařů a cukrářů České republiky a vládní agentura CzechTourism. Na začátku roku o něm v příloze Madam Business hovořily Ing. Lenka Nováková, produkt manažerka – kulturní turizmus z CzechTourismu, a Bc. Maria Horníková, manažerka projektu Czech Specials z Asociace kuchařů a cukrářů ČR. Vysvětlily poslání a cíle této iniciativy. Po celý rok jsme publikovali na stránkách Madam Business a Fresh Time inzeráty, jimiž jsme českou kuchyni propagovali také mezi podnikatelkou veřejností. O připomenutí základních myšlenek a úspěchů v letošním roce jsem opět požádala obě jmenované odbornice:

Ing. Lenka Nováková:

Projekt Czech Specials se letos velmi zasloužil o propagaci české kuchyně mezi domácími i zahraničními turisty, kteří chtěli poznat naše domácí kulinařské speciality ve vybraných restauracích a hospůdkách. Ukazuje se, že Česká republika má k dispozici nejen architektonické památky, ale i lákovou ochutnávku regionálních pokrmů?

Česká kuchyně je pestrá, chutná a určitě má čím přilákat strávníky nejen do vyhlášených restaurací ve velkých městech, ale i do malých hospůdek ve všech regionech naší republiky. Pozvat

hosty tuzemské i zahraniční do restaurací v regionech také byl a stále je hlavní cíl projektu Czech Specials.

Jak významné místo zaujala strategie nabídky české kuchyně v propagaci zajímavosti naší země prostřednictvím CzechTourismu?

Gastroturistika je v celé Evropě vzrůstajícím trendem, a proto také zaujímá významné místo i ve zviditelňování naší republiky v rámci propagačních akcí CzechTourism. Do zajímavých restaurací i na důležité kulinařské akce zvou nejen webové stránky projektu Czech Specials, ale i Kudy z nudy a zahraniční turisty CzechTourism.com.

Co od projektu očekáváte v roce 2020?

Jsm rádi, že tato naše aktivita znovu oslovila odbornou i laickou veřejnost a budeme se snažit ho i nadále podporovat a rozvíjet. Samozřejmě očekáváme, že o certifikaci projeví zájem další restaurace, které kvalitně vaří českou kuchyni.

Bc. Maria Horníková:

Přibylý letos zajímavé certifikované restaurace?

Máme radost, že se v tomto roce certifikovalo 32 subjektů z celé naší země. Jsou mezi nimi nejen klasické české hospody, jako je restaurace



Ing. Lenka Nováková, produkt manažerka – kulturní turizmus z agentury CzechTourism

U Pinkasů v Praze nebo Na Pekárně v Čakovickách, ale i restaurace s moderním pojetím české kuchyně, jako je například La Cave v Táboře, Triton v Praze nebo Grand Restaurant hotelu Pupp v Karlových Varech.

Na základě podzimní diskuze na téma, zda je česká kuchyně sexy, se mi zdá, že po vlne mámení jednotlivými národními a mezinárodními kuchyněmi na západ i na východ od našich pomyslných hranic Češi zase přicházejí na chuť našim tradičním jídlům. Je to tak?

Ano, je to tak, kdo chce mít ve své restauraci moderní gastronomickou nabídku, volí trend „návrat domů“, to znamená ke kořenům, k tra-



Bc. Maria Horníková, manažerka projektu Czech Specials z Asociace kuchařů a cukrářů České republiky

dicím. Vaří se sice pomocí nejmodernější technologie, ale z tradičních a regionálních surovin a inspirace přichází někdy i z receptů našich prababiček. Neznamená to ale, že se naše kuchyně dále nevyvíjí, naopak.

A šéfkuchařů, kteří si považují českých receptů, přibývá. Má z toho Asociace kuchařů a cukrářů ČR radost?

Asociace kuchařů a cukrářů České republiky má jako jeden ze svých cílů podporu kvalitní české gastronomie, proto samozřejmě vítá každý počin, který k tomuto cíli povede.

ptala se Eva Brixí



Valná hromada SOCR ČR zvolila prezidentem znovu Tomáše Prouzu



V listopadu se konala volební Valná hromada Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, na níž post prezidenta obhájil na následujících pět let Tomáš Prouza. Dále byli zvoleni viceprezidenti, představenstvo a dozorčí rada.

„Vážím si důvěry členů SOCR ČR a je mi velkou ctí pokračovat v práci prezidenta svazu dalších pět let. Díky velké podpoře našich členů jsme se stali silným svazem, který dokáže úspěšně hájit jejich zájmy. Naši členové významnou měrou přispívají k tvorbě českého HDP, zaměstnávají přes půl milionu lidí v sektorech obchodu a cestovního ruchu, na nichž stojí budoucnost mo-

derní České republiky, a do naší ekonomiky každý rok investují přes 15 miliard korun,“ uvedl po svém opětovném zvolení prezidentem SOCR ČR Tomáš Prouza. SOCR ČR bude mít dva viceprezidenty. Viceprezidentem pro obchod byl zvolen ředitel kvality ve společnosti Albert Česká republika Pavel Mikoška, viceprezidentem pro cestovní ruch se stal prezident Asociace hotelů a restaurací ČR Václav Stárek. Představenstvo SOCR ČR bude mít celkem 15 členů, dozorčí rada bude tříčlenná.

„Pokud jde o naše priority, budeme i nadále stát na straně spotřebitelů a budeme podporovat své členy, aby mohli i nadále rozvíjet nabídku kvalitního zboží a služeb zákazníkům. Důraz hodláme položit na zlepšování zákaznické zkušenosti v souvislosti s modernizací a digitalizací nabízených služeb. Rozhodně se chceme věnovat zlepšení nabídky poctivých potravin a dalšímu rozšiřování regionálních výrobků od lokálních producentů. Stranou nebude stát ani podpora rozvoje a financování cestovního ruchu

v regionech, o které stát mluví až příliš dlouho, aniž by došlo na činy,“ nastínil další plány Tomáš Prouza.

Letošní Valná hromada SOCR ČR se konala v prostorách centrály členské společnosti Aures Holdings, která provozuje síť autocenter AAA Auto a Mototechna, a je největším tuzemským obchodníkem s ojetými i zánovními automobily.

„Jsem ráda, že se SOCR ČR začal ve větší míře věnovat i sektoru ojetých vozů, který je třikrát větší než sektor nových aut, a přišel s návrhem valorizace emisních poplatků, které by

mohly omezit dovoz přestárých, neekologických a technicky nevyhovujících vozů do naší země,“ sdělila Karolína Topolová, generální ředitelka a předsdkyně představenstva společnosti AURES Holdings, a dodala: „Kromě automotive sektoru vidím také řadu dalších oblastí, v nichž můžeme aktivně spolupracovat. Jsou jimi například ochrana spotřebitele a potírání nekalých obchodních praktik, snižování administrativní zátěže, digitalizace české ekonomiky i v oblasti obchodu a služeb nebo spolupráce na vzdělávání a podpoře současných i budoucích zaměstnanců.“ (tz)

Představenstvo SOCR ČR zvolené na valné hromadě 28. 11. 2019

Prezident SOCR ČR	Tomáš Prouza	
Viceprezidenti SOCR ČR	Albert Česká republika, s. r. o.	Pavel Mikoška
	Asociace hotelů a restaurací ČR (AHR ČR)	Václav Stárek

Digitální ekonomika mění svět podnikání

Digitální ekonomika mění podnikání i prostředí, ve kterém se odehrává. Přináší příležitosti i hrozby. O tom, jaké jsou dopady na podnikatele i banky, jsme hovořili s Tomášem Stegurou, ředitelem Digitalizace a architektury ČSOB, zodpovědným za firemní elektronické bankovníctví ČSOB.

Stále více se v souvislosti s digitálním světem hovoří o ochraně osobních údajů. Jak se tato problematika dotýká bank?

Významně. Bezpečnost systémů a ochrana dat našich klientů jsou základní kameny, na kterých budujeme důvěru zákazníků v naše služby. Důvěru je obtížné finančně vyčíslit, přesto ji považujeme za naše hlavní aktivum, se kterým stojí a padá náš business.

Uvědomujeme si dostatečně hodnotu osobních dat a neposkytujeme je občas lehkomyslně?

Současná situace je tristní. Především na sociálních sítích lidé oznamují, kde se nacházejí, zveřejňují názory a informace soukromé povahy, sdílejí fotografie. Přitom si neuvědomují, kolik osobních informací je možné získat jen z publikovaného snímku: třeba stáří nebo sociální status, tedy jak drahou dovolenou si mohou dovolit, kam jezdím, v jakých obchodech nakupuji oblečení, co jím... V této souvislosti se mi líbí heslo „dnešní selfie – zítřejší biometrický profil“. To vystihuje, že dnes často nedohlédneme, jakým způsobem mohou být poskytnutá osobní data využita nebo zneužita v budoucnosti. Další rizika spočívají v hromadném vytěžování dat a profilování uživatelů. Výsledkem nemusí být jen cílená reklama, ale třeba i ovlivnění postojů celých skupin. Dřívější kauzy jako třeba Cambridge Analytica ukazují, že se tak dá ovlivnit i výsledek voleb.

Znamená to, že uživatelé jsou příliš důvěřiví?

Kamenem úrazu je nedostatek kritického myšlení. Lidé přistupují relativně ledabyle ke správné dat i k informacím, které získávají. Přispívá k tomu rostoucí informační složitost, je stále těžší ověřovat fakta, hoaxy mají vyšší virální potenciál než korektní zpravodajství. Relativně aktuálním příkladem může být lavina sdílení obrázků hořícího amazonského pralesa – až následná podrobná analýza ukázala, že jde o fotografie staré asi deset let a stejně bylo vyvráceno, že požáry „ohrožují plíce planety“. Běžný uživatel, ale nemá čas podrobně každou takovou zprávu ověřovat, spoléhá se maximálně na to, jakou důvěryhodnost má zdroj, odkud zpráva přišla.

Nejsou jedním z rizik bezplatné služby, u nichž poskytujeme svá osobní data výměnou za jejich používání?

U všech digitálních služeb bychom se měli podívat na to, jak daná aplikace využívá naše osobní data. Zvláště pozorní bychom měli být v případech, kdy jsou tyto služby bezplatné. Bonmot totiž říká, že nic na světě není zadarmo, a pokud se



Tomáš Stegura, ředitel Digitalizace a architektury ČSOB, zodpovědný za firemní elektronické bankovníctví ČSOB

něco tak tváří, tak obava, že skrytou cenou jsou osobní data, je na místě. Našeho segmentu se to také týká, bankovníctví se digitalizuje, otevírá se třetím subjektům, pronikají do něj nové technologické společnosti (tzv. FinTech), často mají služby zdarma nebo poskytují finanční výhodu novým uživatelům. Vždy je třeba uvážit, zda konkrétní fintechová společnost poskytuje dostatečnou záruku spolehlivosti a bezpečnosti při nakládání s osobními daty ve srovnání s tradičními bankami.

Jak proměnila digitalizace tradiční bankovní business?

Jde o globální trend a my v něm nechceme být následovníky, ale naopak v čele pelotonu. Někdy mám dojem, že jsme spíše technologickou společností, která poskytuje finanční služby, než klasickým peněžním ústavem. Náš cíl je vytvořit banku, která svým klientům nabízí nástroje pro usnadnění života i podnikání. Tuto snahu označujeme pojmem Digitálně přátelská banka. Vlajkovou lodí tohoto úsilí je firemní elektronické bankovníctví ČEB. Systém se stále vyvíjí, zatím máme k dispozici na třicet agend, které je možno obsloužit elektronicky, a to včetně žádosti o malé úvěry. Snažíme se vycházet vstříc i firmám, které mají digitalizovanou vlastní řídicí agendu – pomocí nástroje Business Connector je možné propojit vnitrofiremní podnikový informační systém s bankovníctvím a třeba dávkově zpracovat platební příkazy. Jen za poslední měsíc naše firemní elektronické bankovníctví ČSOB ČEB obsloužilo transakce v hodnotě 200 miliard korun.

Znamená to, že cílem je plná digitalizace?

V retailu je to s digitalizací a automatizací bankovních operací jednodušší. Pokud se týče ale

firemní klientely a privátního bankovníctví, tam je to především vztahová záležitost a to se ještě dlouhou dobu nezmění. Automatizujeme a robotizujeme především jednodušší a opakované agendy. Příkladem, který digitalizaci provází, je snižující se papírová agenda. Součástí elektronického bankovníctví ČEB je například funkce Virtuální pobočka, kterou používá několik tisíc firem. Běží tři roky, za tu dobu zpracovala více než 113 000 dokumentů, které byly vloženy nebo vygenerovány a následně elektronicky podepsány. Každý z nich dříve znamenal nutnost navštívit pobočku. V současné době vyzkoušel alespoň jednou některou online službu každý čtvrtý náš klient a roste i počet firem, které ani jinou formu komunikace již nepoužívají, protože zjistily, že je to pohodlnější.

Pro některé klienty to přináší opravdu zásadní úsporu, příkladem mohou být notáři a právníci. Ti často opakovaně zakládají účty, které vedou pro své klienty – obvykle pro nějaký konkrétní časově omezený účel, jako je třeba advokátní úschova. Dříve se celá agenda, spojená s otevíráním a uzavíráním účtů, dělala papírově na pobočce, teď to jde jednoduše online.

V souvislosti s digitalizací se hodně hovoří o úspoře pracovních sil. Týká se to i bankovníctví?

On je to vlastně důsledek všeobecného tlaku na efektivitu, který se nevyhnul ani nám. Na každou operaci, kterou digitalizujeme nebo automatizujeme, se díváme dvěma pohledy: snažíme se nejen zvýšit efektivitu a snižovat náklady, ale především chceme, aby z toho profitoval náš klient, kterému šetříme čas a peníze. Úspora lidské práce znamená také snížení chybovosti a zvýšení rychlosti automatizovaných operací.

Pomáháte hledat nové obchodní příležitosti v digitálním světě i svým klientům?

Především v mezinárodním obchodě čelí firmy dvěma problémům. Jednak je to nalezení nových spolehlivých obchodních partnerů, druhým je riziko, že za dodané výrobky nebo služby nedostanou zaplacené. Angažujeme se v projektu Trade Club, což je aplikace, která zahrnuje jak databázi dokumentů užitečných v mezinárodním obchodě, tak kontakty na potenciální obchodní partnery, jejichž důvěryhodnost je ověřena místní bankou. Prostřednictvím naší mateřské KBC jsme členem konsorcia, které za projektem Trade Club stojí, a díky tomu do něj mají naši klienti přístup, přičemž v České republice máme zatím exkluzivitu.

Druhým důležitým případem je nutnost zajistit vypořádání obchodu. Na to existují tradiční nástroje, jako je dokumentární akreditiv. Ten funguje tak, že jedním z účastníků je důvěryhodná třetí strana, které jedna strana složí peníze, a jakmile druhá strana prokáže plnění, tak tento prostředník uskuteční finanční vyrovnání. Jednou z možností, jak takové operace technicky uskutečnit mnohem pružněji online, je využití technologie blockchainu. Technologickou firmou, která takové řešení umí udělat, je společnost We.Trade. Díky její službě SmartContract tak operace, které dříve trvalo vyříditi týdny, je nyní možné uskutečnit i během několika hodin. Blockchain je ideální platformou, protože umožňuje všem účastníkům transparentně ověřit, že se daná transakce uskutečnila. I zde se – opět prostřednictvím naší mateřské banky – angažujeme a KBC je součástí konsorcia bank, které mají ve We.Trade podíl.

Jaká je vaše osobní ambice v oblasti rozvoje digitalizace a elektronického bankovníctví?

Firemní online služby nabízíme pod heslem Digitálně přátelská banka, jak jsem již uvedl, a tak bych si přál, aby veřejnost neviděla v ČSOB jen tradiční finanční ústav, ale také technologicky zdatnou firmu, která disponuje sadou skvělých digitálních služeb a nástrojů. Díky nim umožňujeme firemním zákazníkům spravovat finanční záležitosti odkudkoli a kdykoli, a poskytujeme služby, které jim šetří čas i náklady. Byl bych rád, abychom i nadále v oblasti moderních technologií byli prvotřídními partnery pro své klienty a mohli jim občas ukazovat i cestu.

Alexander Lichý ■■■

Tomáš Stegura

Vystudoval obor informační management na Vysoké škole ekonomické v Praze. V roce 2006 započal svou kariéru ve skupině ČSOB, kde postupně působil v útvech retailu a vývoje informačních technologií. Oblasti elektronického bankovníctví se pracovní věnuje 12 let a zastával řídicí pozice v projektovém a programovém řízení, IT vývoji a delivery managementu. V současnosti je zodpovědný za firemní internetové bankovníctví ČSOB ČEB.



Jubilejní 15. Marketér roku vyhlášen

Česká marketingová společnost vyhlásila jubilejní 15. ročník soutěže Marketér roku za rok 2019. Akt se uskutečnil v rámci odborného semináře Reklama drahá nebo účinná, který pořádala Česká marketingová společnost spolu s Klubem učitelů marketingu a mediální partnerem Radiohouse v Praze 20. listopadu.

Slavnostního okamžiku se za Českou marketingovou společnost zúčastnili prezidentka společnosti Jitka Vysekalová, viceprezident Tomáš David a další členové prezidia. Tradičně podpořil vyhlášení soutěže svým osobním sdělením prof. Philip Kotler, osobnost světového marketingu.

Jedním z hlavních cílů České marketingové společnosti je podpora marketingu jako nezbytného faktoru rozvoje a konkurenceschopnosti

naší ekonomiky. Mezi cestami k jeho dosažení získala významnou roli soutěž o Marketéra roku, která vstupuje již do jubilejního ročníku. Oceňuje významné osobnosti, které realizovaly marketingové projekty odpovídající pravidlům soutěže z hlediska inovativnosti, efektivnosti, rozvoje metod a současných principů marketingu, včetně etického přístupu a příspěvku ke společenské odpovědnosti firem. Vítěz získá Velké-

ho modrého delfína, který je symbolem moudrosti, aktivity, komunikativnosti i pozitivního pohledu na okolní svět.

Souběžně probíhá soutěž Mladý delfín pro vysokoškoláky studijních oborů zaměřených na marketing, jejichž úkolem bude tentokrát zpracovat projekt na téma Jak úspěšně komunikovat aktuální ekologická témata v Česku.

Uzávěrka přihlášek je 15. dubna 2020. Slavnostní galavečer s vyhlášením výsledků se uskuteční 21. května 2020 v Praze. Podrobnosti o soutěži, zejména o způsobu podávání přihlášek, jsou k dispozici na www.cms-cma.cz, případně je možno směřovat další dotazy na e-mailovou adresu info@cms-cma.cz. (tz)

O povolování nových staveb

Česká republika se v letošním hodnocení Světové banky opět propadla v žebříčku délky povolování nových staveb. Zatímco loni se umístila na nelichotivé 156. pozici, letos klesla o další stupeň na 157. místo ze 190 zemí celého světa. Ještě v roce 2015 přitom byla naše země na 127. pozici žebříčku Doing Business, který každoročně Světová banka vydává. Potvrzuje se tím, že konkurenceschopnost země výrazně ztrácí právě z pohledu povolování nové výstavby, jejímž následkem je mimo jiné i stále se prohlubující krize v dostupnosti bydlení. „Nelichotivá pozice České republiky, a zejména pak další propad v žebříčku Světové banky jen potvrzuje naléhavou nutnost změny české legislativy. Na té sice ministerstvo pro místní rozvoj již pracuje, ještě několik let však potrvá, než se projeví v praxi. Do té doby by bylo třeba zapracovat na odstranění současné stavební paralýzy pomocí dílčích kroků, jelikož se nedaří povolovat už ani důležité veřejně prospěšné stavby,“ řekla Michaela Tomášková, výkonná ředitelka Central Group. Mezi opatření, která by mohl stát pro odstranění současné legislativní pasti udělat, patří zavedení takzvané fikce souhlasu. Ta by pomohla odstranit v praxi velmi časté nedodržování zákonem stanovených lhůt tím, že pokud se úřad do dané doby nevyjádří, má se za to, že bez výhrad souhlasí. Tím by se povolovací proces významně zkrátil. Pomoci by mohlo i zjednodušení povolovací projektové dokumentace, která je v současnosti až příliš detailní a úředníci s ní často neumějí pracovat. Žádosti o doplnění informací následně opět povolovací proces prodlužují. „I když se loni Česko v žebříčku Doing Business z pohledu délky povolování nových staveb propadlo o téměř dvacet pozic a letos jen o jednu příčku, sestupný trend se nemění a je třeba, aby na to příslušné odpovědné orgány adekvátně zareagovaly,“ dodala Michaela Tomášková. Podle ní není normální, aby Česká republika byla v žebříčku mezi rozvojovými zeměmi jako Honduras, Burundi či Kamerun. Přitom například sousední Polsko, kde začal v roce 2015 platit nový stavební zákon, se umístilo na 39. pozici, tedy vysoko nad Českem. Studie Světové banky navíc nereflektuje český proces získání stavebního povolení v celé jeho šíři, analytici zkoumají pouze délku povolovacího řízení. Při této definici trvá v Česku vydání stavebního povolení 246 dní, tedy stejně jako loni. „Ve skutečnosti je to přitom mnohem déle, protože například v Praze je časté, že povolení stavby běžného bytového domu nyní trvá deset i více let,“ uzavřela Michaela Tomášková. Česko se navíc umístilo jednoznačně poslední při srovnání zemí OECD, kde je podle Světové banky průměr v délce povolování 152,3 dne. Z hodnocení tak mimo jiné vyplývá, že zatímco Česko stagnuje, jiné země se zlepšují. Celosvětové kategorii stejně jako loni vévodí Hongkong s 69 dny. (tz)

INZERCE



**Vzdělávání
otevřít
X možnosti**



Efektivní výběrový pohovor

20. 1. 2020; 9:00–16:00

PhDr. Jiří Beníšek (lektor, kouč, poradce, konzultant)

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

Jak připravovat, organizovat a vyhodnotit jazykové vzdělávání zaměstnanců

22. 1. 2020; 9:00–16:00

doc. PhDr. Ing. Jan Urban, CSc.

(ředitel poradenské společnosti, lektor, konzultant)

Cena: 3 890 Kč bez DPH / 4 707 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

Nedostatek sebevědomí v komunikaci a triky, jak to zlepšit

4. 2. 2020; 13:00–18:00

Mgr. Jarmila Skopalová (lektorka Generace Vysočina, moderátorka)

Cena: 3 190 Kč bez DPH / 3 860 Kč vč. 21 % DPH

Efektivní komunikace – neverbální a verbální komunikace, zvládání konfliktních situací

11. – 12. 2. 2020; 9:00–16:00

Lenka Kubáčová (lektorka, konzultantka, koučka)

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

Práce s vlastním mozkiem – jak si zapamatovat to, co potřebuji

21. 2. 2020; 9:00–17:00

René Müller (trenér práce s pamětí)

Cena: 4 300 Kč bez DPH / 5 203 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

Každá pátá firma v České republice není aktivní

Český obchodní rejstřík je zaplevelený spícími firmami. Podle analýzy poradenské společnosti Bisnode je v ČR téměř 100 000 společností, které nevyvíjejí žádné podnikatelské aktivity. Podíl spících firem je o pět procentních bodů vyšší mezi společnostmi s ručením omezeným než mezi akciovými společnostmi. Většina neaktivních firem má sídlo v Praze. Spící firmy nejčastěji podnikají v oblasti podpůrných činností pro podnikání, zprostředkování velkoobchodu, činnosti cestovních agentur a kanceláří a úklidu.

V ČR je aktuálně registrováno 501 500 firem, z toho 475 030 společností s ručením omezeným a 26 470 akciových společností. Podle interních odhadů Bisnode žádné podnikatelské aktivity nevyvíjí 99 430 firem, což je necelých 20 % z celkového počtu firem v ČR. „Podle naší metodiky se počet spících firem meziročně snížil o 3483 subjektů, jejich podíl na podnikatelské základně klesl z 21,18 % na 19,83 %,“ řekl analytik

Bisnode Milan Petrák s tím, že největší počet neaktivních společností Bisnode eviduje u firem, které byly založeny v roce 2017 a 2018. Největší podíl spících firem je v Karlovarském kraji (25,99 %) a Praze (25,33 %). Naopak v Moravskoslezském, Pardubickém, Olomouckém, Královéhradeckém kraji a na Vysočině se podíl neaktivních firem na podnikatelské základně pohybuje kolem 11 %. Z absolutního pohledu má nej-

víc, 55 886 firem, které nevykonávají žádné aktivity, registrované sídlo v Praze. To je 56,21 % z celkového počtu spících firem v ČR a meziročně o 0,7 % víc.

Jednotlivé obory podnikání se od sebe liší také podílem spících společností. V oblasti podpůrných činností pro podnikání, zprostředkování nespécializovaného velkoobchodu, činnosti cestovních agentur a kanceláří, úklidových činností či informační činností se podíl neaktivních firem pohybuje kolem 40 %. Naopak obory inženýrské činnosti, všeobecná ambulantní péče, velkoobchod s obráběcími stroji a ostatními stroji nebo výstavba inženýrských sítí pro elektřinu a telekomunikace se vyznačují minimálním podílem firem, které nevykonávají žádné aktivity. (tz)

kraj	celkem firem	podíl spících	počet spících	celkem a.s.	počet spících	podíl spících	celkem s.r.o.	počet spících	podíl spících
Jihočeský	17 116	13,78 %	2359	713	54	7,57 %	16 403	2305	14,05 %
Jihomoravský	58 575	16,44 %	9627	3001	349	11,63 %	55 574	9278	16,69 %
Karlovarský	10 238	25,99 %	2661	294	46	15,65 %	9944	2615	26,30 %
Královéhradecký	14 634	11,33 %	1658	688	46	6,69 %	13 946	1612	11,56 %
Liberecký kraj	12 629	20,28 %	2561	481	61	12,68 %	12 148	2500	20,58 %
Moravskoslezský	35 669	11,03 %	3935	1781	153	8,59 %	33 888	3782	11,16 %
Olomoucký	16 546	11,65 %	1927	814	70	8,60 %	15 732	1857	11,80 %
Pardubický	12 991	11,25 %	1462	592	56	9,46 %	12 399	1406	11,34 %
Plzeňský	17 192	18,86 %	3243	619	76	12,28 %	16 573	3167	19,11 %
Praha	220 665	25,33 %	55 886	14 037	2706	19,28 %	206 628	53 180	25,74 %
Středočeský	38 417	17,31 %	6650	1484	194	13,07 %	36 933	6456	17,48 %
Ústecký	20 059	19,91 %	3994	777	97	12,48 %	19 282	3897	20,21 %
Vysočina	10 014	11,74 %	1176	461	31	6,72 %	9553	1145	11,99 %
Zlínský	16 755	13,67 %	2291	728	50	6,87 %	16 027	2241	13,98 %
celkem	501 500	19,83 %	99 430	26 470	3989	15,07 %	475 030	95 441	20,09 %

Statistika zahrnuje jen společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod.

zdroj: Bisnode

Top 5 oborů činnosti s nejvyšším a nejnižším podílem spících firem

obor činnosti	podíl spících	obor činnosti	podíl spících
Podpůrné činnosti pro podnikání j. n.	42,95 %	Ostatní inženýrské činnosti	
Zprostředkování nespécializovaného velkoobchodu a nespécializovaný velkoobchod v zast.	39,46 %	a související technické poradenství j. n.	0,39 %
Činnosti cestovních agentur a cestovních kanceláří	38,58 %	Všeobecná ambulantní zdravotní péče	1,37 %
Úklidové činnosti	37,05 %	Velkoobchod s obráběcími stroji	1,41 %
Informační činnosti	36,25 %	Výstavba inženýrských sítí pro elektřinu a telekomunikace	1,42 %
		Velkoobchod s ostatními stroji a zařízením	1,50 %

Poznámka: jen obory, ve kterých podniká nejméně 100 subjektů

zdroj: Bisnode

První celorepublikové setkání mentorů a mentees

První ročník celorepublikového setkání mentorů a mentees se odehrál 10. listopadu v Praze. Dvacet mentor-ských dvojic sdílelo po celý den své zkušenosti, postřehy a diskutovalo o možnostech a přínosech mentorského počínání. Individuální mentoringový program je jednou z aktivit projektu Začni správně obecně prospěšné společnosti yourchance.

Celým inspirativním dnem provázela s elegancí sobě vlastní Eva Andrés, koordinátorka mentorů pro Čechy. V dopolední části sdílely mentorské dvojice svá počínání a společné fungování. Dvojice i samotní mentoři a mentees se mezi sebou skvěle inspirovali. V další části dne si dvojice prohodily role a na známých pohádkových a filmových modelech řešily tři konkrétní situace, se kterými se mohou reálně setkat. Výměna rolí dokázala, že zjistit navzájem obrácené pohledy na nesnáze vztah utužilo a pomohlo pro další společnou komunikaci a hledání řešení při aktuálních životních situacích, komplikacích a tápáních.

„Cílem dnešních aktivit je vzájemná inspirace, vycíťení se a zjištění, jaké to je, když přichází mentee na schůzku a má nějaký problém, jak rychle musí mentor re-

agovat a co vše musí zvládnout. Pro mentory byla přínosem záměny rolí inspirace, jak jinak na svého menteeho jít, jak s ním komunikovat a pracovat,“ popsala smysl společné hry Michaela Škorníčková, metodička projektu Začni správně.

Mentoringový program propojuje mladé lidi odcházející z dětských domovů nebo pěstounské péče s dospěláky – mentory, kteří jim pomáhají najít tu správnou cestu životem. Mladí napojení do mentoringové

ho programu mohou se svým mentorem konzultovat nejen otázky spojené se vzděláním či profesí, ale především s běžným každodenním životem. Do mentoringového programu je aktuálně zapojeno přes sto dvacet mentorů, kteří mají své svěřence.

„Smyslem tohoto setkání byla cenná příležitost setkat se – jak mentoři a jejich svěřenci, tak všichni dohromady. Poprvé si dvojice na rovinu, otevřeně a veřejně řekly, proč jsou spolu, co je na vztahu baví, k čemu jim je a čemu konkrétně na obou stranách pomáhá. Tentokrát to byla velká motivace pro všechny, jejímž výsledkem je zkvalitnění vztahu mentor – mentee,“ shrnula první ročník setkání Eva Andrés.

Velký dík za realizaci celorepublikového setkání patří generálnímu řediteli Hotelu NH Praha Petru Nešpůrkovi a celému vedení hotelu za dlouholetou spolupráci a sponzorství akcí a aktivit projektu Začni správně. „Snažíme se být společností prospěšní nejen v ekonomickém slova smyslu, ale také z hlediska lidského. Vedení hotelu vidí smysl v pomoci projektu zejména v tom, že mladí dospělí mohou svou kariéru nastartovat třeba zrovna v našem hotelu,“ doplnila ke smyslu spolupráce Denisa Stanislavová, marketingová manažerka hotelu.

Renata Majvaldová,
PR manažer, yourchance



foto Miroslav Lepska

Mobil prozradí o zvířatech v chovu všechno

O venkově se často říkalo, že tam „chcíp pes“, prostě že se tam vůbec nic nového nedělo. My vám ho však teď ukážeme v jiném světle. Jde o prostředí, v němž se dravě prosazují nejmodernější technologie, kde digitalizace začíná hrát hlavní úlohu v řízení a ve stájích a na polích se uplatňují robotické systémy. Nabízíme vám na toto téma rozhovor s ředitelkou Odboru vědy, výzkumu a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR Pavlínou Adam.

Překvapilo vás, že zemědělci získali v digitalizaci náskok před průmyslem?

Mohu říci, že nepřekvapilo. U nás v Odboru vědy, výzkumu a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR se problematice digitalizace velice důkladně věnujeme a snažíme se, aby podmínky pro digitalizaci v tomto sektoru byly co možná nejschůdnější.

Digitální technologie v zemědělství usnadňují celou řadu činností. Zemědělství je odvětví zahrnující zejména rutinní manuální úlohy, u nichž je vysoký technický potenciál k automatizaci. U většiny činností je navíc vysoká pravděpodobnost, že se tyto autonomní systémy nedostanou do kontaktu s „nezasvěceným“ člověkem, což dává automatizaci v zemědělství a její reálné využitelnosti volné pole působnosti. Poslat autonomní traktor na pole je trochu něco jiného než například poslat autonomní automobil do města do reálného provozu, kde může nastat celá řada nepředvídatelných situací.

V čem a jak se mohou digitální technologie nejlépe uplatnit?

Využívání digitalizace vede obecně ke zvyšování efektivity a produktivity v zemědělství, k podpoře lepších životních podmínek zvířat i větší šetrnosti k životnímu prostředí. V současnosti se již běžně používají například senzory pro dobytek, které snímají zdravotní stav zví-



Pavlína Adam, ředitelka Odboru vědy, výzkumu a vzdělávání Ministerstva zemědělství České republiky

řat, jejich chování, snímání je také proces dojení, krmení či ventilace chlévů. Senzory na nohách nebo krku krav umožňují okamžitou detekci narozených mláďat, vrcholu říje či nejvhodnější doby inseminace. Umožňují rovněž zachytit zdravotní problémy dříve, než se naplno projeví nebo se rozšíří ve stádě. Všechny zjištěné informace získávají farmáři díky mobilním aplikacím v reálném čase.

Oblasti s velkým potenciálem pro využití robotizace, automatizace a digitalizace jsou krmné, dojícné, uklízení či naváděcí systémy. Mluvím například o plně autonomních dojících robotech. Takovýchto robotů dnes existuje hned několik typů. Některé typy robotů jsou schopny podojit až 90 dojnic během jedné hodiny. U robotů dochází po každé podojení krávy automaticky k dezinfekci dojícího stroje a samozřejmě je i automatická dezinfekce mléčné žlázy po dojení. Dále bych ráda zmínila automatické krmné boxy, které dávkuje krmiva, vitamíny a minerály speciálně pro každého jedince podle informací, které detekuje elektro-

nický čip, jenž mají krávy implantované v uchu.

Co se týká rostlinného sektoru, na českém trhu jsou dnes k dostání traktory a sklizňové stroje s nejmodernějšími technologiemi. Tyto stroje mají funkci automatického navádění pomocí GPS s přesností na +/- 2 cm. Tyto autonomně řízené stroje umožňují variabilní dávkování osiva, hnojiv a dalších přípravků. Díky tomu dochází k velkým úsporám nákladů na hnojivech i osivu.

V neposlední řadě bych ráda zmínila také bezpilotní letouny a drony. Pomocí těchto zařízení je prováděn monitoring půdy, rostlin, monitoring tras traktorů a kombajnů či průběh hnojení. Některé typy dronů jsou schopny multispektrálního snímání, což zemědělcům umožňuje analyzovat stav půdy a rostlin a dle toho například dávkovat hnojivo.

Nakonec ještě snad jedna informace o tom, že farmářům výrazně pomáhají také aplikace, které využívají družicových dat. Pomocí aplikací je možné například predikovat výskyt škůdců či odhadovat výnos plodin.

Jistě to není jen vyšší produktivita, výnosy a užitkovost, čím tzv. přesné zemědělství získává kladné body.

Digitalizace v zemědělství pomáhá nejenom zvyšovat efektivitu a produktivitu, přispívá ale také k podpoře lepších životních podmínek zvířat i větší šetrnosti k životnímu prostředí. Jak jsem uvedla již v předchozí odpovědi, díky cílené aplikaci hnojiv i osiv snižujeme nejenom finanční náročnost, ale také zátěž pro životní prostředí a šetríme dávky hnojiv, které by byly původními postupy do půdy aplikovány. Díky řízení traktorů pomocí GPS dochází k optimalizaci plánování tras, úspora nákladů na palivo je až 10 %. Díky optimalizaci tras dochází navíc ke snižování eroze půdy.

Automatizace či robotizace v zemědělství znamená v neposlední řadě také náhradu pracovní síly, které je ne vždy, zejména v zemědělství a lesnictví, dostatek.

Za jakých předpokladů může digitalizace dále postupovat na českém venkově, co ji nejvíce omezuje a škodí?

V současnosti každý pátý zemědělec v Česku investuje do robotizace a digitalizace. Základním předpokladem postupu digitalizace je dostupnost infrastruktury a finanční dostupnost autonomních technologií. U malých venkovských podniků však často omezené finanční možnosti pořízení těchto technologií brání. Velké podniky mají díky své ekonomické síle nesrovnatelně lepší přístup k úvěrovým zdrojům než venkovské rodinné farmy. Další velice důležitou věcí je vzdělávání zaměstnanců v digitálních dovednostech. Standardní počítačová gramotnost již bohužel většinou nestačí, a právě vzdělávání může být, zejména v odtržených zemědělských oblastech, problematické.

Dovedete si představit moderní rodinnou farmu za deset let?

Již dnes je velké množství strojů na farmách autonomních, vybavení je automatizované a díky stále se zvyšujícímu počtu farmářů, kteří budou moderní technologie využívat, bude vše levnější a dostupnější.

Rodinná farma budoucnosti bude vysoce automatizovaná, omezený počet pracovníků dokáže obsáhnout větší objem práce a farmy budou mít nástroje, které jim poskytnou přehled o detailech i v nejvzdálenějších místech farmy a v optimálních detailech. Drony, kamery, čidla, zpracování satelitních snímků a informací o počasí bude automatizovaně transformováno do informací, které farmář potřebuje – třeba do upozornění, že za tři dny bude počasí, při kterém hrozí rozvoj plísni na některých plodinách.

Na druhou stranu pevně věříme, že i na farmě budoucnosti bude farmář vždy chodit do stáje, chlévu a na pole, a bude udržovat vřelý vztah k půdě.

otázky připravil Pavel Kačer

Pro chytrou farmu do e-shopu

Na první pohled drobnost, v důsledku však jasný důkaz, že se digitalizace českého zemědělství pohybuje milovými kroky kupředu. Agdata, největší česká společnost poskytující digitální řešení pro české farmáře, mění způsob, jakým se komponenty chytré farmy nakupují a instalují. Senzory a telematické nástroje poprvé míří do e-shopů, zemědělci si je zároveň budou sami instalovat do svých digitálních systémů. Digitalizaci zemědělství napomáhá jak rostoucí počet skutečně digitálních farem, tak i stále pestřejší technologické možnosti.

Zatímco doposud si zemědělci objednávali komponenty digitálních systémů jako „krabice“ instalované specialisty, nově si své systémy budou sami měnit a doplňovat sami. Agdata tak reaguje na potřeby stále větší skupiny „digitálních evangelistů“ – tedy zemědělců a farmářů, kteří již dokážou digitální možnosti

využívat skutečně naplno. Jejich počet není v Česku zatím vysoký, ale rychle roste především kvůli klimatickým změnám, novým škůdcům, regulačním požadavkům státu, ale také klesajícím cenám senzorových technologií a dobrému pokrytí IoT sítí, které zemědělci využívají ke komunikaci s terminály.



V e-shopu je nyní možné koupit polní navigace, chytré meteorologické stanice, senzory hlídající úrodu, GPS systémy, které samy poznají řidiče, připojený vlek či půdní senzory. Veškeré prodávané produkty jsou součástí ekosystému Agdata, se kterým komunikují prostřednictvím LoRa sítě. Je tedy snadné jednotlivé komponenty implementovat do stávajícího nastavení a nadále využívat systém Agdata.

Nový e-shop zároveň otevírá možnosti pro další využití digitálního systému Agdata. Jeho představitelé předpokládají, že do budoucna ho začnou mnohem více využívat nejen farmáři, vinaři nebo sadaři, ale třeba také zahrádkáři, včelaři či lesníci. Zájem by mohly mít také přímo samosprávy. Sledování precizních dat z terénu pomocí vlastních systémů se totiž stává důležitým nejen pro zemědělce, ale vzhledem ke klimatickým změnám i pro odbornou a širokou veřejnost.

„Abychom mohli s přírodou fungovat v souladu, musíme ji skvěle znát i vzhledem k tomu, jak se krajina neustále mění. Hyperlokální měření stavu půdy, porostu nebo podnebí, která poskytnou podklady pro precizní rozhodování nejen v zemědělství, jsou bez diskuze cestou budoucnosti. Počet čidel a telemetrických nástrojů v českém zemědělství se bude každoročně exponenciálně zvedat a tlak farmářů na možnost nakupovat je samostatně prostřednictvím e-shopu



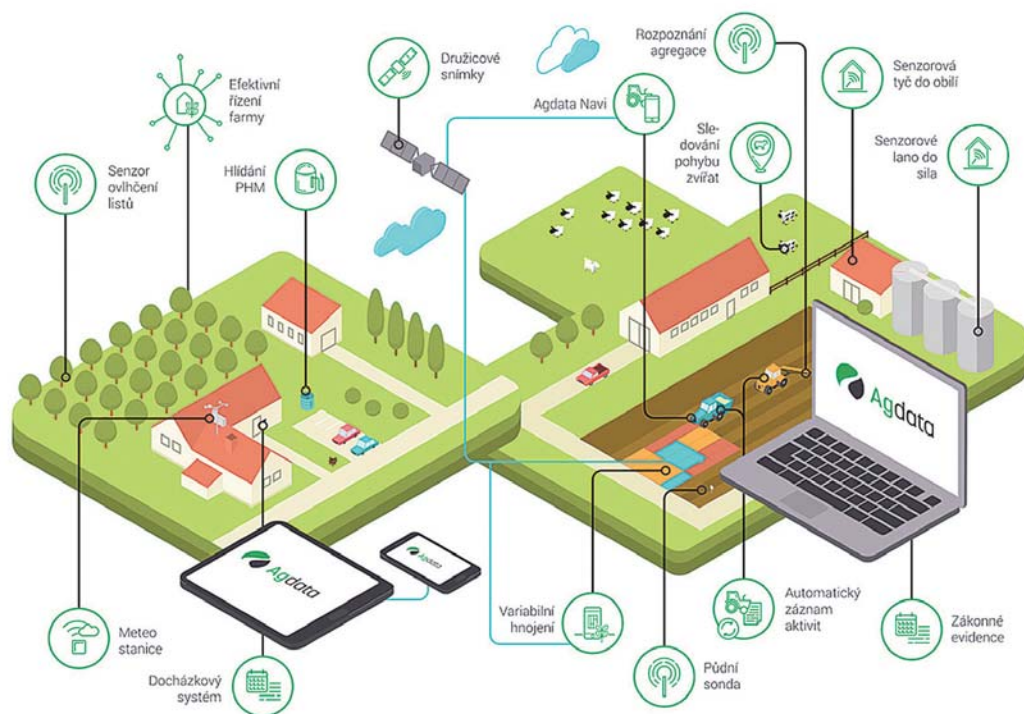
to dokazuje. Nespornou výhodou je, že instalaci a zapojení do systému zvládnou farmáři sami,“ zmínil Jiří Musil, CEO Agdata.

Již dnes využívá systém Agdata asi 1500 farmářů, kteří celkem spravují 650 000 ha. To je asi jedna desetina veškeré zemědělské půdy v Česku. Agdata zmiňuje, že s digitalizací každý rok začne několik stovek dalších farmářů. Zhruba 500 farem v Česku využívá možnosti digitalizace naplno – v přepočtu na všechny hospodářské subjekty jsou to však stále pouhé jednotky procent. Lepší digitalizaci by podle Agdata pomohl především větší zájem ze strany státu. (tz)

obchod.agdata.cz

O Agdata:

Agdata založili bratři Musilové spolu s Jiřím Večeřou v roce 2016. Během tří let se platforma stala nejrozšířenějším ekosystémem pro chytrou správu zemědělských podniků a farem. Určená je pro subjekty všech velikostí, od malých rodinných podniků po velké zemědělské koncerny. Ekosystém Agdata zahrnuje cloudovou softwarovou platformu a celou řadu telematických čidel a senzorů komunikujících pomocí GPS nebo LoRa sítě. V roce 2018 získala společnost investici od fondu Pale Fire Capital.





Každý měsíc společně s Úřadem průmyslového vlastnictví

Další podrobné informace o Evropském patentu

V listopadovém vydání Prosperity jsme vás zaskvětili do evropského patentového systému. V tématu jsme se rozhodli pokračovat také v prosinci. Rádi bychom totiž vzbudili ještě větší zájem firem a organizací o řádnou ochranu duševního vlastnictví s tím, že je vhodné znát i náležité procesní postupy. Věřím, že pro všechny, kteří si pozorně přečetli článek předchozí, může být toto pokračování užitečné.

Jediná možnost, jak evropský patent zrušit

Odporové řízení, resp. řízení o omezení, představují v současnosti jedinou možnost, jak evropský patent zrušit či omezit pomocí centralizovaného postupu, tj. jediným řízením před EPÚ. Takový centralizovaný postup je pochopitelně časově i nákladově výhodnější než série nezávislých zrušovacích řízení před kompetentními orgány (zpravidla soudy) určených smluvních států Úmluvy. V současnosti je odporem napadáno asi 5 % udělených evropských patentů.

Poté, co evropský patent nabyl účinnosti, lze v regionálním řízení před EPÚ dosáhnout jeho úplného či částečného zrušení pomocí tzv. odporového řízení, a to s účinky ex tunc. Odpor proti udělenému evropskému patentu může, ve lhůtě devíti měsíců od oznámení o jeho udělení, podat u EPÚ kdokoli, kromě majitele patentu. Odpor musí být odůvodněn a oponent musí za podání odporu zaplatit příslušný poplatek. Řízení o odporu probíhá před tříčlennou odporovou divizí, přičemž jejím členem může být pouze jeden člen z původní průzkumové divize.

Majitel patentu může během odporového řízení předkládat pomocné žádosti se soubory nově navržených nároků stejně jako v řízení průzkumovém.

Výsledkem prvoinstančního řízení o odporu je buď jeho zamítnutí (ponechání patentu v platnosti tak, jak byl udělen), zrušení patentu v celém rozsahu, nebo ponechání patentu v platnosti v pozměněném (omezeném) rozsahu. Ten z účastníků řízení, který byl rozhodnutím o odporu nepříznivě dotčen, má právo podat proti takovému rozhodnutí stížnost, kterou projedná již zmíněný stížnostní senát EPÚ. Jeho rozhodnutí je pak rovněž v zásadě konečné.

Za určitých podmínek může do probíhajícího odporového řízení přistoupit třetí osoba a uplatnit své námitky proti udělenému evropskému patentu. Pro takový přístup je však nezbytné, aby třetí osoba prokázala právní zájem, např. že proti ní byla po uplynutí lhůty (devíti-měsíční) k podání řádného odporu podána soudní žaloba o porušování příslušného patentu.

Kromě odporového řízení lze v regionálním řízení před EPÚ dosáhnout ještě omezení či zrušení evropského patentu v řízení o omezení či zrušení patentu na návrh samotného majitele patentu. Takové řízení lze, na rozdíl od odporu, zahájit kdykoliv během platnosti evropského patentu, přičemž příslušné rozhodnutí má účinky ve všech určených státech.

Pokud je evropský patent po řízení o odporu, resp. o omezení, ponechán v platnosti v pozměněném znění, pak pro překlady takto pozměněného patentu do úředních jazyků určených smluvních států platí vše, co bylo uvedeno, pokud jde o tzv. validaci uděleného evropského patentu.

Stížnostní řízení

Účastník řízení, nepříznivě dotčený rozhodnutím prvoinstančního útvaru EPÚ, může proti takovému rozhodnutí podat stížnost (odvolání). I když ve většině smluvních států Úmluvy jsou druhoinstančními orgány odpovědnými za přezkoumání rozhodnutí patentových úřadů nezávislé soudy, nebyl tento obvyklý systém do Úmluvy převzat. Důvodem byla zejména náročnost a nákladnost vytvoření takového vysoce

specializovaného „regionálního patentového soudu“. Byl proto vytvořen druhoinstanční orgán v rámci EPÚ, vybavený potřebnou nezávislostí na představitelích EPÚ. Tímto orgánem jsou stížnostní senáty EPÚ. Stížnostní senáty (právní, technické, disciplinární) spolu s Velkým stížnostním senátem vydaly za dobu své existence tisíce konečných rozhodnutí, které tvoří jeden z nejvýznamnějších zdrojů evropského patentového práva.

Zatímco v prvních letech se v rozhodnutích stížnostních senátů EPÚ často odkazovalo na judikaturu národních soudů smluvních zemí Úmluvy, v současnosti je tomu spíše naopak. Jinými slovy, nálezy stížnostních senátů, a zejména pak Velkého stížnostního senátu interpretující jednotlivá ustanovení Úmluvy, hrají významnou roli v harmonizaci patentového práva, a to jak ve smluvních, tak i v nesmluvních státech Úmluvy. Svou roli sehrává i fakt, že roz-

placen poplatků za stížnost. Na druhé straně pouhé zaplacení stížnostního poplatku bez podání písemné stížnosti nezakládá stížnost ve smyslu EPC.

Zatímco stížnost musí být podána do dvou měsíců od doručení sporného rozhodnutí, celkově čtyři měsíce má stěžovatel na to, aby stížnost věcně odůvodnil. Pokud jde o přihlašovatele, resp. majitele patentu, má také čtyři měsíce na to, aby předložil, obdobně jako v prvoinstančních řízeních, pomocné žádosti. V odůvodnění stížnosti je třeba předložit úplnou argumentaci, ze které by mělo vyplývat, proč má být napadené rozhodnutí změněno či zrušeno. Možnosti pozdějšího doplňování stížnosti jsou velmi omezené, ne-li nemožné.

Ještě předtím, než stížnostní senát zahájí vlastní průzkum přípustnosti a oprávněnosti stížnosti, je stížnost postoupena tomu útvaru EPÚ, který napadené rozhodnutí vydal. Pokud

nutí přijmout mezitímní rozhodnutí, ve kterém postoupí určitou právní otázku Velkému stížnostnímu senátu k rozhodnutí (viz dále).

Úloha Velkého stížnostního senátu

V zájmu zajištění jednotného uplatňování práva nebo pokud vznikne právní problém základního významu, může stížnostní senát v průběhu řízení předložit takový problém k rozhodnutí Velkému stížnostnímu senátu nebo může prezident EPÚ předložit Velkému stížnostnímu senátu právní otázku, o které vydaly dva stížnostní senáty rozdílná rozhodnutí.

Velký stížnostní senát tak představuje hierarchicky nejvyšší právní autoritu u EPÚ.

Výše uvedenými postupy je tak zajištěno vyvážení potřebné právní jistoty na straně jedné a neméně potřebné možnosti změny v interpretaci EPC tam, kde je to s ohledem na postupující vývoj technologií nezbytné. Je to důležité i z toho prostého důvodu, že nabízející se možnosti revize ustanovení EPC jsou velmi obtížné.

Řízení před Velkým stížnostním senátem připomíná řízení před běžným stížnostním senátem. Tak v případě, že postoupená otázka pochází od stížnostního senátu, stávají se účastníky řízení před Velkým senátem všichni účastníci původního řízení o stížnosti. Ti jsou také Velkým stížnostním senátem vyzváni, aby se k právní otázce vyjádřili. O vyjádření je zpravidla požádán i prezident EPÚ, který tak má možnost uplatnit názor prvoinstančních útvarů na uvedenou otázku. V poslední době se Velký stížnostní senát ve významných kauzách obrací s výzvou k vyjádření i na širokou veřejnost (výzva bývá zveřejněna v Úředním listě EPÚ).

Rozhodnutí Velkého stížnostního senátu o postoupené otázce je pro stížnostní senát, který otázku postoupil, závazné. V případě, že právní otázku postoupil Velkému stížnostnímu senátu prezident EPÚ, tj. v případech, kdy dva stížnostní senáty již vydaly rozdílná konečná rozhodnutí v téže otázce, probíhá řízení před Velkým senátem bez účastníků řízení. V takovém případě se přijatý závěr Velkého stížnostního senátu nazývá stanoviskem, jehož závaznost pro budoucí případy je obdobná jako u rozhodnutí.

Protože se nedá vyloučit, že i při řízení před stížnostními senáty dojde např. k závažnému porušení základních právních zásad, zavedla revize EPC-2000 ve striktně vymezeném rozsahu možnost podat žádost o revizi rozhodnutí stížnostního senátu, kterou projedná v nové kompetenci Velký stížnostní senát.

Přípustná žádost o revizi může být založena v zásadě na dvou okolnostech: na závažném porušení procesních pravidel či na tom, že rozhodnutí bylo ovlivněno kriminálním činem. V takovém případě musí žadatel předložit pravomocné rozhodnutí příslušného soudu, neboť Velký stížnostní senát není kompetentní k určení trestní odpovědnosti. V žádném případě tak tento nový institut není možno použít k přezkumu merita věci, bez toho, že by během řízení před senátem došlo ke shora uvedeným okolnostem. Náležitosti žádosti a podrobnosti řízení o ní jsou upraveny v prováděcím předpisu. Žádost je zpoplatněna relativně vysokým poplatkem, který je však v případě úspěchu žadatelé refundován.

Velký stížnostní senát ve složení dvou právně kvalifikovaných a jednoho technicky kvalifikovaného člena projedná všechny žádosti o revizi bez účasti ostatních účastníků řízení a zamítne ty z nich, které jsou zjevně nepřipustné či neoprávněné; přijetí takového rozhodnutí vyžaduje jednomyslnost. Ve složení čtyř právně kvalifikovaných a jednoho technicky kvalifikovaného člena pak projedná ty žádosti, které nebyly předtím zamítnuty.

Ing. Emil Jenerál,
patentový odbor,
Úřad průmyslového vlastnictví



foto Shutterstock

hodnutí stížnostních senátů EPÚ jsou snadno dostupná, a to jak v původní podobě, jak byla vydána, tak i v různých souborných přehledech, překladech apod. Je proto pochopitelné, že i v praxi českého Úřadu průmyslového vlastnictví hraje tento zdroj evropského patentového práva významnou roli.

Rozhodnutí prvoinstančního útvaru zasílá EPÚ účastníkům řízení doporučeně na zpáteční lístek EPC. Za datum doručení se považuje desátý den po podání na poštu, s výjimkou případů, kdy prokazatelně dojde později či nedojde vůbec. Stížnost musí být podána během dvou měsíců od data doručení příslušného rozhodnutí, přičemž musí obsahovat jméno stěžovatele, identifikaci napadeného rozhodnutí a žádost definující předmět stížnosti.

Na první pohled je to formalita, ale...

Tyto požadavky se zdají na první pohled formální, a je tu proto určité nebezpečí, že budou nahlíženy jako relativně nedůležité. V případě, že ve stížnosti není dostatečně identifikováno napadené rozhodnutí, zamítne senát stížnost jako nepřipustnou, aniž by na to stěžovatele nějak předem upozorňoval a žádal doplnění. Pokud jde o požadavek určení rozsahu požadovaných změn či zrušení napadeného rozhodnutí, pak v této otázce postupují stížnostní senáty dosti striktně.

Stížnost se dále nepokládá za řádně podanou, pokud v téže dvouměsíční lhůtě není za-

tento útvar dojde k závěru, že stížnost je přípustná a oprávněná, napraví (zruší) rozhodnutí sám. V opačném případě stížnost vrátí stížnostnímu senátu k dalšímu řízení, bez toho, že by se nějakým způsobem k obsahu stížnosti vyjadřoval. V praxi EPÚ k autoremedurám dochází velmi zřídka, což je dáno zejména poměrně krátkou lhůtou k jejímu provedení a dále tím, že většinu rozhodnutí přijímají tříčlenné divize.

Provedení autoremedury neznamená, že následně nové prvoinstanční rozhodnutí ve věci bude pro účastníka příznivé. I po provedení autoremedury tak může být např. evropská přihláška znovu zamítnuta, pochopitelně s jiným odůvodněním.

Poté, co byla posouzena možnost autoremedury a přípustnost stížnosti, přistupuje stížnostní senát k vlastnímu věcnému průzkumu stížnosti a vydání rozhodnutí. Zatímco většina stížností v ex parte řízeních je rozhodnuta bez toho, že by došlo k ústnímu jednání, v inter partes řízení (odporové řízení) je tomu naopak. Ústní jednání tak sice není obligatorní součástí stížnostního řízení, patří však k významným prostředkům, umožňujícím stranám přednést a vzájemně si vysvětlit svá stanoviska.

Stížnostní senát rozhodne o stížnosti buď v pravomoci útvaru, který napadené rozhodnutí vydal, nebo případ tomuto útvaru vrátí k dalšímu řízení a novému rozhodnutí. Stížnostní senát může před vydáním konečného rozhod-



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Úředníci Prahy 10 prospívají na samé jedničky

Byrokracii se u nás přinejmenším od dob císaře pána daří, a proto úředník nemá mezi lidem dobrou pověst. Přesto existují výjimky. Mohli by o tom hovořit občané, jimž slouží Úřad městské části Praha 10. A nejen ti, ani odborníci nešetří chválou. Svědčí o tom čestný titul Ambasador kvality ve veřejné správě, jež mu udělila Česká společnost pro jakost v listopadu. Že se za tím skrývá poctivá práce a ještě mnohem víc, to prozradí v našem rozhovoru Ing. Josef Neklan, manažer kvality ÚMČ Praha 10.

Co pro vás znamená ocenění Ambasador kvality?

Velmi mě těší, že v konkurenci deseti přihlášených z veřejného sektoru jsme obsadili první místo. Je to ocenění dlouholeté cílevědomé práce v oblasti kvality pro všechny pracovníky úřadu. Vždyť první certifikace proběhla v prosinci roku 2004, tedy již před patnácti lety! V průběhu recertifikačních auditů, respektive dozorových auditů nebyly certifikačním orgánem nikdy dohledány nějaké nedostatky. Do budoucna nyní cítíme závazek a zároveň, myslím, máme dobrý základ pro práci v dalších systémových oblastech.

Jak rozumíte pojmu manažerské řízení kvality ve veřejné správě?

Bez manažerského přístupu je těžké si v dnešní době představit řízení kvality ve veřejné správě. Od středního managementu se očekává mimo jiné rychlá a flexibilní adaptace na velké množství nově vydaných vyhlášek či zákonů, orientace v nich a koordinace veškerých činností s tím spojených. Na aktivitu, strategické myšlení, fle-

xibilitu, operativu, a nakonec i iniciativu řídicích pracovníků jsou kladeny stále vyšší nároky, a to nejen v soukromém sektoru, ale i ve veřejné správě.

V čem se kvalita práce úřadu projevuje na tváři městské části?

Úřad MČ Praha 10 disponuje celkem 72 interními předpisy v oblasti systému řízení kvality této oblasti. Zahrnují všechny činnosti, s kterými je možné se zde setkat. V rámci pravidelných Anket spokojenosti se mohou návštěvníci radnice vyjádřit k práci úředníků, respektive je „oznámkovat“. Od roku 2011 se pohybuje průměrná známka od 1,07 do 1,12. Toto vysoké ocenění práce úředníků bylo potvrzeno i při sestavování analytické části strategického plánu udržitelného rozvoje pro roky 2020–2030.

Změnil se systém práce úředníků, je nyní efektivnější?

Po zavedení systému řízení kvality se postupně práce úředníků změnila. Zpočátku byli nedůvěřiví, ale postupem času otočili. Zjistili totiž, že



Josef Neklan, manažer kvality, Odbor kontroly a komunikace Úřadu městské části Praha 10

existují instrukce a směrnice, z kterých lze vyčíst „pracovní postupy“. Že jsou zavedeny jednotné interní formuláře, které jsou všem dostupné na intranetu. A že na stejném místě najdou veškeré interní předpisy, a to vždy v platném znění. V současné době je možné říci, že bez tohoto systému a jeho neustálé aktualizace by byla práce úředníků daleko složitější. Zároveň usnadňuje adaptaci nových zaměstnanců – kompletní přehled interní dokumentace najdou na intranetu, a mohou se s ním tedy seznámit bezprostředně po nástupu.

A poznají to občané MČ Praha 10, pro něž je váš servis především určen?

Zcela určitě. Jak jsem již zmínil, každé dva roky probíhá Anketa spokojenosti návštěvníků, kde mohou úředníky hodnotit jak obecně, tak i jmenovitě. Jsou velmi spokojeni s vstřícným a vlídným přístupem ze strany úředníků, s tím, že se jim snaží maximálně pomáhat a poradit jim.

Na čem chcete ještě v blízké době zapracovat?

V současné době se na úřadě zpracovává již zmíněná strategie udržitelného rozvoje na nadcházejících deset let. Přičemž pomocí krátkodobých akčních plánů bude MČ Praha 10 realizovat projekty, akce a případné dotační tituly v návaznosti na svůj rozpočet. Začíná se aktivizovat Místní agenda 21, nástroj pro zavádění udržitelného rozvoje na regionální úrovni. Do chodu úřadu by měly být implementovány i efektivní prvky projektového řízení.

Občané mohou dát radnici zpětnou vazbu nejen prostřednictvím Ankety, ale i na otevřených hodinách, které pro ně každý měsíc pořádají radní. Plánovací a participační setkání s občany ke konkrétním rozvojovým tématům (např. doprava, územní rozvoj) zajišťuje oddělení strategického rozvoje a participace, které u nás funguje od února tohoto roku.

jen spokojené občany popřál Praze 10
Pavel Kačer

Příklady úspěšných jako odpověď na celospolečenskou poptávku

Kdo letos získal ocenění Ambasador 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 kdo obhájil a získal značku CZECH MADE? O tom jsme psali již v minulém vydání. Ocenění se udělovala v rámci mezinárodní konference o kvalitě, již pořádala Česká společnost pro jakost v Praze 11. listopadu. Na slavnostní okamžiky se vždy dlouho vzpomíná...



Nový nástroj pro kvalitní, štihlou a efektivní veřejnou správu

Na všechny subjekty státní správy a samosprávy jsou kladeny v dnešní době velké nároky. Na jedné straně je to legislativa, na druhé straně jsou to požadavky klientů. Aby úřady dobře fungovaly, potřebují mít pracovníci dost prostoru a zkušeností s principy efektivního managementu a kvality řízení. Právě proto byl v České společnosti pro jakost s předními odborníky na problematiku vyvinut obsah semináře Kvalitní, štihlá a efektivní veřejná správa. Seminář bude spuštěn v lednu 2020, a půjde tak o unikátní nástroj zavádění principů kvality do organizací státní správy a samosprávy.

Zaměřen bude na správné a přínosné zavádění systémů managementu kvality do organizací veřejné správy, kdy má vytvořený systém pomáhat pracovníkům těchto organizací a zlepšovat to, jak zákazníci vnímají úroveň a přívětivost poskytovaných služeb. „Dalším aspektem, na nějž se v rámci semináře zaměříme, budou možnosti aplikování těchto přístupů ve světě osvědčených praxí štihlé administrativy, čímž je umožněno prokazatelně zvyšovat efektivnost a hospodárnost fungování organizací a ještě více posilovat

kvalitu služeb,“ uvedl Ing. Petr Koten, výkonný ředitel České společnosti pro jakost.

V čem je přínos takové cesty

Tento vzdělávací modul má za úkol představit zájemcům možnosti, jak do organizací ve veřejné správě implementovat zásady a principy řízení kvality. Od relativně jednoduchých přístupů pro začínající organizace, po komplexní řešení, která propojují jednotlivé principy a nástroje do systému, jež řeší kvalitu poskytovaných služeb i efektivnost vnitřního fungování organizace. „Naši snahou je účastníky rovněž seznámit s tím, jaké přínosy pro ně zavádění principů managementu kvality bude mít, ale současně se budeme věnovat nejčastějším bariérám, na něž v tomto prostředí při těchto aktivitách mohou lidé narazit. Chceme je tak motivovat k dobré praxi a dát jim prostředky k tomu, aby se možných překážek nezalekli, nýbrž s nimi dokázali pracovat jako s příležitostmi,“ osvětlil Petr Koten.

Efektivní systém managementu kvality podle ISO 9001:2015 je východiskem, s nímž seminář pracuje. Na základě jeho požadavků jsou vystavěny osnovy Kvalitní, štihlé a efektivní veřejné správy. V hledáčku se nacházejí zejména ty body, které prakticky přispívají k dobrému a bezpro-

blémovému fungování organizace, jež pocítí nejen úřad jako velký benefit, ale budou jej velmi pozitivně vnímat i občané a firmy, klienti těchto institucí. Řízení kvality se promítne do jejich bezprostřední pozitivní klientské zkušenosti. Proces adaptace nového nebo zásahů do stávajícího fungování veřejné správy však může dočasně přinášet náročné situace. „Úskalím každého nově zaváděného systému mohou být určité nepříjemnosti, ale my jsme našli cestu k tomu, jak tyto momentální negativní jevy co nejvíce eliminovat, aby nepříznivě nedopadaly ani na úřady, ani na občany,“ komentoval Petr Koten.

A proč by se měly úřady vůbec kvalitou zabývat?

Všechny úřady, ať už úřady státní správy, nebo samosprávy, musejí fungovat efektivně. Osvícená vedení úřadů proto volí zavádění zásad managementu kvality, které umožňují zejména:

- popsat procesy v organizaci a hledat prostory pro úspory, pracovat s riziky a předcházet nežádoucím situacím,
- identifikovat a neopakovat chyby,
- zajistit „pořádek“ v dokumentaci,
- měřit výkonnost a identifikovat silné stránky a oblasti pro zlepšení

● vytvářet podmínky pro spokojenost zákazníků, zaměstnanců a dalších zainteresovaných stran.

Cílem semináře je do prostředí, nejen úřadů, přenést pozitivní zkušenosti se zaváděním přístupů štihlé výroby a štihlého řízení z oblasti businessu, čímž mohou tyto instituce dosahovat signifikantně vyšší úroveň výkonnosti a efektivnosti svého fungování. Česká společnost pro jakost se intenzivně setkává s klienty z veřejného sektoru posledních 15 let. Bohatství zkušeností z této oblasti i relevantní příklady dobré praxe komerčních subjektů budou prezentovány v rámci tohoto semináře. Česká společnost pro jakost považuje sdílení zkušeností za jednu z přidaných hodnot svých služeb. „Účastníci nepřijdou ani o závěrečnou diskuzi, která patří k neočekávanějším momentům našich vzdělávacích aktivit. Pro naše klienty je cenná nejen teoretická znalost principů, na nichž efektivní a štihlá veřejná správa poskytující kvalitní služby stojí. Mají zde možnost probrat momenty a problémy z praxe, vzájemně sdílet své zkušenosti,“ řekl Petr Koten. První seminář se uskuteční 22. ledna 2020 v prostorách ČSVTS, Novotného lávka 5, Praha 1. (tz)

Co ovlivňují změny ve statutárních orgánech firem



Příchod nového člena do statutárního orgánu akciové společnosti nebo společnosti s ručením omezeným je většinou spojen s následným nárůstem hospodářského výsledku firmy. To je jeden ze závěrů analýzy poradenské společnosti Bisnode provedené na vzorku 22 000 firem, u kterých došlo v posledních deseti letech ke změně ve statutárním orgánu. Největší benefit firmám přináší, pokud do statutárního orgánu výhradně mužského složení nastoupí nový muž.

Do analýzy byly zahrnuty společnosti, které zveřejňovaly finanční výkazy alespoň čtyři roky před změnou ve statutárním orgánu a tři roky po ní a současně nový člen musel ve statutárním orgánu následně působit po dobu nejméně tří let. „Každá zkoumaná změna ve složení statutárního orgánu vedla ke zlepšení hospodářského výsledku,“ zhodnotil průzkum analytik Bisnode Milan Petrák.

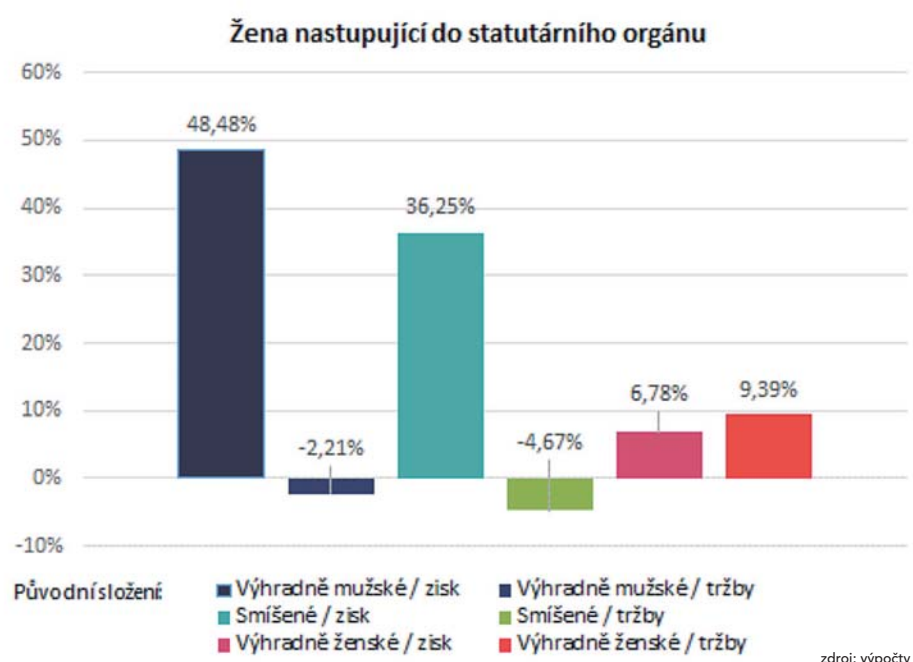
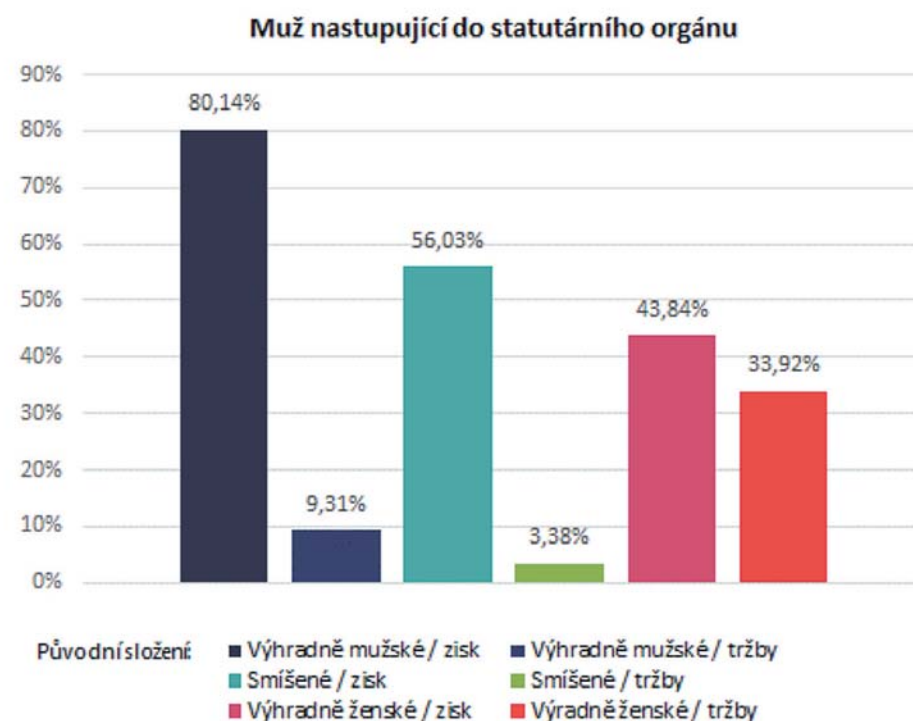
„Nastoupila-li do statutárního orgánu žena, buď protože rozšířila počet jeho členů, nebo někoho nahradila, došlo k největšímu nárůstu zisku, pokud bylo dosavadní složení tvořeno výhradně muži. V tomto případě vzrostl zisk po třech letech působení nejčastěji o 48 %. Pokud bylo původní složení statutárního orgánu smíšené, zisk po třech letech nejčastěji narostl o 36 %, v případě výhradně ženského složení pak o 7 %,“ uvedl Milan Petrák.

Stejně tak i nástup nového muže do statutárního orgánu měl největší efekt, pokud bylo dosavadní složení výhradně mužské. „Po třech letech u sledovaných firem vzrostl zisk o 80 %,“ sdělil dále Milan Petrák z Bisnode s tím, že v případě smíšeného statutárního orgánu byl nárůst 56 % a ještě menší efekt pak měl příchod muže do doposud výhradně ženského statutárního orgánu, kdy se zisk zvýšil o 44 %.

„Důvodem pro uvedený rozdíl může být vyšší náchylnost mužských jednatelů a členů představenstev k riskování, zatímco ženy mají spíše sklon k opatrnosti. Vliv nově nastoupivší ženy tak spočívá v omezení riskantních, potenciálně ztrátových aktivit. S tím může souviset skutečnost, že po nástupu ženy do mužského či smíšeného statutárního orgánu dochází k mírnému poklesu tržeb.

Naopak nově nastoupivší mužský člen statutárního orgánu přinášel největší benefit tehdy, pokud bylo dosavadní složení výhradně mužské. Větší počet členů vede k větší opatrnosti při rozhodování, byť zůstalo složení orgánu uniformní. V souladu s tímto pohledem k jedinému výraznému nárůstu (o 34 %) tržeb ze všech kombinací došlo, pokud nový muž nastoupil do statutárního orgánu dosud ženského složení. Riskantnější přístup vedl v tomto případě k expanzi firmy, nicméně nárůst zisku byl méně impozantní,“ uzavřel Milan Petrák. (tz)

Změna výše zisku a tržeb po třech letech od změny složení statutárního orgánu



zdroj: výpočty Bisnode

Úkolem zaměstnavatele je vytěžit z rozdílů mezi generacemi co nejvíce

Takřka každá firma hledá schopné pracovníky, ať už jde o dělnické profese technicky zaměřené, specialisty na marketing, nebo talentované manažery, kteří si dokážou poradit s jakoukoli složitou situací. Na rozdíl od doby před 20 lety, kdy mnozí šéfové nad staršími kolegy doslova ohrnovali nos, se chytrí personalisté či majitelé společností zaměstnávají vyššího věku nezabavovali, ale naopak využívali jejich zkušenosti, rozvahy, časových možností i praktických znalostí či loajality. Nyní, kdy přijímání zakázek firmami závisí z velké části na dostatku kvalifikovaných zaměstnanců, se mnozí s pokorou a úctou ke starší generaci vracejí.

Centrum andragogiky je vzdělávací a poradenská společnost poskytující komplexní systematické firemní vzdělávání, včetně problematiky zefektivňování činnosti firem a organizací. Společnost pořádá otevřené i uzavřené vzdělávací akce, konference, diskuze, nabízí poradenství, analýzy vzdělávacích potřeb a realizaci komplexního programu. Své služby poskytuje nejen klientům z výrobní a nevýrobní podnikatelské sféry, ale také nepodnikatelským subjektům z různých odvětví. Reaguje na současně problémy a témata, ve kterých dále vzdělává. Mimo jiné se zabývá age managementem.

Věkový rozdíl mezi nejmladším a nejstarším zaměstnancem roste. Na pracovištích různých společností se setkávají lidé velkého věkového rozptylu. Místo očekávané spolupráce často dochází ke střetům vyvolávajícím pocit, že ti druzí jsou snad z jiné planety.

Na odlišné utváření pracovních návyků různých věkových generací má vliv nejen skutečnost, že jsou vybaveni rozdílnými temperamenti a povahovými vlastnostmi, ale také pů-

sobení přirozeného vývoje kognitivních funkcí v průběhu lidského života a rychle se měnící sociální prostředí. Přesto se musí tito lidé naučit spolu kooperovat a společně se přizpůsobovat dynamickému prostředí firmy.

Personální manažeři jsou díky této situaci v nelehké pozici, která po nich vyžaduje nejen vybírat, adaptovat, vzdělávat, hodnotit a zajišťovat kariérní růst všech zaměstnanců, ale navíc společně s ostatními vedoucími pracovníky firmy sledovat efektivitu fungování týmů, stejně jako rozvíjet a udržovat firemní kulturu zohledňující věkové rozdíly.

Soužití generací na pracovištích je ovlivňováno mnoha faktory. Dva z těch hlavních se v poslední době výrazně mění, ten třetí je poměrně stabilní. Zamysleme se nad nimi z hlediska zaměstnanců mladší a starší věkové kategorie a také z pohledu zaměstnavatele.

Demografický vývoj

První měnící se faktor je demografický vývoj. Díky stále se prodlužujícímu věku dožití v kombinaci s nízkou porodností naše populace stárne. Zvyšuje se věková hranice odchodu do důchodu, takže se na pracovištích běžně setkávají tři generace. Prohlubuje se rozdílný úhel pohledu jednotlivců na řešení mnohých pracovních úkolů.

Mladší pracovníci si postupně a často neradi zvykají na zvyšující se počet starších kolegů a kolegyní, mnozí k nim přistupují spíše s despektem. Zaměstnanci ve věku 55+ si stále více uvědomují, že mají před sebou ještě kus pracovního života. Přestávají vyhlížet poslední pracovní den, protože se musí snažit vyhovět nárokům, které jsou na ně kladeny v souvislosti s udržením požadovaného pracovního výkonu. Pro zaměstnavatele to znamená počítat s projevy těchto věkových rozdílů a zabývat se prevencí problémových situací,

které by mohly nastat. Zaměřit se na podporu týmové práce a vzdělávat manažery v tématu leadershipu z pohledu generací.

Technický pokrok

Dalším dynamickým faktorem ve spolupráci generací na pracovištích je technický pokrok, především rychlý vývoj informačních technologií. Velkou výhodou mladších generací je, že rozumí novým technologiím a jsou celkově v této oblasti mnohem flexibilnější než starší kolegové. Rychle se učí novým věcem, ale bohužel ne vždy dokážou vidět a pochopit souvislosti. Seznamování se s novými technologiemi probíhá u starších zaměstnanců většinou pomaleji a s větší opatrností, ale studie prokazují, že schopnost a ochota učit se novým věcem je často výrazně podpořena vnitřní motivací a vysokou mírou loajality k zaměstnavateli. Pro zaměstnavatele je tedy důležité ohlídat si příliš rychlé, či až někdy zkratkovité jednání v této oblasti u mladších ročníků zaměstnanců a mít dostatek trpělivosti u těch starších.

Vývoj kognitivních funkcí

Stabilním faktorem při propojování generací v pracovním procesu je vývoj kognitivních funkcí člověka. Nelze popřít, že ty v průběhu života slábnou, ale zároveň se vyvíjejí kvantitativně i kvalitativně. Kognitivní psychologové rozlišují inteligenci tekutou neboli fluidní a inteligenci krystalickou. Mladý zaměstnanec je díky fluidní inteligenci, která v tomto věku převažuje, nápaditý a vynalézavý při řešení situací, se kterými se ještě nesetkal. Ten starší se svou převažující krystalickou inteligencí zase využívá předchozích zkušeností, s nimiž může situaci lépe vyhodnotit a zvolit nejvhodnější postup.

Úkolem zaměstnavatele je vytěžit z těchto rozdílů mezi generacemi co nejvíce. Využít

možnosti spolupráce obou inteligencí ve smyslu uplatnění odvážné nápaditosti s přihlédnutím k předchozím zkušenostem. Omezit tak stereotypní, nebo naopak unáhlený a riskantní přístup k řešení různých pracovních situací.

Z důvodu uvedených skutečností mají velkou výhodu společnosti, které tématu tzv. age managementu (strategie řízení zohledňující věk pracovníků – řízení věkových skupin zaměstnanců) přikládají patřičnou váhu a zabývají se jím systematicky. Přináší jim to vyšší efektivitu práce i lepší vztahy na pracovištích, bonusem je potažmo nižší nemocnost a fluktuace.

Vývoj nezastavíme. Ať se nám to líbí, nebo ne, do pracovního procesu přichází generace, která má velmi odlišný úhel pohledu na mnohé věci a činnosti než ty předchozí. Pokud má organizace fungovat efektivně, je pro hledání společné mezigenerační řeči nikoli za pět minut dvanáct, ale pět minut po dvanácté.

Tři cesty

V oblasti rozvoje lidí vedou k tomuto cíli tři základní cesty. Vzdělávání vedoucích pracovníků v oblasti manažerských dovedností zaměřených na mezigenerační rozdíly, individuální přístup k různým věkovým kategoriím podřízených, vedení týmů složených z lidí většího věkového rozptylu. Velkým přínosem jsou kurzy pro pracovníky 55+ rozvíjející jejich mozkovou kapacitu vhodným tréninkem. Účinné a zároveň oblíbené jsou semináře týmové práce pro firemní kolektivy lidí různého věku, na nichž si přímo ověřují spolupráci svých schopností, vlastností, dovedností i zkušeností.

Společnost Centrum andragogiky se tématu podpory a spolupráce všech generací na pracovišti intenzivně věnuje.

Magdalena Ožanová,
lektorka Centra andragogiky, s.r.o.

EKOLANDIA je návrat k tradiční kuchyni

Životní úroveň stoupá, v jídelníčku si můžeme dopřát vše, na co máme chuť. Přesto, nebo právě proto, odborníci varují, že se stravujeme nevhodně, což je dvojnásob škodlivé v případě dětí. Školní jídelny, na rozdíl například od restaurací, jako by stály stranou pozornosti. K těm, kteří školákům chtějí nabízet správnou výživu, patří EKOLANDIA. V soutěži Asociace kuchařů a cukrářů ČR Nejlepší kuchař roku ve společném stravování letos obsadila první příčku v kategorii Nejlepší moderní bezmasý pokrm. Jednatelka společnosti EKOLANDIA, školní catering, mateřská škola s.r.o., Mgr. Jana Bocek Teichertová nám prozradila více:

O české gastronomii se toho napsalo už mnoho. Zájem se však upírá spíše na hotely, restaurace a hospody, jenže Češi, ti malí, se stravují ve školních jídelnách. Není čas to změnit?

V České republice je v současnosti kolem tisícovky soukromých škol, z toho jich naprostá většina nemá vlastní gastronomické zázemí. Před více než pěti lety, kdy jsme sami hledali dodavatele zdravé, kvalitní stravy do školky, jsme si všimli, že je na trhu málo dodavatelů školních obědů, a proto jsme založili vlastní školní kuchyni.

Čím bodujete u strážníků a čím zaujala odbornou porotu?

Hlavní rozdíl je v tom, z čeho vaříme a jak. My vaříme bez umělých dochucovadel a přemíry soli. V našem jídelníčku jsou i trochu netradiční suroviny jako bulgur, pohanka a jáhly. Využíváme suroviny, které se jedly dřív, a pak je vytlačily třeba hranolky. Naše maso pochází z Vysočiny, zelenina pak z Polabí. Hovězí vývar připravujeme z kostí, knedlíky a bramborové noky si děláme sami. Pečeme si vlastní chleba i koláče. Navíc maso zpracováváme pomocí nejmodernější technologie tak, že se dělá na málo stupňů přes noc. Je tak šťavnatější a zachová si všechny vitamíny a minerály. Klíčem k tomu, aby se z kvalitních surovin stalo skvělé jídlo, jsou výborní kuchaři, kteří většinou přijdou vařit pro děti právě v době, kdy se jim narodí vlastní děti.

Kolik pokrmů nyní kuchyně EKOLANDIA připravuje? A kde jsou její odběratelé?

Přes 3000 obědů denně. Rozvážíme je převážně do soukromých, ale i státních školských zařízení ve Středočeském kraji a v Praze, která si uvědomují, že je nesmírně důležité, aby si děti



Mgr. Jana Bocek Teichertová, jednatelka firmy EKOLANDIA, školní catering, mateřská škola s.r.o.

ve školním věku ukotvily správné stravovací návyky.

Počítáte s dalším rozvojem?

Určitě ano. Vzhledem k tomu, že zájem o naše pokrmy roste, budeme trochu stavebně rozšiřovat prostory.

Firma vznikla do jisté míry jako reakce na to, jak se vaří pro malé strážníky. Je situace ve školních kuchyních opravdu tak špatná, dostávají děti opravdu nezdravá a nevhodná jídla?

Znám školní jídelny, kde vaří kvalitně a z čerstvých surovin. Ale bohužel jsou také takové, kde vaří z kyblíků a pytlíků. Školní jídelny musí splňovat tzv. „spotřební koš“ a ten nevyklučuje používání uzenin a polotovarů. Proto je možné, že děti dostanou na oběd uzené či párek nebo bramborovou kaši z prášku. Sladká jídla nevadí. Děti palačinky a knedlíky milují. A právě do těchto jídel se krásně dají „schovat“ zdravé suroviny. Palačinky se mohou připravit špaldové, pohankové nebo s ovesnými vločkami a podmáslím. Do bramborových knedlíků se švestkami a mákem se zase mohou přimíchat chia semínka.

Co podle vás hrozí, když nebudeme dbát na to, aby naše děti jedly kvalitně?

Nedostatečná výživa dětí se velmi často ztotožňuje s problémem hladu. To je však velmi za-

vádějící představa. Nesprávně živěné může být jakékoliv dítě v moderní společnosti, a to včetně obézních. Špatně vyživované děti jsou buď obézní, nebo moc hubené. Obě skupiny spojuje kvalitativní podvýživa, což mi přijde v době dostatku a hojnosti opravdu zarážející. Pojďme se spíše bavit o tom, co získáme správnou stravou. Z jídla, které má dobrý zdroj a připravíme si ho sami, nám bude prostě dobře. Představte si život bez ekzémů, alergií, vitální a plný síly.



Stravovací návyky si neseme do dospělosti. Statistiky o obezitě a zvyšující se míře cukrovky hovoří za vše.

Je zima, ovoce a zeleninu seženeme jen uskladněné, anebo cizokrajné. Jak to zařídit, abychom měli dostatek vitaminů a potřebných látek?

Naše tělo v zimě nepotřebuje cizokrajné potraviny a určitá jednoduchost zimního jídelníčku by byla pro nás prospěšnější než pomeranče a mandarinky. Bohatě by nám stačila jablka, hrušky, sušené švestky, mrkev, celer, červená řepa a zelí. Naopak dovezená zelenina a ovoce – rajčata, papriky, okurky či citrusové plody by měly mít jen doplňující úlohu. Rozhodně se nedá na tyto potraviny spoléhat jako na zdroj nutričních látek. Z našeho jídelníčku si můžete každý den vybrat jídlo, kde je zelenina zastoupena ve větším množství – zeleninové polévky, různá zeleninová soté nebo jídla z kysaného zelí.

Žádá si tedy zimní období jiný typ stravy?

Samozřejmě záleží na každém z nás, ale obecně platí pravidlo, že v zimě máme větší potřebu se zahřívat. V zimním období všichni ocení teplý oběd, případně i večeři. Doporučuji dlouhé zeleninové či masové vývary, krémové polévky třeba z dýně, která zahřívá. To jsou jídla, která naše tělo rádo přijme.

dobrou chuť a zdravé obědy všem malým strážníkům popřál Pavel Kačer

Diamantová liga kvality 2019: Mezi vítězi jsou prodejny řetězců i rodinná cukrárna

Již čtvrtý ročník prestižní soutěže Diamantová liga kvality zná své letošní vítěze. Staly se jimi v kategorii Food se shodným počtem bodů PENNY MARKET ze středočeských Peček a ALBERT z olomouckého NC Olympia. V kategorii Non-Food pak získala prvenství společnost SIKO KOUPELNY se svou prodejnou na pražském Černém Mostě. V kategorii maloformátových prodejen si prvenství vybojovaly pekárna a cukrárna PECU Stáňa z Jílovíště a podniková prodejna MP Krásno Bzenec.

Cenu za spolupráci s lokálními dodavateli potravin získala společnost Tesco Stores ČR a v druhé novince, Ceně za inovace, prvenství braly Lidl v Havířově a SIKO KOUPELNY na pražském Černém Mostě. Celkem získalo právo používat označení Držitel ocenění Diamantové ligy kvality 43 prodejen, Zvláštní cenu prezidenta SOCR ČR pak 24 prodejen, a pět nejlepších si navíc odneslo nejvyšší ocenění, kterým je

Cena za vynikající kvalitu České společnosti pro jakost.

„Diamantová liga kvality byla od začátku nastavena jako projekt, který má ocenit nejvyšší kvalitu prodejen v České republice a přinášet inspiraci ostatním. I proto jsme letos zařadili dvě nové kategorie, a to Cenu za inovace a Cenu za spolupráci s lokálními dodavateli potravin. Ta první má ocenit nové úspěšně realizované nápady v oblasti kvality obsluhy klientů, ta druhá zase angažovanost příslušného řetězce při podpoře lokálních dodavatelů a cesty jejich produktů na trh,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, a dodal: „Kvalita projektů, které jsme v obou kategoriích hodnotili, nám potvrdila, že jde o oblasti, jimž se maloobchod dlouhodobě a intenzivně věnuje.“

Obchodní řetězce investují každý rok více než 15 miliard korun do svého rozvoje a do zkvalitňování služeb zákazníkům, a to bez jakýchkoli dotací. I proto se novinkou letošního ročníku stala Cena za inovace, jejímž prvním

držitelem v kategorii Food se stala prodejna Lidl Havířov – U stadionu. Ta bodovala mimo jiné komfortnějším layoutem prodejny pro zákazníky, pokrytím Wi-Fi, nabídkou kávy nebo WC s přebalovacím pultem. Na dalších dvou příčkách se umístily Supermarket TERNO Olomouc-Horní Lán a ALBERT Hypermarket Praha-Čestlice.

V kategorii Non-Food získaly první místo SIKO KOUPELNY z pražského Černého Mostu za rekonstrukci prodejny na nový showroom. Na dalších dvou místech se umístily dm drogerie markt Havířov a ROSSMANN z pražského NC Olbrachtova.

„Inovace nemusí pouze přinášet nová unikátní a převratná řešení. Stejně tak můžete inovovat i zákaznickou zkušenost a pracovní prostředí. Pokud u vás budou zaměstnanci rádi pracovat a zákazníci se zde budou cítit dobře a rádi se vracet, budete úspěšní. Proto jsme se rozhodli ocenit právě tyto prodejny,“ vysvětlil Karel Havlíček, místopředseda vlády a ministr průmyslu a obchodu.

Další novinkou v soutěži se stala Cena za spolupráci s lokálními dodavateli potravin pod záštitou Ministerstva zemědělství ČR. Zde nejvíce bodů získala společnost Tesco Stores ČR za projekt „Česká rajčata bez pesticidů po celý rok“. Od letošního roku jsou totiž v nabídce obchodního řetězce i produkty Farmy Bezdínek v Dolní Lutyni, jejíž skleníky obdržely jako první v České republice certifikát na pěstování plodin bez zbytků pesticidů. Díky Tesco tak farma získala záruku odběru svých produktů s perspektivou dalšího rozvoje a zákazníci přistup k rajčatům v kvalitě na úrovni bio nebo kojeneckých výživ. Druhé a třetí místo braly PENNY MARKET a Kaufland Česká republika. SOCR ČR navíc vyhlásil i oceněného finalistu, kterým se stal KONZUM, obchodní družstvo v Ústí nad Orlicí.

Diamantová liga kvality je společným projektem SOCR ČR a Ministerstva průmyslu a obchodu, jenž byl na podzim 2015 zařazen do Programu Česká kvalita. Tento program podporuje vláda České republiky a je součástí Národní politiky kvality. (tz)

Hledáte hodnotný a užitečný dárek pro své nejlepší řemeslníky?

Najít vhodný dárek pod stromeček zaměstnancům nebývá někdy jednoduché. Vánoční kolekce, čokolády, čaje, kalendáře, to vše jsou sice milé věci, ale už se trochu okoukaly. Co zvolit dárek, který bude ryze praktický a člověku bude dlouho připomínat, že ho nedostal jen jako vánoční, ale jako ten, který mu násobně zpříjemní mnohé pracovní úkony ještě dávno po svátcích? Značka **PROFI ODĚVY**, již provozuje společnost AC-T servis, spol. s r.o., nabízí nesku-tečně důmyslná řešení v oboru pracovních oděvů, bot i nástrojů. Vše lze zakoupit buď ve čtyřech kamenných prodejnách v České republice nebo na www.profi-odevy.cz. Rádi bychom vaši pozornost navedli například na sortiment kalhot. Kdo je již jednou oblékl, nedá na ně dopustit. Vyrábí je renomovaná švédská společnost.



Celosvětově nejúspěšnější modelovou řadou pracovních kalhot švédské značky Snickers Workwear se stala ta s názvem AllroundWork. Vyznačuje se všestrannými možnostmi použití, špičkovými technologiemi a inovacemi, jež usnadňují každodenní práci řemeslníkům, firmám, ale také hobby uživatelům, kteří se snaží svůj koníček zvládat efektivně jako profesionálové. Kompletní sortiment Snickers Workwear je dostupný v síti **PROFI ODĚVY**, která je zároveň výhradním distributorem značky pro Českou a Slovenskou republiku.

Odolné materiály: pevnost i pružnost

Kalhoty AllroundWork jsou dostupné v několika provedeních, které se liší použitou základní tkaninou. Nejprve přišel na trh model z pevné látky Dobby Pro+, která je velice příjemná na dotek, takže připomíná komfortem nošení přírodní textilie. Sestává z polyamidu (69 %) a bavlny (31 %). V této verzi jsou kalhoty oblíbené dodnes.

V roce 2018, po období pečlivého výzkumu, značka Snickers Workwear produktovou rodinu obohatila o první model ze strečového materiálu, který byl speciálně přizpůsoben tomu, aby odolal vysokému pracovnímu zatížení profesionálních řemeslníků. Přesto dopřeje nositeli nevšední volnost pohybu. Kombinací dvousměrně (47 % bavlna, 31 % polyester, 22 % elastan) a čtyřsměrně (91,5 % polyamid a 8,5 % elastan) elastického materiálu vznikly oděvy, které se raketovým tempem vyšplhaly až na samý vrchol oblíbenosti. „Vývojový tým Snickers Workwear se stále snaží zdokonalovat produkty a pro své zákazníky objevovat novou úroveň pohodlí. Inspirace pro strečové pracovní oblečení přišla především z oblasti sportu. Na rozdíl od vašich běžeckých legín musí ale pracovní kalhoty držet mnohonásobně větší zátěž korunovanou nepříznivým pracovním prostředím. Řemeslníci denně vyvíjí stejnou fyzickou aktivitu jako špičkoví sportovci, navíc pracují v drsných pod-

mínkách. Těmto vlivům nesmí kalhoty podlehout. Řemeslník musí mít jistotu, že se na svůj oděv může spolehnout za jakékoli situace,“ komentovala Ing. Jana Erbová, jednatelka společnosti AC-T servis.

Zesílení namáhaných partií jako v americké armádě

Cordura patří k nejlépejším tkaninám ze všech. Během druhé světové války nahradila v americké armádě nedostatkové hedvábní, z něhož se vyráběly padáky. Při bojovém nasazení se Cordura osvědčila a stala se jedním z materiálů, jež zcela změnily vybavení do extrémních podmínek. Neabsorbuje vodu. Je rezistentní vůči špíně. Je lehká, a přitom se musí člověk velmi snažit, aby ji poškodil. Těchto vlastností si všimli také ve Snickers Workwear. Z Cordury se již mnoho let šije zesílení pro namáhané partie. Zakončení nohavic tak nikdy nenavhne, ani když musí člověk pracovat v nehostinné podzemní plískanici, a zároveň nebude podléhat rychlému mechanickému opotřebení. Kolena budou ušetřena oděrem a odřením, a látka vydrží čelit hrubému betonu stejně dobře jako neopracovanému dřevu. Dokonce se jí vyztužují veškeré kapsy, aby v nich bylo možné uchovávat šroubky a jiné pro řemeslníky potřebné propriety.

Všechny kapsy, které potřebujete

V době vzniku Snickers Workwear nenabízelo pracovní oblečení mnoho možností, jak mít drobnosti a materiál neustále po ruce. Tak situaci na trhu pracovních oděvů zanalyzoval v 70. letech 20. století Matti Viio, zakladatel značky. Jeho první návrh byl skutečnou revolucí, v níž kapsy hrály významnou roli. To se nezměnilo ani do dnešních dnů. Je to prvek, kterého si cení řemeslníci po celém světě. Dostatek úložných prostorů je pro jejich práci důležitý. Ušetří jim tak námahu a čas, které by ztratili neustálým odbíháním pro rozličné předměty. Na všech kalhotách naleznete kapsu na metr a speciální knoflík na přichycení

řemeslnických nožů Hultafors, postranní kapsu s oddílem na mobilní telefon a odnímatelný držák jmenovky nebo čipové karty. Dále kalhoty disponují zadními kapsami a předními průhmatovými kapsami. Nejen profesionálové si pro sebe či svůj tým mohou vybrat modely s velkoryse navrženými prostornými pouzdrovými kapsami nebo bez nich.

Pokrokové technologie, které střeží zdraví

Kalhoty AllroundWork byly navrženy tak, aby zajistily nositeli maximální komfort, jde-li o regulaci teploty a cirkulaci vzduchu v oděvu. K tomu slouží technologie Mechanical AirFlow. Právě v podkolenních jamkách dochází k největší produkci potu, který je třeba pro optimální pohodlí rychle odvést od pokožky. Proto mají kalhoty v kolenních partiích otvory, které jsou překryty síťovinou.

Profesionálové svá kolena obvykle zatěžují stejně jako světoví atleti nebo hokejisté. Proto potřebují tuto část těla náležitě chránit. Z toho důvodu Snickers Workwear vyvinul systém KneeGuard Pro. Kalhoty disponují tvarovanými nohavicemi v oblasti kolien. Zde se v látce nacházejí speciální kapsy určené na vložení kolenních chráničů, jež má výrobce rovněž v nabídce. Ty se zafixují do jedné ze tří poloh, a tak je zajištěno, že ochranná pomůcka zůstane na svém místě, ať už profesionál dělá cokoli. Zvláště vhodné je vybavit se kolenními chrániči z materiálu D3O. Pohlcují energii nárazu, aniž by při nošení působily rušivě. V segmentu pracovního vybavení smí tento materiál dobře známý zejména motokářům používat pouze Snickers Workwear.

Střih, který vám padne, a 41 velikostí

Kalhoty AllroundWork naleznete v rovném i zúženém střihu. Právě využití strečových materiálů umožnilo kalhoty vyrábět i ve variantě, která více kopíruje tělesné proporce. Modely jsou skutečně všestranné a sednou každému ty-

pu postavy. V nabídce je 41 velikostí, včetně těch prodloužených, dvakrát prodloužených nebo zkrácených.

Propracovaný design

Stále důležitějším prvkem pracovních oděvů je propracovaný design, který podtrhuje styl nositele. Ve Snickers Workwear se soustředí nejen na praktičnost a špičkové technologie, ale také na to, aby byly modely atraktivní a daly se dobře kombinovat s dalšími prvky nejen řemeslnického šatníku. Záměrem výrobce totiž je, aby se v jeho modelech lidé cítili dobře, ať už zrovna pracují na stavbě, nebo jdou po práci vyzvednout dceru ze školky, musí jednat s úřady či s obchodními partnery.

Do jakéhokoli počasí

V modelové řadě AllroundWork lze najít také kalhoty zcela nepromokavé vhodné do nehostinného a deštivého počasí či zateplené, které jsou výbornou volbou pro řemeslníky pracující v nepříznivých teplotních podmínkách. V sortimentu jsou rovněž dostupné varianty s reflexní úpravou odpovídající druhé třídě viditelnosti dle EN ISO 20471.

AllroundWork také ve variantě pro ženy

Ženy začínají pronikat i do profesí, které bývají ryze mužskou dominantou. Ve Snickers Workwear si toho všimli a rozhodli se vytvořit pracovní kalhoty v ryze ženském střihu. Nabízí maximální komfort a sluší dámským křivkám. Jsou dostupné ve velikostech 32 až 54, s normální, zkrácenou či prodlouženou délkou nohavic. Kalhoty AllroundWork padnou řemeslnicím, technickým pracovnícím, ale i dámám, které rády aktivně tráví svůj volný čas v přírodě, na zahradě nebo se kreativně realizují okolo domova nebo kdekoli jinde a potřebují oblečení, které s nimi zvládne všechny výzvy a dobrodružství.

připravila **Kateřina Šimková**
www.profi-odevy.cz

ARBES Technologies založil startup s ženským elementem

ARBES Technologies, dodavatel informačních systémů pro bankovníctví a finanční trhy, oznámil založení startupu INBRAIT. Posláním nové firmy je dodat organizacím chybějící specialisty v oblasti informačních technologií, a to formou outsourcingu IT kapacit, respektive bodyshoppingu.

Evropská komise odhaduje, že na pracovním trhu do roku 2020 bude v IT až 500 000 neobsazených pozic. Nedostatečné pokrytí lidskými zdroji je přitom podle analytické firmy Gartner hlavní přetrvávající překážkou pro zavádění nových a účinných IT technologií ve firmách. V České republice podle odhadů personálních agentur chybí více než 20 000 IT odborníků.

ARBES Technologies se rozhodl konkurenční boj o zaměstnance řešit, a hledá nové způsoby, jak zajistit vývoj a provoz podnikových informačních architektur. „Svým zákazníkům nasloucháme, a díky hlubokým znalostem oboru dobře rozumíme jejich potřebám, a proto už několik let poskytujeme kapacity našich IT odborníků různým firmám. Protože zájem o tuto

možnost spolupráce u středních a malých organizací kontinuálně roste, vytvořili jsme novou firmu, která by bodyshoppingové aktivity zastřežovala,“ uvedl k založení startupu INBRAIT Michal Houštěcký, generální ředitel společnosti ARBES Technologies.

Společnost INBRAIT má ambice stát se partnerem v oblasti dodávání vhodných komplexních IT kapacit firmám s různým zaměřením a velikostí. Dokáže nabídnout krátkodobé i dlouhodobé úzké specializace pokrývající prakticky kteroukoliv část softwarové dodávky – od konzultací přes návrh softwarové architektury, projektové řízení či analýzu až po samotný

vývoj, testing i dočasný ostrý provoz. Nová dceřiná firma staví na dlouhodobých partnerstvích s IT odborníky, na ženském elementu (jak v managementu, tak v rolích zaměstnanců vystupují ženy), i na ojedinělém přístupu k marketingu. Jistotu má v mateřské společnosti a u svých zákazníků. Poskytováním externích IT kapacit chce kromě telekomunikací, automotive, bankovníctví, zdravotnictví a státní správy ARBES Technologies prostřednictvím INBRAIT rozšířit své služby i do dalších segmentů. Business bude INBRAIT stavět nastejných hodnotách jako mateřská společnost, tedy na kvalitě, férovosti, respektu a závazku. (tz)

30 let: do podnikání se lidé pouštějí pro nezávislost i uplatnění nápadů

Polovina majitelů malých a středních firem a živnostníků v České republice začala podnikat, aby získala vlastní nezávislost. Dalšími důvody byly snaha vydělat si více než v zaměstnání, zajímavý nápad nebo výpověď z práce. Vyplývá to z exkluzivního průzkumu ČSOB k 30 letům svobody v podnikání.

„Malé a střední firmy jsou nejen páteří české ekonomiky, ale i svobodným a inspirativním prostředím, ve kterém se úspěšné nápady a inovace ihned převádějí do praxe. Vždyť takřka čtvrtina dotazovaných začala podnikat, protože měla zajímavý nápad nebo unikátní expertizu,“ poukázal Petr Manda, ředitel Firemního bankovníctví ČSOB.

Průzkum odhalil i rozdíly mezi firmami v ČR a na Slovensku. Zatímco v Česku se firmy při rozjezdu nejvíce potýkaly s administrativou a náborem zaměstnanců, u východních sousedů to bylo zajištění financování a získávání prvních klientů. „K obtížnější akvizici nových zaměstnanců v Česku, tehdy jako dnes, přispívá dlouhodobě napjatější situace na českém pracovním trhu,“ podotkl hlavní ekonom ČSOB Martin Kupka. „Tu pravděpodobně převládli momentálně potřeby. Vášně rozdíly mezi krajinami však podle mě nejsou. Vzhledem na silnou konkurenci je získávání klientů náročné. Malé firmy bez zkušeností mohou vynaložit více úsilí při získávání financování, ale v případě úspěchu mohou využít jedny z nejnižších sazeb v Eurozóně. Až na Slovensku však firmy trápí nedostatek pracovníků a zložitá administrati-

va, podobně jako v Čechách,“ uvedl analytik slovenské ČSOB Marek Gábriš.

Ve většině odpovědí se podnikatelé obou zemí shodovali. Třetina z nich například vypověděla, že klíčový je pro ně „spokojený zákazník“. Čeští a slovenští podnikatelé se také nelišili v pohledu na to, kdy se jim nejlépe dařilo. Jasně si notovali, že tomu tak bylo až poté, když se jim podnikání rozběhlo. Hned jako druhý v pořadí se ale umístil letošní rok, který označilo za svůj dosud nejúspěšnější přes 29 % českých podnikatelů a pětina představitelů firem ze Slovenska.

Průzkum mezi podnikateli obou zemí také potvrdil, že více než polovina firem chyběla při rozjezdu peníze. Musely si proto vypomáhat úvěrem, půjčkami nebo dotacemi. „Naši strategie je být firmám dlouhodobým partnerem, který jim dokáže pomoci v každé fázi jejich životního cyklu,“ poznamenal Petr Manda.

Malé a střední firmy pro nejbližší období zůstávají optimistické, i když v menší míře než v předchozích čtvrtletích. Index očekávání firem



ČSOB ve třetím kvartále klesl na 14,6 bodu ze 22. Pohoršily si všechny dílčí složky indexu, tedy oblasti investic, poptávky a rozšiřování podnikání. Zvýšení poptávky pro poslední čtvrtletí roku například očekává 42 % respondentů, minule to bylo o pět procentních bodů více.

„Zjištění ukazují zpomalování dynamiky ekonomické aktivity v Česku a tím tempa růstu HDP. Nejde ale o nic alarmujícího, protože spokojenost s ekonomikou zůstává stále vysoká,“ připomenul Martin Kupka fakt, že s ekonomickou situací je v České republice spokojeno přes 68 % malých a středních firem a podnikatelů, zatímco na Slovensku to je jen 35 %.

ČSOB je přední bankou pro firmy a podnikatele. Její celkové firemní úvěry činily na konci prvního pololetí 335,9 miliardy Kč. 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 například akcelerator Start it @CSOB. Celkem už ČSOB podpořila českou ekonomiku částkou 812 miliard Kč. (tz)

Důvody pro zahájení podnikání v České republice



Český výrobek rozdával medaile

Český výrobek je už 13 let značkou důvěry. Letos získaly nejlepší domácí produkty toto ocenění ve třech kategoriích – potravinářské výrobky, nepotravinářské výrobky a hlasování na Facebooku. Ceny vítězům předával fotbalový internacionál Antonín Panenka.

Potravinářské výrobky hodnotila komise zástupců českých výrobců a zákazníků 27. září 2019 v Bzenci v parametrech chuť, vůně, vzhled.

Nepotravinářské výrobky posuzovali zástupci českých výrobců podle jednotlivých parametrů a vzhledu. Hlasování na Facebooku se mohli zúčastnit uživatelé Facebooku, kteří v období od 17. září do 15. října 2019 dávali hlasy (To se mi líbí) nominovaným výrobkům.

V každé soutěži byly výrobky rozděleny podle jednotlivých kategorií. Vyhlášení vítězných výrobků se uskutečnilo 24. října 2019 na zámku Berchtold.

Značka Český výrobek pomáhá výrobcům i spotřebitelům. Výrobci s tímto prestižním oceněním prodají více, protože zákazníci mají



jistotu, že si kupují výrobek, kterému mohou důvěřovat. Navíc jim to pomáhá k lepší orientaci, protože je srozumitelná, výrazná a nezměnitelná. (tz) ■■■

více na www.czvyrobek.cz



Vyhlášení vítězů ankety Český výrobek roku 2019

Výsledky ankety

Potravinářské výrobky

Kategorie Maso a masné výrobky

Bronzová medaile	Váhala a spol. s.r.o., Ruské vejce 130 g
Stříbrná medaile	Řeznictví Žabčák, Tlačěnka speciál
Zlatá medaile	Řeznictví Žabčák, Šunka nejvyšší jakosti

Kategorie Pekárenské výrobky

Bronzová medaile	Strojírny Chrástky, Oplatky Praha s oříškovou náplní
Stříbrná medaile	Tyčinky s.r.o., Bertyčky sýrové
Zlatá medaile	Pekárna Čelechovice, Hanácký koláč

Kategorie Ostatní

Bronzová medaile	Burg Ocet s.r.o., Ocet jablečný
Stříbrná medaile	Frankovka Klaret 2018, Bzenecké rodinné vinařství s.r.o.
Zlatá medaile	Syrnex s.r.o., Motáček

Nepotravinářské výrobky

Kategorie Nábytek a textil

Bronzová medaile	Spoltex s.r.o., 71-C podprsenka + kalhotky 130 Karolína
Stříbrná medaile	E-regaly.cz, Patrové regály Varimo
Zlatá medaile	Alfa 3, Elektricky výškově nastavitelné pracovní stoly Alnak

Kategorie Vytápění a solární technika

Bronzová medaile	Solar Monitor, Monitoring a vzdálené řízení výkonu solárních elektráren
Stříbrná medaile	HS Flamingo, Krbová kamna Flamingo BALI
Zlatá medaile	DZD Dražice, HMTM 250/50 – vnitřní systémová jednotka

Kategorie Elektronika

Bronzová medaile	Elektro-Fa. Pavelek, Videotelefon Melody HF 5.0
Stříbrná medaile	Elektro-Fa. Pavelek, Zvonkové tablo s elektronickým papírem
Zlatá medaile	IMA, Čtečka RSW 0.5

Kategorie Ostatní

Bronzová medaile	Barvy a laky TELURIA, s.r.o., Remal Expert
Stříbrná medaile	NanoComplex, Trauma pet OTO ušní kapky
Zlatá medaile	Benecykl s.r.o., Kozlík

Hlasování na Facebooku

Kategorie Potravinářské výrobky

Bronzová medaile	Tyčinky s.r.o., Bertyčky sýrové
Stříbrná medaile	Řeznictví Žabčák, Dušené koleno na česneku
Zlatá medaile	Tyčinky s.r.o., Bertyčky s medvědí česnekem

Kategorie Nepotravinářské výrobky

Bronzová medaile	Mont Group s.r.o., Stylové osvěžovače vzduchu
Stříbrná medaile	Benecykl s.r.o., Kozlík
Zlatá medaile	DZD Dražice, HMTM 250/50 – vnitřní systémová jednotka

Podnikání a svatomartinská husa v souvislostech



Husa domácí patří mezi nejstarší zdomácnělé ptáky. Někteří archeologové uvádějí její chov v Evropě již v mladší době kamenné. Svatomartinská husa patří k nejoblíbenějším českým tradicím spojeným se svátkem sv. Martina a vánočními svátky. Spolu s trendem posledních let využívat lokální potraviny přibývá obchodníků, kteří nabízejí na sváteční stůl pravou husu z České republiky. Pro chovatele jsou svatomartinské slavnosti vrcholem sezony a jeden z hlavních zdrojů příjmů. Na jednoho Čecha připadá ročně spotřeba okolo 200 gramů husího masa. Maso husy je u nás velice oblíbené, protože má vynikající kulinářskou kvalitu. Má tmavší barvu a je krátké, šťavnaté a velice jemné. Díky těmto parametrům nemohou podle odborníků husám z tuzemských chovů konkurovat husy z dovozu.

„Letos bylo u nás vylihnuto 175 242 housat. Dovězeno bylo 4815 housat a exportováno 20 390 housat. Husy jsou v ČR chovány ve 48 hospodářstvích a líhnou se v sedmi líhních,“ uvedla předsedkyně Českomoravské drůbežářské unie Gabriela Dlouhá.

Husí farma Tovačov Zbyňka Opatrného vykrmí ročně až 1000 kusů hus, které prodává v rozmezí měsíců září až listopad. „Většina hus,

ktelé jsou u nás v komerčních chovech, jsou užitkovými kříženci hus, a to například husy Německé nosné, Emdenské husy a dle krajových zvyklostí se přidává třetí plemeno,“ uvedl Zbyněk Opatrný.

Drůbeží maso zaujímalo loni svou spotřebou 28,4 kg na osobu a rok druhé místo za vepřovým masem v porovnání s ostatními druhy mas. Velká obliba drůbežího masa mezi spotřebiteli je dá-



na pro svou dietní povahu, ale také z důvodu snadné kuchyňské úpravy a dostupné ceny.

„Soběstačnost České republiky v této komoditě je 65 %. Snahou ministerstva zemědělství je podpořit sektor drůbežího masa a tento ukazatel alespoň přiblížit k hodnotě roku 2010, kdy se pohyboval na úrovni 85 %,“ uvedl náměstek ministra zemědělství pro řízení sekce zemědělství a potravinářství Jindřich Fialka. Dále sdělil, že dlouhodobá strategie rezortu zemědělství podporuje zvyšování konkurenceschopnosti producentů s cílem uplatnění jejich výrobků na domácím i globálním trhu. „V ČR je drůbež výhradně chlazená vzduchem, tento způsob je modernější a neefektivnější, co se týká kvality a bezpečnosti potravin z hlediska spotřebitele,“ vysvětlil Jindřich Fialka. Z hlediska spotřebitele je také významná povinnost uvádět zemi původu na obale. Spotřebitel tak jasně ví, jakou drůbež či vejce si kupuje. Přední šéfkuchaři doporučují drůbeží maso vybírat jen to chlazené, tedy od českých dodavatelů, a vyhýbat se pokud možno dovozovému masu.

Zbyňka Opatrného jsem se v této souvislosti zeptala:

Chov hus je vaší rodinnou tradicí. Čím je právě husa pro českého strávníka přínosná a čím chov těchto zvířat motivující pro zemědělce-podnikatele?

Husa je letitá, navíc sváteční pochoutka, a při její konzumaci se schází rodina. V tom spa-

truji její obrovský přínos, společné hodování lidí sblížuje. Tím, že jde o velmi tradiční pokrm, který se jedl při významných svátcích, při hodech na sv. Martina a na Štěpána, má v sobě i kousek historie. To už je velmi vypo- vídající.

Motivace pro chovatele je snad jen ta, že je husa velmi hezká a chytré zvíře, a ten kdo husy chová, musí být do toho zapálený a musí to mít rád. Z jiného důvodu se to kvůli pracnosti a nízké ekonomické rentabilitě opravdu nedá dělat.

Není s husami příliš starostí?

Ano, starost je s husami velká. Právě proto je to jen pro odvážné chovatele, kteří k takové činnosti přistupují s láskou.

Ročně hus odchováte přibližně tisícovku a vždy úspěšně prodáte. Určitě je však zájemců stále více. Budete své aktivity rozšiřovat?

Naše aktivity budeme rozšiřovat, bude to chov nosnic ve volném výběhu na Farmě Biskupice. A chceme se zaměřit na různá plemena slepic tak, aby vejce v krabíčce byly od barvy bílé, modré, zelené až po barvu hořké čokolády. Vejce budou pod názvem „Vejce z Hané“.

Dodáváte také do hospod a restaurací, nebo jen jednotlivcům?

Husy dodáváme jen jednotlivcům a „Vejce z Hané“ budeme dodávat i do obchodních sítí, a dle přání také do restaurací.

Když dostanu chuť na svatomartinskou nebo štěpánskou husu z Tovačova, co a kdy mám udělat, abych získala jistotu, že husu určitě koupím?

Objednat již v září!

Zákazník si ji odváží chlazenou, vykuchanou a s drůbkou? Když někdo drůbky nechce, prodáte je jinému zájemci?

Husy dodáváme především chlazené a drůbky chtějí všichni naši zákazníci. Husí játra jsou přece nejcennější.

Jaký komfort vaše husy mají? Volný výběh, blízký rybník, širé nebe?

Husy u nás mají přirozené podmínky, to jest zelenou pastvu, širé nebe a vodu.

Podle jakého receptu ji upravujete, jak vám nejvíce chutná?

Nejlepší je pomalé pečení asi 12 hodin a klasika – sůl a kmín.

s využitím tiskových informací
Českomoravské drůbežářské unie
připravila Eva Brixí



Zbyněk Opatrný, majitel rodinné Husí farmy Tovačov

Vývoj stavů jednotlivých kategorií drůbeže v ČR (v tis. ks)

rok	kuřata na chov	kuřata na výkrm	slepice	kohouti	husy	kachny	krůty	drůbež celkem
2010	2755	14 884	6216	187	19	402	376	24 838
2011	2932	11 320	6137	188	18	289	365	21 250
2012	2686	11 824	5355	242	15	249	320	20 691
2013	3364	11 693	7243	233	20	272	440	23 265
2014	2155	11 508	6756	237	18	393	396	21 464
2015	2820	12 121	6297	245	19	590	416	22 508
2016	2658	11 435	6116	212	20	498	374	21 314
2017	2552	10 938	6836	261	18	550	340	21 494
2018	2896	11 283	7990	260	20	781	344	23 573
2019	2392	11 609	7582	261	20	768	347	22 979

pozn.: Soupis hospodářských zvířat k 1. 4.

zdroj: ČSÚ – Soupis hospodářských zvířat

Hlavní ukazatele bilance výroby a spotřeby drůbežího masa (tis. t ž. hm.)

rok	počáteční zásoba	domácí produkce	dovoz	domácí spotřeba	vývoz	konečná zásoba	vývoj spotřeby drůbežího masa (kg/obyv./rok)	soběstačnost (%)
2010	8,9	263,0	103,9	332,6	35,6	8,6	24,5	84,9
2011	8,6	236,8	120,2	323,3	33,9	8,4	24,5	73,2
2012	8,4	241,7	148,9	348,4	42,8	7,8	25,2	69,4
2013	7,8	235,0	139,4	331,9	43,5	6,8	24,3	70,8
2014	6,8	236,8	147,7	341,2	44,2	5,9	24,7	69,4
2015	5,9	239,0	179,1	370,5	47,3	6,2	26,0	64,4
2016	6,2	247,4	182,3	374,9	53,1	7,9	26,6	66,0
2017	7,9	251,6	164,6	382,2	36,2	5,7	27,0	65,8
2018	5,7	260,1	170,4	399,0	32,4	4,8	28,1	65,2
2019*	4,8	280,0	170,0	414,0	36,0	4,8	29,2	67,6

*odhad

zdroj: Rezortní statistika MZe (zpracovatelský průmysl), celní statistika

ROSSMANN a Henkel

proti plastovým obalům

Drogerie ROSSMANN a společnost Henkel spojily síly v boji proti jednorázovým plastovým obalům. Od listopadu 2019 zavádí ROSSMANN ve vybraných pobočkách v České republice plnicí stanice na značkovou drogerii bez obalu. Zákazníci si tak budou moci opakovaně doplňovat své oblíbené výrobky společnosti Henkel od pracího gelu Persil až po vlasovou kosmetiku Nature Box.

Jedna česká domácnost nakupováním v projektu Drogerie bez obalu může ušetřit průměrně až 77 % plastového materiálu za rok. Kdyby všechny české domácnosti přešly v daných kategoriích produktů na drogerii bez obalu, ušetřily by přibližně 5000 tun plastových obalů za jeden jediný rok.

Krása je společně šetřit přírodu – tak zní hlavní motto kampaně, na které se podílí drogerie ROSSMANN ve spolupráci se společností Henkel. Ta poskytla do plnicích stanic, které jsou již od 6. listopadu k dispozici na vybraných prodejnách v České republice, své značkové, u zákazníků velmi oblíbené výrobky: prací prostředek Persil Gel, aviváž Silan Sensitive, prostředek k mytí nádobí Pur Balsam, tekuté mýdlo na ruce Fa a šampony a sprchové gely Nature Box. Své oblíbené drogistické produkty si tak zákazníci mohou s ohledem na ochranu životního prostředí opakovaně doplňovat nejen

v Praze, ale i v Brně, Liberci, Českých Budějovicích nebo Pardubicích.

„K největšímu dopadu na životní prostředí nedochází jen při výrobě produktů či obalů, ale také při samotném používání a spotřebě v domácnostech. Záleží tedy i na tom, jakou teplotu používáme při praní, zda třídíme odpad nebo recyklujeme. Společnost Henkel se obecně zabývá problematikou obalových materiálů, které spotřebují co nejméně zdrojů a lze je recyklovat. Proto nás nesmírně těší, že jsme našli na českém trhu partnera, jakým je společnost ROSSMANN, se kterým uvažujeme nejen stejným, k přírodě šetrným směrem, ale společně se také podílíme na změně zvyklostí koncových spotřebitelů. Iniciativa Drogerie bez obalu, je naším pilotním projektem, který umožní zákazníkům použít stejnou láhev vícekrát, a ušetřit tak obalový materiál,“ vysvětluje Roman Kýr, generální ředitel Henkel ČR a ředitel divize Laundry and Home Care pro Českou a Slovenskou republiku.

„Systém plnicích stanic byl navržen společností Henkel speciálně pro prodejny ROSSMANN v České republice tak, aby byl zákazníkům co nejstřícnější. Při příchodu do prodejny si zákazník vybere prázdnou láhev libovolného výrobku a naskenuje její kód přímo v plnicí stanici. Ta mu po naplnění láhve vygeneruje etiketu, která zákazníka zároveň informuje o datu spotřeby daného produktu. Pak už zbývá láhev zašroubovat a za výrobek zaplatit. Efekt snížení množství plastů se projeví s každým dalším do-

plněním drogerie do této stejné láhve,“ říká Olga Stanley, manažerka komunikace ROSSMANN.

Pokladní následně označí zákazníkovi nově naplněnou nádobu samolepkou s poděkováním za doplnění. Takto označenou láhev si tedy při příštím nákupu donese zákazník opět přímo na pobočku a využije ji k dalšímu doplnění. Všechny velikosti nádob jsou při první koupi prodávány za jednotnou cenu 19,90 Kč.

Do zakoupených (prázdných) nádob si mohou zákazníci natočit až osm různých produktů od přípravků pro péči o domácnost až po tělovou a vlasovou kosmetiku poskytnutou společnostmi Henkel. „Pro podporu drogerie bez obalu jsme zvolili produkty, které jsou u našich zákazníků nejoblíbenější a nejpoužívanější,“ přibližuje Roman Kýr. Šampony řady Nature Box a prací gely Persil jsou ve stanici dostupné ve dvou variantách.

Společným projektem chtějí obě firmy přispět k udržitelnému rozvoji a zvýšit efektivitu boje proti jednorázovým plastům. „Drogerie bez obalu nabízí jednoduché a efektivní řešení, jak skutečně pomoci přírodě a mít při tom radost z šetrného nákupu. Přispět může úplně každý a svým rozhodnutím šetřit naši planetu,“ dodává Olga Stanley. Od 6. 11. do 10. 11. 2019 navíc dostane každý zákazník svou první vyměnitelnou láhev zdarma. Více informací o drogerii bez obalu naleznete na www.rossmann.cz a www.henkel.cz/udrzitelnost (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Takhle jsem si to teda nepředstavovala

Halina Pawłowska

motto Humorné povídky o tom, že rodina a láska vám nedají pokoj ani ve stáří. Pro všechny optimisty, kteří se aspoň jednou stěhovali, rekonstruovali, stavěli, opravovali, milovali a trápili se.

Kdo žije u Podolské?

Lucie Hlavinková

motto Salon Podolská býval v dobách své největší slávy spojován s elegancí a luxusem. Po znárodnění v roce 1948 zde díky protekci Marty Gottwaldové mohla bývalá majitelka zůstat zaměstnána na podřadné pozici. Můžeme tak sledovat dobu, kdy modely z pařížských přehlídek vystřídalí rudé šátky a vykasané rukávy úderní.

Uprchlík

Alan Gratz

albatros Josef je židovský chlapec v nacistickém Německu. Jeho rodina prchá na lodi na druhý konec světa. Isabel je kubánská dívka. Píše se rok 1994 a ona se s rodinou vydává na čunu hledat svobodu v Americe. Mahmúd je Syřan. Jeho vlast v roce 2015 ničí válka a on s celou rodinou putuje pěšky po Evropě...

Věr, běž a dokážeš

Ladislav Raego Pham

COO BOO Měl jsem 130 kg. Spolužáci na mě plivali. Nikdo nevěřil, že budu zpívat. Neposlušal jsem je. Věřil jsem. A dokázal to! Tohle není příběh kluka, který shodil 60 kg a stal se hvězdou. Knižka biblí všech, kteří se nenarodili se stříbrnou lžící v puse.

Krásná tvář: Přírodní kosmetika a obličejová jóga

Lucie van Koten, Michaela Dombrovská

motto Bioblogerka a známá propagátorka přírodní kosmetiky a lektorka jógy spojily své znalosti v ojedinelé publikaci, která vás provede přírodní péčí o pleť a obličej. Naleznete v ní praktické ukázky, fotografie, návody, vyjádření odborníků i osobní příběhy, které vás rozzáří.

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 líší od průměrných

Marian Jelínek

Co rozhoduje o vítězích mezi nejlepšími? Jak se nevzdávat, i když se zrovna nedaří? Jakými technikami nejvíce ovlivníme svůj výkon? Uznávaný kouč a sportovní psycholog se dělí o své zkušenosti a doplňuje je příběhy světových i českých vítězů. Uznávaný mentální kouč a sportovní psycholog se dělí o své dlouholeté zkušenosti a doplňuje je příběhy světových i českých vítězů. Již téměř 30 let se zabývá sportovní psychologií a mentálním koučinkem. Mezi své největší trenérské hokejové úspěchy řadí zlato z MS 2005, dvakrát titul z HC Sparta Praha a Prezidentův pohár s HC Plzeň. Individuálně spolupracuje s manažery a vrcholovými sportovci. Své mnohaleté zkušenosti využívá při přednáškách nejen asociacím a klubům napříč všemi sporty, ale také firmám z různých oborů.

ZP MV ČR a léčba nemocí kostí a kloubů

Podle údajů Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR přesáhly v loňském roce celkové náklady na léčbu pacientů s nemocemi kostí a kloubů tři miliardy korun. Ještě před čtyřmi lety to bylo o půl miliardy méně. Osteoporóza, jedna z nejčastějších nemocí kloubů a kostí, trápí v České republice tři čtvrtě milionu lidí. Její výskyt se neustále zvyšuje a uvádí se, že v civilizovaných zemích postihuje 7–10 % obyvatel. S rostoucím počtem nemocných se pochopitelně také zvyšují náklady na léčbu této nemoci, a osteoporóza se tak stává nejen zdravotnickým, ale i ekonomickým problémem. Jak uvádí tisková mluvčí pojišťovny Hana Kadečková: „Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR eviduje mezi svými klienty téměř 30 000 pacientů s osteoporózou a jejich léčba stojí ročně přes 204 milionů korun.“ (tz)

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

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 lehce realizovatelné rady z oblasti třídění nepotřebných věcí podle zásad Feng Shui, vědomého utváření harmonického domova, hospodaření s osobní energií, posílení intuice a mnoho dalších. Každá z kapitol vás láskyplně povede domů, k sobě samé, do vašeho středu.

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

K. Vilímek vede finance skupiny T.E

Developerská a stavební skupina T.E, která se zaměřuje na výstavbu prémiových nemovitostí, jmenovala do funkce finančního ředitele. Stal se jím Květoslav Vilímek.

V čele Grayling J. Pečenková

Vedení české pobočky mezinárodní komunikační agentury Grayling má nově na starosti Jana Pečenková. Dosud vedla divizi Public Relations.

Personální změna ve společnosti Bouygues

É. Palanque byla jmenována společností Bouygues Bâtiment France Europe na pozici výkonné ředitelky Linkcity pro region střední a východní Evropy.

Sponzoring, charita, pomoc

Každá kniha pomáhá

Nadace Naše dítě a Nadace Albatros ve společném projektu Každá kniha pomáhá se zaměřují na tzv. neviditelný hendikep chudoby. Ten se týká téměř desetin občanů České republiky a kriticky dopadá samozřejmě i na děti. Společně proto umožní dětem z rodin žijících pod hranicí příjmové chudoby vybrat si některý kroužek ze široké škály mimoškolního vzdělávání, který jim uhradí. (tz)

Lego naší legislativy

Za nařízené ceny zaplatí obrovskou pokutu

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže uložil společnosti BABY DIREKT s.r.o. za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže i unikátních soutěžních pravidel pokutu ve výši 40 793 000 Kč. Rozhodnutí není dosud pravomocné a může být proti němu podán rozklad. BABY DIREKT uzavíral v letech 2011–2018 prostřednictvím ústní či e-mailové komunikace s odběrateli jím dodávaného dětského zboží dohody o navýšení cen pro prodej konečným spotřebitelům na úroveň jím stanovených minimálních maloobchodních cen. Odběratelé účastníka řízení na tyto dohody v uvedeném období přistupovali. Za nedodržení prodeje zboží alespoň za stanovené ceny hrozila společnost BABY DIREKT svým odběratelům sankcem, či odběratele dokonce formou nedodání zboží skutečně postihovala. Uzavíráním a plněním zakázaných dohod o přímém určení cen pro další prodej došlo k narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích prodeje kočárků, autosedaček, dětského nábytku a vozítek na území České republiky a ke skutečnému ovlivnění obchodu mezi členskými státy Evropské unie. Úřad svým rozhodnutím plnění výše uvedených dohod zakázal a uložil soutěžiteli BABY DIREKT, aby o neplatnosti těchto dohod informoval všechny své odběratele.

Při ukládání pokuty Úřad zohlednil především dlouhodobost porušování zákona a také skutečnost, že již v roce 2014 soutěžitele BABY DIREKT upozorňoval na možný protisoutěžní charakter jeho jednání, avšak účastník řízení ve svém nezákonném postupu pokračoval. Výše pokuty by po zohlednění všech polehčujících i přitěžujících okolností dosáhla více než 150 milionů korun. Protože je však Úřad při ukládání pokut omezen maximální hranicí 10 % z obrátu soutěžitele, činí výsledná pokuta 40 793 000 korun. Jde tak o jednu z nejvyšších pokut uložených za zakázané vertikální cenové dohody.

Dohody o určení cen pro další prodej představují závažné formy protisoutěžního jednání. Jde zpravidla o situace, kdy dodavatel stanovuje cenu, za niž má odběratel nejméně prodávat jeho zboží koncovým spotřebitelům. Prodejci pak nemohou prodávat levněji, tedy jít s cenou pod hranici, kterou stanovil dodavatel, a dochází mezi nimi k eliminaci soutěže. Vše je na úkor konečného zákazníka, který nemůže zboží dostat za výhodnější cenu. Zakázané je určování minimální prodejní ceny, ale problematické mohou být také ceny doporučené, pokud si jejich dodržování dodavatel vynucuje. (tz)

Musíme mít jasnou strategii



Haviřovská společnost GASCONTROL, k níž časem přibýly další firmy uskupe-
né do konsorcia

GASCONTROL GROUP, vznikla krátce po sametové revoluci. Po celou dobu se zaměřuje především na plynárenství a moderní technologie v energetice. Její zakladatel a majitel Mieczyslaw Molenda patří mezi osobnosti regionu, kterým záleží na tom, aby se Moravskoslezský kraj a jeho průmyslový potenciál dále rozvíjely.

Firmu jste zakládal krátce po revoluci, co bylo v prvních letech nejtěžší?

V začátcích bylo nejsložitější získat prostory pro naši činnost, protože v té době nastal boom v této oblasti. Pak také finanční prostředky k zahájení podnikání. Z toho důvodu nás bylo pět zakladatelů, abychom spojili síly a vytvořili vstupní kapitál. Je potřeba říct, že celá společnost byla v té době úplně v jiném rozpoložení, člověk se nesetkal s byrokracií, všechny instituce a úřady byly tehdy ochotny spolupracovat, poradit a pomoci. Dnes, kdy dosáhla byrokracie vrcholu, to tak není. Dokonce se setkávám s tím, že na úřadě řeknou, že oni nejsou od toho, aby radili, ale aby pokutovali. To je podle mě špatná cesta.

Vaše firma se v minulých letech hodně rozrostla o další společnosti. Jaké jsou v současné době hlavní aktivity vaší skupiny?

Naše společnost začala v podnikání využívat všech možností, které se objevily, a neměli jsme úplně vyhraněnou koncepci. Proto jsme se v poslední době zaměřili na konsolidaci hlavních činností. Těmi jsou energetika a výroba plastových desek a potrubí. Provedli jsme změny ve skupině a odstoupili od některých

aktivit, například ve stavebnictví nebo v zemědělství. Tam nejsme lídry, proto jsme tyto aktivity odprodali, ať to dělají ti, kteří k tomu mají lepší předpoklady a znalosti.

Vždy pro vás bylo prioritou hledat nová řešení, vyvíjet efektivnější zařízení a zavádět nové technologie šetrnější k životnímu prostředí. Co považujete za svůj největší úspěch v této oblasti inovací?

Inovace nemají konce, všechno se stále vyvíjí. Nejlépe to každý vidíme na svém autě, kdysi jsme jezdili ve spartaku, pak ve škodovce 1000, později 100, a když tato auta srovnáme s dnešními, tak můžeme potvrdit, že je to „nebe a dudy“, protože ta kvalita a úroveň je díky vývoji někde jinde. Vývoj musí mít své místo ve společnosti i ve firmách, a nejen své místo, musí být prioritou. Každá společnost by měla mít jasno, na čem chce pracovat a kam chce směřovat. Nám se podařilo například v oblasti výstavby liniových staveb (potrubní systémy) zavést svařovací automaty. Není to tak, že by ten stroj pracoval sám. Je tam operátor, který to musí kontrolovat, ale nemusí osm hodin svařovat, což je dosti namáhavá práce, a pochopitelně kvalita jde při únavě dolů. Pracovník kontroluje svařovací automat, ale samozřejmě musí být zaškolený a mít určitou praxi. Skupina pracuje také na vývoji speciálních plastů, které by měly vyšší mechanickou odolnost při vyšších teplotách, na vícevrstvých trubkách atd.

V každém směru je potřeba hledat nová řešení a ta musí vycházet z toho, co si žádá trh. Například v roce 1991, když jsem začal podnikat, jsem měl myšlenku, že bych se pustil do výroby elektrokol. Jenže to nebylo v té době trendem a nebylo to dostatečně zajímavé, každý chtěl mít auto nebo dvě. Teprve dnes se společnost vrací k tomuto tématu a jsem rád, že Česká republika patří k těm státům východní Evropy, které mají největší prodeje elektrokol na obyva-



Mieczyslaw Molenda, majitel a ředitel GASCONTROL GROUP

tele. Já také zvažuji, že si ho pořídím. Je užitečné a neznečišťuje ovzduší.

Věnujete se dlouhodobě využití CNG v dopravě, bioplynu a v poslední době také LNG – zkapalněnému zemnímu plynu. Jaké jsou jeho výhody?

LNG má velký význam v sousedním Polsku, kde je plynofikace založena na jiném principu než u nás. Budují se tam tzv. ostrovní systémy, které budou zásobovat plynem určitý okruh lidí tam, kde nemají plynovod a jeho výstavba by byla příliš drahá. Tam je varianta s LNG řešením. LNG má řadu výhod, především jeho přeprava je podstatně efektivnější. ČR má jiný směr, plynofikovaných je přes 80 % území, takže v ČR se LNG využívá jen při poruchových stavech a opravách. Naše mobilní tlaková stanice na LNG, kterou projektovala a sestavila firma AFP-CZ z našeho společenství GASCONTROL GROUP, je ale i tady hojně využívána. Dokáže dočasně plně nahradit dodávky plynu a slouží jako virtuální plynovod.

Moravskoslezský kraj chce být příznivým místem pro podnikání, vzdělávání i život. Myslíte, že se to daří? Podniká a pracuje se vám v tomto kraji dobře?

Moje rodina žije v tomto regionu a mým zájmem je, aby kraj vzkvétal. Mám velkou radost, že se rozšířilo využívání CNG v dopravě a další aktivity prospěšné pro životní prostředí. Elektromobilita je také zajímavá, ale nemáme dostatek elektriny, museli bychom postavit další atomové bloky. Jedna věc mi ale chybí, málo se mluví o tom, co kraj může nabídnout společnosti. Každý kraj by měl mít nějakou strategii, která říká, čím se bude region a jeho obyvatelé živit, jakou máme perspektivu. Mluví se o Průmyslu 4.0, o chytrém pouličním osvětlení apod., ale to je málo. Život vyžaduje něco jiného, musíme vědět, co bude naší hlavní prioritou, co nabídneme společnosti, republice, Evropě. Jestli v tom nemáme jasno, tak na to pak

nemáme zaměřené školství a máme jen další problém. Jsem patriotem, ale jsem z toho trochu smutný. O strategii se mluví málo, používá se mnoho řečí, politických proklamací, a to mi připomíná závěr 90. let, kdy si komunistická strana nevěděla rady s dalším směřováním země a dopltila na to.

Severní Morava zvládla transformaci poměrně dobře, ale je zřejmé, že ještě není u konce. Myslíte, že to nejhorskší má už za sebou, nebo s útlumem hornictví, a možná i ocelářství tady bude hůř?

Jak bude, záleží zase na našem kraji, Praha nám moc nepomůže. A hodně záleží na politikách, protože oni tomu buď dají směr, nebo budeme stát. Budme upřímní, jestli skončí výroba oceli a produkce uhlí, tak tady budou desítky tisíc obyvatel bez práce. OKD nezaměstnává jen 8000 lidí, na ně je navázáno mnoho dalších firem, které jim poskytují služby. Pokud se nepřipravíme dostatečně, bude hůř. Kraj by se měl chovat jako dobrý hospodář a pracovat pro budoucnost. Ve školství působilo v 50. letech minulého století 130 000 lidí a byli jsme na osmém nebo devátém místě v úrovni vzdělávání. Dnes tam máme 270 000 lidí a méně žáků a jsme na 46. místě. A tak bychom mohli pokračovat, máme víc soudců v EU na 100 000 obyvatel než v Německu, ale naše soudy u nás nefungují lépe a rychleji. Slova podnikatele Tomáše Bati byla výstižná a platí stále, to není ekonomická krize, ale morální a etická. Takže na té transformaci musíme ještě hodně pracovat, protože jsme ji zatím ještě nezvládli.

Daří se vaší firmě bojovat s těmito faktory – vnějšími vlivy?

Bojovat se nám daří týmovým pracovním přístupem a snažíme se o dobrý vztah se zaměstnanci, protože někdy ztrácí sílu a my je musíme motivovat. Nemyslím jen peníze, člověk musí vidět, že to, co dělá, je prospěšné, že mu to dává i vnitřní uspokojení. Je potřeba s lidmi co nejvíce komunikovat, a myslím si, že to děláme nedostatečně i v naší firmě. Někdy to nejde, někteří pracovníci jsou na stavbách a nevidíme se s nimi. Takže to je výzva i pro mě, abychom se na komunikaci ještě více zaměřili.

Jaké jsou vaše další plány? Jak se bude firma dál rozvíjet?

Chceme se dál držet trendů, které nás vedou dopředu. Nemůžeme vyrábět produkty, o které trh nemá zájem. V minulosti to tak v některých firmách bylo, výrobky šly na sklady, a pak byl problém. Nemůžeme a nechceme zůstat stát, rozvoj je pro nás důležitý. Rozšiřujeme využívání svařovacích automatů a dalších nových technologií. V oblasti plastů, jak jsem již uvedl, se soustředíme na výrobu odolnějších vícevrstvých desek a výrobu potrubí s ochrannou vrstvou apod. Důležité je přicházet s rozvojem toho, co vyžaduje trh, což znamená vnímat jeho požadavky a potřeby, odhadnout je předem a být připraven na poptávku.

připravila Jana Dronská



V akcelérátoru Start it @ČSOB je další sedmička firem

ČSOB vybrala dalších sedm inovativních firem do vlastního akceleračního projektu Start it @ČSOB. Celkem tak banka, včetně pilotního kola, pomohla už 17 startupům. Některé s podporou programu našly investora a svůj produkt uvedly na trh.

„Oceňuji hlavně rychlou pomoc a obrovské nasazení celého projektového týmu. Tím se tento Start it @ČSOB liší od ostatních projektů,“ řekl Michal Gloger, zakladatel výzkumné firmy Mebster. Ta vyvinula unikátní exoskelet Unilexa, který umožní snadnější pohyb lidem s poraněním

páteře. Mebster už produkt dodává do rehabilitačních center a brzy jej uvede i na běžný trh. Exoskelet Unilexa již získal ocenění v soutěži o nejlepší exponát Zlatý Rehaprotext 2019 na zdravotnickém veletrhu Rehaprotext v Brně.

Podobně akcelérátor oceňuje i další firma. „Start it @ČSOB nám poskytl zázemí, ale především mentoring zkušených lidí. V rámci projektu se nám také podařilo najít nového obchodního partnera, což náš business posunulo hodně dopředu,“ doplnila Jana Hodoňová ze startupu Zaparkuju.cz, který lidem pomáhá najít a zaplatit parkování na veřejných i soukromých parkovištích. Kromě toho nabízí i zobrazení parkova-

cích míst pro občany se ZTP, nebo seznam dobíjecích stanic pro elektromobily po celé ČR.

Vybrané startupy po dobu šesti měsíců využívají zázemí co-workingového centra, banka jim poskytuje poradenství a mentoring přímo na míru a výhody plynoucí z členství v prestižní mezinárodní síti GAN. Do finálního výběru druhého kola se probojovaly projekty Bullet-Proof AI, Commis, DaySwaps, Gfluence SEO, KváseCzech, Property Blocks a TestCREW.

„Náš akcelérátor je unikátní tým, že dopředu nestanovuje oblast podnikání. Jasně ale vidíme trend – většina firem se zaměřuje na řešení, která využívají digitální technologie a umělo

inteligenci a usnadňují lidem práci. Máme radost z toho, že investoři na naše firmy reagují dobře a řada z nich je už ve stádiu navázání obchodní spolupráce nebo uvedení produktu na trh,“ poznamenala Zuzana Paulovics, líder Start it@ČSOB.

Start it @ČSOB vychází ze Start it @KBC, projektu mateřské společnosti, který je největším akcelérátorem na belgickém trhu. V rámci skupiny KBC byl projekt spuštěn i v Maďarsku. Český i belgický akcelérátor jsou členy GAN, vysoce ceněné komunity akcelérátorů, partnerů a investorů. Ta sdružuje přes 10 000 nejlepších startupů ze šesti kontinentů. (tz)