

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Motivovaní lidé neznají překážek
Český respirátor získal evropskou certifikaci

Zdá se to až neuvěřitelné. Je to ale skutečnost. Znova se potvrdilo, jak velký je potenciál lidí, co všechno dokážou a jak významně mohou zasáhnout do dějin technologií nebo třeba organizace práce. Několik desítek českých firem za podpory Ministerstva průmyslu a obchodu se během pandemie koronaviru spojilo, vyvinulo a začalo sériově vyrábět masku RP95-M. Respirátor, který poskytuje nejvyšší míru ochrany, navrhli na CIIRC ČVUT pro 3D tisk. Data pro výrobu si lze stáhnout zdarma s volnou licencí, maska je tak dostupná už ve více než třiceti zemích světa. Ve fyzické podobě se tento český ochranný prostředek nyní může rozšířit ještě víc, nově má totiž evropskou certifikaci.

„Úspěch ryze českého respirátoru, na kterém se podílela celá řada tuzemských subjektů, mě nesmírně těší. Opět se ukázalo, že česká inovativní řešení mají světový potenciál a že umíme být napadití a soběstační i ve vypjatých situacích. Ukazuje se také, že má velký význam adresná a rychlá pomoc, 3D tisk respirátoru jsme podpořili z programu Czech Rise Up, který jsme na MPO v rekordně krátkém čase připravili,“ řekl vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček a dodal: „Česká maska splňující nejpřísnější parametry FFP3, která prošla plnou evropskou certifikací, je tak v duchu Inovační strategie skvělým příkladem transferu technologií s velkým exportním výhledem.“

Původní polomasku pro 3D tisk pod názvem CIIRC RP95-3D během jediného březnového



Prof. Vladimír Mařík, vědecký ředitel Českého institutu informatiky, robotiky a kybernetiky ČVUT

týdne navrhli odborníci Českého institutu informatiky, robotiky a kybernetiky (CIIRC) ČVUT. Reagovali tak na nedostatek osobních zdravotních prostředků při pandemii koronaviru.

„Na ČVUT jsme chtěli s krizí, kterou v celém světě vyvolal koronavirus, pomoci. Naši odborníci tak přišli s mnoha nápady, které pomohly široké veřejnosti. Ať už jde o unikátní plicní ventilátor CoroVent, pipetovací roboty pro testování vzorků na covid-19, výrobu dezinfekce, či službu pro dobrovolné kurýry,“ sdělil rektor ČVUT Vojtěch Petráček a dodal: „Klíčovou roli, kdy se spojily vědecké, státní i firemní síly, s dopadem na celý svět, sehrál CoroVent, Covmask a respirátor CIIRC.“

Vědeckého ředitele CIIRC ČVUT prof. Vladimíra Maříka jsem se v této souvislosti zeptala:

Čím Český institut informatiky, robotiky a kybernetiky ČVUT přispěl ke vzniku tohoto unikátního respirátoru? V čem je přínos unikátní a zásadní?

Několik týmů v CIIRCu se pustilo do počítačového návrhu polomasky respirátoru hned první

den krize, třetí den měly prototyp, od šestého dne vyráběly tolik potřebné polomasky na 3D tiskárnách. Do měsíce byli tito odborníci schopni společně s výrobními organizacemi připravit sériovou výrobu na vstřikovacích lisech. Výhodou je vysoký stupeň těsnění obličeje, pohodlné dlouhodobé nošení, jednoduché ošetřování a dezinfekce. A také poslední verze polomasky mohou dokonale sednout na tvář i díky tomu, že ze selfie obrazu, pořízeného mobilem, je rekonstruován přesný tvar vaší tváře a polomaska se vyrobí doslova na míru, a to na počkání, kdekoli na světě, kde mají příslušnou 3D tiskárnu.

Jakou podstatnou manažerskou zkušenost z doby vývoje a počáteční výroby jste získal?

Jen jsem si potvrdil, že motivovaní lidé neznají překážek, jdou za cílem. Jsou schopni dosahovat vysokých cílů v neuvěřitelně krátké době. A také jsem si znovu ověřil, že spolupráce akademického a průmyslového sektoru může fungovat skvěle – jde jen o to najít společný cíl a vzájemně se motivovat.

pokračování na straně 4

Celostátní česká služba pomůže najít
řemeslníky či právníka

Najít na trhu kvalitního řemeslníka, malíře nebo stěhováka může být pro řadu lidí, zejména těch starších, problém. S jeho řešením pomáhá Celostátní česká služba, která vedle zprostředkování manuálních prací zajišťuje i právní servis, informace o spojích, kulturních událostech a finanční či realitní poradenství. Díky spolupráci s věrnostním programem Sphere mohou navíc lidé ušetřit i při běžných nákupech.

Celostátní česká služba se specializuje na zprostředkování služeb a výhod pro lidi v Česku. „Služby jsou dostupné pro každého neohledně na věk. Cílem Celostátní české služby je vytvoření komunity s velkým počtem uživatelů. Větší počet uživatelů znamená lepší postavení při zajišťování slev a výhod u dodavatelů služeb,“ uvedl Michal Olšanský z Celostátní české služby.

Základním stavebním kamenem služby je uživatelská linka, která slouží k samotnému zprostředkování služeb. Ty jsou rozdělené do šesti kategorií. „Dlouhodobě největší zájem je o zprostředkování služeb v oblasti manuálních prací. Naším klientům pomáháme zprostředkovat rekonstrukce koupelen a bytů, instalatérské služby, hodinové manžely a další,“ popsal Olšanský s tím, že uživatelé, kteří jsou v programu na dobu neomezenou, mají díky tomu u dodavatelů i výhodnější cenové podmínky.

Podobně mohou lidé poptávat právní či finanční poradenství a služby. Celostátní česká služba jim zprostředkuje kontroly smluv, případně i nezávislého finančního poradce, který pomůže s výběrem vhodných produktů, jako jsou penzijní pojištění, stavební spoření či investice. V případě domácnostní služby zajistí odborníky, kteří klientům pomohou zkontrolovat stávající smlouvy na dodávky energií a tyto náklady pak optimalizovat. Zkrátka neprijdou ani lidé, kteří chtějí řešit bydlení. Nasmlouvání odborníci jim poradí s prodejem, koupí i pronájemem, stejně tak pomohou zajistit například znalecký posudek či energetický průkaz nemovitosti. „Posledním pilířem jsou pak informační služby. Uživatelům vyhledáme informace o otvíracích dobách, odjezdech spojů, kulturních akcích, letenkách, ubytování, slevách a mnoho dalšího,“ doplnil Michal Olšanský.

Celostátní českou službu aktuálně využívá více než 10 000 lidí. Služby v rámci šesti zmíněných kategorií jim jejím prostřednictvím dodává několik desítek prověřených firem. „Při výběru dodavatelů přitom nehledíme na recenze, které nemusejí být vždy zcela reálné. Kvalitu ověřujeme sami vždy přímo od člověka, jenž si službu objednal, nikoliv od firmy, která ji prováděla. Zajímají nás parametry jako komunikace s firmou, kvalita práce, dodržení termínů, doporučení i cena,“ řekl Michal Olšanský. (tz)

Najdete uvnitř listu

Koronavirus urychlí revoluci v businessu	3
MSV: mohl to být veletrh rekordní	5
Tým krizových manažerů úspěšně dokončil restructuralizační kroky v TATŘE	6
Povědomí o významu duševního vlastnictví pro podnikání je u nás stále velmi nízké	8
Nově vzniklá Retailová asociace začala hájit zájmy svých členů	11

Žďárská inženýrská společnost DEL přechází pod jediného vlastníka

Jeden ze zakladatelů a dosavadní předseda představenstva inženýrské společnosti DEL ze Žďáru nad Sázavou Jiří Kabelka získal její stoprocentní obchodní podíl. Po dohodě s ostatními akcionáři se bude nadále věnovat své vizi dlouhodobého rozvoje společnosti. Její vedení zůstává ve svých pozicích, kde se bude dále podílet na výkonném řízení podniku. Účastníci se rozhodli nezveřejňovat výši transakce.

Žďárský DEL, který se specializuje na průmyslovou automatizaci a patří mezi největší zaměstnavatele v regionu, bude mít nově jen jediného vlastníka. Tím se v červnu po dohodě s dalšími čtyřmi společníky stal jeden ze zakladatelů společnosti Jiří Kabelka. „Společně s bývalými akcionáři jsme naši společnost budovali

dlouhá léta, letos to bude 25 let od jejího založení. Dostali jsme se do věku, kdy je čas zamyslet se, jak dál. Shodli jsme se, že nepodstoupíme riziko v podobě cizího investora. Je pro nás důležité zachovat kontinuitu a stabilní prostředí. Po vzájemné dohodě proto společnost převzmu sám, protože chci i nadále rozvíjet celou skupinu. Věřím, že dohromady se skvělými zaměstnanci změnu zvládneme a udržíme se na špičce evropské úrovně technologických automatizačních firem,“ uvedl Jiří Kabelka, který má zájem na tom, aby společnost nadále patřila mezi lídry v oboru automatizace, inženýringu, robotizace či nově v oblasti výroby nabíjecích stanic pro elektromobily.

Změna struktury vlastnictví se nepromítne do obsazení managementu společnosti, bývalí spoluvlastníci zůstávají i nadále ve svých řídicích pozicích. „Na budování firmy do podoby,

kteou má dnes, jsem se podílel více než dvacet let. Svůj podíl nyní rád předávám do rukou, o kterých vím, že se budou starat o její prosperitu i v budoucnosti. Stejně tak jsem připraven postupně předávat své dlouholeté zkušenosti nové generaci manažerů,“ řekl jeden z původních akcionářů Zdeněk Králíček, který ve společnosti DEL zároveň působí jako obchodní ředitel.

Situace, kdy dlouhodobě společně budovanou firmu nepřevzme cizí subjekt, je podle odborníků spíše ojedinělá. „Často se setkáváme s modelem, kdy původní zakladatelé společnost buď prodají strategickému investorovi, anebo ji přenechají svým nástupcům. Tento případ je však výjimkou, protože stoprocentní podíl získal právě jeden ze zakladatelů,“ dodal Petr Kymlička, partner poradenské společnosti Moore Czech Republic, která převod vlastnických podílů odborně zaštiťovala. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

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

Datum vydání: 7. července 2020

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

Martin Šímek, šéfredaktor internetových médií
 www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
 a www.freshtime.cz
 mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

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

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce
 mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla 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 2020 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
 NEWTON Media a.s.



■ s konsorciem
 GASCONTROL GROUP



■ s Českou společností
 pro jakost



**Spolupracujeme a hledíme
 ta nejlepší řešení pro vás.**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz



www.madambusiness.cz



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

Optimismus? Ne, málo informací

Čeští zaměstnavatelé neztrácejí naději. Dál chtějí udržet úroveň výroby a služeb, ačkoli koronavirus značně omezil jejich operační možnosti. Tak se to jeví z průzkumu ManpowerGroup, který personální agentura představila v červnu 2020. Že by je neopustil optimismus a věřili, že po krátké přehánce bude zase na podnikání v Česku svítit sluníčko? Ano, o této vcelku dobré náladě výsledky hovoří, jenže podstatné je, že dotazování se uskutečnilo v polovině dubna. A tehdy jsme skutečně všichni věřili, že epidemie covid-19 nebude mít dlouhého trvání. V půli července se budou data sbírat znovu a lze očekávat, že výhled do příštích měsíců, možná i roků, už v podnikatelské sféře bude pesimističtější naladěný. Z toho plyne, že to nejhorší nás teprve čeká. Dostat se z recese a přiblížit se předkrizovému stavu bude chtít hodně práce navíc. Ale nic jiného nám ani nezbyvá, a tak jako už tolikrát i teď, věřím, nezklameme.

Pavel Kačer

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Nová asociace deklarovala jasné

Tiskové konference už jsou zase v plném proudu. Nově vzniklá Retailová asociace uspořádala svoji první prezentaci před novinářskou obcí 11. června v Praze. Setkání s médii se vydařilo, informací bylo tak akorát, byly srozumitelné, jasné byl popsán cíl nového profesního uskupení. Také plejáda členů, kteří přišli svoji organizaci reprezentovat, byla dostatečná. Takže bylo koho a co poslouchat i o čem následně přemýšlet. Jeden si při tom uvědomil, nakolik významně zasahuje maloobchod do našich běžných životů, nejen jistým komfortem při obstarávání potravin nebo třeba drogistických potřeb, ale také komunikací a emocemi. A že bychom ty prodejce, kteří nás oslovují s účtami, měli brát vážně jako vítané společnosti.

Eva Bixi

Mediální partnerství v roce 2020

1. MANAŽER ROKU
2. Ambasador kvality
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 Podnikatelek
9. Mezinárodní strojírenský veletrh
10. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
11. Konference ISSS
12. Konference SYMA
13. Exportní cena DHL

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 Vičková**, 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**, konzultant
- **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**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Ing. Tomáš Milich**, výkonný ředitel divize drůbež společnosti AG MATWALD a.s.
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r. o.
- **Ing. Vladimíra Ondráková**, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.
- **David Kubla**, manažer komunikace České společnosti pro jakost
- **Bc. Petr Paksi, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Michal Hanáček**, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Pravidelné investice do fondů vzrostly

Dlouhodobým investicím do podílových fondů se daří i po příchodu pandemie. Počet pravidelných investic klientů skupiny ČSOB v prvním čtvrtletí stoupl více než o 7 %. Lidé tak vkládají do fondů v průměru o téměř 18 milionů korun měsíčně více než před rokem.

„Vývoj na finančních trzích v posledních měsících potvrzuje, že vítězem se stává ten, kdo se drží svých dlouhodobých cílů a nenechá se zneklidnit krizovými momenty. Když člověk dodržuje základní pravidla diverzifikace, akciové trhy ho mohou odměnit solidními výnosy, které se hodí na zajištění ve stáří nebo pro financování studia dětí,“ uvedl Martin Vašek, výkonný ředitel ČSOB pro investiční produkty. Akcie, do kterých podílové fondy vedle dluhopisů rovněž investují, v prvním čtvrtletí kvůli pandemii postihl nejprve prudký pokles, ale poté nastalo rychlé oživení. Výkonnost podílových fondů ČSOB odpovídala vývoji celého trhu, který v průměru ztratil 8,9 %. V průběhu druhého čtvrtletí fondy už opět v průměru vydělávají.

„Situace, kterou jsme zažili v prvním čtvrtletí, měla neočekávaný dopad na finanční trhy, období poklesu se však pravidelně opakují

společně s ekonomickými cykly. Pokud klient investuje pravidelně, tak tato období zvýšené nervozity a kolísání cen v klidu přechází, a naopak využije příznivých cen k rozšíření svého majetku. Klienti nám důvěřují a výsledkem je růst počtu pravidelných investorů a zvýšený zájem o investice do fondů s vyšším podílem akciových titulů, společně s dluhopisovou složkou,“ doplnila ředitelka ČSOB Asset Management Nicole Krajčovičová.

Obľíbeným fondem pro opatrnější investory je ČSOB Bohatství, který si drží dlouhodobě výnosy převyšující spořicí a termínované účty. Fond investuje do zvukných firem, které udávají světové trendy, jako třeba Microsoft, Alphabet nebo Visa. Na podobné firmy sází třeba i fond ČSOB Akciový, který je vhodný spíše pro odvážnější investory. Dalším vyhledávaným fondem je ČSOB Akciový vodního bohatství, jež představuje příležitost pro zájemce o společensky zodpovědné investice. Fond se zaměřuje na firmy zabývající se např. čištěním, odsolováním, dodávkami kvalitní vody nebo obnovou infrastruktury. Celkem nabízí skupina ČSOB klientům 114 různých podílových fondů, do kterých je možné investovat již od 500 korun měsíčně, a zajistit si tak dlouhodobé zhodnocování svých úspor. (tz)

Česká mincovna expanduje do zahraničí

Česká mincovna z Jablonce nad Nisou otevřela svou první zahraniční pobočku. V Bratislavě v červnu uvedla nový koncept prodejny, ve které slavnostně představila pamětní medaili slovenské prezidentky Zuzany Čaputové. Jejím výrobcem je Mincovna Kremnica, která je na Slovensku partnerem České mincovny. Po Praze, Brně a Jablonci nad Nisou je Bratislava čtvrtou kamennou prodejnou, kde Česká mincovna nabízí své produkty. „Dlouhodobě pozorujeme oblibu našich produktů u slovenských zákazníků, a proto jsme se rozhodli se jim přiblížit a otevřít u nich naši první zahraniční prodejnu. Slovenské hlavní město pro nás byla jasná volba,“ vysvětluje důvody expanze ředitel České mincovny Michal Drtina. V bratislavské pobočce zákazníci nenajdou pouze mince a medaile České mincovny, ale také jejího partnera, Mincovny Kremnica. „Je nám velkou ctí, že jsme zde získali partnera z těch nejpovolanějších – Mincovnu Kremnica, která je jednou z nejdéle fungujících mincoven na světě,“ dodal Michal Drtina. Při výstavbě slovenské po-

bočky Česká mincovna poprvé použila nový koncept vystavování zboží, který umožňuje zákazníkům zážitkovou prohlídku produktů z menší vzdálenosti. Využívá při tom speciální podstavce, které se vyrábějí na 3D tiskárně. Prodejna je dále vybavena multimediální obrazovkou a speciálními lustry, které vznikly ve spolupráci se společností Preciosa. „Naším dlouhodobým cílem je poskytnutí co největšího servisu zákazníkům při výběru zboží. Díky novému konceptu jim naše produkty ještě více přiblížíme a ukážeme v tom nejlepším světle, a proto ho chceme v budoucnu přenést i do našich českých poboček,“ řekl Michal Drtina. Při příležitosti prvního výročí inaugurace prezidentky Zuzany Čaputové byla uvedena do prodeje její vlastní pamětní medaile. Ta je vydaná v limitované emisi 300 kusů ve zlatém provedení a 500 kusů ve stříbrném. Autorem averzní strany s portrétem prezidentky je Štefan Novotný, reverzní stranu s motivem prezidentského paláce vytvořil Martin Sabol. Výrobcem medaile je Mincovna Kremnica. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

generální partner:



hlavní partner:



partneři plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 22 let!

Koronavirus urychlí revoluci v businessu

Epidemii covid-19 ještě nemáme v České republice za sebou, ale firmy už získaly mnohé zkušenosti z fungování ve změněných podmínkách. Začínají nově plánovat a už provádějí první potřebné změny. A v tomto „koronavirovém poločase“ vydala personální agentura ManpowerGroup průzkum mezi manažery a podnikateli. Jaké informace získala, o tom jsme hovořili s Jaroslavou Rezlerovou, generální ředitelkou ManpowerGroup Česká republika.

Co vás ve výzkumu nejvíc zajímalo?

Položili jsme dotazovaným dvě základní otázky. Chtěli jsme zjistit, jaký byl dopad epidemie covid-19 na jejich business a rovněž jaké náborové aktivity chystají firmy do budoucna.

A vrátili se vám očekávané odpovědi, nebo vás podniky spíše překvapily?

Ukázalo se, že v českém prostředí panoval v polovině dubna 2020 ještě optimismus. Téměř třetina firem si myslila, že do čtvrt roku bude nabírat zaměstnance jako před epidemií. A co se dopadů na business týká, 57 % firem bylo pandemií negativně ovlivněno. Jen 3 % hodnotila svou situaci pozitivně. Jak jsme však předpokládali, nejvíce bylo zasaženo odvětví Ubytování a stravování, v němž 92 % podnikajících subjektů muselo omezit provoz. Celkově 35 % společností nezaznamenalo změny v obchodní aktivitě.

Návrat k normálu by měl být rychlý?

Až 31 % firem si myslí, že se na původní úroveň nábory vrátí do tří měsíců. Pouze necelá pětina propadla pesimismu, přesně 19 % firem se domnívá, že na předkoronavirovou úroveň se nevrátí už nikdy.

Kdo na restriktivní opatření doplatil nejvíce?

V rámci ČR jsou nejvíce postižené malé podniky do 50 zaměstnanců a z hlediska regionů je

nejvíce zasažen pražský region. Zdaleka nejvíce postiženým sektorem je Ubytování a stravování, kde 53 % firem muselo zavřít úplně a 92 % do nějaké míry omezilo provoz. Nejdůležitější zaměstnavatelský sektor Zpracovatelský průmysl jen velmi vzácně dospěl k úplnému uzavření provozu. Vždy dále probíhala nějaká částečná činnost, kupříkladu vychystávání stávajících zakázek, údržba a podobně. I tak ale 30 % zaměstnavatelů v tomto sektoru omezilo provoz více než z poloviny.

Mohou být naše zkušenosti srovnány se zahraničím?

V mezinárodním srovnání jsou dopady epidemie na provoz firem v ČR podobné, jako například v Německu nebo na Slovensku. Příliš se neliší česká data od globálního průměru, kde 63 % firem deklaruje na business negativní dopady epidemie.

Jaká následovala reakce firem na vládní opatření a změněné chování obchodních partnerů a zákazníků?

Epidemie covid-19 zasáhla mnoho odvětví a oborů. I sebevíce konzervativní zaměstnavatelé museli své návyky přehodnotit. Kdo doposud odmítal nové technologie, status home office, online fungování, virtuální setkávání nebo bezkontaktní transakce, byl nucen se rychle přeorientovat. Do online prostředí se přesunuly prodejny, provozovny, restaurace i administrativní služby. S koncem nouzového stavu a postupným rozvolněním se lidé budou pomalu navracet ke svým starým dobrým zvyklostem, ale určitá část populace si komfort vzdáleného přístupu z pohodlí domova bude chtít ponechat i do tzv. nového normálu.

Dokážete předvídat, v čem se změní trh práce a jakým způsobem prodělaná zkušenost ovlivní zaměstnanost v České republice?

Změny už jasně vidíme. U dělnických nebo administrativních pozic si bude moci zaměstna-



Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup Česká republika

vatel více vybírat, ale ani vysoká nezaměstnanost nevyřeší problém nedostatku řemeslníků, techniků, mechaniků, lékařů nebo programátorů. Epidemie zřejmě urychlí procesy v ekonomice, které už tak byly revoluční v důsledku

možností digitalizace a robotizace. Nutnost rychlého tréninku a rekvalifikace velkého množství lidí bude nyní ještě naléhavější.

ptal se Pavel Kačer

Jak vybrat správného interim manažera a nenaletět

Koronavirus udělal čáru přes rozpočet podnikatelským subjektům napříč nejen Českou republikou, ale celým světem. Vykojil život v tržním hospodářství. Mimořádná opatření se však začínají uvolňovat, firmy počítají ztráty a s nelibostí hledí na červená čísla. Ani brainstorming nejlepších hlavních společností nepřináší v určitých případech realizovatelné řešení pro znovunastartování podniku. Nastává okamžik, kdy má smysl povolat odborníka, který ví, jak na mimořádné situace. Jak tedy vybrat interim manažera a nespálit se při tom?

Současnost spojuje dvě výzvy naráz. Na jednu stranu je zde krizové období, na straně druhé obrovská příležitost pro transformaci firem v takové brandy, které uspějí na domácích i globálních trzích, vystaví si kolem sebe ty správné odběratelské a zákaznické komunity. Jde o proces velmi komplexní, který přináší a přinese hlavně do budoucna ekonomické a společenské důsledky. Svět podnikání po období koronavirovém už nebude stejný.

Interim manažeri se dříve specializovali zejména na to, jak podnik vyvést z horkých krizových chvil na nový start s kladnou nulou. Čím dál ve větším měřítku se ale zaměřují na transformační procesy, které mohou organizaci posunout do zcela jiného postavení a vymezit jí nový trh.

Takové úkoly je víc než vhodné svěřit lidem se zkušenostmi a výsledky. Přestože naléhavost ztrát volá po rychlém řešení, s výběrem interim manažera by si vedení firmy mělo dát na čas a dopředu zjistit co nejvíce informací o dané osobnosti a společnosti, projektech, které vedla,

a výsledcích, jichž dosáhla. Doba totiž doposud svým způsobem přála, jak se také nejedna firma před zásahem onemocnění covid-19 přesvědčila, těm, kteří jsou správně oblečení, správně vystupují, připraví si tu nejlíbivější prezentaci a nabídnou akceptovatelnou, atraktivní cenu. „To však vůbec neznamená, že jste si do svého podniku pozvali profesionála, s nímž se vám podaří srovnat hospodaření do optimální podoby a rozvíjet jeho postavení v segmentu, případně připravit jej na vstup do segmentu nového,“ podotýká Ing. Mgr. Bc. Jiří Jemelka, MBA, výkonný ředitel společnosti J.I.P. pro firmy s.r.o., odborník s letitou orientací právě na ozdravování menších a středních firem.

„Tyto přeshlapy, drahé a neefektivní, a unáhlené rozhodnutí mohou ohrozit především podni-



Ing. Mgr. Bc. Jiří Jemelka, MBA, výkonný ředitel společnosti J.I.P. pro firmy s.r.o.

ky menší, které se v oblasti řízení nepohybují zatím s takovou ostříleností, jako je tomu u větších, například obchodních firem,“ upřesňuje.

Jsou však nějaká univerzální pravidla, podle nichž interim manažera zvolit a nenaletět? „Při výběru se soustřeďte na reference a nebojte se je řádně prověřovat. Zavolejte do firmy, kde tento člověk vedl změnu výrobního programu, ochranu před krachem, vytáhl ji z problémů. Ptejte se na zkušenosti, průběh spolupráce, zádrhele. Je to sice práce a čas navíc, ale zúročí se vám,“ doporučuje Jiří Jemelka.

„Zapátrejte v profesních sdruženích. Poohlédněte se po tom, jak dlouho firma či jednotlivec poskytující tuto službu na trhu působí. Sjednejte si schůzku a připravte si sérii otázek, klidně těch nepříjemných. Profesionál totiž neočekává, že tohle bude procházka růžovou zahradou a nebude se bát na nepříjemný dotaz dát jasnou a ne vždy rádoby očekávanou odpověď, která vaše zakladatelské a manažerské srdce ušetří bolesti. Bude ho zajímat to, od čeho se lze odrazit. A tak bude rovněž pokládat takové dotazy, které základy vašeho podnikání obnaží až do morku kostí. Na schůzce po tomto důsledném vzájemném interview také zazní základní podmínky, s nimiž se do práce mohou obě strany pustit,“ vysvětluje dále Jiří Jemelka.

A ještě poslední věc. Interim manažer pro úspěch svojí mise, která má pomoci daný podnik opětovně navést na letovou dráhu, bude potřebovat spolupráci. Ředitel či manažer je zde v postavení člověka, který nejlépe zná svůj terén, interim manažer se v něm bude potřebovat zorientovat a na základě stavu prostředí, do něhož se včlenil, postupovat. Je třeba pamatovat také na to, že v této nové roli jde o vzájemnou kooperaci. A tak, i když je to možná nepříjem-

né, ego vlastníka a top manažera musí jít někdy stranou, aby bylo celé snažení smysluplné. Prospěje zachovávat si otevřenou mysl. S interim manažerem jde totiž o společný cíl: postavit business opět na nohy.

Klíčovým faktorem pro firmy, které bojují o záchranu, je a bude cash flow. Tedy je nyní nezbytné disciplinovaně škrtnat náklady a vědět, že ze dne na den dramaticky rychle nezvýšíte prodeje a tržby. Rovněž se vyplácí nevydávat zbožná přání a sny za realitu a uvědomit si, že „horší“ časy teprve přijdou.

„Přesto mají soukromé firmy poměrně velký prostor, aby našly to, co jim bude fungovat. Bez odvahy majitelů a manažerů to však nepůjde. Stejně tak jako bez nápadů, originálních řešení a chuti dělat změny, opustit pohodlí zajetých kolejí,“ míní Jiří Jemelka.

J.I.P. pro firmy, která se specializuje na poskytování služeb interim managementu a revitalizaci firem, také doporučuje, aby se podnikatelé bezhlavě nehrnuli do půjčování si peněz. Léty prověřená pravda vypovídá o tom, že je lepší se na čas uskromnit namísto velkorysého utrácení prostředků, které patří někomu jinému a které tak jako tak bude třeba někdy uhradit. Vyplácí se spoléhat na zdravý rozum a hledat takovou pomoc, která zhodnotí současný potenciál příslušné firmy. Například mezi ostřílenými odborníky. Společnost J. I. P. pro firmy má zkušenosti s celým spektrem klientů. Od živnostníků až po nadnárodní korporace, nejvíce však pracuje se středními podniky s obratem mezi 50 až 300 milióny korun ročně. Dnes řídí průměrně 10–15 firem v pozicích výkonných ředitelů nebo statutářů. Výmluvným argumentem úspěchu je i přes 150 projektů, jež pomohly business ostatním nastartovat. (tz)

Své účetnictví outsourcuje na specializované firmy čtvrtina malých podnikatelů

Více než čtvrtina (27,7 %) podnikatelských subjektů s ročním obratem od jednoho do třiceti miliónů korun řeší své účetnictví prostřednictvím profesionálních účetních firem. Ukázal to průzkum poskytovatele online účetnictví Trivi mezi českými podnikateli – fyzickými i právníky osobami. Mezi největší výhody outsourcingu účetnictví podle nich patří odborná podpora, úspora času, ale také nižší náklady oproti internímu účtování. Trend, kdy budou externí účetní firmy využívat nejen malé a střední podniky, ale i živnostníci, bude podle poradenské společnosti Moore Czech Republic v příštích letech sílit. A to především díky digitálním technologiím a strojovému učení, které poskytování účetních služeb zjednoduší a zlevní.

Outsourcing účetnictví alespoň v nějaké podobě využívá zhruba 65 % podnikatelů s obratem od jednoho do třiceti miliónů korun. Více než třetina (37,5 %) spolupracuje s externím účetním jakožto fyzickou osobou, více než čtvrtina podnikatelů (27,7 %) zase svou účetní agendu svěřuje specializovaným firmám. „Podnikatelé v průzkumu nejčastěji zmiňovali to, že se nevyplatí zaměstnávat vlastní specialisty, ale zároveň potřebují mít k dispozici jejich odborné

znalosti. Téměř stejně důležitá byla pro respondenty možnost soustředit se díky outsourcingu účetnictví jen na hlavní aktivity firmy. Ve více než 60 % případů hraje roli úspora času a také peněz místo interního účtování,“ sdělil Juraj Cienik, CEO účetní společnosti Trivi, která si průzkum nechala zpracovat.

Trend outsourcingu účetnictví na specializované firmy bude podle poradenské společnosti Moore Czech Republic mezi malými pod-

nikateli do budoucna sílit. A to jak mezi fyzickými, tak i právníckými osobami, plátcí i neplátcí DPH. Hlavním důvodem je úspora času a nákladů. „Účetnictví je stále komplikovanější a změny v metodice jsou dynamičtější. Kromě toho se i v tomto oboru začíná prosazovat robotizace a umělá inteligence. Samostatní účetní ale často nemají na výraznější modernizaci dostatek času a zdrojů. Těmi naopak disponují větší účetní firmy, které kromě běžné práce mají čas i na rozvoj a modernizaci svých účetních postupů a systémů. Outsourcingem buď celého, nebo i části účetní agendy tak podnikatelé získají okamžitý přístup k moderním a vyzkoušeným technologiím. Zároveň uspoří i na personálních nákladech, což je důležité jak s ohledem na očekávané ochlazení ekonomiky, tak především vzhledem k úbytku kvalifikovaných pracovníků,“ vysvětlil Miloslav Rut z Moore Czech Republic. Účetní firma podle něj dokáže nahradit

i celý ekonomický úsek. „Dokáže totiž nabídnout různé specialisty, od vedení účetnictví, přes mzdovou agendu až po controlling nebo zabezpečení platebních operací,“ dodal.

Outsourcingu účetnictví do budoucna napomůže také silící vliv digitálních technologií ve službách pro správu účetní agendy. Díky nim již není při některých činnostech zapotřebí lidský zásah, například při vydávání nebo zaúčtování faktur nebo vyplňování standardizovaných formulářů. Na zvýšení efektivity účetnictví se bude stále výrazněji podílet i umělá inteligence a strojové učení. „Firmám se uvolní ruce k lepšímu strategickému plánování. Díky tomu, že značnou část časové náročných a neproduktivních administrativních činností delegují na externí subjekty, budou se vedoucí pracovníci moci více soustředit na klíčová rozhodnutí o dalším fungování společnosti,“ vysvětlil Miloslav Rut. (tz)

Motivovaní lidé neznají překážek



dokončení ze strany 1

CIIRC je ojedinělou platformou, kde o myšlenky, nápady i cesty k jejich realizaci není nouze. Jaké zásadní prvky jsou těmi, které dokážou zúročit potenciál lidských možností?

Naši pracovníci jsou vedeni vizí přivést CIIRC mezi renomované světové instituty. Chtějí do-

kázat, že i v našich podmínkách je to možné. Myšlenkou posunout Česko aspoň k evropské špičce je nadšeno pět vynikajících odborníků českého původu, které se nám podařilo přesvědčit k návratu domů. Každý z nich vede již svůj tým, mají silné mezinárodní vazby a zejména mezinárodní zkušenosti, jak se dělá opravdová věda. A tito táhnou ostatní. A ještě něco: Myšlenka spojit excelentní výzkum s výzkumem užitečným se ujala a ukazuje svoji životaschopnost i motivační sílu.

Nový respirátor získal okamžitě světový věhlas. Jaké procesy bude třeba ještě absolvovat, aby se z něj stal výrobek, který může sloužit k ochraně lidského zdraví třeba v nemocnicích, v armádě? Prezentovali jste, že zájem projevil NATO nebo americké námořnictvo...

Respirátor získal v červnu tohoto roku plnou evropskou certifikaci, vyrábí se sériově v desítkách kusů, odebírá ho policie, armáda, zdravotnictví. Nic nebrání rozšíření výroby dle požadavků zákazníků. Americké námořnictvo dostalo bezplatnou licenci pro výzkumné účely – láká je možnost výroby přesně padnoucí masky kdekoliv na světě, třeba i na lodi. Uvidíme, zda se u něj naše maska masověji ujme.

Institut v době, kdy mnozí z nás působili na home office, pracoval na plné obrátky, vyvíjel to, co společnost nejvíce potřebovala. Jak vaši lidé překonávali strach z toho, že by se mohli nakazit? A jak vy sám jste této silné emoci čelil?

Myslím, že všichni, s výjimkou těch, kteří se obávali závažných důsledků pro své nemocné příbuzné nebo pro rizikové těhotenství v ro-

dině, nijak nepanikařili, podřídili se rychle vyhlášenému režimu a odváděli dál svoji práci. Navraceli jsme se postupně, tak jak to konkrétní situace konkrétních osob vyžadovala. Mnozí si libovali, že mají konečně čas přetavit své výzkumy do kvalitních časopiseckých článků... Já osobně jsem se snažil nijak nepodléhat emocím, vrátil jsem se na pracoviště hned, jak to šlo.

A zrodil se u vás v jarních měsících, tedy ve vypjaté době, která svým způsobem přeje novým myšlenkám i činům, další výjimečný nápad, o kterém se zatím na veřejnosti nemluví?

Kromě polomasky vznikla také aplikace Pipeták, tedy robot pro manipulaci s odebranými vzorky na testování covid-19, který našel uplatnění v nemocnici Na Bulovce v Praze. Vznikla i další významná řešení, např. týmu doc. Škody se podařilo koncepčně připravit teplárenské zařízení založené na spalování jaderného odpadu – zcela perspektivní, domnívám se, průlomová technologie. A o dalších výsledcích ještě včas uslyšíte. Nezahléleli jsme.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Spolupráce akademického a průmyslového sektoru může fungovat skvěle

Data nezbytná pro 3D výrobu respirátoru poskytla ČVUT na základě volné licence všem majitelům potřebného zařízení pro 3D tisk. Dostupná jsou na webu na adrese rp95.cz. Dosud si soubory stáhla téměř stovka institucí či firem z více než třiceti zemí světa. Má je tak například největší nemocnice zaměřená na klinický výzkum Mayo Clinic. Navíc univerzálnost řešení a rychlost vývoje masky ocenilo i americké námořnictvo.

„Naši vědci využili nejmodernější technologie, které máme k dispozici díky zapojení do mezinárodního centra RICAIP, ukázali svůj um a vyvinuli výrobek, jehož data pro 3D tisk dali bezplatně k dispozici celému světu. Další vývoj jsme přesunuli na spin-off společnost TRIX Connections, díky čemuž se paralelně podařilo vyvinout masku pro sériovou výrobu a celý technologický transfer skutečně dotáhnout až do konce,“ vysvětlil vědecký ředitel CIIRC ČVUT Vladimír Mařík, jehož instituce stála na samém počátku vývoje masky, a dodal: „Je to poprvé, kdy jsme na našem pracovišti, a možná i v kontextu celé

České republiky, svědky tak rychlého a úspěšného transferu výzkumného nápadu z akademického prostředí do reálné výroby.“

Tým vedený startupem TRIX Connections pokračoval v aktivitách dál: ve spolupráci s konsorciem výrobních firem v čele s výzkumně-vývojovým pracovištěm CARDAM zhotovil ochrannou polomasku RP95-M. A to tak, aby ji bylo možné dodávat na český i zahraniční trh v sériové výrobě. „Nová podoba polomasky, respirátoru, je příkladem propojení vědy, průmyslu a pomoci státu. Ukazuje, že technologický transfer je možný a funkční i v obrovské rychlosti. Věříme, že náš projekt inspiruje další výzkumné týmy, bude jim motivací pro to, jak zlepšit spolupráci v budoucnu,“ uvedl Jaroslav Lískovec ze startupu TRIX Connections a doplnil: „Už teď evidujeme velkou poptávku i ze zahraničí, díky masce jsme se stali registrovaným startupem pro možné zajištění pomůcek NATO.“

Polomaska se vyrábí metodou vstřikování plastů. „Technologicky náročná příprava forem byla dokončena během několika týdnů, celou výrobní logistiku jsme připravili během jednoho měsíce. Výroba začala po Velikonocích, následně



j jsme dodali prvních 5000 masek Ministerstvu zdravotnictví v režimu zrychlené certifikace. A přesně před týdnem, tedy 10. června 2020, respirátor získal plnou evropskou certifikaci podle normy EN 140:1999/AC:1999,“ komentoval situaci jednatel společnosti CARDAM Ondřej Kurkin. „V praxi to znamená, že polomaska RP95-M s vyměnitelným filtrem P3 splňuje stejný či vyšší stupeň ochrany jako respirátor filtrační třídy FFP3, což samozřejmě přináší i větší uplatnění na evropských a světových trzích.“ Respirátor RP95-M se tak stal jedním z mála ochranných prostředků vyvinutých v reakci na koronavirovou krizi, který takto úspěš. Certifikace se uznává nejen v Evrop-

ské unii, ale v řadě zemí světa. Naplňuje se tak další nezbytný předpoklad pro export polomasky za hranice České republiky. Český výrobek se tak může dostat ke zdravotníkům a dalším pracovníkům na různých místech, používat ho přitom lze opakovaně, a to díky ověřeným postupům pro sterilizaci a dezinfekci.

„Podobné projekty jsou důkazem, že podpora inovací má obrovský význam. A že jsme se na novou situaci v době pandemie dokázali adaptovat, a aktivně přitom vyhledávat a spojit vhodné partnery, nápady a technologie i poskytovat potřebnou nejen finanční podporu z různých programů,“ charakterizoval význam a jedinečnou zkušenost koordinátor Inovační strategie MPO Robin Čumpelík. Mimo jiné šlo o už zmíněvaný program Czech Rise Up – Chytrá opatření proti covid-19. Pomohl českému průmyslu a ekonomice zavádět inovace do praxe, stavět na přidané hodnotě a globálně spolupracovat. Nyní MPO chystá Czech Rise Up 2.0 na podporu využívání moderních technologií v medicínských a nemedicínských řešeních v kontextu s koronavirem. A to proto, aby ČR byla připravena na případnou další vlnu pandemie. (tz)

MSV: mohl to být veletrh rekordní

Mezinárodní strojírenský veletrh se letos v Brně neuskuteční. Definitivní rozhodnutí padlo 25. června. Pro mnohé firmy to bylo překvapením, pro řadu z nich očekávanou možností. Výjimečná společenská a ekonomická událost, v níž toto setkání průmyslníků, vynálezců, inovátorů i tradičních výrobců za léta konání přerostlo, se nedá nahradit žádnou podobnou aktivitou. Z brněnského setkání osobností z celého světa a přehlídce toho nejlepšího, co se ve strojárčině a příbuzných oborech odehrává, sešlo. Připravovat se bude tento veletrh až na rok 2021. Rozhovor s Jiřím Kulišem, generálním ředitelem společnosti Veletrhy Brno, a. s., vznikl na základě otázek, které se v souvislosti se zprávou o zrušení veletrhu v roce 2020 logicky objevily:

Asi to byl hodně zvažovaný až bolestný krok...

Nebylo to jednoduché rozhodnutí, vlastně ho považuji za nejtěžší, které jsem musel udělat. Zrušení MSV bylo vůči vystavovatelům ale rozhodnutí zodpovědné, avšak zároveň je to firemní pohroma.

Rozhodli jste o zrušení největšího průmyslového veletrhu ve střední Evropě. Co byly hlavní důvody?

Především je to pokračující koronavirová krize. V březnu jsme doufali, že vše skončí někdy v květnu a jede se dál. Ale dál se nejede a nyní slyšíme, že situace může trvat do konce roku. MSV je tak velkou, mezinárodní a prestižní akcí, že jsme museli zvážit všechna rizika a aktuální podmínky pro veletrhy a rizika eliminovat. Podmínky pro pořádání hromadných akcí, včetně veletrhů, jsou nyní nastaveny tak, že podle nich není běžný veletrh střední velikosti proveditelný. Natož veletrh v rozsahu MSV.

Léto mohlo ještě ledacos napovědět. Proč jste vše uvázili právě nyní a nepočkali?

Čekat nešlo. Rozhodli jsme deset minut po dvanácté. Nemůžeme všechny napínat do nekonečna. Firmám i nám by nabíhaly při přípravě další náklady, které by se mohly stát zmařenou investicí. To nikdo nechce. A aktuální zhoršování situace tam či onde dokládá, že riziko i zhoršení situace tady je.

Na tiskové konferenci Ministerstva zdravotnictví ČR bylo oznámeno, že se veletrhy mohou konat do 5000 osob. To vám nevychováje?

To oznámeno bylo, ale podmínky jsou pro pořadatele veletrhů absolutně neproveditelné. Takže vyjádření bylo zavádějící. Ta pravidla jsou použitelná možná pro stadiony, O2 Arénu, ale ne pro výstaviště. Homogenní akcí nelze separovat do dílčích sektorů, přičemž lidé se nesmí mezi těmito sektory setkávat. Veletrh by ztratil na atraktivitě, v mnohém je postaven na osobních vztazích, setkáních, letitých vazbách. Jenže když nemůžete jít pozdravit vašeho letitého obchodního partnera, který vystavuje ve vedlejší pavilonu, nemůžete se zúčastnit semináře, konference, tak je to postaveno na hlavu, veletrh by ztratil smysl.

Můžete to blíže vysvětlit?

Prostě v jednom pavilonu může být maximálně tisíc osob, včetně vystavovatelů, uklízeček, takže návštěvníků by tam bylo méně než vystavovatelů. Tito pak nesmí jít do jiného pavilonu. To přeci není veletrh.

Podle slov ministra průmyslu a obchodu Karla Havlíčka vláda veletrh chtěla a snažila se nastavit podmínky, které budou potřeba...

Cením si snahy ekonomických ministrů a jejich podpory, ale Ministerstvo zdravotnictví je také součástí vlády... Vláda na to měla dva měsíce. Nikdy nepřijala usnesení, že uděluje výjimku



Jiří Kuliš, generální ředitel společnosti Veletrhy Brno, a. s.

z mimořádných opatření a konání MSV povoluje. To si nikdo nedovolí. A nedovolíme si to ani my. Jsme natolik zodpovědní a chápeme epidemiologické stanovisko, že tak velká akce s takovou mezinárodností určitým rizikem je. Riziko zhoršení situace, zákaz konání těsně před akcí, zmaření investic našich a vystavovatelů, to jsou vše rizika, která jsme museli eliminovat. Včetně reputačního rizika Veletrhů Brno a brněnského výstaviště v případě, kdyby skutečně došlo na veletrhu k šíření nákazy.

Jak reagovali na zrušení veletrhu vystavovatelé?

Reakce byly v zásadě pozitivní. Mnozí nás o to žádali, včetně zahraničních. Lidé jsou ustrašení a báli se i vystavovatelé, například menší účasti návštěvníků, neúčasti zahraničních zákazníků.

Čeho si vystavovatelé na veletrhu dle provedeného průzkumu nejvíce cení?

Reprezentativní přítomnosti celého oboru a vedoucích značek na trhu, vysoké mezinárodnosti, možnosti jednat s tuzemskými a zahraničními partnery tváří v tvář, vysoké odborné návštěvnosti. Tyto atributy by za pokračující epidemiologické situace splněny nebyly.

Rýsoval se letošní veletrh zase jako poměrně výjimečný?

Pokud by nenastal covid problém, mohl to být veletrh rekordní. S účastí všech předních výrobců obráběcích a tvářecích strojů, plastikářů, svářecích techniků ve zdůrazněných oborech Top Technology. S velkou účastí Ruské federace jako partnerské země, s první oficiální národní účastí Itálie, s první kolektivní účastí Japonska, s velkou účastí čínských provincií, Indie a účastí všech tradičních vystavovatelů a značek. Zopakovali bychom „show“ Digitální továrna, včetně 3D tisku, rozšířenou o prezentaci firem, které se zapojily do výroby zdravotnických zařízení a ochranných prostředků. To byla vize. Aspoň tak byl koncepčně připraven, a tak se tvářel ještě v březnu. Poptávka po výstavní ploše byla velká.

Nezačali však někteří vystavovatelé posléze váhat?

Přišly ekonomické problémy firem, zakázky účasti mateřských společností. Ale ještě pořád

metry. My jsme předali všechny možné podklady a argumenty. Předložili jsme soubor možných opatření, jak zvýšit hygienickou bezpečnost. Částečně podle našich úvah, částečně převzatých ze zahraničí. Ale zůstalo to bez reakce. Chyběla vůle se tím zabývat. Uvolňovací pravidla pro hromadné akce, včetně veletrhů, od 22. června jsou pro nás zklamáním. Pravidla prostě nejsou proveletržní, snad dojde k nějaké úpravě, ale to je pozdě.

Nákupní centra ale fungují z hlediska provozu podobně jako veletrh...

Samozřejmě. Stejně jako my reagují i kolegové v Německu, Maďarsku, Rumunsku a dalších zemích, kde se nemohou dovolat rozumného řešení. Jistěže rozsah MSV je v řádu kolem 20 000 osob denně, i když tyto osoby nejsou v jednom čase na jednom místě. U středních veletrhů však jde o počty zcela srovnatelné s průměrnou návštěvností nákupních center, kde nikdo žádné limity, sektory a počty osob nepředepisuje.

Už víte, co zrušení MSV způsobí ve vašem hospodaření?

Není tajemstvím, že MSV představuje téměř třetinu našich ročních tržeb. Ale není to jediný veletrh, který byl u nás zrušen. Zrušeno bylo i jarní Techagro a další akce. Takže je to pohroma. Naštěstí jsme si vytvořili dostatečné rezervy likvidity. Ale naše firemní zdraví je vážně ohroženo a přecházíme na ventilátor.

Kdo za to může?

Pro kongresy, veletrhy, firemní akce, což nás živí, neexistují proveditelná pravidla. K tomu přistupuje i přeshraniční cestování, protože mnoho akcí je mezinárodních s účastí lidí ze zahraničí, a ti buď přijet nemohou, nebo nemají chuť jezdit. Celková nálada v ekonomice a společnosti nám nenahrává. Hlavně ale naše podnikatelská činnost zůstává dále ze strany státu zakázána. Viníkem naší situace je koronavirus a stát.

Jak hodláte postupovat?

Myslím, že by stát měl přijít se systémovým návrhem, jak firmy, které se dostaly do existenčních potíží z důvodu zákazu činnosti, tedy ne vlastní vinou, nějak férově odškodnit. Soudní žaloba je až to poslední, byť je to cesta, kterou doporučila ministryně spravedlnosti. Povinnosti managementu jsou ze zákona jasné, takže ale nemůžeme sedět a bédovat a nedělat nic.

(red)

INZERCE

Staňte se franchisovým partnerem CBA

VAŠE PRODEJNA

+

NAŠE KNOW-HOW

=

SPOLEČNÝ ÚSPĚCH

- podnikání pod silnou značkou CBA
- propůjčení osvědčeného know-how
- pokladní software s centrálním číselníkem zboží
- kompletní marketingová podpora
- zpětné bonusy z přímých i velkoobchodních dodávek a mnohé další

www.cba.cz

Nákupy pro každý den...

Tým krizových manažerů úspěšně dokončil restrukturalizační kroky v TATŘE



Koncem května zakončili své více než roční působení v automobilce TATRA TRUCKS krizoví manažeri z České asociace interim managementu. Podařilo se jim podnik vrátit k růstu a dobrým hospodářským výsledkům.

Tým krizových manažerů pod vedením Petra Karáska pomáhal zachraňovat Tatru už podruhé.

Majitelé firmy TATRA TRUCKS na konci roku 2018 znovu angažovali osvědčený tým v čele s krizovým manažerem Petrem Karáskem, aby postavil podnik opět na nohy. Hlavní kroky se podařilo realizovat během první poloviny loňského roku a řízení firmy mohl Petr Karásek předat novému řediteli, ale mise krizových manažerů Ivy Hovadové, Václava Korcana a Jaroslava Vojtěchovského ještě pokračovala, aby se předešlo opakování situace z předchozích let, kdy se jimi nastavené procesy postupně vytrácely.

„Výsledkem společného úsilí celého týmu je to, že TATRA TRUCKS má znovu nastavený systém plánování a procesy pro přípravu zakázek na období celého výrobního a předvýrobního cyklu, tj. na minimálně půl roku dopředu, přičemž jednodušší provedení mohou systémem projít rychleji, naopak pro přípravu složitějších specifikací je vytvořen odpovídající prostor,“ shrnul krizový manažer Václav Korcan, který měl v Tatře na starosti nastavení firemních procesů.

Majitelé potvrdili, že krizoví manažeri se osvědčili. „Tým pod vedením Petra Karáska splnil naše očekávání, znovu nastavil stěžejní procesy tak, abychom si udrželi stanovenou strategii a zlepšili ekonomické výsledky. Jak pro tuzemský trh, tak pro zahraniční zákazníky je důležitým signálem, že opět vše funguje tak, jak má,“ řekl Michal Strnad, majitel CZECHOSLOVAK GROUP.

Práce specialistů, ale i zaměstnanců

„Oceňuji vysokou profesionalitu a spolupráci týmu krizových manažerů sestaveného Petrem Karáskem a těší mě, že jejich mise byla úspěšně dokončena a Tatra je opět v dobré kondici. O jejich kvalitě svědčí i to, že je majitelé angažovali opakovaně. Naši členové převážně pracují samostatně, ale v Tatře se potvrdilo, že na větších nebo složitějších projektech je týmová

práce specialistů na jednotlivé činnosti velmi efektivní cestou. Právě asociace vytváří vhodnou platformu pro tvorbu podobných týmů, založených na profesionalitě a vzájemné důvěře,“ doplnil Ján Dolejš, předseda České asociace interim managementu, která sdružuje krizové a projektové manažery napříč celou republikou.

Tým krizových manažerů pod vedením Petra Karáska převzal odpovědnost za záchranu společnosti TATRA TRUCKS poprvé v roce 2013 poté, co noví majitelé Jaroslav Strnad a René Matera do Tatry vstoupili a zabránili jejímu krachu úspěšnou restrukturalizací, která skončila předáním klasickému provoznímu managementu koncem roku 2015. Podařilo se tak zachránit jednu z nejstarších automobilek světa s více než 120letou tradicí. Bohužel tehdejší management opustil striktní dodržování nastavených procesů, a proto se Tatra dostala v letech 2017 a 2018 opět do složité situace a bylo nutné zasáhnout.

„Hlavní podíl na tom, že TATRA TRUCKS i její dceřiná společnost Tatra Metalurgie dosáhly v roce 2019 velmi pozitivních hospodářských výsledků, má celý tým všech zaměstnanců podniku, to není jen dílo managementu nebo krizových manažerů. Věřím, že je k dispozici dostatečné poučení a TATRA TRUCKS už krizové manažery nebude potřebovat a nepoleví v nastavených trendech,“ dodal Petr Karásek. TATRA TRUCKS po předloňské ztrátě 69 milionů korun vytvořila loni provozní zisk před odpisy (EBITDA) 365 milionů korun. Tržby jí vzrostly meziročně o více než dvě miliardy na 5,88 miliardy korun.

Služby, termíny a kvalita

Iva Hovadová při první misi vybudovala kompletně nový kompaktní systém poprodejních služeb, který zahrnoval veškerou péči o vozidla u uživatelů počínaje přípravou uživatelské a servisní dokumentace, školení techniků přes záruční servis a vyřizování reklamací, řízení pozáručních smluvních servisů, prodej náhradních dílů a další podpůrné služby pro uživatele, jako jsou kalkulace nákladů na celý provozní život vozidel v jednotlivých podmínkách apod. To vše v podstatě na všech kontinentech, kde se vozidla pod značkou Tatra vyskytují. Iva Hovadová při tom využila svých dlouholetých zkušeností s budováním poprodejních služeb výrobce autobusů Karosa, ale i znalosti ze spolupráce v síti poprodejních služeb Renault a IVECO. Po jejím odchodu z první mise



Václav Korcan, Iva Hovadová a Petr Karásek, členové České asociace interim managementu, kteří opětovně postavili TATRU na nohy

v Tatře byl jako samostatný tým poprodejních služeb rozpuštěn, což se negativně dotklo i péče o uživatele. Během druhé mise znovu Iva Hovadová sestavila kompaktní systém poprodejních služeb, který získal zpět důvěru uživatelů a přinesl do hospodaření firmy i významnou část peněz.

„Poskytování uceleného řešení poprodejních služeb je standardem v automotive i u produktů s dlouhodobou životností. Pokud má zákazník zajištěn komplexní servis po celou dobu životnosti produktu, vrací se opakovaně pro nové výrobky. Proto je velmi důležité zajistit kontinuitu nastavených procesů a zavedených systémových řešení, což je předpokladem pro dlouhodobý rozvoj společnosti v této oblasti,“ řekla manažerka Iva Hovadová.

Václav Korcan se během první mise v TATRA TRUCKS věnoval nastavení firemních procesů, zejména procesu průběhu zakázek firmou a plánování zakázek do výroby. To navazovalo na nově stanovenou strategii „tržního výklenkáře“, který se zaměřuje na přípravu vysoce individuálních řešení pro jednotlivé uživatele. Bohužel v mezidobí se pravidla nastaveného systému přestala dodržovat a výsledkem byl nesoulad v rámci přípravy a výroby vozidel, který se projevoval mj. i významným ne-

dodržováním termínů a problémy s kvalitou kvůli následnému spěchu a výrobou na sklad. Napravit to, a ještě vylepšit systém přípravy zakázek bylo úkolem Václava Korcana v rámci druhé mise v Tatře. Přitom se ukázalo, že bude třeba se více zaměřit na protažení tohoto systému do způsobu organizace a plánování práce konstruktérů při přípravě vysoce individualizovaných zakázek.

Jaroslav Vojtěchovský byl dalším interim manažerem, který se podílel na restrukturalizaci Tatry. Jeho úkolem bylo nastavit nákupně logistický systém zejména v oblasti metalurgických polotovarů, a to jak na straně TATRA TRUCKS, tak i na straně její dceřiné společnosti Tatra Metalurgie. Výsledkem je plynulejší logistika založená na systému plánování zakázek i menší skladové zásoby, což se promítlo svým dílem i do hospodářských výsledků obou firem.

Česká asociace interim managementu (CAIM) sdružuje interim manažery a osoby, které interim management poskytují. Šíří osvětu o jeho principech, výhodách a možnostech. Cílem asociace je zvýšit prestiž a úroveň interim managementu v ČR a služeb v této oblasti.

Ing. Bc. Jana Dronská, MBA
www.caim.cz

INCIEN slaví páté narozeniny, jako dárek si nadělil novou organizaci CIRAA

Nezisková organizace Institut cirkulární ekonomiky oslavila v květnu páté narozeniny. Kromě oslavy nastává v INCIEN několik změn. Nejvýznamnější je ta, že se část činnosti přesouvá pod nově vzniklou poradenskou společnost CIRA Advisory s.r.o. INCIEN se začne více zaměřovat na vzdělávání a výzkum v oblasti cirkulární ekonomiky na úrovni makroekonomické, CIRAA se postará o naplňování principů cirkulární ekonomiky v praxi, tedy na mikroekonomické úrovni.

Když INCIEN vznikl, jeho cílem bylo přinést téma cirkulární ekonomiky do Česka, a to jak odborné, tak široké veřejnosti. Tento cíl se naplnil. „Díky desítkám demonstračních a následně zcela běžně fungujících projektů dost možná i přeplnil,“ zhodnotila uplynulých pět let fungování Soňa Jonášová, která INCIEN zakládala. „A tak se kromě kanceláře naplnily i naše lidské kapacity a přišel čas na

změnu. Jak to bývá běžné pro buňky, když narazí čas, nastane dělení. A to se děje právě teď,“ popsala Soňa Jonášová důvody k rozdělení INCIEN.

Cílem INCIEN je stát se expertním centrem pro oblast cirkulární ekonomiky, proto svoji činnost teď zaměří na výzkumnou činnost na národní a regionální úrovni. „Chceme hlavně měřit skutečné proudění jednotlivých materiálových toků, a naplnit tak naše motto, které nás provází už od začátku: Pro svět, kde odpad je zdrojem,“ nastínila budoucí fungování Soňa Jonášová.

Vize INCIENu pro následujících pět let:

- Být expertním centrem pro cirkulární ekonomiku v České republice.
- Pracovat na zdvojnásobení míry využívání druhotných surovin.
- V rámci aktivit Cirkulární akademie zajistit širokou osvětu tématu cirkulární ekonomiky, které do roku 2025 bude znát 80 % široké veřejnosti.

- Pracovat na tom, aby se z České republiky stal cirkulární hotspot nabízející znalostní i technologická řešení na globální úrovni.

INCIEN má za sebou desítky úspěšných projektů, které mohou sloužit jako příklady dobré praxe. Jejich uvedení v život už teď bude stát na nově vzniklé organizaci CIRA Advisory s.r.o. Ta od INCIEN převezme odborné know-how získané z výzkumů na pilotních projektech a v partnerství s obcemi i firmami jej bude uvádět do praxe. Zastíť také organizaci seminářů, konferencí a další osvětovou činnost. Tím převezme břemeno z ramen odborníků z INCIEN. „V posledním roce jsme si uvědomili, že zájem o cirkulární ekonomiku je tak velký, že už nestíháme vyhovět všem. Kvůli tomu jsme se začali ocitát v pozici, kdy jsme dělali projekty, do kterých se nám moc nechtělo, a to nám ubíralo čas a energii na to podstatné. Rozdělením činností na INCIEN a CIRA Advisory se každý z nás bude moci zaměřit na to, v čem je nejlepší, a cirkulární ekonomika se u nás bude moci rozvíjet efektivním

způsobem,“ vysvětlila Ivana Hekerle, která přechází z INCIEN do CIRAA. Bude se zde věnovat produkt developmentu a strategiím v oblasti komunikace zaměřených na oblast cirkulární ekonomiky. Jako motto a misi si CIRAA dala nelehký úkol: Vytvářet synergie mezi businessem a přírodou.

Čemu se CIRAA věnuje:

- Strategické poradenství v oblasti cirkulární ekonomiky na všech stupních výrobního procesu i poskytování služeb.
- Zajištění kvalitního PR dané organizace a pomoc s navazáním strategických kontaktů ve vytipovaných oblastech.
- Realizace cirkulárních skenů na úrovni firem i samospráv.
- Konkrétní projekty typu Cirkulární kanceláře či Cirkulární kavárny (jde o projekty, které v rámci demonstračních, testovacích a metodických fází realizuje INCIEN, nicméně v oblastech multiplikace si jejich výkon přebírá CIRAA).

(tz)

Pro brambory z domácí produkce

Se začátkem června začala i sklizeň domácích raných brambor. Lidé si tak mohou po několik měsíců kupovat tuto zeleninu, jež vyniká chutí, z české produkce. Z pohledu bramborářů patřila uplynulá sezóna k těm úspěšnějším. Dosavadní trend však ukazuje, že spotřeba brambor ve slupce klesá, nahrazují ji výrobky a různé polotovary. Českým bramborám výrazně pomůže program jakosti Q CZ a nemalé investice.

„Brambory do naší krajiny patří a s některými regiony jsou neoddělitelně spjaty, proto je důležité jejich pěstování podporovat. I z tohoto důvodu jsou, spolu s další zeleninou, zařazeny mezi citlivé komodity. Peníze tak na ně půjdou i v rámci dalšího kola Programu rozvoje venkova, kdy mezi zemědělce a potravináře rozdělíme čtyři miliardy korun. Díky tomu se plochy pro pěstování konzumních brambor zvýší. Do roku 2030 by tyto plochy měly podle strategie Ministerstva zemědělství vzrůst na 21 000 hektarů, plochy brambor k výrobě škrobu na 6000 hektarů,“ řekl Jindřich Fialka, náměstek

Sekce zemědělství a potravinářství Ministerstva zemědělství.

Propad ve výnosech a produkci z roku 2018 jako následek dlouhotrvajícího sucha se loni neopakoval. Bylo dosaženo průměrné sklizně (756 000 tun, výnos 26,12 t/ha). Vyšší ceny konzumních brambor v maloobchodě však ovlivnily jejich spotřebu. Letošní rok by se mohl zařadit, co se úspěšnosti produkce týká, k roku předešlému. Podmínky byly dobré a zemědělci nehlásili ani problémy s jarními mrazíky jako u jiných plodin.

V roce 2019 byly v ČR pěstovány brambory v zemědělském sektoru na 22 894 ha, z toho konzumní brambory na ploše 14 000 ha. K tomu je třeba připočítat plochu domácností (výměra do 1 ha), která činila 5974 ha.

Pro drobné pěstitele a zahrádkáře jsou konzumní brambory velice oblíbenou plodinou s roční produkcí kolem 150 000 tun, tedy třetina celkové domácí produkce konzumních brambor. Nicméně opět se projevila nesoběstačnost ČR ve výrobě konzumních brambor. „Jsme závislí na dovozech, což je pro tvorbu cen zejména v jarních měsících rozhodující

a pravidelně se to v posledních letech projevuje zvyšováním cen,“ uvedl Vlastimil Rasocha, místopředseda Českého bramborářského svazu. Zároveň se obává souboje národních rozpočtů. Současné problémy v souvislosti se situací ohledně koronaviru mají zásadní vliv na odbyt brambor v rámci tzv. velké bramborářské pětky (Nizozemsko, Belgie, Francie, Německo a Velká Británie) určených pro zpracování na výrobky. Nezpracovaná surovina může být nabízena na export, protože v rámci západní Evropy je vzhledem k jejím senzorickým vlastnostem neprodejná. Zvýhodnění producenti by podle něj mohli představovat velký problém pro české pěstitele.

Předseda Českého bramborářského svazu Josef Králíček považuje pro další období za důležité dokončení příprav a zahájení programu režimu jakosti Q CZ pro konzumní brambory od roku 2021. Certifikované produkty budou zároveň poskytovat spotřebitelům záruky vysoké kvality a potravinové bezpečnosti, garantovat postupy pěstování, manipulaci, skladování, balení a zpracování brambor s ohledem na životní prostředí a ochranu zdraví spotřebitele.

lů. „Na rozdíl od Evropské unie, která nyní navrhuje celkové krácení prostředků do zemědělství, včetně brambor, je dobře, že Ministerstvo zemědělství dlouhodobě bramborám věnuje pozornost. Myslíme si, že do sektoru je třeba cíleně i s ohledem na nízkou soběstačnost v této komoditě investovat. Je třeba přesvědčit zemědělce, že má smysl brambory pěstovat, proto pozitivně hodnotíme důraz na soběstačnost v příštím investičním kole Programu rozvoje venkova,“ řekl Jan Doležal, prezident Agrární komory ČR.

Podpora z Programu rozvoje venkova jde například na moderní sklady pro uchování brambor tak, aby je Česká republika nemusela vozit z Egypta či Maroka, ale třeba i na integrovanou produkci brambor. Ta směřuje ke kompenzaci pro pěstitele, pokud budou využívat méně přípravků na ochranu rostlin nebo prostředky určené jen pro bioprodukcí. Bez významné investice se situace nezmění. „Neméně důležité je i vzdělávání koncového spotřebitele, aby kupoval brambory z české produkce a vyžadoval, aby řetězce dávaly přednost českým dodavatelům,“ upozornil Jan Doležal. (tz)

Češi jsou dobří pěstitelé ovoce od nepaměti

Po netradičním jaru přicházejí nejteplejší měsíce v roce. Na léto se těšíme nejen s ohledem na prázdniny, ale i čerstvé ovoce. Vybírat můžeme z mnoha druhů, ať už jde o jahody, třešně, višně, meruňky, maliny, rybíz, nebo angrešt.

Ovoce se obvykle nerozděluje botanicky, ale hospodářsky nebo podle oblastí, kde roste. Na ovoce mírného pásu, tropické a subtropické. Lze je dělit také podle využití na stolní, hospodářské a moštové nebo podle doby zrání a konzumní zralosti na letní, podzimní a zimní.

Češi jsou dobří pěstitelé od nepaměti. První podložené zmínky o ovocnářství pocházejí již z 13. století. Od 17. století u nás vznikaly ovocné školy a následně ovocnářství dostávalo organizovanou podobu prostřednictvím spolků. Zrodilo se specializované odvětví botaniky – pomologie. K největšímu rozvoji došlo v 70. a 80. letech 20. století. Poslední změnu ovocnářství zaznamenalo se vstupem do EU, díky čemuž se omezilo používání chemických látek.

K roku 2019 byla podle Ústředního kontrolního a zkušebního ústavu zemědělského celková rozloha ovocných sadů v ČR téměř 14 000 ha. „Ročně se u nás vypěstuje v sadech profesionálních ovocnářů až 200 000 tun ovoce, z čehož je až 80 % jablek, která ale dozrávají až na podzim. Pravidlem by mělo být, že se konzumuje ovoce v době, kdy dozrává. Jablka a hrušky lze dobře uskladnit, a mohou se tak využít po zbytek roku. Spotřeba ovoce se pohybuje okolo 80 kg na obyvatele za jeden rok,“ vysvětlil předseda Ovocnářské unie Martin Ludvík.

Mezi nejběžnější pěstované druhy letního ovoce patří jahody, třešně, višně, meruňky a angrešt. Málokdo stále ví, že jahody obsahují stejné množství vitamínu C jako citrusy. Dále jsou zdrojem vitamínu E a skupiny B. Pomáhají rovněž při nadýmání nebo v boji s vysokým tlakem. Když jahody dozrávají, tvoří se v nich červené barvivo bohaté na karoten chránící plody před bakteriemi. Třešně a višně se zase hodí do každé diety. Obsahují až 80 % vody a díky tomu jsou ideální volbou při snižování hmotnosti. Mezi jedno z nejlepších druhů ovoce řadíme meruňky. Posilují imunitní systém a díky beta-karotenu přispívají k zdravému opálení pokožky. Angrešt slouží k pročištění střev, podpoře trávení a důležitý je vysoký obsah křemíku, který zajišťuje pevnost tkání. V současnosti je většina ploch sadů obhospodařována v režimu integrované produkce ovoce. To je ekonomická produkce ovoce vysoké kvality při uplatnění ekologických přijatelných metod pěstování a minimalizaci nežádoucích vedlejších účinků agrochemikálií při jejich používání.

Dovoz čerstvého ovoce má od roku 2017 výraznou klesající tendenci. Do České republiky se dovážejí především plodiny, které vyžadují vysoké teploty a v našich přírodních podmínkách by šly velice obtížně vypěstovat. Jde například o banány a citrusy. V letních měsících jsou vhodnou alternativou k citrusům hlavně jahody, díky již zmiňovanému, vysokému množství vitamínu C. Oproti ostatním státům Evropské unie je naše země v pěstování ovoce velmi soběstačná. Exportu v posledních letech vévodí jablka, višně, hrušky a třešně. Nejvíce ovoce směřovalo na Slovensko a dále do Německa a Rumunska. (tz)

Finanční ředitelé jsou optimističtější než vlády a nečekají ani velkou revoluci ve způsobu práce

Navzdory krizi způsobené nemocí covid-19 nechystají finanční ředitelé středoevropských firem dramatické propouštění ani restrukturalizaci a také nechystají masivní přechod na práci z domova. V následujících třech letech očekávají udržení, nebo dokonce zvýšení tržeb, což je v přímém rozporu s odhady vlád a mezinárodních institucí. Vyplývá to z průzkumu, který provedla společnost Stanton Chase, jež se zabývá vyhledáváním vrcholových manažerů, auditorská firma EY a Klub finančních ředitelů.

„Finanční ředitelé si myslí, že krize nebude hluboká, a proto nechystají žádné převratné změny. Nebudou přeskupovat nebo rušit týmy a nejsou moc nadšení z perspektivy práce z domova, více než polovina této strukturální změny není nakloněna,“ komentoval Marek

Huml, partner ve společnosti Stanton Chase. Oproti očekáváním digitálních optimistů je chuť firem umožnit zaměstnancům práci z domova vlažnější.

Rozšířit možnosti práce z domova plánuje necelá polovina respondentů (46 %) a jen čas-

tečně rozšíření plánuje 38 % respondentů. Těž jen necelá polovina respondentů věří, že by práce z domova, automatizace, vzdálený přístup a online schůzování přinesly zefektivnění práce (48 %).

Optimismus finančních ředitelů narušuje hrozba globální recese. Obává se jí sice jen třetina respondentů (28 %), nicméně většina (80 %) finančních ředitelů očekává příchod ekonomické krize, ze které se však podniky zotaví nejpozději do dvou let. Polovina firem pak neočekává pokles tržeb nebo předpovídá jejich zvýšení. Téměř všichni respondenti (97 %) si myslí, že pandemie nebude pro firmy likvidač-

ní a pro tři čtvrtiny z nich (71 %) bude krize příležitostí k rozvoji. Dotazníkové šetření probíhalo v České republice, na Slovensku, v Maďarsku, Polsku a ve Slovinsku. Průzkumu se zúčastnilo více než přes 250 respondentů ze všech odvětví hospodářství, většinou finanční ředitelé. Nejvíce byly zastoupeny podniky z oblasti bankovníctví a finančních služeb, automobilového průmyslu, chemického průmyslu a výroby léčiv, spotřebního zboží a maloobchodu, stavebnictví, telekomunikací a strojírenství. Z pohledu obrátu a počtu zaměstnanců byly rovnoměrně zastoupeny firmy všech velikostí. (tz)



Povědomí o významu duševního vlastnictví pro podnikání je u nás stále velmi nízké

**DAVID
KARABEC**

OCHRANA DUŠEVNÍHO
VLASTNICTVÍ

Nestačí jen vědět, umět nebo třeba zásobovat trh originálními výrobky a službami. Nestačí se spoléhat na dobré mravy ostatních a na to, že vám budou fandit, pokud objevíte souvislosti, postup, technologii, které budou lidem prospěšné. Unikátní myšlenky a nápady je nutné odpovídajícím způsobem chránit, aby se cizím peřím nemohl chlubit ten, komu zásluhy nepatří. Jak je právě ochrana duševního vlastnictví pro podnikání důležitá, osvětlil advokát JUDr. David Karabec, MPA:

Duševní vlastnictví je jedna z vašich specializací – čím vás tento obor uchvátil a proč jste se rozhodl věnovat mu podstatnou část své praxe?

Problematika ochrany duševního vlastnictví úzce souvisí s podnikáním. Na počátku své advokátní praxe v roce 1993 jsem se věnoval právnímu poradenství pro začínající podnikatele a postupně jsem začal zjišťovat, že je třeba ochraňovat jejich soutěžní výkony nejednomu právními prostředky proti nekalé soutěži, ale že je třeba také chránit jejich duševní vlastnictví ochrannými známkami, patenty, užitnými či průmyslovými vzory, včetně ochrany obchodního tajemství a know-how. To mě přivedlo ke studiu průmyslových práv na Institutu průmyslově právní ochrany Úřadu průmyslového vlastnictví a tato problematika mě nakonec zaujala tak, že jsem se jí rozhodl věnovat naplno. Jako advokát mám nyní možnost zastupovat významné spory týkající se ochrany nejenom před nekalou soutěží, ale také v oblasti porušování práv k duševnímu vlastnictví, což spolu často souvisí. Vedle toho se snažím v rámci naší rodinné konzultační, poradenské a vzdělávací společnosti o osvětu v této oblasti, protože povědomí o významu duševního vlastnictví pro podnikání je u nás stále velmi nízké. Založil jsem z tohoto důvodu i vlastní Školící centrum ochrany duševního vlastnictví, kde pořádáme přednášky pro všechny zájemce o tuto problematiku, a píšu také články na svůj blog, sociální síti i odborná periodika a specializované portály.

Na téma patentů, průmyslových vzorů, ochranných známek jste vydal článků nespočet, ale napsal jste i řadu publikací. Která je tou poslední a co bylo podnětem k jejímu vzniku?

Mezi podnikateli je relativně solidní povědomí o ochranných známkách, jejichž registrace je poměrně snadná a většinou jde také o jediný způsob průmyslově právní ochrany jejich podnikání. Na druhou stranu se tak často děje bez hlubších znalostí o této problematice, takže se pak stane, že ochranné známky ve skutečnosti neplní dobře svoji roli ochránit výrobky a služby přihlašovatele, a jejich potenciál tak zůstává nevyužitý. A téměř vždy, a to zejména u malých a středních podniků, chybí celková strategie průmyslově právní ochrany, přestože zde máme k dispozici celou řadu dalších možností, jak ochránit jejich duševní vlastnictví a profitovat z něho. Zahraniční firmy a také velké domácí podniky jsou si toho velmi dobře vědomy, o čemž svědčí jejich velká aktivita v přihlašování zejména patentů a poskytování licencí. A právě za účelem podpory malých a středních podniků jsme ve spolupráci Vysoké školy finanční a správní, a.s., a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR vydali v roce 2017 příručku s názvem

Nestačí jen vědět, umět nebo třeba zásobovat trh originálními výrobky a službami. Nestačí se spoléhat na dobré mravy ostatních a na to, že vám budou fandit, pokud objevíte souvislosti, postup, technologii, které budou lidem prospěšné. Unikátní myšlenky a nápady je nutné odpovídajícím způsobem chránit, aby se cizím peřím nemohl chlubit ten, komu zásluhy nepatří. Jak je právě ochrana duševního vlastnictví pro podnikání důležitá, osvětlil advokát JUDr. David Karabec, MPA:

„Průmyslová práva a licence“, která se v roce 2019 dočkala svého druhého aktualizovaného vydání. Tato příručka je určena nejen pro studenty, ale zejména pro podnikatele s cílem podpořit jejich inovační výkonnost a konkurenceschopnost nejen v České republice, ale i v mezinárodním měřítku.

Myslíte si, že ochrana nehmotného majetku je u nás stále značně opomíjena a firmy z její podstaty těží méně než v zahraničí? Nebo se situace již lepší?

Jsem optimista, a proto věřím, že úsilí, které je vynakládáno na podporu výzkumu, vývoje a inovací, jakož i na osvětovou činnost zejména ze strany Ministerstva průmyslu a obchodu a Úřadu průmyslového vlastnictví nakonec povede k úspěchu. Mimořádně významné je zařazení podpory ochrany duševního vlastnictví do Inovační strategie České republiky 2019–2030, jako jeden z jejích pilířů. Připravuji se také strategie, jak dostat tuto problematiku do škol jako součást vzdělávacích osnov, a to již na úrovni základních a středních škol. Stát také hodlá do oblasti výzkumu vývoje a inovací významně investovat až 2,5 % hrubého domácího produktu a zařadit Českou republiku mezi inovační lídry Evropy. Zatím máme do této pozice poměrně daleko, před námi jsou s velkým náskokem Německo, Holandsko, Švédsko, Dánsko a další země, ale strukturou našeho průmyslu, vzdělaností a pracovními máme velkou šanci se během 10 let mezi tyto inovační lídry dostat. To ovšem mimo jiné znamená zaměřit se na produkty s vysokou přidanou hodnotou s cílem uspět na globálním trhu, které jsou kvalitně chráněny prostřednictvím průmyslových práv, zejména patenty. Přitom nelze zapomínat ani na ochranu obchodního tajemství a know-how, jejichž význam je často zásadní, avšak faktická i právní ochrana je u nás obvykle zcela nedostatečná. Z praxe jsou přitom známy případy cílené průmyslové špionáže, která vede k protiprávnímu využívání duševního vlastnictví českých firem.

Podle jakých pravidel se stanovuje cena takového majetku? A v jakých dokumentech ji smí vlastník uvádět? Nebo se z pochopitelných důvodů s touto cenou operuje jen výjimečně?

Podnikatelé mají často tendenci stanovovat hodnotu své firmy pouze na základě hmotných aktiv, jako jsou budovy, pozemky, strojní a technologické vybavení, osobní automobily, počítače apod. Na ochranu tohoto majetku vynakládají často významné finanční prostředky, zejména na jeho fyzickou ochranu, ostrahu, pojištění apod. Neuvědomují si však, že často vyšší a významnější hodnotu může mít jejich nehmotný majetek, jako jsou například autorská práva k software, know-how, obchodní tajemství, výsledky vývoje, výzkumu a inovací či původ nebo zeměpisná oblast, kde vznikají jejich produkty. Přitom všechny tyto aspekty ve spojení s originálními dovednostmi mohou přetvořit v registrovaná práva, ať to jsou již zmíněné ochranné známky, ale zejména patenty, užitné vzory, průmyslové vzory a další, čímž mohou dosáhnout jejich významné právní ochrany. Navíc mohou všechna tato práva nechat ocenit znaleckým posudkem, a tak se v účetních závěrkách firem může objevit významný nehmotný majetek. Ten pak může sloužit nejenom jako majetek na straně aktiv, ale také jako záruka pro banky v případě úvěru. A to nemluvím o možnosti tento nehmotný majetek licenčně využít, a získat tak příjmy z poskytnutí těchto práv třetím osobám. Investice do výzkumu, vývoje a inovací se tedy rozhodně vyplatí.



Advokát JUDr. David Karabec, MPA, který se specializuje na agendu týkající se podnikání a ochranu duševního vlastnictví

Opravdu lze duševním vlastnictvím ručit například za bankovní úvěr?

Ano. Jak jsem již zmínil výše, duševní vlastnictví může tvořit významnou součást majetku firmy. Je-li tento nehmotný majetek dobře chráněn a také aktivně využíván buď při vlastním podnikání, nebo formou licencí, může sloužit jako záruka za bankovní úvěr. Peněžní ústavy umějí s touto formou ručení pracovat, přičemž je nutné jeho ocenění znaleckým posudkem.

Nastala doba generační výměny majitelů, zakladatelů firem, kteří se s nadšením dali do podnikání začátkem 90. let minulého století. Souvisí s tím i prodej firem, ale některé z nich vlastně nemají co nabídnout kromě historie, zkušeností, známého jména ošetřeného například ochrannou známkou. Je to dostatečné na vyjednávání? Roste cena takové ochranné známky se stoupajícím počtem roků na trhu?

Tradice, zkušenosti a známé jméno jsou určitě dobrým předpokladem pro úspěšné předání firmy následovníkům, většinou rodinným příslušníkům, kteří v této tradici pokračují. V případě prodeje firmy je však zpravidla rozhodující ocenění majetku a dosažení co nejlepší ceny pro prodávající. Zde mají své nezastupitelné místo právě takové hodnoty, jako je duševní vlastnictví, které může tvořit zásadní, a někdy i jedinou hodnotu firmy. Pak je samozřejmě rozhodující způsob ochrany těchto práv a doba jejich použitelnosti. V případě patentu se poskytuje doba ochrany maximálně na 20 let, u užitného vzoru na 10 let, u průmyslového vzoru na 25 let. U ochranných známek je možné dobu ochrany prodlužovat vždy na dobu 10 let, a to opakovaně. Majetková práva k autorským dílům trvají po dobu života autora a ještě 70 let po jeho smrti. Z toho je zřejmé, že vhodnou kombinací těchto práv, dobře zvoleným způsobem jejich ochrany a celkovou strategií lze dosáhnout významné hodnoty k vyjednávání o prodejní ceně podniku. S tím i souvisí hodnota jednotlivých práv, například ochranné známce, protože pouze samotná doba registrace neznámá automaticky zvýšení její hodnoty. Tato hodnota musí být vždy podpořena kvalitními službami a produkty, které jsou v ideálním případě chráněny i dalšími průmyslovými právy.

Jak těžit z nehmotného majetku ve prospěch podniku? Co se nabízí? Například poskytování licencí?

Průmyslová práva mají sloužit nejen k ochraně výsledků výzkumu, vývoje a inovací při vlastním podnikání, ale mohou sloužit také jako významný zdroj příjmů ve formě licencí. Na poskytování licenčních práv profitují především zahraniční firmy, které jsou si dobře vědomy významu průmyslově právní ochrany jejich produktů. To je znát především ze statistik Světové organizace duševního vlastnictví (WIPO), kde vidíme, že například u patentů je nesmírně vysoká aktivita zahraničních přihlašovatelů, zejména z Číny, která během posledních 30 let předbehla všechny vyspělé země světa, včetně dlouholetého lídra v této oblasti USA. Mezi další lídry na prvních pěti místech jsou Japonsko, Německo a Korea. S velkým odstupem pak vidíme evropské země, a to v čele s Francií. Všechny tyto země si jsou vědomé potenciálu ochrany jejich duševního vlastnictví, která jim umožňuje získat monopol v určité oblasti a možnost tak vysoce profitovat z poskytování licencí k těmto právům dalším výrobcům.

V poslední době často používáme slovíčko „know-how“. Neplývá jím příliš?

Myslím, že slovní spojení know-how je využíváno poměrně často a firmy si jeho význam uvědomují. Vědí, že jde o souhrn určitých specifických znalostí a dovedností, které mají určitou hodnotu. Na druhé straně však, až na výjimky vůbec nevědí, jak správně své know-how chránit a využívat. Často se pak stane, že jsou podnikatelé překvapeni tím, že jejich dlouho budované znalosti odcizí bývalí zaměstnanci, kteří si pak na zelené louce založí vlastní podnik a svému někdejšímu zaměstnavateli konkurují. A že to není specifikum jen českých podniků, o tom svědčí i zájem některých zahraničních firem o nelegální získání cenného know-how českých podnikatelů. V této souvislosti je překvapivé, že většina příjmů z licencí v České republice je generována právě z licencí k poskytnutému know-how, a nikoliv z mnohem bezpečnějších patentů, užitných či průmyslových vzorů nebo ochranných známek. Je proto nanejvýše nutné se seznámit se všemi možnostmi a způsoby ochrany před zneužitím know-how a obchodního tajemství, protože pouze tak je možné se účinně bránit právními prostředky proti jejich porušování.

otázky připravila Eva Brixí



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Certifikát GLOBALG.A.P. je pro zemědělce v podstatě vstupenkou na trh

Mít jistotu, že si v prodejně obchodního řetězce koupíme jen to nejlepší, nejbezpečnější a vysoce kvalitní z české zemědělské produkce, to je přání většiny spotřebitelů. K tomu, aby se mohlo plnit, existuje významný nástroj, který se jmenuje GLOBALG.A.P. Certifikace na jeho základě poskytuje v České republice Česká společnost pro jakost. Manažerka certifikací GLOBALG.A.P. v ČSJ Ing. Veronika Krejčová vysvětlila:

GLOBALG.A.P. je certifikace pro zemědělský sektor. Můžete nám tento proces přiblížit a zároveň specifikovat, pro koho je přesně tato certifikace určena?

GLOBALG.A.P. zahrnuje soukromoprávní standardy zaměřené na dodržování správné zemědělské praxe. Jedním z nich je standard Integrated Farm Assurance (IFA), který je zaměřen na oblast zemědělské prvovýroby. Certifikován je vždy konkrétní produkt, který je kontrolován od „semínka“ až po sklizeň a posklizňové manipulace. Další zpracování produktu již do této certifikace ale nepatří.

Je vhodná pro všechny obory zemědělství? Nebo se zaměřuje jen na vybrané oblasti?

Standard IFA GLOBALG.A.P. je mezinárodní standard a pokrývá celou oblast zemědělství, tj. rostlinnou a živočišnou výrobu a akvakulturu. Certifikovat můžete tedy cokoli od ovoce a zeleniny až po kávu, čaj a ryby. Česká společnost pro jakost v tuto chvíli certifikuje ovoce a zeleninu, polní plodiny, rostlinný rozmnožovací materiál, květiny a okrasné rostliny, prasata a mléko.

Jaké požadavky musí splnit certifikovaná organizace? Jaká jsou hlavní kritéria, co vše se ověřuje?

Zájemce o certifikaci musí splňovat soubor povinností, které se kryjí s nařízeními Evropské unie. Tzv. klíčové povinnosti zahrnují stěžejní požadavky, např. vyhodnocení hygienických rizik, rizik produkčního místa, analýzy reziduí či kvality závlahové vody a mnoho dalších.

Bezpečnost potravin a udržitelnost produkce jistě hraje v certifikaci velkou roli...

Bezpečnost potravin hraje rozhodně stěžejní úlohu, to znamená, že zavedení standardu v organizaci bezpečnost zvyšuje. Produkt je vysledovatelný až ke svému počátku. Co se týče udržitelnosti produkce, požadavky standardu zahrnují např. minimalizaci odpadů a podporu využití obnovitelných zdrojů energie.

V čem tedy může certifikace GlobalG.A.P. zemědělcům pomoci?

Certifikát GLOBALG.A.P. je v podstatě vstupenkou na trh. Pokud chce producent dodávat do obchodních řetězců, certifikace je víceméně vždy vyžadována. A i když je zavedení požadavků standardu v podniku zpočátku velkou administrativní zátěží, rozhodně se v praxi ukazuje, že pokud přijde do podniku na kontrolu např. Státní zemědělské a potravinářské inspekce, je na to již producent díky certifikaci GLOBALG.A.P. připraven. Zavedení standardu může také v mnoha případech napomoci zlepšit vnitropodnikový management.

Co znamená certifikace GlobalG.A.P. pro koncového zákazníka? Proč by měl vyhledávat produkty od organizací certifikovaných podle tohoto standardu?

Standard je nastaven tak, že koncový zákazník v obchodě nerozezná certifikovaný a necertifikovaný produkt. Pouze na obalu či přepravce smí být uvedeno devítimístné číslo GGN, a to je známka toho, že je produkt certifikován.



Ing. Veronika Krejčová, manažerka certifikací GLOBALG.A.P. v České společnosti pro jakost

V dnešní době, a to je velice pozitivní, je v obchodních řetězcích velké množství české zeleniny a ovoce a až na výjimky je tato produkce certifikována GLOBALG.A.P.

Může certifikace GlobalG.A.P. přinést organizaci nové odběratele?

Rozhodně ano, ale jak jsem již zmiňovala, jde zejména o obchodní řetězce a velkoobchody.

Můžete nám přiblížit, nakolik náročné je se na certifikaci připravit?

Žijeme v byrokratické době, takže samozřejmě může být pro producenta náročné přichystat všechny potřebné dokumenty pro certifikaci. Existují ale také poradci GLOBALG.A.P., kteří mohou významně pomoci. Náročné bývá hlavně zavedení všech nastavených pravidel a postupů do praxe a jejich dodržování. Někteří pro-

ducenti mohou mít již jiné certifikáty, například Systém analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů (HACCP) může usnadnit přípravu na certifikaci GLOBALG.A.P.

Jak si stojíme, co do počtu certifikovaných organizací, v porovnání se zeměmi s velkým podílem zemědělské výroby?

Toto nemohu objektivně porovnat, protože nelze zjistit, kolik má která země organizací certifikovaných GLOBALG.A.P. Rozhodně se ale tlak na zemědělské producenty v České republice zvyšuje, a je to dáno i koncovým zákazníkem, který se již nespokojí s čímkoliv, co mu obchodník nabídne. Počet certifikovaných organizací se tedy v ČR a na Slovensku zvyšuje rok od roku. Navíc se zvyšuje zájem o doplněk standardu GLOBALG.A.P. Analýzu rizik sociálních potřeb zaměstnanců (GRASP), který může získat pouze organizace již certifikovaná GLOBALG.A.P.

Česká společnost pro jakost je členem Národní technické skupiny GLOBALG.A.P., co to znamená? Jaké to má výhody pro zákazníka ČSJ?

Národní technická skupina má za úkol implementovat a rozvíjet standard v podmínkách ČR. Zajišťuje národní interpretace požadavků či veškeré překlady dokumentů do českého jazyka. Dále funguje jako zpětná vazba producentů, řetězců a státní správy a jako kontaktní místo pro veřejnost v otázkách výkladu a implementace požadavků standardu. Toto vše je výhodou nejen pro zákazníka ČSJ, ale pro všechny organizace certifikující se standardem GLOBALG.A.P. Dalšími členy skupiny jsou zástupci ČZU a VŠCHT a jiní nezávislí odborníci z různých oblastí zemědělství.

za odpovědi poděkoval David Kubla

Schéma EOQ pro oblast bezpečnosti informací z dílny ČSJ

Česká společnost pro jakost, z. s., se dlouhodobě věnuje v rámci svých aktivit certifikacím osob. Jednou z nich je pak ta určená pro manažery a auditory bezpečnosti informací. Původní schéma z roku 2005 prošlo letos rozsáhlou revizí. V nové podobě je platné od června na území celé Evropy. Nová podoba schématu je dílem odborníků České společnosti pro jakost, kteří se problematice bezpečnosti informací dlouhodobě věnují.

Držitel personální certifikace je osoba, která prokázala specifické znalosti a dovednosti v určitém oboru. Tito lidé bývají často těmi, kteří stojí u realizace inovací a projektů zlepšování. Zákazník by měl jejich práci pocítovat tak, že získává výrobky či jsou mu poskytovány služby s vyšší přidanou hodnotou. „Zdá se to sice jako banalita, ale i takový e-shop, pokud chce špičkově vycházet nakupujícím vstříc, by měl mít po ruce manažera kvality, který optimálně nastaví veškeré procesy tak, aby bylo vyhověno zákazníkům, legislativě a zároveň aby procesy byly efektivní. A dále manažera bezpečnosti informací, aby pomohl ošetřit bezpečnostní rizika provozování příslušného e-shopu,“ uvedl Ing. Petr Koten, výkonný ředitel ČSJ, příklad toho, jak certifikace přináší zákazníkovi jistotu, že věci jsou dělány správně k jeho spokojenosti a komfortu.

Na poli bezpečnosti informací jde pak zejména o to, aby informace byly důvěrné (tj. přístupné pouze oprávněným osobám), dostupné (v požadovaný čas) a aby byla zachována inte-

grita (správnost a důvěryhodnost dat). IT systémy jsou s naším životem provázány v mnoha oblastech, co by od nich ale jejich uživatel měl chtít v oblasti bezpečnosti informací? „Vezměme si třeba vysokoškolského studenta. Očekává, že bude jedinou oprávněnou osobou, která má přístup ke svému školnímu účtu, že tento účet bude dostupný 24 hodin denně a že data v něm budou bezchybně zpracovávána a udržována. Ale také, že bude zajištěna ochrana osobních údajů. A podobně je to například s e-členstvím podnikatele v nějakém klubu nebo v systémech určených zaměstnancům. Vždy je třeba opět zajistit oprávněný přístup pod kvalitním heslem, konzistentnost informací či řádné nakládání s jeho osobními údaji,“ rozvedl Petr Koten. Právě pro to byly vyvinuty certifikace pro oblast bezpečnosti informací, které také zavádějí do této problematiky určité jednotné standardy.

Evropská organizace pro kvalitu (EOQ) na svém červnovém zasedání valného shromáždění a útvaru pro certifikaci osob schválila aktualizované schéma pro oblast vzdělávání a personální certifikace Information Security Management System Manager and Auditor – COS & CS 27000 (M-BI a A-BI). Nyní toto aktualizované schéma platí v celé Evropě, ale seznámení s ním byli například rovněž odborníci z Izraele, Turecka nebo Kazachstánu, tedy těch zemí, které jsou součástí Evropské organizace pro kvalitu.

Schéma pro ISMS vytvořili a nově zaktualizovali odborníci z České společnosti pro jakost. „Certifikace manažerů a auditorů bezpečnosti informací reaguje na nové požadavky kladené praxí

na tyto osoby. V době vzniku této certifikace v roce 2005 ještě nemohly být zcela zohledněny. Jde zejména o specifické aspekty kybernetické bezpečnosti a ochranu osobních údajů, tedy témata dnes široce diskutovaná, která přinášejí řadu nových problémů a výzev,“ uvedla Ing. Romana Hofmanová, ředitelka úseku certifikace osob ČSJ. Aktualizace byla provedena na základě rychlého vývoje moderních technologií i celkového směřování ve společnosti. Bylo reagováno na stále více se rozvíjející oblast IT, a tím i narůstající požadavky na bezpečnost informací. „Nově se kybernetická bezpečnost promítá i do takových oborů, jako je např. automobilový průmysl, kde velké automobilky vytvářejí požadavky na provádění auditů kybernetické bezpečnosti na komponentech i hotových výrobcích,“ dodala Romana Hofmanová. ČSJ, která je licenčním partnerem nejsilnějšího a největšího německého svazu v automobilovém průmyslu Qualitäts Management Center im Verband der Automobilindustrie VDA QMC, se již na nástup těchto procesů aktivně chystá.

Problematika bezpečnosti informací je součástí mnoha zákonů, např. toho o ochraně osobních údajů, o obchodních korporacích, o ochraně utajovaných informací, o některých službách informační společnosti, o informačních systémech veřejné správy, autorského zákona nebo zákona o telekomunikačních službách. „Akreditované personální certifikáty manažer a auditor bezpečnosti informací byly dokonce zahrnuty do doporučených požadavků pro Manažery a Auditory kybernetické bezpečnosti v příloze č. 6 k vyhlášce č. 82/2018 Sb., o kybernetické

bezpečnosti, ve znění pozdějších předpisů,“ komentovala Romana Hofmanová.

Mimo již stávajících požadavků na držitele certifikátů manažerů a auditorů bezpečnosti informací, zahrnujících znalost a schopnost aplikace norem řady ISO 27000, byla do nového schématu významněji zahrnuta znalost kybernetické bezpečnosti, GDPR, autorský zákon, Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/1148, o opatřeních k zajištění vysoké společné úrovně bezpečnosti sítí a informačních systémů v EU (tzv. směrnice NIS) a další.

Zároveň se schématem EOQ bylo aktualizováno i národní schéma pro Manažery bezpečnosti informací (M-BI) a Auditory bezpečnosti informací (A-BI), akreditované Českým institutem pro akreditaci o.p.s. Do národního schématu byly dále zahrnuty požadavky na znalosti Základní listiny práv a svobod, zákona o ochraně osobních údajů, zákona o obchodních korporacích, zákona o ochraně utajovaných informací, zákona o informačních systémech veřejné správy nebo zákona o telekomunikačních službách.

Vzhledem ke komplexnosti tohoto schématu byly personální certifikáty M-BI a A-BI zahrnuty do doporučených požadavků pro Manažery a Auditory kybernetické bezpečnosti v příloze č. 6 k vyhlášce č. 82/2018 Sb., o kybernetické bezpečnosti, ve znění pozdějších předpisů.

Česká společnost pro jakost jako jediná v ČR nabízí jak národní, tak i evropské certifikáty z oblasti bezpečnosti informací, respektive kybernetické bezpečnosti. Tím je její postavení v tomto smyslu mimořádné. (tz)

Kulaté stoly pro malé autodopravce po pandemii opět realitou



Výkonný výbor Společnosti autodopravců Čech a Moravy připravil, po delší odlmce zaviněné pandemií koronaviru, Kulatý stůl k aktuálním problémům v dopravě pro své členy a některé partnery v rámci Sociálního dialogu v oblasti malých a středních podniků a služeb. Tentokrát byli pozváni odborníci z oblasti ekonomiky a hospodaření dopravních firem, kteří se kromě jiného zaměřili na zkušenosti z používání sofistikovaných účetních systémů, a hovořilo se také o možnostech širšího nasazení vozidel s alternativními pohony v autobusové i nákladní dopravě. Témata jistě aktuální a zajímavá, a proto jsme požádali o rozhovor k obsahu Kulatého stolu 1. místopředsedu výkonného výboru SAČM Lubomíra Ondrouška.

Hospodaření ve firmách obecně je nyní poznamenáno dopady pandemie. Jak se to promítá do chodu dopravních firem, v čem spočívají nejvážnější potíže, a co odborníci doporučují pro zlepšení jejich ekonomiky?

Problematika malých autodopravců, zejména pak OSVČ, je mnohem komplikovanější. Je to dáno tím, že mají základní nedostatky v řadě oblastí, ať již zdravotní, sociálně-psychologické

i odborné. Z těchto důvodů se snižuje jejich konkurenceschopnost na dopravním trhu a častěji se dostávají do existenčních potíží. Významně do této situace zasáhla koronavirová krize, čímž se jim podmínky pro podnikání ještě více zhoršily. V této situaci jsme se zaměřili na konkrétní pomoc a podařilo se nám díky Ministerstvu dopravy, zejména díky ministru Karlu Havlíčkoví, získat alespoň některé hygienické pomůcky jako roušky, respirátory a později i de-

zinfekci. Naše úsilí se však nadále ubírá směrem rozšiřování znalostí prostřednictvím zkušených odborníků, kdy zobecňujeme a předáváme poznatky jak od specialistů z akademické sféry, tak od některých firem, které jsou našimi členy.

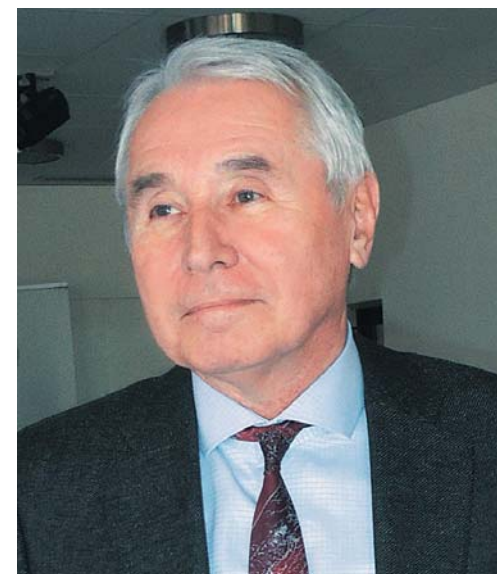
Znamená to, že jste museli u malých firem a OSVČ začít takřka od začátku, tedy posilováním provozní i finanční gramotnosti. Jak si tedy tyto firmy vedly v průběhu omezeného fungování české ekonomiky?

Jak jsem již podotkl, zaměřujeme se na tyto oblasti a v posledních letech jsme realizovali v rámci členství v KZPS ČR a SPŽ ČR velký projekt, který výraznou měrou přispěl k edukaci celé řady společností, zejména malých dopravních firem. Právě na zmíněném Kulatém stole jsme se zaměřili nejen na základy účetnictví, ale i na manažerské fungování firmy při řešení nejčastějších problémů z oblasti hospodaření. Tady u řady z nich většinou chybí i používání jednoduchých účetních systémů a mnozí dopravci využívají služeb externích účetních, aniž by dokázali podle dílčích výsledků hospodaření změnit své manažerské chování.

Mimo problémy, které způsobil koronavirus, se autodopravci potýkají zejména s růstem nákladů při trvale nízkých tržních cenách svých služeb. Toho mnohdy zneužívají nejen zákazníci, ale i někteří speditéři, kteří si diktují podmínky. Fenoménem dnešní doby je prodlužování doby úhrady za fakturované přepravy. Můžeme jen potvrdit, že nynější podmínky malých a středních dopravců, kteří jsou často v roli subdodavatele, se výrazně zhoršily.

Zmínil jste se o výhodách práce se sofistikovanými účetními systémy, ale jsou i pro menší autodopravce tyto programy vůbec dostupné? Co by zde vaše Společnost doporučovalo?

SAČM se v nedávné době například podílel spolu s FD ČVUT na zpracování učební po-



Dr. Lubomír Ondroušek, 1. místopředseda výkonného výboru SAČM

můcky týkající se kalkulací nákladů a metodiky osvětlující její vyplňování. V současné době odborný tým pod vedením Ing. Jana Tichého zpracovává další pomůcku, která má usnadnit dopravním firmám hospodaření.

Nastínil jste téma širšího využití vozidel s alternativními, a tedy ekologičtějšími pohony také v autobusové a nákladní dopravě. Jaké názory zde od autodopravců zazněly?

Tady se vše odvíjí od finančních možností. Tato vozidla, ať již na pohon vodíkem, CNG či zkapalněným zemním plynem, nebo s elektropohonem, jsou z hlediska pořízení nákladná a jejich provoz v dopravních firmách by se zásadně promítl do ceny za kilometr, kde by byla konkurence ve výhodě. V praxi je tedy možné využít spíše trolejbusy či autobusy na alternativní pohon, ale pro masové využití těchto alternativ, pokud jde o kamiony, podle mne čas ještě nenastal.

připravil Jiří Novotný



Účastníci kulatého stolu připraveného SAČM

Zavedení stravenkového paušálu zvýší konkurenci a zlepší nabídku benefitů pro zaměstnance

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR vítá zavedení zaměstnaneckých paušálů na stravování v podobě, v jaké ji navrhuje Ministerstvo financí. V případě schválení by zaměstnanci mohli dostávat od příštího roku místo stravenek finanční prostředky. Šlo by o reálný a efektivní benefit pro všechny, kteří zatím neměli k dispozici závodní stravování ani stravenky. Navíc tím dojde k rozšíření možností, jak podpořit stravování zaměstnanců. A konkurence je vždy pro zákazníky přínosem.

Společnost Makro, která dodává potraviny a další zboží 70 % restaurací v České republice, provedla pro SOCR ČR exkluzivní průzkum napříč všemi skupinami zákazníků relevantními pro příjem stravenek (restaurace, hotely, kantýny apod.). „Zcela jasně se ukazuje, že firmy podnikající v gastronomických službách mají se stravenkami problém a rozhodně je nevnímají jako nějakou záchranu restaurací a dalších stravovacích zařízení po koronavirové krizi. V této souvislosti tak jednoznačně podporují návrh ministryně financí Aleny Schillerové,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident SOCR ČR, a dodal: „Zásadní je, že se stravenky neruší, ale vedle nich je pro zaměstnavatele připravena jednodušší a levnější alternativa. Ta umožní získání příspěvku na stravování i malým firmám, a dokonce i živnostníkům. U navrženého stravenkového paušálu oceňují, že

rozšíří nabídku podpory stravování i pro další zaměstnance a zároveň zvětší konkurenci zcela jistě urychlí změny také u stravenkových systémů. Mám na mysli zatím velmi pomalou digitalizaci nebo skutečně partnerský přístup

k restauracím a obchodům, které stravenky přijímají.“

Z opakovaných analýz SOCR ČR jednoznačně vyplývá, že zavedením další možnosti příspěvku na jídlo zaměstnanců se celý systém



foto Pixabay

zefektivní a budou z toho těžit právě zaměstnanci. Konkurenčním tlakem vyvolaná modernizace současného systému přinese výrazné výhody i restauracím, které stravenky přijímají.

Často se hovoří o údajných dopadech stravenkového paušálu na restaurace a další stravovací zařízení. S ohledem na to provedl řetězec Makro průzkum, jehož cílem bylo zjistit, jak podnikatelé z různých druhů gastronomických provozů (restaurace, kantýny, kavárny apod.) vnímají problematiku stravenek. Vlastní šetření se uskutečnilo mezi letošním 10. a 19. červnem formou osobních návštěv a telefonických hovorů, když bylo osloveno téměř 2500 respondentů.

„Z průzkumu vyplynulo, že 34 % oslovených subjektů stravenky vůbec nepřijímá. Důvody spočívají především v administrativě spojené s manipulací stravenek, v nezájmu zákazníků, ve výši provize poskytovateli stravenek, a pak i v dalších nákladech ve spojení s více účetními doklady. Celkem 84 % respondentů spatřuje jako hlavní nevýhodu v přijímání stravenek náklady s jejich provozem. O to více rezonuje návrh Ministerstva financí na zavedení stravenkového paušálu jako další alternativy oblíbeného zaměstnaneckého benefitu. Plných 60 % oslovených restaurací by totiž zavedení stravenkového paušálu podpořilo a bez ohledu na různá apokalyptická prohlášení některých stravenkových firem v médiích se 55 % nijak neobává dopadů zavedení stravenkového paušálu na jejich business,“ shrnul výsledky průzkumu Tomáš Prouza. (tz)

Nově vzniklá Retailová asociace začala hájit zájmy svých členů

Vládní program Covid Nájemné rozděljuje retaily. Nastavil nerovné podmínky pro podnikatelský sektor, když nezohlednil všechny zasažené provozovny obchodních center, které se propadly do obrovských ztrát z důvodů vládních opatření.

Program Covid Nájemné schválila vláda 18. května 2020. Je určen všem podnikatelům, kteří museli v důsledku epidemie uzavřít své provozny, ale nadále museli platit nájem. A to i ti, kteří zboží pouze rozváželi či prodávali přes okénko nebo provozovali jen e-shop. Stát podnikatelům přispěje na komerční nájem 50 % v případě, že ho majitel o 30 % sníží a nájemce doplatí pětinu. Nájemci tedy začali s obchodními centry o slevách vyjednávat, ale setkali se s dalšími podmiňujícími nároky dodatkových smluv. V mnoha případech si obchodní centra diktují podmínky k prodloužení nájemních smluv (i o deset let) a trvají na uhrazení poplatků za provoz z dob uzavření provozoven ještě před poskytnutím dotace od státu. Tyto podmiňující nároky pro slevu jsou pro řadu nájemců likvidační s ohledem na dlouhodobý výpadek příjmů z doby pandemie koronaviru.

„Velmi oceňujeme snahu vlády zmírnit dopady epidemie koronaviru v oblasti retailu. Vládní program Covid Nájemné nám určitě pomůže provozovat opět rozběhnout, ale bohužel celkové výpadky příjmů za období dvou měsíců nebudeme mít šanci do konce roku 2020 dohnat. Při jednání s obchodními centry o slevě často narážíme na drsné podmínky prodloužení stávajících kontraktů, které jsou pro nás z dlouhodobého hlediska nevýhodné,“ uvedl Václav Hrbek, zakládající člen Retailové asociace a generální ředitel Alpine Pro.

Aktuální podmínky programu Covid Nájemné vylučují z možné participace nájemce, kteří byli v době pandemie v provozu z důvodu

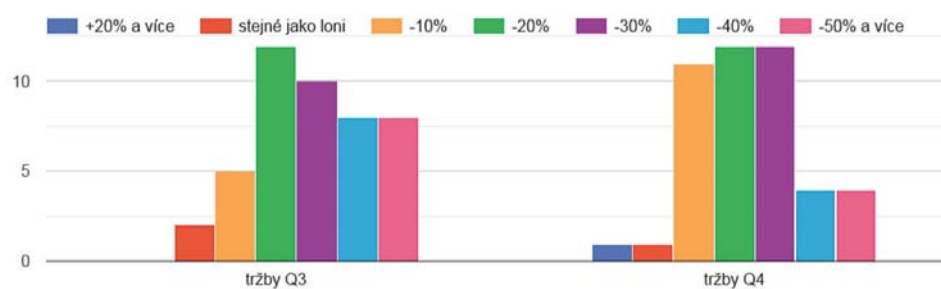
zajištění krizových služeb veřejnosti. Patřily k nim například provozovny očních optik, lékárn, drogerie, prodejci potravin atd. „Od poloviny března, kdy došlo k uzavření většiny prodejních jednotek v obchodních centrech, jsme v rámci provozoven GrandOptical zaznamenali masivní propad návštěvnosti, a to více než 80 %. Tento stav přetrvával během plošného omezení maloobchodního prodeje, kulminoval v dubnu a vyústil v červnu v meziroční pokles tržeb o 80 %. Návštěvnost našich prodejen kopírovala propad návštěvnosti v obchodních centrech,“ uvedl Pavel Krejčí, komerční ředitel GrandVision CZ s.r.o. „Reálný dopad krizových opatření vlády na provozovny GrandOptical tak lze bezesporu přirovnat k dopadům na provozovny v obchodních centrech, jejichž provoz byl vládními nařízeními přímo uzavřen. Na rozdíl od výše uvedených provozoven je však naše společnost vyloučena z možnosti žádat o státní podporu v rámci avizovaného programu určeného na podporu podnikatelských nájemů. Tato skutečnost nás nejen značně znevýhodňuje vůči nájemcům zařazeným do dotačního programu, ale též zásadně limituje v jednáních s pronajímateli. K dnešnímu dni se nám podařilo vyjednat s pronajímateli dohodu o slevě pouze minimálně,“ uvedl Pavel Krejčí.

Podpora českých nájemců není zcela dostatečná, i když je dle slov ministra Karla Havlíčka jedním z nejnáročnějších návrhů. „Logika podpory je taková, že stát přispěje na nájemné, když se nájemce dohodne s pronajímatelem na snížení nájemného o třetinu na druhý kvartál letošního roku,“ vysvětlil Karel Havlíček. „Slovenská vláda připravila pro tamní podnikatele z našeho pohledu více motivující program. Stát se bude podílet na platbě nájemného po dobu uzavření provozoven ve stejné výši, jakou poskytne nájemce, což v praxi znamená, že pokud pronajímatel poskytne 50% slevu, zbylou polovinu do-

Tržby nájemců obchodních center

- polovina firem zaznamenala v květnu propad tržeb o více než 50 % ve srovnání s loňským květnem
- 33 % nájemců nemělo možnost prodávat své zboží online prostřednictvím vlastního e-shopu, nebo online tržiště apod.
 - 40% firem plánuje vybudovat vlastní e-shop do konce roku 2020
- 30 % firem s vlastním e-shopem očekává nárůst tržeb o více než 25% do konce roku 2020

Předpoklad změn tržeb meziročně 2020/2019



platí stát, pokud pronajímatel poskytne slevu ve výši 30 %, stát přispěje 30 % a na nájemce zbude 40 %, které si může rozložit do splátek po dobu čtyř let,“ vysvětlil Václav Hrbek.

Retailová asociace navrhuje na základě průzkumu mezi svými členy upravit stávající vládní program nebo připravit vládní program Covid Nájemné 2, který by zahrnul i provozovny, na které při prvním schvalování programu nebyl brán zřetel. Z ankety mezi členy asociace dále vyplynulo, že dvě třetiny firem zvažují v roce 2020 v obchodních centrech uzavřít některé své prodejny. Nájemci se v obchodních centrech aktuálně potýkají s výrazným poklesem návštěvnosti svých provozoven. A 4 z 10 firem zaznamenaly v květnu až 50% propad návštěvnosti ve srovnání se stejným obdobím loňského roku a polovina firem pocítila v květnu propad tržeb o více než 50 %. Již 40 % firem během dubna a května propustilo téměř čtvrtinu svých za-

městnanců a pětina firem plánuje další propouštění do konce roku 2020. Třetina oslovených firem neměla v době krize možnost prodávat své zboží v rámci e-commerce.

Retailová asociace sdružuje české i zahraniční společnosti z oblasti maloobchodu. Asociace vznikla v reakci na koronavirovou pandemii s cílem sdílet maloobchodní zkušenosti mezi jednotlivými členy s vidinou překonání aktuální ekonomické krize. Asociace dále plánuje vyjadřovat se a zapojovat do navrhování legislativních a hospodářských opatření České republiky vztahujících se k retailu. Retailová asociace má nyní přes stovku členů, mezi které patří Alpine Pro, A3 Sport, Albi, Butlers, Crocodile, Electro World, Esprit, Fruitissimo, Gant, Grand Optical, Helly Hansen, Inexad (Lewin, Ham-lays), iStyle, Lindex, Neoluxor, Nutrend, Oxalis, Pierre Cardin, Rock Point, Steilmann, s.Oliver, Tchibo, UGO, Vermont a další. (tz)

Český export bude pro svůj restart potřebovat výraznou podporu od státních institucí

Svaz průmyslu a dopravy ČR vyzývá k ještě aktivnější proexportní politice státu. Ačkoliv je Česko jako exportní ekonomika výrazně závislé na ekonomické kondici zemí svých odběratelů, stát může aktivně přispět k zotavení vývozních firem. Exportérům při hledání nových odběratelů pomůže rychlá obnova podnikatelských misí, podpora účasti českých podniků na zahraničních veletrzích i rozšíření portfolia služeb institucí, které exportérům zajišťují státní finanční a institucionální podporu.

Export živí českou ekonomiku, jeho poměr vůči HDP dosahuje 80 %. V dubnu se po mnoha letech růstu rekordně propadl. Zatímco v březnu klesl vývoz českých firem do 50 nejvýznamnějších exportních destinací v přeshraničním pojetí meziročně o více než 10 %, v dubnu 2020 se propadl o 35 %. Z klíčových zemí pro české exportéry nejvíce poklesl export do Francie, Indie, Jižní Afriky, Maroka, Norska, Portugalska a Španělska, kde se propadl o více než polovinu.

„Dobře si uvědomujeme, že otevřenou českou ekonomiku můžeme zachraňovat zevnitř České republiky jen v omezené míře. Až se zotaví Evropa jako celek a státy začnou zase kupovat naše auta, stroje a další produkty, zvedneme se i my. Neznamená to ale, že bychom měli čekat se založenými rukama,“ řekl Radek Špicar, viceprezident Svazu průmyslu a dopravy ČR.

Svaz průmyslu už dlouho upozorňuje na velkou závislost na vývozu do Evropské unie. Přes 79 % českého vývozu putuje do zemí EU27. S Velkou Británií je to dokonce více než 90 %. Průmyslové svazy v Německu, Rakousku a na Slovensku očekávají, že se jejich ekonomiky začnou vracet k předkrizovým úrovním až v letech 2021 a 2022. Stejně to vidí evropská průmyslová konfederace BusinessEurope i u dalších hlavních exportních trhů pro české firmy. Nejpomaleji se k normálu bude vracet Velká Británie.

„Měli bychom současně situace využít a snažit se snížit naši závislost na EU. Zatím se

nám to moc nedaří. Exportérům by v tom měly pomoci státní instituce. Potřebujeme se více rozkročit, najít nová odbytiště pro své výrobky a úspěšně vyvážet třeba i do severní Ameriky, jihovýchodní Asie a na další trhy,“ komentoval Radek Špicar.

Z průzkumu Svazu průmyslu vyplývá, že se do ekonomických problémů bude postupně dostávat stále více exportně orientovaných firem. Stát by se měl na podporu vývozců více zaměřit a rozšířit paletu specifických nástrojů podpory exportu.

„Jakmile to situace dovolí, vrcholní státní činitelé by se měli co nejdříve opět rozjet společně s podnikateli na zahraniční cesty a stát by měl ještě více podpořit účast firem na mezinárodních výstavách a veletrzích. Podniky také potřebují rozšíření portfolia služeb od institucí zajišťujících státní finanční a institucionální podporu exportérům,“ vysvětlil Radek Špicar.

Doporučená opatření pro maximální podporu exportně orientovaných firem

■ **Obnova podnikatelských misí** – v první fázi do zemí, které se úspěšně vypořádaly s nemocí covid-19, např. Čína, Vietnam, Jordánsko a vybrané evropské země.

■ **Podpora účasti firem na mezinárodních výstavách a veletrzích** – finanční prostředky vy-

hrazené pro rok 2020 využít na podporu v druhé polovině roku nebo přesunout na rok 2021.

■ **Umožnit konání Mezinárodního strojírenského veletrhu** – veletrh bude důležitým impulzem k dalšímu oživení průmyslové aktivity.

■ **Navýšit kapacity zahraniční ekonomické sítě** – otevření nových zastoupení v Texasu, Africe, Latinské Americe nebo jihovýchodní Asii.

■ **Vyšší institucionální a finanční podpora státu** – rozšíření portfolia služeb institucí zajišťujících státní finanční a institucionální podporu exportérům.

Svaz průmyslu chválí dosavadní zavedenou pomoc

■ **Rekonstrukční balíček MZV pro české firmy** – navýšení celkové dotace MZV na podporu exportu z 200 milionů Kč v roce 2021 na cílovou částku 300 milionů Kč v roce 2023.

■ **Tzv. Balíček pro exportéry od EGAP** – přednostní vyřízení žádostí firem, které hledají nové odběratele kvůli epidemii. Výrazně snížil poplatky za pojištění nových rizik, zkrátal dobu k uznání pojistného plnění, žádosti lze podávat online, pojištění je dostupné i pro MSP, a to pro pohledávky již od 100 000 Kč.

■ **Konzultace a poradenství zavedla agentura CzechTrade zdarma** – zástupci CzechTrade poskytují od začátku krize konzultace a poradenství pro exportéry zdarma. Nyní je agentura prodlužuje až do konce roku 2020. „Jelikož je naše ekonomika silně orientovaná na export, tak první logickou reakcí na krizi bylo stoprocentní zvýšení dotací na služby naší zahraniční sítě. Snažíme se co nejvíce přispět k restartu zahraničního obchodu,“ potvrdil generální ředitel agentury CzechTrade Radomil Doležal.

Akce E-Meet 2020 letos částečně nahradila tradiční jednání s ekonomickými diplomaty pořádané od roku 2002 Svazem průmyslu a dopravy ČR. Během každoroční dvoudenní akce konzultovalo své obchodní příležitosti v zahraničí přes 400 zástupců firem. Letos kvůli pandemii nemoci covid-19 akce nemohla uskutečnit poprvé po osmnácti letech. Do E-Meet 2020, kterou uspořádal CzechTrade ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu, Svazem průmyslu a dopravy ČR a AMSP ČR, se tentokrát zapojilo 253 firem, které online jednaly s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade. Virtuální komunikace se stala v uplynulých týdnech naprosto běžnou, pro obchodní vztahy speciálně v zahraničí je to ale pouze nouzová alternativa.

„Děkujeme centrále CzechTrade a ředitelům jejich zahraničních kanceláří, že se flexibilně ujali organizace akce E-Meet 2020. Osobní setkávání je však pro budování obchodních vztahů nenahraditelné. Těšíme se, že exportéři budou mít možnost v příštím roce opět vše vyřídít osobně a akce proběhne v plném rozsahu,“ uzavřel Radek Špicar. (tz)

Vyberte vítěze 12. kola ekologické soutěže E.ON ENERGY GLOBE

Přesně 16. června 2020 odstartovalo hlasování o vítězích 12. kola ekologické soutěže E.ON ENERGY GLOBE. Bylo slavnostně představeno deset finálových projektů v pěti kategoriích a o tom, kdo vyhraje, rozhodne veřejnost formou online hlasování. Do soutěže bylo přihlášeno více než 300 ekoprojektů a za dvanáct let fungování soutěže už Češi nominovali téměř 3000 projektů.

E.ON ENERGY GLOBE

OCENĚNÍ ZA ÚSPORY, EKOLOGII A INOVACE



V letošním roce se soutěží v pěti hlavních kategoriích, Firma, Produkt, Obec, Stavba, Vzdělání, a navíc také Čistý vzduch. Z nich vzejde celkový vítěz soutěže, který se pak bude moci zúčastnit světového finále. Odborná porota vybrala dva nejlepší počiny zaměřené na úsporu energií a ochranu přírody v každé z hlavních kategorií. Jednomu ze dvou nominovaných projektů mohou nyní lidé poslat svůj hlas. Celkového vítěze soutěže letos vybere stejně jako v loňském roce široká veřejnost. Hlasování potrvá až do konce září.

Představujeme vám dvojice nominovaných projektů v každé z kategorií i jejich reprezentanty.

■ Kategorie Firma

Unikátní výroba biometanu v Rapotíně

Předkladatelem je skupina Energy financial group a.s., která se dlouhodobě věnuje investicím do energeticky šetrných a ekologických projektů využívajících obnovitelné zdroje ener-

gie a druhotné suroviny. Společnost EFG vyrábí v obci Rapotín biometan čili zemní plyn z biologicky rozložitelných odpadů. Jde o první projekt tohoto druhu v Česku, při němž je biometan dodáván přímo do plynové distribuční sítě. Zařízení proměňuje biologický odpad na energii a palivo, které může využít každá domácnost. Bioplynová stanice v Rapotíně je v provozu pět let a ročně může zpracovat 30 000 tun biologického odpadu.

Ekologická výroba bylinných čajů a směsí

Předkladatelem projektu je společnost Sonnenator s.r.o., která patří k průkopníkům nejen ve výrobě koření a bylinných čajů, ale také v oblasti trvale udržitelného podnikání. Společnost Sonnenator z moravských Čekovic lze označit za ekologickou firmu. Odebírá zelenou energii, provozuje solární elektrárnu a používá firemní flotilu elektromobilů a vozů na CNG. Ve svém provozu firma zavedla bezodpadové zpracování bylin, kdy veškerý nevyužitelný bylinný prach lisuje do pelet, kterými je pak výrobní areál vytápěn. Na střeše výrobní haly je instalována so-

lární elektrárna, která poskytuje 7 % elektrické spotřeby firmy.

■ Kategorie Obec

Trvale udržitelný rozvoj malé obce Hostětín

Předkladatelem projektu je obec Hostětín, která aktivně využívá místních zdrojů a obnovitelných energetických surovin. Fungují zde tři fotovoltaické elektrárny, přičemž většina solárních panelů je umístěna na stávajících budovách – hlavně na střeše moštárny a několika rodinných domech. Součástí obce je i výtopna na dřevní štěpku. O čištění odpadních vod se stará kořenová čistíčka. Obec disponuje moderním veřejným osvětlením, které zamezuje produkci škodlivého světelného smogu.

Progresivní sběr odpadů v hlavním městě Praha

Předkladatelem je hlavní město Praha, které klade v posledních letech stále větší důraz na sběr a třídění odpadů. V rámci systému nakládání s komunálním odpadem zkouší v pilotních projektech nové typy třídění odpadu – tzv. vícekomoditní sběr kovů, plastů a tetrapakových obalů, které jsou dále tříděny. V dalším pilotním projektu systém rozšiřuje o další tříděnou složku – gastroodpad. Inovativním řešením sběru obtížných typů odpadů se Praha stává vzorem pro další města.

■ Kategorie Produkt

Přírodní opalovací kosmetika

Předkladatelem je společnost AMAZINC! s.r.o. Za vznikem projektu Amazinc! stála myšlenka vytvořit moderní opalovací kosmetiku, která

respektuje životní prostředí a zároveň účinně chrání před vlivy počasí. Všechny produkty této značky se skládají pouze z přírodních látek bez použití ropných a jiných syntetických složek, které běžně užívaná kosmetika obsahuje. Ekologický je navíc nejen obsah všech produktů, ale i jejich plně recyklovatelný obal.

■ Celorepubliková síť opraváři a servisů

Předkladatelem je společnost Opravárna s.r.o. Její projekt Opravárna je momentálně největší opravárenskou sítí v České republice. Aktuálně sdružuje 1630 opraváři a servisů. Ti dokážou zákazníkovi pomoci třeba s prasklým displejem na mobilu, rozbitým vysavačem, ale také s renovací nábytku či opravami hraček nebo oblečení. Opravárna funguje prostřednictvím přehledného webu na adrese www.opravarna.cz.

■ Kategorie Stavba

Veřejná kulturní polyfunkční budova

Předkladatelem je město Chlumec nad Cidlinou a jde o stavbu na Klicperově náměstí v Chlumu nad Cidlinou, která je příkladem komunitního projektu využívajícího moderní technologie ve prospěch místních obyvatel. Budova je bezbariérová, nízkoenergetická a veřejně prospěšná nejen pro obyvatele města, ale pro celý region Chlumecko. V jejích prostorách se nacházejí učebny a sál místní základní umělecké školy, studovna, turistické informační centrum i regionální knihovna.

Moderní klinika budoucnosti

Předkladatelem je Fakultní nemocnice Olomouc a jde o novostavbu II. interní kliniky - gastroenterologické a geriatrické Fakultní nemocnice Olomouc, která je první nemocniční stav-



Pohled na finalisty 12. kola soutěže E.ON ENERGY GLOBE

bou v České republice, která splňuje standardy pasivní budovy. V budově s pěti nadzemními a jedním podzemním podlažím našla sídlo špičková zdravotnická pracoviště. V objektu jsou i speciálně upravené pokoje pro hendikepované pacienty. Díky jejímu konstrukčnímu řešení lze měnit vnitřní uspořádání podle aktuální potřeby a vývoje ve zdravotnictví.

■ Kategorie Vzdělávání

Online kurz Klimatická změna

Předkladatelem je nadace Člověk v tísni – Vzdělávací program Varianty. Jde o první online kurz o klimatické změně z dílny Člověka v tísni, jenž je určen jak pro pedagogy, tak pro každého zájemce s přístupem k internetu. Kurz

Klimatická změna je primárně cílen na učitele 2. stupně základních škol a středních škol. Součástí kurzu jsou rovněž interaktivní a testové části, díky nimž je možné složité téma klimatické změny předat žákům srozumitelnou a atraktivní formou.

Edukační projekt Voda na 100 způsobů

Předkladatelem je Masarykova základní škola a mateřská škola Melč, okres Opava, příspěvková organizace. Projekt Voda na 100 způsobů, který doslova vytvořily děti pro děti, se zabývá osvětou a hospodárným využitím vody. Nezaměřuje se přitom pouze na tuzemsko, ale již dnes má významný mezinárodní přesah. Díky tomu se jeho účastníci učí šetřit vodou v celé Evropě. Program Voda na 100 způsobů v sobě

skrývá řadu aktivit, včetně kampaně, jak šetřit vodou, s cílem pomoci hospodárně a šetrně využívat vodní zdroje.

■ Projekt Čistý vzduch

Podpora zelených střech v Brně

Předkladatelem je Statutární město Brno. Zelené střechy mají pozitivní vliv na lokální klima ve městech, pomáhají zadržovat vodu a také přispívají k čistšímu ovzduší. V Brně se proto snaží majitelé domů motivovat k jejich stavbě. Město v roce 2019 spustilo dotační program, na který vyčlenilo v posledních dvou letech vždy 19 milionů korun. Loni tak na území města vzniklo 22 nových zelených střech. Letos se již podařilo dokončit 26 projektů. Zelené střechy

ovlivňují snižování emisí CO₂ a snižování dopadů klimatických změn.

Ekologický zdroj energie v Plané nad Lužnicí

Předkladatelem je společnost C-Energy Planá s.r.o. Moderní energetický zdroj nahradil ve městě Planá nad Lužnicí původní teplárnu. Na tuzemské poměry unikátní technologie umožňuje s vysokou účinností vyrábět elektřinu a teplo, navíc je doplněna o solární elektrárnu a baterii o výkonu 4 MW. Technologie obsahuje celkem šest kogeneračních jednotek, které doplňuje bateriové úložiště elektřiny a fotovoltaická elektrárna.

připravil Jiří Novotný
www.energyglobe.cz



Kategorie Firma, vlevo Tomáš Voltr, výkonný ředitel EFG a. s. (Unikátní výroba biometanu v Rapotíně), vpravo Zdeněk Chocholáček, prokurista Sonentor s. r. o. (Výroba koření a bylinných čajů)



Kategorie Obec, vlevo Jaroslav Boleček, starosta Hoštětína (Trvale udržitelný rozvoj obce Hoštětín), vpravo Radim Polák, vedoucí odd. Odpadů hl. m. Prahy (Progresivní sběr odpadů)



Kategorie Produkt, vlevo Jan Kostelník, jednatel spol. AMAZINC! s. r. o. (Přírodní opalovací kosmetika), vpravo Jan Charvát, ředitel společnosti Opravárna s. r. o. (Celorepubliková síť servisů a opravářů)



Kategorie Stavba, vlevo ing. arch. Adam Rujbr, autor projektu (Moderní klinika budoucnosti FN Olomouc), vpravo Miroslav Uchytel, starosta Chlumce nad Cidlinou (Veřejná kulturní polyfunkční budova)



Kategorie Vzdělávání, vlevo Veronika Ambroziová, metodička vzdělávání nadace Člověk v tísni (Online kurz Klimatická změna), vpravo Ivana Pískovská, autorka a koordinátorka projektu (Voda na 100 způsobů)



Kategorie Čistý vzduch, vlevo Libor Doležal, generální ředitel C-Energy Planá s. r. o. (Ekologický zdroj energie v Plané nad Lužnicí), vpravo Martin Košťál, ved. odd. MP Odboru Životního prostředí Magistrátu města Brna (Podpora zelených střech v Brně)

Pandemie urychlila náš přesun k digitálu: jak musí tuto situaci firmy zvládnout, aby jim neujel vlak?

Nic neurychlí společenský vývoj tak jako pandemie. Nedávná minulost nám to dobře ukázala. Příběh 21. století byl až dosud sledem postupných změn směrem k digitální budoucnosti. Ale covid-19 tento proces urychlil více než cokoli jiného. Letos došlo ke stejnému, ne-li většímu, zhodnocení digitálních značek a hodnot než jejich nedigitálních konkurentů.

„Ke změnám vyvolaným pandemií patří zrychlení trendu, na němž se pracuje už více než dvě desetiletí. Dá se formulovat následovně: pokud to dokážu dělat virtuálně, mám budoucnost. Tento myšlenkový proces se doposud vyvíjel díky technologickým a kulturním změnám, ale nyní je všeobecně přijatelný jako nezbytnost,“ řekl Baiju Shah, ředitel Accenture Interactive pro strategii. „Například nedávná série koncertů Travisu Scotta ve virtuálním prostředí hry Fortnite přilákala přes 27,7 miliónu lidí. To může být reálný prototyp budoucí podoby interaktivní koncertní akce,“ sdělil Radek Dráb, který vede Accenture Interactive v České republice a regionu střední Evropy. Firmy na celém světě dokazují, jak je důležité plánování a přizpůsobivost. Například v Číně společnosti ZTE a Remote Telecoms navrhly systém využívající 5G, který umožňuje vzdálené konzultace a diagnózy covid-19. I další společnosti ukázaly, jak se přizpůsobit vyvíjejícím se podmínkám. V polovině března prudce vzrostlo (o 30 %) využívání internetu v uzavřené Itálii. Nemělo by tedy být překvapením, že stoupala sledovanost filmů Disney a Universal, kteří vydávají své filmy v předstihu na digitálních platformách, fitness instruktorů využívajících Instagram a další online streamingové služby a přednášek univerzit od Harvardu po Innsbruck, které probíhaly virtuálně.

„Na druhé straně nedostatky v plánování některé sektory ochromily. Pro retail se stala



foto Pixabay

problémem především kapacitní omezení, která měla největší dopad pro lidi, kteří se nemohli dostat do supermarketu. Společnosti, které opakovaně odkládaly úplnou digitální transformaci a rozvoj e-commerce, tak nedokázaly plně vyhovět poptávce. Drobnou výhodou je, že tato lekce nás může lépe připravit na případnou další vlnu pandemie,“ podotkl Martin Šrůma z Accenture Česká republika.

Dalším zvratem, který právě probíhá, je změna našich hodnot a názorů. Logicky můžeme očekávat, že v odezvě na současnou digitální závislost vznikne zvýšená touha po něčem „skutečném“. V tomto smyslu bychom měli investovat do uspokojení poptávky po kultuře a zážitcích, jakmile krize pomine. Měli bychom však také zvážit, jak by naše současné chování mohlo přeformulovat představu o tom, co je „skutečné“. Příkladem je to, že jsme najednou daleko častěji sdíleli osobní zážitky na začátku pracovních konferencí. Může se stát, že pro nás budou mít větší hodnotu „virtuální“ zážitky, jako je virtuální umění nebo virtuální nakupování. „Kroky, které pomohou zajistit, aby byla firma při-

pravená na budoucnost, se dělí do dvou fází: toho, co je třeba udělat hned, a co, jakmile bude krize za námi. Obecně řečeno, měli bychom se snažit o maximální virtualizaci zkušeností a způsobů doručení, aniž bychom odepisovali ty reálné. Je třeba přemýšlet o nových zkušenostech a dimenzích, které nejsou vázány fyzickým omezením, a o tom, jak se mohou virtuální a fyzické zkušenosti navzájem doplňovat,“ vysvětlil Radek Dráb.

Co je třeba udělat teď

■ **Přesuňte kontakt se zákazníky online.** Využijte virtuální platformy k propojení zákazníků s odborníky, místy a událostmi v reálném životě. Přemýšlejte, jak budovat důvěru mezi lidmi, kteří se setkávají virtuálně.

■ **Plánujte, jak mají vypadat vaše produkty a služby, nyní i do budoucna.** Zapojte zákazníky a zaměstnance, aby pochopili, jak se vaše produkty a služby musely vyvíjet během odstávky i po ní. Stanovte, kde bude potřeba je ujistit,

že služba je spolehlivá a bezpečná. Zjistěte, jak zůstat v kontaktu se zákazníky, kteří se po odeznění krize nebudou muset vracet pravidelně.

■ **Zkuste zaujmout.** Přehodnoťte virtuální komunikaci, obchod a zkušenosti, které využívají sociální a jiné AR / VR / webové platformy v komunikaci i dodávce. Jak lze zprostředkovat smyslové aspekty nakupování v obchodech digitálně?

Co bude třeba dělat dál

■ **Přemýšlejte o tom, jak rozumíte spotřebitelům.** Tradiční demograficky zaměřené segmentační přístupy je třeba přehodnotit. Přední značky používají nové přístupy k segmentaci a spojují ji s human-centrickým výzkumem. Poskytují tak celistvější představu o růstovém potenciálu trhu a o tom, co si zákazníci myslí.

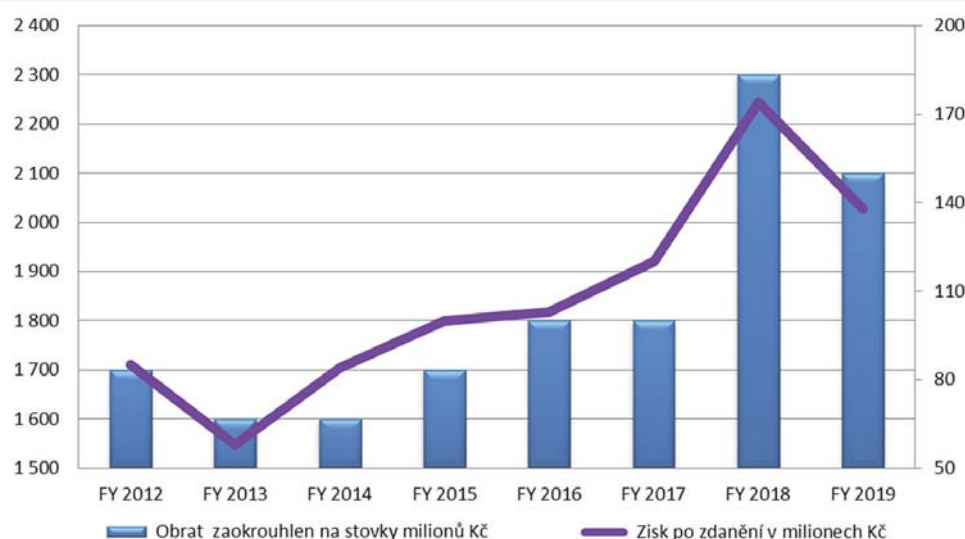
■ **Přehodnoťte zážitky.** Jednotlivci, rodiny i různé sociální skupiny jsou zdrojem tvůrčích inovací a mění zážitkové způsoby. Lidé na covidovou situaci reagovali kreativně. Pozorně sledujte probíhající změny a používejte je jako zdroj pro inovace produktů a zkušeností, které poskytnete.

■ **Připravte postcovidovou strategii.** Je třeba definovat obchodní strategii na dobu, kdy se zákazníci vrátí do hry, předvídat změny chování a hodnot. Přemýšlejte o tom, jakou roli může vaše značka a služba hrát, jestliže budou vévodit hodnoty jako transparentnost, zdraví a bezpečnost.

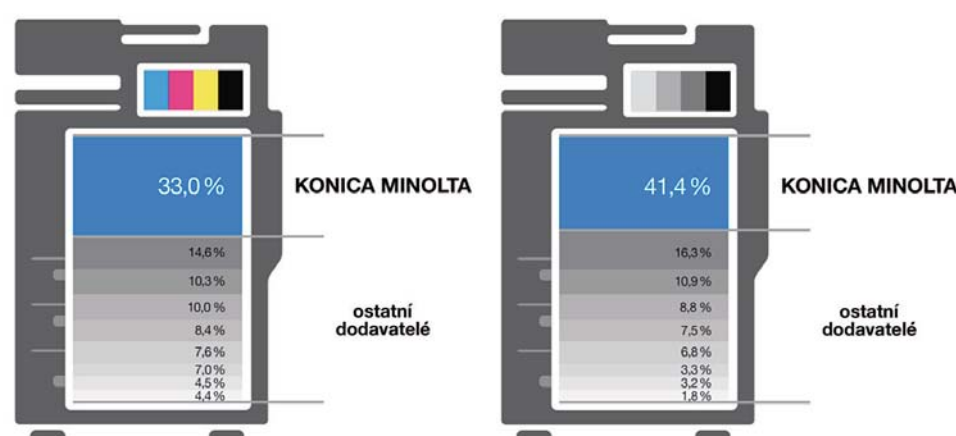
Podle psychologů trvá vytvoření nového zvyku pouhých 18 dní. To znamená, že svět, který se vynoří z této krize, se bude výrazně lišit. Vše svědčí pro virtuální budoucnost. Pandemie nás všechny otevřela novým způsobům, přijměme to. (tz)

Konica Minolta prospěl přechod na digitalizaci a IT služby

Vývoj hospodářských výsledků Konica Minolta v ČR (2012–2019)



Tržní podíly Konica Minolta v ČR za rok 2019



Skupina Konica Minolta vykázala za rok 2019 tržby ve výši 2,144 miliardy korun a zisk před zdaněním (EBIT) podle mezinárodních účetních standardů 138 miliónů korun. Přestože došlo k poklesu tržeb o 8 % a zisku o 21 %, navázala Konica Minolta na na mimořádný rok 2018 a dosáhla druhých nejlepších výsledků v historii českého zastoupení. Pomohlo jí k tomu především upevnění pozice v segmentu dodavatelů IT služeb, vývoj vlastních softwarových řešení a rozvoj nových technologií. Z 16 zemí střední a východní Evropy, kde Konica Minolta působí, jsou tržby na českém trhu druhé nejvyšší.

„Výsledky našeho hospodaření jsou dobrou zprávou zvláště v době, kdy všichni hovoří o nastupující celosvětové recesi a propouštění. V České republice jsme primárně obchodní společností a výkvy v poptávce se nám logicky nevyhnou. Z dnešního úhlu pohledu hodnotím rok 2019 jako splněný domácí úkol, který nám pomůže zvládnout nadcházející období,“ uvedl Pavel Čurda, generální ředitel Konica Minolta Business Solutions Czech s tím, že rok 2018 byl rekordní mimo jiné díky konsolidaci výsledků se společností Webcom.

Konica Minolta je v ČR dlouhodobě lídrem mezi dodavateli kancelářských tiskových řešení i produkčních tiskáren. V posledních letech však již překonala maximální prodejní potenciál v těchto segmentech. „Vloni jsme proto výrazně investovali do nových technologií. Vyvíjíme vlastní softwarová řešení z oblasti digitalizace a správy dat, rozvíjíme služby pro takzvané Inteligentní kanceláře nebo technologie pro videoanalýzu,“ informoval P. Čurda. Například

divize IT služeb se loni na výsledcích Konica Minolta podílela téměř z 30 %. Tržby v oblasti tzv. industriálního tisku se zvýšily čtyřnásobně a v segmentu kamerových systémů vzrostly na více než desetinásobek. Mezi nejvýznamnější zakázky roku 2019 patřila například řešení pro Českou spořitelnu, ČEZ, Raiffeisenbank, Letiště Praha nebo Unipetrol.

„Uzavření většiny kancelářských provozů v době nouzového stavu a navazující omezení se v budoucnu samozřejmě negativně projeví na našem hospodaření. Nicméně se ukazuje prozíravost transformace Konica Minolta z dodavatele tiskových řešení na poskytovatele IT služeb. Mateřský koncern změnil celofiremní strategii již před několika lety a investoval miliardy korun do akvizic a vývoje nových technologií. To je silný základ, z něhož budeme v příštích letech profitovat navzdory všem omezením,“ uzavřel Pavel Čurda.

V segmentu tiskových řešení drží Konica Minolta na českém trhu s výrazným odstupem první pozici. V loňském roce uvedla na trh celou novou řadu multifunkčních tiskových zařízení, což by ji mělo zajistit stabilní prodeje i v této tradiční oblasti. Model bizhub 250i se stal v roce 2019 podle společnosti Infosource vůbec nejúspěšnějším zařízením ve své kategorii.

Tržní podíly Konica Minolta v ČR dosáhly v případě černobílých produkčních strojů 66,7 % a v segmentu barevných digitálních produkčních strojů 61,8 %. Na trhu barevných kancelářských multifunkčních zařízení formátu A3 činil podíl společnosti 33 %. U černobílých multifunkčních přístrojů formátu A3 pak dosáhla Konica Minolta tržního podílu 41,4 %. Triadvacetiprocentní podíl trhu pak Konica Minolta drží v segmentech kancelářských multifunkčních tiskáren formátu A4. (tz)

Češi zůstávají věrní kamenným obchodům

První týdny po znovuotevření obchodních center ukazují, že jejich návštěvnost postupně roste. Hlavní motivací pro návrat je pro téměř 80 % zákazníků potřeba dokoupit věci, které si během karantény nemohli pořídit. Zhruba třetina lidí se v průběhu této doby zdržela nákupu zbytečného zboží, jako je oblečení nebo obuv, a vyčkávala na další vývoj situace.



Prodej potravin, drogerie i léků probíhal nepřetržitě, avšak ve zvýšené míře také v online prostředí. Je zřejmé, že dlouhotrvající nouzový stav měl potenciál výrazně ovlivnit nákupní zvyklosti českých domácností. A jaká je realita? To ukazují výsledky průzkumu společnosti CBRE, správce 10 obchodních center a 12 retailových parků v ČR, který proběhl přímo mezi zákazníky v průběhu měsíce května.

Někteří objevili nakupování online

Na 31 % zákazníků začalo během karantény využívat e-shopy poprvé a jejich zkušenost byla natolik pozitivní, že tak chtějí pokračovat i nadále. „V nakupování přes internet dlouhodobě vítězí elektronika, kterou si takto pořizují dvě třetiny zákazníků. Ani situace během posledních dvou měsíců to nijak neovlivnila. Dále z průzkumu vyplývá, že přibližně každý čtvrtý zákazník, který byl zvyklý nakupovat zboží, které neslouží k uspokojení základních lidských potřeb (např. oblečení, obuv, hry apod.), v ka-

menných obchodech, využil v době karantény nabídky e-shopů,“ řekla Klára Bejblová, vedoucí výzkumu retailového sektoru v CBRE, a dodala: Avšak největší nárůst objednávek v online prostředí patří potravinám a nápojům. I když se značná část zákazníků vrátí s koncem karantény zpět do kamenných prodejen, podíl nakupování přes internet se trvale zvýší. Nakupovat potraviny online plánuje v budoucnu každý čtvrtý zákazník.“

Zákazník vyžaduje osobní zkušenost

Navzdory rostoucí oblibě online nakupování si klasické prodejny zachovávají své nezastupitelné místo. Zákazníci chtějí mít z nakupování zážitek a ani v postkoronavirové době se na tom nic nezmění. „V případě, že si lidé budou moci vybrat mezi návštěvou obchodního centra a online nakupováním, pouze 10 % dotazovaných se omezí jen na druhou možnost. Celkem 76 % respondentů v průzkumu uvedlo, že chce pokračovat v pravidelných nákupech v běžných pro-

dejnách. Do obchodních center je v 77 % nalákají slevy. Lidé neplánují výrazně měnit ani své návyky v oblasti zábavy, gastronomie a služeb. Alespoň jednou měsíčně vyrazí do obchodního centra kvůli návštěvě kina zhruba 25 % dotazovaných a nabídku stravovacích zařízení využije téměř 70 %,“ uvedla Klára Bejblová. Gastronomie je přitom u téměř 50 % respondentů třetím nejsilnějším důvodem pro návštěvu obchodního centra. U mužů, singles a mladých lidí ve věku od 18 do 25 let činí dokonce podíl 60 %.

„Český maloobchodní trh byl posledních pět let nebyvale výkonný, a i přes vysoký podíl e-commerce se mohl chlubit vysokými obraty. Z prvních týdnů po otevření center vidíme pozitivní trend a chuť zákazníků v kamenných obchodech nakupovat. Je zřejmé, že v postkoronavirové éře se obchodní centra budou muset ještě více zaměřit na bezpečnostní a hygienická opatření, ale o pozornost zákazníků se obávat nemusí,“ uzavřel Tomáš Míček, vedoucí správy obchodních center CBRE. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Svedu to na tebe

Lucie Šilhová

motto V posteli Šípková Růženka, ve společnosti Popelka a v kuchyni Bětuška s hrncem, co sám vaří kaši. To je můj recept na šťastný život. Můj muž to však vidí jinak. Do postele chce kurtizánu, do společnosti dámu a do kuchyně hospodyňku. Ale proč mu nedopřát místo tří žen rovnou třeba osm? Vždyť každá z nás je báječná. Jen si o nich přectěte a uvidíte, že by byla škoda některou vynechat.

Koruna Evropy

Jaromír Zaoral

C P R E S S Slavní horolezci zdolávají nejvyšší hory všech kontinentů. Dobrodruh Jaroslav Zaoral vyzval 45 nejvyšších vrcholů Evropy. Pokořil je za 361 dní a vytvořil světový rekord, ale především si odnesl nezapomenutelné zážitky. Kde mají nejlepší vrcholové pivo? Jak se stoupá na horu se smetákem? Inspirujte se zážitky, které doprovázejí úchvatné fotografie i rozhovory s českými lezci, jako je Radek Jaroš nebo Adam Ondra!

Do ruky

Daniela Turecká

C P R E S S Připravte se na 50 vymazlených receptů, které vám ukážou, že pod pojmem streetfood se skrývá víc než olejem nasáklé langoše. I na ulici se dá jíst na úrovni! Stačí k tomu špetka experimentu, kvalitní ingredience a odvaha pořádně se do toho zakousnout. Deset šťavnatých kapitol si pod patronát vzali pořádní chlapi – třeba Lukáš Hejlík, Ben Cristovao nebo Jan Gemrot.

Krizová kuchařka ze Svatojánu

Eva Francová

motto Jak vařit z omezených zdrojů v době krize? Jak si v domácích podmínkách vyrobit základní drogerii, kosmetiku, léčivé přípravky z bylin a další nezbytnosti? Nenechte nic náhodě a buďte soběstační! Recepty ze Svatojánu vás naučí chytře se uskromnit, udělat si rozumné zásoby, šetřit přírodu i vlastní kapsu a udržet si klidnou mysl.

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

Změňte své návyky, změňte svůj život

Marc Reklau

Jste nespokojeni se svým životem? Ptáte se, proč jiní mají všechno, a vy nic? Něco vám v životě chybí? Chcete být šťastní a úspěšní? Přestaňte své neúspěchy svádět na osud nebo na ostatní lidi. Svůj život totiž tvoříte jen vy sami. Všechno, co se kolem vás děje, je výsledkem vaší práce. Nečekejte na zázrak, protože ten stejně nepříjde. Vaše štěstí závisí na vás a na nikom jiném! Abyste byli šťastní, nemusíte vyhrát v loterii. Musíte být aktivní a začít jednat! To je ze všeho nejdůležitější.

V knize najdete osvědčené rady, triky a cvičení, jež mohou zásadně zlepšit váš život, pokud na sobě budete pracovat. Když budete cvičení v této knize provádět pravidelně a důsledně, váš život se bude měnit k lepšímu. Opravdu je to možné. Dokážete to! Zasloužíte si to!

www.grada.cz/zmente-sve-navyky-zmente-svuj-zivot-11297



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

Jak se fotografuje jídlo

Alena Hrbková

Přední profesionální fotografka jídla Alena Hrbková přináší první českou knihu o této disciplíně. Kniha je vytvořena pro všechny, kdo se zajímají o fotografování jídla, ať už v domácím využití (rodinné kuchařky, blogy), nebo i na cestě k profesionálním kvalitám. Najdete zde vše potřebné, od technického vybavení a všech praktických kroků až po vytváření atmosféry. Dokonale návodný manuál a umělecký zážitek v jednom!

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

Arval má nového obchodního ředitele

Společnost Arval, přední poskytovatel operativního leasingu k vozům pro firmy a soukromé motoristy, jmenovala do funkce obchodního ředitele Jiřího Havla. Ten dosud řídil lidské zdroje.

J. Černý řídí v Tesco právo

Právní oddělení společnosti Tesco pro střední Evropu bude nově řídit Jiří Černý (46). Zároveň se stane i členem výkonného vedení firmy. Přichází ze společnosti Microsoft, kde zodpovídal za řízení právních a korporátních záležitostí v České republice a na Slovensku.

RIXO.cz vede P. Krbec

V souvislosti s nedávným převzetím online pojišťovací služby RIXO.cz skupinou EMMA Capital došlo ke změně na pozici generálního ředitele. Generálního ředitele A. Žárského nahradil Pavel Krbec.

Z. Folwarczny nastoupil do BDO

Mezinárodní poradenská společnost BDO má novou posilu do expertního týmu daňových specialistů. Na pozici partnera nastoupil Zenon Folwarczny, uznávaný odborník na české i mezinárodní daně.

Sponzoring, charita, pomoc

Albert rozdával jídlo i peníze

S pandemií dopadly náročné časy na mnohé rodiny, dětské domovy či zdravotníky. Každý z nich řešil jiné problémy, ale dary v podobě jídla nebo finanční podpory jim usnadnily každodenní fungování. V průběhu krize rozdaly obchody Albert 130 000 porcí jídla potravinovým bankám, nemocnicím nebo do karanténních měst. Prostřednictvím Nadačního fondu Albert zase putovaly dva milióny korun do 73 dětských domovů a výchovných ústavů a do dalších 95 neziskových organizací. (tz)

Lego naší legislativy

Co přinesly dva roky s GDPR

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů neboli General Data Protection Regulation (GDPR) nabylo účinnosti 25. května 2018. Kolem tohoto data se zdálo, že nastává naprostá právní revoluce a „nezůstane kámen na kameni“. Dva roky účinnosti nařízení však ukázaly klidnější vývoj. Pozitivem nové právní úpravy je, že si spotřebitelé, tedy subjekty údajů, více uvědomují své právo rozhodovat o tom, co se s jejich údaji děje. Tuto skutečnost lze přičíst řadě informačních kampaní realizovaných právě v souvislosti s GDPR. „V rámci naší poradenské činnosti a služby VašeStížnosti.cz pozorujeme na straně spotřebitelů větší přehled o právech spojených s osobními údaji. To se projevuje například tím, že si spotřebitelé hlídají, zda podnikatel při ukončení smluvního vztahu vymaže také jejich údaje,“ uvedla Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Rovněž řada obchodníků vnímá, že je osobním údajům nutné věnovat větší pozornost, ačkoliv se to ne vždy povede. Stále je poměrně častým problémem nedostatečné oddělení souhlasu ze zpracováním údajů pro marketingové účely od ostatních informací, což je jeden z požadavků GDPR zpřehledňujících informace pro spotřebitele. Vyjasnění právní situace obecně určitě napomohlo přijetí zákona o zpracování osobních údajů, který na národní úrovni dořešil některé otázky, byť se tak stalo s téměř ročním zpožděním po účinnosti samotného GDPR.

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů nově umožnilo spotřebitelským organizacím podat za subjekt údajů stížnost k dozorovým úřadům. Organizace dTest tuto možnost spolu s dalšími evropskými organizacemi na konci roku 2018 využila a podala stížnost na Google kvůli zpracování údajů o poloze. Ani po roce a půl bohužel stále nepadlo rozhodnutí a situace nebyla napravena. „Pro účinnou ochranu osobních údajů spotřebitelů v EU je nezbytné, aby byly podobné případy řešeny rychle a srozumitelně. Právě zde je podle našich zkušeností velký prostor ke zlepšení,“ uzavřela Eduarda Hekšová. (tz)

Exportéři a jejich situace na trhu

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR realizuje v tomto roce svůj hlavní projekt zaměřený na podporu drobného podnikání – Rok malého podnikání 2020. Ten má hlavní dvě cílové skupiny: živnostníky a malé firmy. Druhý nezávislý průzkum agentury IPSOS pro tento projekt AMSP ČR přináší výsledky z oblasti názorů podnikatelů na dopady covid-19 na české malé a střední exportéry, kde sběr dat se uskutečnil v červnu 2020 a zúčastnilo se jej 301 exportérů. Největší podíl respondentů (38 %) byl ze zpracovatelského průmyslu. Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, jak exportéři pohlížejí na situaci kolem covid-19 a jak vnímají roli státu.

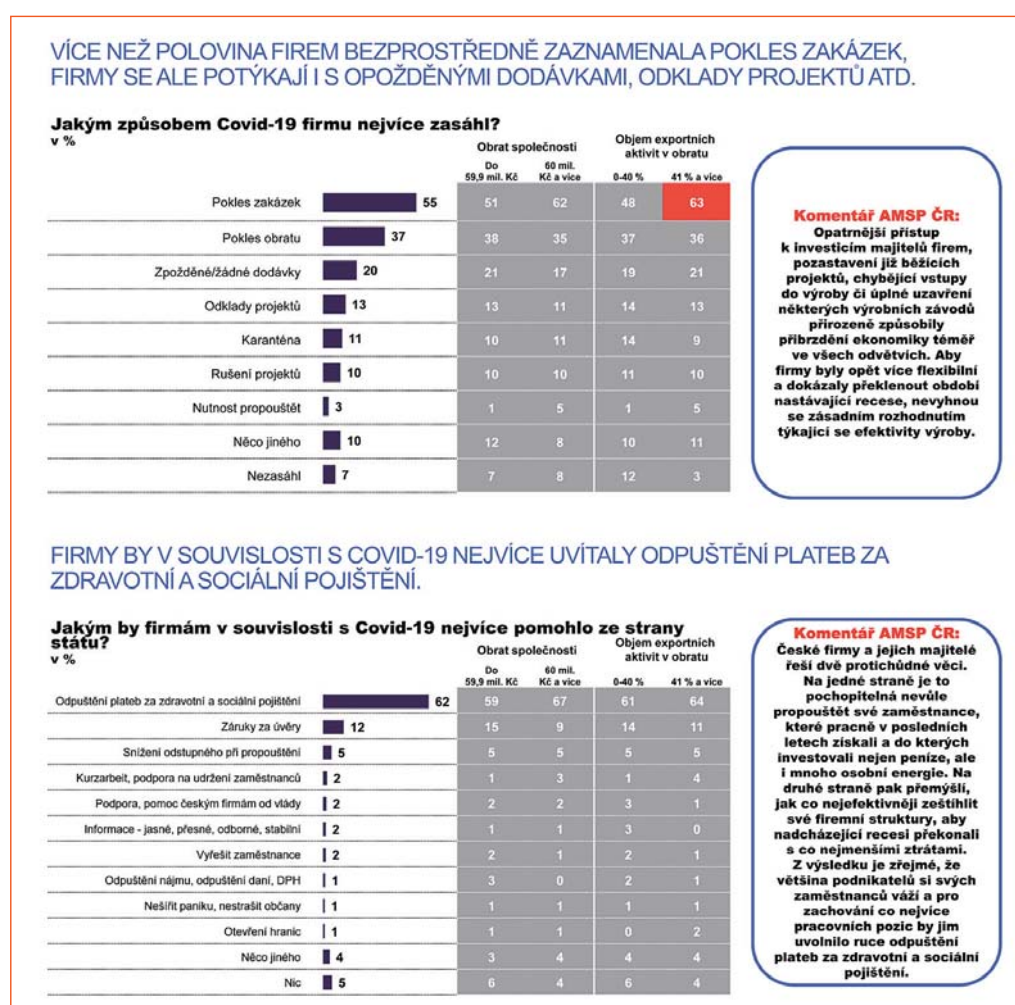
„Pandemie covid-19 působí jako katalyzátor změn v mezinárodním obchodu. Opatření na podporu firem se v první fázi zaměřila především na situaci v ČR, paralelně s tím bylo nutné se zaměřit i na podporu našich firem v zahraničí a udržení exportní orientace. Mezi okamžitá opatření tak patřilo promptní přenastavení systému a obsahu služeb agentury CzechTrade a jejich zahraničních kanceláří. Služby se proto až do odvolání poskytují bezplatně, což vedlo k obrovskému nárůstu poptávky. Krátkodobá a střednědobá opatření se zaměřují především na rychlý restart a obnovení obchodních vazeb v teritoriích. Současně situaci se také operativně přizpůsobují plánované akce tak, aby se pokud možno nerušily, ale uskutečnily se jinou formou nebo ve druhém pololetí,“ řekl vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček.

Šedem z deseti exportérů zaznamenalo bezprostředně negativní dopad na vývoz díky situaci kolem covid-19. Průměrně šlo o propad kolem 50 %. Covid-19 silně omezil export českých firem. Nemožnost cestovat, uzavření výrobních závodů zahraničních odběratelů a mnoho dalších faktorů se podepsalo na poklesu exportu o více než 70 %. Pro českou otevřenou proexportní ekonomiku je tento výsledek zcela zásadní. U firem, které zaznamenaly pokles, šlo průměrně o 50 % exportu.

Evžen Reitschläger, místopředseda představenstva AMSP ČR s gescí za export k tomu uvedl: „Vyšší diverzifikace zákaznického portfolia u firem s většími tržbami snížila procentuálně vyjádřený pokles. I tak ale jde o dramatický a nepřehlédnutelný zásah do podnikatelských aktivit. Tématem k zamyšlení je čas a likvidita firem. Jak dlouho může tato situace trvat, resp. za jak dlouho může nastat obrat v podobě postupného nárůstu a jak dlouho si můžou firmy dovolit tuto situaci financovat ze svých rezerv.“

Více než polovina firem se bezprostředně potýkala s poklesem zakázek. Problémem bývá i zpožděné dodávky ze strany dodavatelů nebo odklady projektů. Pouze 7 % firem uvedlo, že je covid-19 nijak nezasáhl. Opatrnější přístup k investicím majitelů firem, pozastavení již běžících projektů, chybějící vstupy do výroby či úplné uzavření některých výrobních závodů přirozeně způsobily přibrzdění ekonomiky téměř ve všech odvětvích. Aby firmy byly opět více flexibilní a dokázaly překlenout období nastávající recese, nevyhnou se zásadním rozhodnutím týkající se efektivity výroby.

Firmy by v souvislosti s covid-19 nejvíce uvítaly odpuštění plateb za zdravotní a sociální pojištění. České firmy a jejich majitelé řeší dvě protichůdné věci. Na jedné straně je to pochopitelná nevěle propouštět své zaměstnance, které



pracně v posledních letech získali a do kterých investovali nejen peníze, ale i mnoho osobní energie. Na druhé straně pak přemýšlejí, jak co neefektivněji zeštíhlit své firemní struktury, aby nadcházející recesi překonali s co nejmenšími ztrátami. Z výsledku je zřejmé, že většina podnikatelů si svých zaměstnanců váží a pro zachování co nejvíce pracovních pozic by jim uvolnilo ruce odpuštění plateb za zdravotní a sociální pojištění.

Program Antivirus pro udržení zaměstnanosti využije nebo plánuje využít 47 % malých a středních exportérů. To, že české firmy čeká rozsáhlejší propouštění, je žhavým tématem nejen v podnikatelských, ale i v politických kruzích. Mnoho firem působících zejména v cestovním ruchu a pohostinství již čerpá podpůrné programy pro zachování pracovních míst. Jedním z nejkritičtějších období bude zřejmě podzim letošního roku, kdy mnoha zejména průmyslovým firmám dojde zakázková náplň předchozích období. Objem nových objednávek spolu s případnými dalšími podpůrnými nástroji státu budou klíčovými faktory z pohledu udržení pracovních míst a zaměstnanosti.

Pavla Břečková, místopředsedkyně představenstva AMSP ČR k programu Antivirus sdělila: „Namísto PR a deklarací o pomáhání s udržení zaměstnanosti by bylo užitečné, kdyby se vláda odhodlala k pomoci skutečné a Antivirus posílila. Nyní firmy musí na náhradách mezd participovat ze 40 %, a to je při hrazení všech dalších fixních výdajů příliš velký zásah do cash-flow. Propouštění proto již začalo a udržení zaměstnanosti se nekoná. Český kurzarbeit je pro firmy drahý, a to se velmi negativně promítne do jejich pokrizové konkurenceschopnosti. Pro firmy i pro stát je dobře postavený kurzarbeit výhodný kvůli násobně rychlejšímu nábehu firem do provozu. Proč tedy vymýšlet kolo, když v okolních zemích funguje jasný model? Výsledkem nebude pro ČR úspora, ale ztráta.“

Podporu ze strany ČEB a EGAP v současném období hodnotí firmy neutrálně. Na 8 % vnímá podporu pozitivně, naopak 14 % negativně – většina nemá názor. Skutečnost, že EGAP a jeho služby znají spíše střední a velké firmy, není žádným překvapením. Většina MSP ví, že tyto instituce existují, ale během coronavirové pandemie jim nijak zásadně služby této instituce buď nepomohly, nebo je ani nepožadovaly. Výrazná většina exportérů vyváží především do zemí EU. Pro většinu českých MSP je trh EU natolik velký, že nemají potřebu překročit hranice členských států. Z průzkumu je zřejmé, že větší firmy mají přesah na vzdálenější a náročnější trhy. V mnoha případech je to způsobeno vysokými náklady na exportní aktivity na vzdálenějších trzích. Naše ekonomika je silně navázaná na Německo. Typickým rysem v této zemi je, že v době ekonomických problémů zcela zásadně stahuje „domů“ všechnu práci (zakázky), které má. Český trh bohužel musí čekat a doufat, že se německému tahounu začne dařit, jakkoli to zní nepopulárně. Firmy ale samozřejmě nesedí s rukama v klíně, vědí, že cesta je hledat nová odbytiště, na něž předtím nezbývala kapacita – typicky výrobní a personální. Problémem však je, že v průmyslu získat nový trh či zákazníka je záležitost, která trvá nějaký čas i v době prosperity.

Necelá třetina firem zvažuje vyšší míru zajištění plateb zahraničních zákazníků. Z průzkumu jednoznačně vyplývá, že pouze menší část firem uvažuje o vyšší míře zajištění plateb od zahraničních partnerů. Lze ale také vypozařovat, že platební morálka posledních let byla velmi vysoká a podnikatelé v mnoha případech o vyšším zajištění neuvažují.

David Formánek, člen představenstva Komerční banky (KB) zodpovědný za korporátní a investiční bankovníctví, dodal: „Pozitivním signálem je, že většina firem shledává měnové zajištění svých plateb jako dostatečné. Skutečný

dopad koronavirové pandemie do obchodů našich exportérů vidíme zejména v nemožnosti dokončit zakázky, dokončené zakázky expedovat či v požadavcích jejich odběratelů na prodloužení splatnosti faktur. Proto s klienty řešíme zajištění měnového rizika, prolongace stávajícího financování, příp. odkup exportních pohledávek tak, aby nedošlo k ohrožení jejich cash flow, a tím i stability. Z hlediska zajištění proti měnovému riziku evidujeme v prvních čtyřech měsících letošního roku téměř zdvojnásobení počtu zajišťovacích obchodů oproti stejnému období v roce 2019. Současná volatilita a nejistota ohledně budoucího vývoje kurzu koruny znamená pro firmy situaci, kdy by měly věnovat pozornost ošetřením měnových rizik.“

Většina firem se soustředí na udržení stávajících zahraničních partnerů, neobjevují se plány na opouštění exportních trhů. Je to přirozené a pochopitelné. Zajímavé je, že ne úplně malá část firem uvažuje o nových trzích. Koronavirová pandemie přepisuje dodavatelsko-odběratelské vztahy a zhruba třetina našich podnikatelů hledá nové trhy a nové možnosti.

We.trade, nová digitální blockchain platforma pro uzavírání transparentních obchodních kontraktů napřímo mezi firmami, za kterou stojí nejvýznamnější evropské banky a firmy, je v ČR úplnou novinkou. Přesto o tomto novém portálu má již povědomí 14 % exportérů.

Miroslav Holan, vedoucí rozvoje obchodní sítě ve Škoda Auto Česká republika, uvedl: „Evidujeme postupně se zvyšující zájem o nová vozidla přes všechny zákaznické skupiny. Tempo u firemních zákazníků je o něco pomalejší než u soukromých zákazníků, ale i tak jsme rádi za pozitivní signály z trhu.“

Polovina firem aktuálně plánuje investice do vývoje finálního nebo nového produktu. České firmy správně směřují své úsilí k vývoji finálního produktu po vzoru české strategie The Country For The Future. Tento postoj může otevřít dveře mnoha českým firmám na nové trhy. Investice do automatizace a robotizace a vůbec do technologií jako takových je naprosto přirozená věc. Rychle ale roste zájem o další vzdělávání zaměstnanců.

Jedna z pěti firem uvažuje o obnově vozového parku. Nejvíce preferovaný způsob nákupu je hotově, přímo do majetku firmy. Automobilový průmysl je diskutován z mnoha stran. Je až překvapivé, že přibližně 20 % českých firem má v plánu obměnit svůj vozový park. O to více je pak překvapivé, že až 40 % dotázaných uvažuje o nákupu v hotovosti.

Jan Pařízek, vedoucí fleetového prodeje a remarketingu společnosti Volkswagen Financial Services (VWFS), k výsledkům průzkumu poznamenal: „Malé a střední podniky jsou historicky zvyklé pořizovat vozový park za hotové. Mají dobrý pocit z toho, že vůz vlastní a dává jim to určitý pocit jistoty kontroly nákladů. Často se setkáváme s klienty, kteří nemají s jinou formou pořízení vozového parku žádnou zkušenost, a z toho důvodu se jí spíše obávají. V současné situaci klientům doporučujeme financování vozového parku formou operativního leasingu. V tomto případě klient neplatí žádnou počáteční splátku, a tím ušetřená finanční rezerva může sloužit pro krytí případné nenadálé události, jakou byla například pandemie covid-19. Leasingová splátka navíc zahrnuje i pojištění, servis a další služby. Firmy tak mají veškeré náklady plně pod kontrolou a nemusí se obávat nenadálých výdajů spojených s provozem vozidla nebo jeho opravami.“ (tz)

CzechTrade prodlužuje poskytování služeb zdarma až do konce roku

K restartu české ekonomiky přispívá i agentura CzechTrade, která začala své služby obrozem poskytovat zdarma a online.

„Na nestandardní situaci kolem covid-19 bylo nutné neodkladně zareagovat, abychom našim exportérům dokázali efektivně pomoci. Proto jsme plně přešli do online prostředí a téměř

ihned zavedli bezplatné služby. V současné době evidujeme 1020 zakázek, z nichž je již více než polovina zrealizovaná. Na základě vyhodnocení posledních měsíců a stále rostoucí poptávky jsme se rozhodli prodloužit poskytování stoprocentně dotovaných služeb až do konce letošního roku,“ řekl generální ředitel agentury CzechTrade Radomil Doležal. Ačkoli v dubnu Česká republika zaznamenala pokles exportu

o 40 %, ekonomika se opět začíná pomalu probouzet k životu. „Jelikož je silně orientovaná na export, tak první logickou reakcí na krizi bylo stoprocentní zvýšení dotací na služby naší zahraniční sítě. Snažíme se co nejvíce přispět k restartu zahraničního obchodu,“ potvrdil Radomil Doležal.

„Pandemická krize se v mnoha ohledech ukázala jako akcelerační nových trendů, které

přispěly zejména k digitalizaci obchodu a komunikace. V rámci E-Meet Export 2020 jsme připravili základní informace ke všem zahraničním teritoriím.

Účastníkům online konzultací jsou k dispozici na www.businessinfo.cz/emeet a pomohou jim s rychlou orientací v současné exportní situaci,“ nastínila Martina Tauberová, náměstkyně Ministerstva průmyslu a obchodu. (tz)