

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Česká manažerská asociace: máme vize, ale potřebujeme lídry



ČESKÁ MANAŽERSKÁ ASOCIACE
CZECH MANAGEMENT ASSOCIATION

Nedávná volba nového prezidenta České manažerské asociace s sebou přinesla několik otázek. Především tu, jakým způsobem se promění práce tohoto profesního uskupení, aby se stalo atraktivnější pro mladší generaci, která vidí svět v jiných souvislostech než její otcové. Tedy – do jakých projektů jít a koho zapojit, aby asociace ve větším měřítku zrcadlila potřeby současných šéfů a pomáhala zároveň ozřejmovat své vlastní poslání. Dát odpovídajícím způsobem najevo, že špičkoví manažeři jsou ti, kteří významným způsobem ovlivňují chod ekonomiky a celé společnosti, mají znalosti a zkušenosti, jimiž nelze plynout. Že jsou to ti, v jejichž činech se koncentruje excelentní praxe, jež může být inspirací pro ostatní, vodítkem, poučením. Vědět, jak na to, to je nenahraditelný koncentrát lidských dovedností, který je třeba respektovat a brát v úvahu. Proto jsem se prezidenta ČMA Ing. Petra Kazíka, Ph.D., zeptala:

Jste letitým členem asociace, máte manažerské zkušenosti jako předseda Hodnotitelské komise soutěže MANAŽER ROKU, podnikáte a praxi jste získal také z akademické sféry, protože působíte jako vysokoškolský pedagog. Uplatníte všechny tyto benefity v roli prezidenta ČMA?

Předpokládám, že ano. Rád bych se například zasadil o to, aby měla soutěž MANAŽER ROKU rostoucí prestiž, díky nominaci těch nejlepších manažerů, jejichž profesní dráha je nejen zajímavá, ale také poučná. Rád bych vedl asociaci k efektivnímu rozvoji členů, je to jedna z mých, již pokládám za velmi důležitou. No a třetím bodem, o který mi půjde, je rozvinout sdílení dobré praxe, což je a měla by být ještě zřetelnější náplň činnosti jednotlivých klubů. Své dosavadní zkušenosti i znalosti bych rád ve své nadchá-



Ing. Petr Kazík, Ph.D., prezident České manažerské asociace

zející práci aplikoval tak, aby vyústily k většímu zájmu o naši práci, povzbudily další zájemce o vstup do asociace.

Každý nový šéf má své vize, představy, sny. Jaké jsou ty vaše?

Mám tři a budu se snažit je naplnit. Největší vizí je navázat na odkaz velkého manažerského kongresu, který se v roce 1924 konal v Praze a zaštitily ho takové osobnosti, jako byl prezident naší země T. G. Masaryk nebo americký ministr průmyslu a budoucí prezident Herbert Hoover. Tehdy to bylo skutečně prestižní setkání šéfů někdejších firem, jež dalo ostatním státům vědět o vyspělosti českého managementu. My bychom to chtěli v moderním pojetí zkusit také, tedy uspořádat zde konferenci lídrů, kteří otevrou diskuzi na řadu aktuálních témat, které život dnešní generace přináší. Věřím, že se nám to podaří a že tento počín přinese i nový vhled do manažerské profese a ostatním ukáže vyspělost českého managementu. Také bychom chtěli v roce 2022 pomoci

ci uspořádat první ročník evropské soutěže ve stylu MANAŽERA ROKU, neboť v rámci Evropy žádné takové klání neexistuje. A my, protože máme za sebou řadu zkušeností s národními koly, bychom je chtěli přenést dál, nabídnout prostor pro vyhledávání a oceňování manažerů napříč všemi evropskými státy. Myslím, že bychom tím poukázali na globální rozměr manažerské profese a našli další styčné body ke vzájemné inspirativní komunikaci.

A abychom mohli zvládnout tyto dva poměrně náročné cíle, musíme naplnit naši třetí vizí obsahem a lidmi. Jinými slovy, důkladně promyslet náplň kongresu i soutěže a ke spolupráci přibrat takové kapacity, které dovedou toto téma náležitě uchopit.

Čemu jste se naučil v businessu? Lze to aplikovat do práce v asociaci?

Myslím si, že je jedno, jakou organizaci má člověk na starost, protože vždy jde především o řízení lidí.

pokračování na straně 6

Každý desátý má osobní zkušenost s prodejem nemovitosti pod cenou

Desetina Čechů prodala nemovitost pod cenou a polovina lidí zná ze svého blízkého okolí někoho se stejnou zkušeností. Nejčastěji tak lidé činí ze dvou důvodů, chtějí urychlit prodej bytu či domu (44 %) a potřebují získat rychle peníze (21 %). To vyplývá z nového průzkumu realitní kanceláře Maxima Reality, která zkoumala zkušenosti a obavy Čechů při prodeji nemovitostí. Maxima svým klientům nabízí produkt, který řeší potřebu získat peníze z nemovitosti co nejdříve, a zároveň předchází prodeji pod cenou.

Na tuzemském realitním trhu se v posledních měsících odehrálo mnoho změn. Podle odborníků z pražské Maxima Reality se vlivem nich zvýšila po dlouhé době nabídka nemovitostí nad její poptávkou. V případech, kdy lidé na prodej spěchají, přistupují ke ztrátovému řešení a nemovitost prodají pod cenou. Podle aktuálního průzkumu Maxima zná polovina Čechů někoho, kdo si prošel podobnou situací. U pětiny lidí (21 %) došlo k prodeji bytu či domu pod cenou buď osobně, nebo v rámci rodiny. Vůbec nejčastější důvod je potřeba urychlit prodej (44 %), u pětiny lidí (21 %) byla příčinou okamžitá potřeba peněz, u desetiny (10 %) zase neznalost aktuálních cen a špatné nacenění nemovitosti.

„Ze zkušeností našich klientů víme, že každý druhý potřebuje peníze co nejdříve. Někteří doslova hned. Dosud měla taková situace jen dvě řešení, obě ale velmi nevýhodná vůči prodávajícímu. Aby lidé urychlili hledání kupce, jsou často nuceni snížit cenu, případně rovnou přistupují k výkupu nemovitosti za hotové. Kvůli tomu přicházejí zhruba o 25–45 % z reálné tržní ceny. Nabídlí jsme proto férovější řešení, kdy v rámci nového produktu vyplácíme 50 až 80 % tržní ceny nemovitosti dopředu, zbytek až po prodeji. Lidé tak už nemusí snižovat hodnotu své nemovitosti,“ uvedl Vladimír Zuzák, ředitel Maxima Reality.

Jde o první produkt svého druhu na tuzemském trhu. Z klientských dat Maxima Reality vyplývá, že o něj roste zájem zvláště v posledních týdnech. Nejčastěji zájemci potřebují 50 % z ceny nemovitosti dopředu při výměně bytu, nebo koupí nového. Zároveň 50 % z tržní ceny nemovitosti představuje částku, kterou lidé obvykle využívají k výplatě bývalému partnerovi při majetkovém vyrovnání po rozvodu. Podobná situace je rovněž u dědictví. (tz)

Najdete uvnitř listu		
	5P pro české zemědělce	3
Na emoce, paniku či strach nebyl časový prostor		5
Koronavirus změnil pohled na technologie		7
Dvěře a záručně SOLODOOR se značkou Czech Made		9
Abychom mohli klientům poskytnout ty nejvíce užitečné rady		16

Novým vlastníkem skupiny innogy v ČR bude MVM Group

Německá energetická společnost E.ON SE a maďarská energetická skupina MVM Group podepsaly v červenci smlouvu o prodeji celého businessu innogy v Česku za nezveřejněnou částku. Transakce ještě podléhá schválení Evropské komise a očekává se, že bude uzavřena před koncem roku.

innogy má v současné době 1,2 miliónu odběratelů plynu a 0,4 miliónu odběratelů elektřiny. Do portfolia skupiny patří ještě topárenské provozy, čistá mobilita – CNG a e-mobilita a velkoobchod s energiemi.

„Velmi nás těší, že jsme uspěli v soutěži o innogy v ČR. Tato akvizice pro nás představuje významný milník v naší rozvojové strategii v regionu střední a východní Evropy. Zákazníci innogy se budou moci dále spolehnout na vysoký standard služeb, na který byli dosud

zvyklí. Jako zkušený budoucí majitel, který se zavázal k dalšímu rozvoji celé skupiny, věříme, že tato transakce zvýší konkurenci na českém energetickém trhu. Těšíme se na spolupráci s vedením skupiny, společně chceme dále rozvíjet silnou pozici innogy na českém trhu,“ uvedl György Kóbor, CEO a předseda představenstva MVM Group.

„Pod novým vlastníkem chceme dále rozvíjet produkty a služby, a těšíme se na novou etapu v naší spolupráci a potenciál, který nový vlastník nabízí ke zlepšení nabídky pro naše zákazníky. Chci ujistit všechny naše zákazníky a partnery, že pro ně budeme i nadále spolehlivým partnerem,“ dodal Tomáš Varcop, CEO innogy Česká republika. Tato transakce je posledním krokem ke splnění podmínek, které společnost E.ON nabídla Evropské komisi v souvislosti se schválením transakce mezi RWE a E.ON. Společnost E.ON SE již dříve uzavřela smlouvy

o prodeji významné části businessu v oblasti centrálního vytápění v Německu, části maloobchodního businessu s elektřinou v Maďarsku, a také odstoupila od rezervovaných lokalit pro výstavbu dobíjecích stanic pro elektromobily na německých dálnicích.

MVM Group je maďarská energetická společnost s největšími podíly na tamním trhu s elektřinou a plynem. Skupina s přibližně 15 000 zaměstnanci patří mezi pět největších společností v Maďarsku a má více než 50 let zkušeností se správou strategických energetických aktiv. MVM je přítomna téměř ve všech segmentech energetického hodnotového řetězce, včetně elektřiny, zemního plynu, dálkového vytápění a také v dalších oblastech, jako jsou telekomunikační a technické služby a řešení pro čistou mobilitu. V Maďarsku MVM patří vedoucí úloha na CNG trhu a má také významné aktivity v oblasti elektromobility. (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: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 10. srpna 2020

PhDr. Eva Brixí-Šímková, šéfredaktorka

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

Martin Šímek, šéfredaktor internetových médií

www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz

a www.freshtime.cz

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

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, **e-mail:** 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

Povinný patriotizmus?

České výrobky, zejména potraviny, by měly hrát v domácích obchodech rozhodující roli. Proto se připravil zákon, jenž by určil minimální zastoupení Made in Czech republic na pultech. Podíl tuzemského zboží by měl být nejprve poloviční, později až 85%. Předloha zatím neprošla celým legislativním procesem a zřejmě bude dál upravována. Naráží na několik zásadních problémů. Pomíňme, že v EU funguje jednotný evropský tržní prostor nebo že direktivní nařízení o tom, co se bude prodávat a za kolik, mi připomíná staré socialistické časy. Obtížné je už jen stanovit, co je, a co není český produkt. V dnešní globalizované výrobě se používají suroviny a subdodávky z celého světa, a někdy ani nelze určit jejich původ. Domácí firmy mají často zahraniční filie i vlastníky, jsou tedy pak jejich výrobky opravdu stoprocentně české? Připomnělo mi to zkušenost se zimmními pneumatikami. Chtěl jsem být vlastenec, a proto jsem zvolil značku Barum. Jaké bylo moje překvapení, když jsem na gumě našel označení Made in Romania. Takže produkt vyrobili Rumuni a zisk šel do Německa, protože vše patří do koncernu Continental. Domnívám se proto, že volba by měla vždy být na spotřebiteli.

Pavel Kačer

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Bramborová výzva

Když se začaly sklízet rané brambory, uspořádal Český bramborářský svaz společně s Agrární komorou ČR v Praze tiskovku právě na bramborové téma. Dověděli jsme se, že (ne)obyčejná brambora má nízkou kalorickou hodnotu a skvělé dietetické vlastnosti, ale i vysoký sytič index. Brambory na rozdíl od rýže mají o polovinu méně kalorií. Na vypěstování kila brambor postačí 202 litrů vody. Význam brambor ve výživě poroste. Počet obyvatel na Zemi do roku 2050 totiž stoupne na devět miliard. A to je výzva.

Eva Brixí

Mediální partnerství v roce 2020

1. MANAŽER ROKU
2. Ambasadorka kvality
3. Marketér roku
4. Akce společnosti I. 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 Vlčková**, generální ředitelka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR
- **Ing. Rudolf Skuhra, CSC.**, majitel společnosti INVESTA TRAVEL, spol. s r. o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**, výkonný ředitel České manažerské asociace
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, 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.

Jak zaúčtovat dotaci Antivirus typu A a B?

V současné době řada účetních řeší, jak se vypořádat s vyúčtováním dotace Antivirus, o které je možné požádat na úřadu práce. V zásadě jde o běžný typ dotace, která má vést k podpoře trhu práce. Je to podobný příspěvek jako např. v případě chráněných dílen nebo na vytvoření nového pracovního místa. Proces při podání žádosti je obecně shodný. I zde musí být podána žádost, u které je automaticky vygenerována i dohoda s ÚP. V případě, že ÚP následně zjistí nejasnosti, vyzve zaměstnavatele o opravu žádosti. Z toho je zřejmé, že uzavření dohody s ÚP je opravdu rychlé, a navíc nemusí být uzavřena před kalendářním měsícem, za který se již dotace požaduje. Dokonce naopak v případě března se mohla žádost podat až v dubnu. Po uplynutí kalendářního měsíce podává zaměstnavatel vyúčtování s uvedením jmenového seznamu zaměstnanců a vyplacených mzdových nákladů. Po schválení je propláceno xx % ze superhrubé mzdy, a to do určitého stropu. Na dotaci Antivir dosáhl mnohem větší počet zaměstnavatelů než u jiných dotací. Administrace je přitom mnohem jednodušší. V případě, že nejsou splněny formální podmínky, ÚP finanční plnění daného měsíce zamítne. Výhodou oproti běžným dotacím je, že při vyúčtování není potřeba doložit bezdlužnost žadatele.

I zde se samozřejmě mnoho zaměstnavatelů obává zpětné kontroly, u které budou muset doložit důvody k podání žádosti. V některých případech to může být dosti problematické. Z účetní praxe však víme, že si o dotaci požádala většina zaměstnavatelů, kteří měli v uplynulém období „výpadek“. Zamítnuta byla pouze v případě formálních nedostatků, jako např. jednospolečnicko-

vé s. r. o., kde si společník (jednatel) podepsal pracovní smlouvu sám sobě.

Velké množství účetních se ve své praxi s dotacemi dosud nesetkalo. Její zaúčtování je tak pro ně novinka, která má svá specifika. Správné účtování tohoto příspěvku ze státního rozpočtu je na účet 648 – ostatní provozní výnosy. U fyzických osob jde však o příjem osvobozený od daně z příjmů. Zde je nutné zdůraznit, že pokud jde o osvobozený příjem, veškeré výdaje související s tímto osvobozeným příjmem jsou daňově neuznatelné! V samotném vyúčtování je pak chybné zaúčtovat dotaci jako snížení mzdových nákladů, neboť by tak byla zkrácena vypočítací schopnost výsledovky. České účetní standardy navíc možnost účtování snížením nákladů nepřipouštějí.

Je nutné podotknout, že existují případy, kdy zaměstnavatel podal žádost o dotaci sám, bez vědomí účetní, protože se mu snížila poptávka. Bohužel mu již ale nedošlo, že mzdová účetní musí mít v systému náhrady v překážkách v práci na straně zaměstnavatele uvedeny a že zároveň existuje i vazba na zákoník práce. Zaměstnavatelé tak nyní zpětně řeší, jak situaci zvládnout, protože ÚP požadoval předložit výplatní pásky, na kterých však nebyly náhrady uvedeny. Mzdové účetní tak přepracovávají mzdy, čímž se původně „šetřivému“ zaměstnavateli zvyšují finanční náklady.

Na závěr můžeme dodat, že účetní obdrželi ze strany Ministerstva práce a sociálních věcí dostatek informací, jak dotaci správně vyúčtovat. Manuál je případně k dispozici na webu antivirus.mpsv.cz/info/vyuctovani.

Zuzana Pšeničková,

členka Výboru Komory certifikovaných účetních

Česká manažerská asociace pokřtila knihu Návrat k prosperitě

Česká manažerská asociace pokřtila v červnu svou knihu Návrat k prosperitě, která je unikátním souborem textů čtyř desítek renomovaných autorů. Publikace reaguje na aktuální důsledky koronavirové pandemie, ale hlavně v ní autoři představují návrhy na cesty dosažení prosperity naší země v turbulentně měnícím se světě.

Křest se uskutečnil v Českém institutu informatiky, robotiky a kybernetiky ČVUT v Praze, jehož vědecký ředitel prof. Vladimír Mařík je jedním z autorů, a to za přítomnosti dalších představitelů a desítek členů asociace a hostů.

„Oslovili jsme přední manažerské a podnikatelské osobnosti, aby představily svou reflexi na to, co se děje, jaký svět je teď, jaký bude a co

tvorí potenciál k tomu, aby byl lepší,“ uvedl při setkání Vadim Petrov, předseda Redakční rady, jeden z autorů.

Křtu se zúčastnili členové České manažerské asociace, Tomáš Vala, generální ředitel společnosti SIKO, Olga Kupec, majitelka společnosti Abydos, Adam Liška, výrobní ředitel a prokurista Bekaert Petrovice, Tomáš Macků, ředitel vnějších vztahů výzkumné agentury IPSOS a bývalý prezident ČMA Pavel Kafka a Peter Choulík, výkonný ředitel ČMA Ivo Gajdoš a mluvčí asociace Milan Mostýn.

Česká manažerská asociace, stavovská organizace, zastupující v České republice manažery, podnikatele a lídry, vydala knihu v souvislosti s 30. výročí od svého založení. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

generální partner:



hlavní partner:



partneři plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 22 let!

5P pro české zemědělce

České zemědělství má nyní v čele mladou tvář. Nový prezident Agrární komory České republiky Ing. Jan Doležal chce udělat vše pro to, aby na polích, ve stájích, v naší krajině bylo vše tak, jak má být. A jak? Na to odpověděl v následujícím rozhovoru.

Můžete přiblížit váš program 5P, jímž chcete pomoci rozvíjet české zemědělství?

Na našem sněmu jsem hovořil o tom, že zemědělství by mělo mít 5P. To znamená: Peníze, Půda, Pracovní síla, Propagace a Perspektiva. Když to hodně zjednoduším, tak v bodě číslo jedna musíme obhájit finance na úrovni Evropské unie. To znamená zajistit dobrý rozpočet pro společnou zemědělskou politiku, pak získáme prostor pro národní dotace a pro daňové úlevy. Já určitě budu chtít jít směrem, který bude na zemědělce i státní správu klást menší nároky. Chtěl bych, aby se zemědělci zbavili zbytečné administrativní zátěže. Teď místo toho, aby trávili čas na polích, sedí čím dál častěji za počítači. To bych rád změnil, zjednodušil a zefektivnil.

Co se týče veřejných podpor, skutečně jsme jako čeští zemědělci v nevýhodě oproti okolním státům. Podporu z veřejných zdrojů máme nižší. Když se vrátím k dotačním podporám, je důležité říct, že jsou omezené, a v Bruselu nám asi ze dne na den víc peněz jen tak jednoduše nedají. Proto pomoc zemědělcům znamená najít formu, která je jednoduchá a snadno realizovatelná.

Dalším P je půda. Nejen, že je důležité zastavit ztráty kvalitní zemědělské půdy výstavbou a pracovat na její ochraně před erozí a zachování její údržnosti. Na půdu musíme hledět jako na stabilizační faktor zemědělství. Abychom stabilizovali hospodaření, potřebujeme tu půdu nějakým způsobem nakupovat. Nesmíme se stát obětí raketového růstu pachtovného. Nedopustíme spekulace s pozemky. Mám na mysli situaci, kdy se najednou vlastníci rozhodne, že půdu prodá někomu, kdo třeba ani v zemědělství nepodniká a nákup chápe jen jako chytrou investici. Představte si následující situaci: majitel chce prodat hektar někomu, kdo ani není zemědělským subjektem, za cenu 60 000 korun. Nový vlastník potom osloví nás jako zemědělce a nabídne ten samý pozemek „obratem ruky“ za mnohonásobek nákupní ceny, třeba za 240 000. Zemědělec, který celou dobu na půdě hospodaří a stará se o ni s péčí řádného hospodáře, přitom o úmyslu původního vlastníka půdu prodat mnohdy ani neví. Takhle by to fungovat nemělo. Proto by bylo vhodné, aby nejprve s nabídkou oslovil současného zemědělce. Oznámil mu, že danou půdu chce prodat, a tím by splnil oznamovací povinnost. Zemědělec by měl, dejme tomu, 30 dní na to, aby s tou informací nějak naložil. Mohl by zajít do banky a půjčit si peníze a dohodnout se na odkupu půdy. Nikdo však původního vlastníka k ničemu nenutí ani nezavazuje. Pokud by však původní vlastník dostal od zemědělce řečneme 150 000 – 200 000, nebyl by nakonec prodávající spokojenější? Jde tak vlastně o ochranu zemědělce i původního vlastníka.

Přejdeme k dalšímu P, tedy aby měl na venkově kdo pracovat...

Další P, pracovní síla, souvisí právě i s tím prvním, tedy penězi. Pokud bude zemědělství zafinancováno, bude tento obor atraktivní pro potenciální pracovníky. To samozřejmě úzce souvisí se systémem zemědělského vzdělávání, ať na úrovni středních škol, nebo škol vysokých. Zemědělství dnes není pro potenciální uchazeče atraktivní. Zemědělské školy byly v minulosti vnímány jako poměrně snadná cesta k maturitní zkoušce nebo univerzitnímu diplomu, aniž by absolventi nakonec skončili v oboru. Pokud se však nesoustředíme na cílenou podporu zemědělského vzdělávání i jeho dlouhodobou koncepci, budeme se stále divit, proč máme problém s generační obměnou a proč máme problém s pracovníky.

Dalším bodem vašeho programu je zviditelnění venkova. Proč ho pokládáte za tak důležité?

Propagace je až na čtvrtém místě, ale dost možná by si zasloužila pozici první. Řada našich členů stejně jako já totiž současnou nízkou prestiž

oboru vnímá jako zásadní problém. My zemědělci víme, jak na tom české zemědělství je, kde jsou jeho silné i slabé stránky.

Veřejnost vnímá zemědělství optikou médií, kde se z pochopitelných důvodů zjednodušuje, ale bohužel někdy trochu i mystifikuje. Zemědělci se staví do role škůdců a ničitелů, a určitá část zemědělců se zase představuje jako jediný správný směr a spása. Veřejnost pak naši práci vidí zkresleně, což je chyba. To bych rád napravil, neboť si myslím, že tohle by měla být jedna z hlavních úloh mého mandátu.

Myslím si, že komunikace s veřejností nám v minulosti nešla až tak dobře a chci to zlepšit. Proč neukazovat lidem pozitivní příklady naší práce, jak hospodaříme v krajině? Naši zemědělci cítí velký tlak veřejnosti, navíc se snaží přizpůsobit



Ing. Jan Doležal, prezident Agrární komory České republiky

bit klimatickým změnám. Pracují i na tom, aby se krajina, ve které hospodaří, zatraktivnila. To většinou nikdo ani neví. Pak kolují různé mýty, které na zemědělskou komunitu vrhají špatné světlo.

Čím je pro vás páté P?

Posledním P je perspektiva. Problémem našeho členství v Unii je skutečnost, že každých sedm let se diskutuje o reformě Společné zemědělské politiky. Z pohledu některých politických frakcí i členských států musí být revoluční. Další subjekty zase hájí status quo, jiní si chtějí řešit svoje vlastní témata. Tři hlavní instituce, tedy Evropská komise, Rada Evropské unie (tedy samotné členské státy) a konečně Evropský parlament mají na evropské zemědělství vlastní pohled a názor. Ve výsledku jde o kompromis, který však někdy bývá popřením kompromisů minulých. Když si vzpomeneme na agendu 2000 a Fischlerovu komisi, zemědělcům bylo doporučováno, aby diverzifikovali zdroje svých příjmů, tedy ať se zabývají agroturistikou, dopravou nebo službami. Teď se zase hlasitě hovoří o tom, že z veřejných zdrojů by měli být podporováni jen „skuteční“ zemědělci, tedy ti, které převážně živí zemědělské hospodaření. Podobných příkladů bych pak našel celou řadu, ať je to poslední ozelenění a následný zákaz použití přípravků na ochranu rostlin, nebo motivace k bohatšímu osevním postupům a podobně. Pokud nechceme, aby zemědělci byli živi jen z dotací, musíme jim dovolit něco vyrábět, a to v dostatečném množství a kvalitě bez pesticidů nejde. Nikdo tu nechce nikoho trávit, jak je nám někdy prisuzováno, ale zároveň nemůžeme v konkurenčním prostředí, ať už na jednotném trhu, ne-

bo ve vztahu ke třetím zemím, hospodařit bez moderních vymožeností.

Který z úkolů, jež stojí před našimi zemědělci, pokládáte za nejdůležitější a nejobtížnější?

Obtížných úkolů bude celá řada, nicméně jako zásadní úkol si dávám obhájení zemědělství v Bruselu i v České republice. Co se týká EU, jde především o dokončení vyjednávání o reformě Společné zemědělské politiky. Vzhledem k tomu, že stále není uzavřeno vyjednávání o rozpočtu Evropské unie po roce 2020, stejně jako samotná finalizace reformy SZP, je nutné i v kontextu stále se zpřísnujících pravidel zemědělského hospodaření minimálně obhájit stávající obálku směřující do zemědělství.

Podle posledních informací plánuje EU i s ohledem na odchod Velké Británie redukovat objem peněz směřujících do našeho sektoru až o 34,5 miliardy eur, to je asi o 9 %. Bez započtení

pro své kolegy v zahraničí. Statistiky jednoznačně prokazují, že tuzemští zemědělci používají nekolidanásobně méně účinných látek na hektar orné půdy než v některých jiných členských zemích EU a výrazně méně než státy mimo společenství a mimo Evropu. Dále dosahujeme špičkových výsledků v užitkovosti dojníc, v odchovech selat na prasnici, v konverzi krmiv u prasat i u drůbeže i ve zlepšování standardů dobrých životních podmínek v chovech hospodářských zvířat. Zemědělci a potravináři jsou pod dohledem přísných a spolehlivých kontrolních orgánů a produkují kvalitní potraviny a suroviny pro potravinářský průmysl. Největší radost mi pak udělá, když si společnost bude zemědělství, a hlavně samotných zemědělců více vážit.

Jaká pravidla ctíte, co se vám osvědčilo, a s čím naopak chcete bojovat?

Řídím se heslem, že nic není nikdy ztraceno, a když to řeknu zemědělsky, nikdy není třeba házet flintu do žita. Nejhorší je se vůbec neozvat, spousta věcí se dá zachránit. I ten „zlý“ Brusel dokáže pochopit naše argumenty, ale musí se s ním jednat a hovořit jeho jazykem. To se mi v minulosti několikrát osvědčilo.

S čím bych chtěl kromě výše zmíněného negativního obrazu bojovat? Není dlouhodobě udržitelné, aby zemědělci ve všem tahali za kratší konec a aby byli jen jakýmsi průtokovým ohříváčem pro dotační podpory, které končí u spekulantů s půdou nebo zahraničních supermarketů. O půdě jsem již hovořil, nicméně v případě zahraničních supermarketů je nutné si uvědomit, že chyba je do jisté míry v pasti, do které se dostaly. Jsou nastaveny na vzájemnou cenovou soutěž a tomu přizpůsobily svou obchodní politiku. Spousta hráčů, kteří v zahraničí fungují (namátkou Delvita nebo Carrefour) z trhu dokonce musela odejít. Zbytek se tak trochu zakopal ve svých pozicích a soustředí na krátkodobý zisk, a ne na to, aby dlouhodobě vznikaly udržitelné obchodní vztahy mezi dodavatelem a odběratelem. Od našich členů víme, že na zemědělce jsou přenášeny nejen náklady na propagaci nebo obaly, ale také je na ně dlouhodobě přenášeno podnikatelské riziko. Nezřídká se stává, že co řetězec neprodá, musí dodavatel zpětně odebrat a zlikvidovat. Na Západě přitom běžně dochází k tomu, že po páté hodině je na zboží podléhající zkáze sleva. Některé online obchody v ČR už to dělají, viděl jsem to i v některých kamenných, ale není to všude zvykem. To pak ale znamená, že řetězce tady mnohdy skutečně podnikají s nulovým rizikem a veškerá rizika přenášejí na prvovýrobců, a právě kvůli tomu jsme tady chtěli rozpoutat nějakou společenskou a politickou diskuzi, protože tento stav je dlouhodobě neudržitelný. Zkrátka, novela je hlavně náš apel na to, aby se řetězce více zajímaly o naše zemědělce a potravináře, a aby skutečně existovala dlouhodobá garance spolupráce za férové ceny.

V jaké podobě byste chtěl vidět venkov a zemědělskou výrobu v době příštího volebního sjezdu Agrární komory? V čem by se měly změnit a co by mělo přetrvávat?

Do příštího volebního sněmu jsou stále téměř tři roky, takže poměrně daleko, nicméně byl bych velmi rád, aby se podařilo alespoň částečně naplnit program pěti P, abychom měli přízeň politické reprezentace ať už na národní, ale i krajské a lokální úrovni, ale především přízeň veřejnosti. Kandidaturu na funkci prezidenta Agrární komory jsem nakonec přijal i proto, že se považuji za vlastence, který je přesvědčený, že žije v krásné zemi plné schopných lidí. Vlastenci s odpovědností ke své zemi a národu jsou i naši členové, možná, že by si jinak tuto práci ani nevybrali. Doufám, že toto přesvědčení v nich i nadále přetrvá. Změnit by se naopak měl (a budu se o to nadále snažit) postoj veřejnosti k zemědělství a zemědělcům. Budu velmi rád, když tu bude více zemědělských a potravinových patriotů, kteří budou v zájmu svého zdraví, ale i v zájmu budoucnosti své země své zemědělce a potravináře podporovat.

hodně úspěchů českému zemědělství
poupál Pavel Kačer

Cihláři jsou spíše optimisté

Zamrzlé stavební úřady nadále brzdí výstavbu bytů. A to je to, co nejvíce pálí tuzemské cihláře. Stavitelům se navíc může i zhoršit přístup k financování. Banky budou pravděpodobně požadovat ještě větší záruky v době nejistoty. Proti tomu jde trend klesajících hypotečních úvěrů. A jak letošní rok vidí klíčoví hráči na trhu? Není to špatné, ale vždy může být líp.

Letošní rok nedosahuje prodejních extrémů, ale běží podle plánu. Výkyvy jsou minimální. Minulý rok byly od ledna do května obrovské nárůsty, a potom sezóna zpomalovala. Letošek se jeví prozatím tak, že poptávka bude více rozložena do všech měsíců. Společnosti Wienerberger i Heluz cihlářský průmysl, lidí na tuzem-

ském trhu, zaznamenali v první fázi koronavirových omezení překvapivý nárůst zakázek. Zakazníci rovněž posílali víc poptávek, než kolik by je stály materiály na stavbu domů. Ceny letos firmy zvedly u některých výrobků o jednotky procent. Následně se poptávka snížila, pokles ale není nikterak dramatický. Odběratelé se chtěli předzásobit. Díky tomu, že lidé trávili víc času na internetu, vzrostl kupříkladu ve společnosti HELUZ o 10–15 % počet zaslaných projektových dokumentací, kdy lidé chtěli od firmy zpracovat, kolik by spotřebovali materiálů na stavbu domů.

„Meziročně, za období leden až květen, jsme na českém trhu zaznamenali mírný pokles prodeje. Příčinou je ale to, že ve stejném období loňského roku byl zájem o naše produkty extrémní. Firma HELUZ realizovala letos za prv-

ních pět měsíců obdobné tržby z prodeje jako za leden až květen 2018, pouze se změnil poměr mezi zbožím, které zůstalo na domácím trhu, a vývozem. Ve fyzických jednotkách došlo k poklesu,“ vysvětlil obchodní a marketingový ředitel společnosti Ing. Jiří Weis, který za celý letošní rok predikuje pokles o 2 %.

Obdobně vidí ekonomický pokles také Ing. Jan Fiala, obchodní ředitel Cihelny Štěrboly, který sdělil: „Můj současný odhad, podle toho, jak vidíme do zakázek, jsou -2 %.“ O poznání pesimističtější je Josef Kotecký, předseda představenstva Cihlářského svazu Čech a Moravy. Ten uvedl: „Odhaduji minus 6–7 %.“ Na predikce cihlářů je nutno hledět v kontextu minimálně celého tuzemského stavebnictví.

Podle posledních dostupných údajů letos stavebnictví v České republice za leden až du-

ben meziročně stagnovalo. V samotném dubnu o 4,6 % kleslo. Stavebnictví tak může zbrzdit očekávaný propad ekonomiky po opatřeních proti koronaviru a stát se tahounem ekonomiky. Například průmyslová výroba se v dubnu meziročně propadla o více než třetinu.

Optimismus se vrátil i do řad ředitelů stavebních firem. Ti v březnu tvrdili, že dojde k poklesu stavebnictví o 10,1 %, ale v posledním průzkumu se již shodli na 2 %. Přitom základna z loňského roku je vskutku vysoká. Podle předběžných údajů Českého statistického úřadu tržby stavebních firem v ČR loni dosáhly 547,63 miliardy korun. O 27 miliard tak překonaly rekordní rok 2008. Meziročně se zvýšily o 9,1 %.

Ing. Jan Fiala,
Cihlářský svaz Čech a Moravy

Aby byla práce v horkých dnech snazší

Letní dny jsou zde. I v nich musí firmy a řemeslníci pracovat naplno, aby stihli realizovat všechny zakázky, které se během jara opozdily. Horko nemusí být překážkou v tom, aby byla nová obecní budova, dřevostavba, komerční logistická hala dokončena včas. Jen je třeba zaměřit se na to, co dokáže profesionálům ulehčit práci nejen pod širým nebem. Sázka na lehké materiály a udržování komfortu prostřednictvím regulace vlhkosti a teploty při práci může být klíčovým prvkem, který při namáhavých činnostech v letním období může výrazně pomoci. Právě taková řešení najdete v české síti PROFI ODĚVY, která se zaměřuje na to, aby profesionálům nejen v manuálních a technických profesích poskytovala to nejlepší vybavení, oděvy i obuv.

PROFI ODĚVY je značka zabývající se především prodejem vysoce kvalitního pracovního oblečení, obuvi a nářadí určeného řemeslníkům a profesionálům z nejrůznějších oborů, ale myslí také na ty, kteří si aktivně užívají volný čas. Provozuje e-shop a čtyři kamenné prodejny. Je výhradním dovozcem a distributorem světových značek Snickers Workwear a Dunderdon (oděvy), Toe Guard a Solid Gear (obuv) či Hultafors (nářadí) pro Českou i Slovenskou republiku. V portfoliu PROFI ODĚVY jsou dále zařazeny značky Pfanner a Protos Integral (vybavení pro práci v lesním hospodářství a arboristiku). Všechny výrobky v sortimentu se vyznačují vysokou přidanou hodnotou a kvalitou. Stojí za nimi precizní technologický vývoj, důraz na ergonomii a náročné testování přímo v rukou profesionálů. Perfektní funkčnost každého kousku je doladěna promyšleným designem. Rodina produktů prodejní sítě se v roce 2018 rozrostla o „brand“ re-



prezentující sportovní eleganci pro volný čas a závodního ducha – kolekci Red Bull Racing Formula One Team. Značka PROFI ODĚVY byla založena v roce 2006. V roce 2014 ji převzala ryze česká společnost AC-T servis, spol. s r. o., která ji na českém a slovenském trhu úspěšně rozvíjí.

Technologie 37.5 pro odvod vlhkosti a ideální pocitovou teplotu

Řada pracovních oděvů LiteWork švédského výrobce pracovních oděvů Snickers Workwear byla vyvinuta přesně pro náročné letní podmín-



ky, jimž dominují teplotní extrémy. Do každého oděvu LiteWork je aplikována dynamická termoregulační technologie 37.5, která má za úkol zlepšit odvod vlhkosti od pokožky.

Jak funguje? Je založena na fyzikálních vlastnostech částecek vulkanického písku, které mají na svém povrchu miliardy mikropórů, a zvětšují tak plošnou velikost materiálu. Tyto částecčky jsou poháněny tepelnou energií lidského těla. Pokud se potíme, využívají tuto energii k odvodu potu od pokožky a následně pryč z oděvu. Výsledkem je efekt ochlazení. A naopak, je-li nám chladno a pot se na povrchu kůže nevyskytuje, umí částecčky energii lidského tepla zadržet, čímž nás za studených dní zahřívají.

Z výsledků testování Dr. Gregoryho Hagguista, Ph.D., který je otcem této technologie, vzešly zajímavé poznatky: sportovci nosící materiál obohacený o tuto vychytávku dokážou zlepšit svůj výkon až o 26 % anebo se na maximum svých možností udržet až o 10 minut déle. V praxi to znamená, že v pracovním oděvu s technologií 37.5 na stejné úkoly vynaložíte méně energie, kterou byste jinak museli spotřebovat na tepelnou regulaci vnitřního prostředí organismu. Název 37.5 je odvozen právě od vědeckého poznání. Ideální vnitřní teplota těla činí 37,5 °C a mikroklima při pokožce by mělo optimálně dosahovat relativní vlhkosti 37,5 %. Technologie tato optima umí udržet. Navíc je zabudována do nitra vláken, takže zůstává stabilní a stejně účinná po celou dobu životnosti oděvu, bez ohledu na to, kolikrát tričko, kalhoty či bundu perete. Umí také pohlcovat pachy, to znamená, že napomáhá uchovat si svěží pocit déle. Molekuly pachu se ale z oděvu během praní a sušení se opět uvolní.

Technologii 37.5 doplňuje u kalhot Snickers Workwear také systém odvětrávání kolenních jamek Mechanical Air Flow™. Podkolenní partie jsou opatřeny speciálními průstřihy krytými síťovinou. Díky tomu pokožka pod oděvem lépe dýchá a dochází k ještě rychlejšímu odvodu vlhkosti.

V řadě LiteWork najdete řemeslnické kalhoty s pouzdrovými kapsami i bez nich, kalhoty „pirátky“ se tříčtvrťtinovou délkou nohavice nebo příjemné a prodyšné kraťasy.

Cordura a Rip-stop rastr: tkaniny, které vydrží

Oblečení LiteWork se vyznačuje celou plejádou dalších užitečných vlastností. Výrobce vybral materiály, které jsou lehké a příjemné pro pokožku. To je důležité zejména v teplejších dnech, protože každý gram zátěže navíc unavuje. Kalhoty, pirátky i kraťasy jsou zhotovené z látky Rip-stop, která má rastr zatkaný tak, aby se při případném natržení otvor v oděvu nerozšiřoval. Jeho okraje se jednoduše uzamknou.

Pro ideální volnost pohybu je sed zhotoven z pružného materiálu Cordura, který je extrémně odolný v tahu, přestože je elastický, a poradí si i s dalšími typy mechanické námahy. Tento materiál původně vyvinutý pro armádní účely je velice lehký a neohroží jej ani voda. Cordurou jsou proto zpevněny exponované partie – například zakončení nohavic, kolena nebo kapsy. Právě kapsy tak neutrpí, i když je bohatě nakládáte různými předměty, např. šroubky. Navíc se váha naplněných kapes díky speciálnímu střihu rozkládá na opasek. Tím je dosaženo nejen většího komfortu při nošení, ale zvýšení životnosti kapes.

Ochrana kolen se systémem KneeGuard Pro

Kalhoty i pirátky jsou vybavené systémem KneeGuard Pro. Jde o speciální kapsy na vložení kolenních chráničů do kalhot, v nichž můžete chrániče zafixovat pro ideální ochranu a pohodlí do jedné ze tří poloh. Navíc jsou kalhoty opatřeny expanzními záhyby, které jsou tvarované pro pohodlné klečení. Kalhoty tak před každým manévrem na kolenu nebudete muset znovu a znovu popotahovat.

Kalhoty LiteWork: až 41 velikostí, dokonce modely s reflexní úpravou

Kalhoty jsou dostupné až v 41 velikostech, s prodlouženou, dvakrát prodlouženou nebo zkrácenou délkou nohavic. Pokud potřebujete oděv s vysokou viditelností, můžete se spolehnout na kalhoty a pirátky LiteWork v reflexní úpravě, které odpovídají druhé třídě viditelnosti podle EN 20471, nebo kraťasy, které odpovídají třídě první.

Do rodiny LiteWork spadají také funkční trika nebo bundy, které vás nezklamou za větrného počasí a v kombinaci s mikinou zvládnou i kolísavé teploty.

(tz)



Na emoce, paniku či strach nebyl časový prostor

Březen roku 2020 se zapsal do dějin českého školství černým písmem. Budovy škol se uzavřely, žáci a studenti museli zůstat doma. Nastala situace, s níž neměl nikdo zkušenost. Život se mnohým lidem, firmám a institucím obrátil vzhůru nohama, na čas přestaly platit obvyklé sociální zvyklosti. Přerušení klasického stylu výuky se týkalo rovněž Vysoké školy hotelové v Praze 8, spol. s r.o. Jak tato odmlka ovlivnila dění významného vzdělávacího centra, které připravuje odborníky pro hotelnictví, gastronomii a cestovní ruch, jsem se ptala vedoucí katedry hotelnictví Ing. Petra Studničky, Ph.D.:



Ing. Petr Studnička, Ph.D., jednatel Vysoké školy hotelové v Praze 8, spol. s r.o., a vedoucí katedry hotelnictví

I pro vaši vysokou školu bylo letošní jaro doslova zkouškovým obdobím. Jakou největší zkušenost jste si z něj odnesl?

Ve složité době způsobené šířením onemocnění covid-19, které vyvolalo zákaz osobní přítomnosti studentů na vysokých školách, jsme se snažili zabezpečit výuku distančním způsobem, maximálně využít zákona o fungování vysokých škol v době pandemie a museli jsme se naučit více komunikovat online, bez osobního kontaktu. S ohledem na počet studentů, dnes úspěšných absolventů, kteří se zúčastnili státních závěrečných zkoušek v červnu, ať už prezenčně, nebo distančně, jsem přesvědčen, že jsme obstáli. Ale v takovém rozsahu bych už podobnou situaci nechtěl opakovat.

Nač jste myslel, když jste museli uzavřít prostory, zastavit chod společnosti?

Přesně si vybavuji úterý 10. března, kdy mne v 9.45 moje manželka informovala, že v televizním zpravodajství běží informace o uzavření škol. V 10.00 zasedl krizový štáb, který rozhodl o uzavření školy v uvedený den ve 14.00 hod. Sám jsem tušil, že to není uzavření na dny či týdny, ale na delší dobu. To se nakonec potvrdilo. V průběhu tří dnů jsme stanovili pravidla pro alternativní průběh letního semestru. Informovali jsme studenty, zaměstnance, ale i studenty ze zahraničí, kteří zde byli v rámci programu Erasmus+. Na druhou stranu, chod společnosti jako takové se nezastavil. Datové schránky, daňové povinnosti, statistické výkaznictví, mzdová agenda – tyto činnosti jsme museli kontinuálně zabezpečit, bez ohledu na pandemii.

Dokázal jste zachovat chladnou hlavu, anebo jste propadl alespoň na chvíli emocím, panice, strachu nejen o zdraví, ale o budoucnost služeb, které nabízíte?

Zachoval jsem naprosto chladnou hlavu. Vedle mého působení v akademické sféře jsem již 15 let zastupitelem města Čelákovice a od roku 2014 zde působím ve funkci neuvolněného místostarosty města. I zde pracoval krizový štáb a museli jsme se věnovat krizové komunikaci. Na emoce, paniku či strach nebyl časový prostor. Obavu o zdraví jsem neměl, ale plně jsem respektoval všechna opatření, minimalizoval jsem styk s ostatními osobami. Vše probíhalo videokonferenčně. Řekl

bych, že zhruba tři týdny jsem byl jen doma, vyřizoval jsem každý den pracovní agendu a zhruba dvakrát týdně jsem se vypravil na nákup. Vše ostatní muselo počkat.

Zvládli studenti vše, co v uplynulém semestru měli v plánu?

Převážná většina studentů chápala složitost situace, případně se nám ji podařilo vysvětlit a obhájit náš postup. Výuka letního semestru proběhla a je uzavřena. Zkouškové období jsme prodloužili až do 30. října, státní závěrečné zkoušky v tomto kalendářním roce realizujeme nejen prezenčně, ale i distančně, což nám umožňuje zákon o fungování vysokých škol v době pandemie. K červnovým státnicím zamířilo 140 studentů, což svědčí o tom, že ani oni nepolevili, zpracovali bakalářské či diplomové práce a věnovali se i státnicovým okruhům. U nižších ročníků uzavřelo své předměty v průměru 85 % studentů, což je velmi solidní výsledek. Na tomto místě je třeba studentům, resp. absolventům, poděkovat za součinnost a pochopení, bez kterého by se nám pandemie covid-19 zvládnout nepodařila. Ocenění si zaslouží i akademičtí pracovníci, kteří museli zcela změnit přístup k výuce a organizaci studia.

Jak ovlivnily nové technologie výuku praktických předmětů?

Praktické předměty, jako jsou gastronomie – kulinářství či řízení gastronomického provozu, ne-



Odbornou výuku v rámci předmětu Gastronomie – kulinářství nelze distančně nahradit

šlo zcela nahradit. Jsme připraveni v zimním semestru část praktické výuky zabezpečit nad rámec standardních rozvrhů hodin. Jsme si vědomi toho, že například technologii míšených nápojů studentům dlužíme. Jednodušší byla situace u informačních a komunikačních technologií.

Ostatně – co se od podzimu u vás změnilo?

Věřím, že bude možné realizovat výuku za standardních podmínek od září. Je třeba ocenit přístup Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, Ministerstva zdravotnictví, Národního akreditačního úřadu pro vysoké školství i České konference rektorů. Snažili se hájit zájmy vysokých škol. Zásadní změny v plánu nemáme. Stěžejní je, abychom mohli naplňovat výuku v akreditovaných studijních programech. Osobně bych byl velmi potěšen, pokud by uspěl alespoň jeden ze tří návrhů výzkumných projektů, které jsme podali ve 4. veřejné soutěži programu Ěta Technologické agentury ČR, která byla zaměřena na dopad covid-19 do společenskoeconomického života.

Naznačila koronavirová krize kroky k efektivnějšímu provozování vysoké školy?

Byl bych velmi opatrný ve zbrklých řešeních. Našimi zákazníky jsou studenti. Myšlenka výhradně distančního vzdělávání, při kterém by student ani jednou po dobu studia nemusel do školy, je pro mne nepředstavitelná. Zvláště v případě Vysoké školy hotelové v Praze, která má akreditovány profesně zaměřené studijní programy. Zaměřit se budeme muset na provozní výdaje, ale v oblasti vzdělávací činnosti zásadní změny na pořadu dne nejsou.

Zařadíte nějaký nový předmět s ohledem na to, jak se změnila situace v hotelích, restauracích, kavárnách, podmínkách provozování nejrůznějších objektů k rekreaci?

Ne, není to potřeba. Vše, o čem se v médiích i v odborných kruzích hovořilo, dlouhodobě vyučujeme. Krizová komunikace, zákon o ochraně veřejného zdraví, hygienické požadavky, faktory ovlivňující celosvětový vývoj cestovního ruchu, s tím vším jsou studenti seznámeni. Naopak jsme si potvrdili, že to, co přednášíme, vychází z reálného života. Navrhli jsme sadu opatření, provedli jsme výzkum, účastnili jsme se jednání v rámci Podvýboru pro cestovní ruch v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR. Myslím, že jsme z pozice vysoké školy udělali maximum.

Velmi aktivní jste na poli vědy a výzkumu, zapojujete se do řady projektů. Na čem nyní pracujete? A bude tento trend pokračovat?

Projekty v řešení probíhaly a probíhají bez přerušení. Ať už je to kulinární dědictví, nebo po-

stavení ryby v české gastronomii či procesní modelování v hotelnictví. Podali jsme návrhy projektů zaměřené na řešení dopadu covid-19 na sektor cestovního ruchu, který je v národním hospodářství nejvíce zasažen. Spíše pokles zájmu očekáváme u smluvního výzkumu ze strany firem, neboť ty budou řešit především existenční otázky. Řada kolegyně a kolegů využila home office k publikování bonitních příspěvků v časopisech s impakt faktorem či evidovaných v databázích WoS a Scopus.

Cestovní ruch je kvůli šíření viru nejpostiženějším odvětvím ekonomiky u nás. Nepromítne se situace do počtu uchazečů o studium?

Promítne, je to zřejmé z vývoje počtu přihlášek v porovnání s předchozími lety. Je podobná demografická situace, podobný počet míst na veřejných a státních vysokých školách i podobná úspěšnost u maturitních zkoušek. Nicméně zhoršující se ekonomická situace přispěje k poklesu počtu studentů, který však nebude tak dramatický, aby to ohrozilo chod Vysoké školy hotelové v Praze. Řada studentů přišla o své příjmy, neboť pracovali v hotelech či restauracích, řada jejich rodičů přišla často o vlastní podnikání. Ta situace není vůbec jednoduchá, ale věřím, že se nám ji podaří úspěšně zvládnout.

A jak může Vysoká škola hotelová pomoci řešit naléhavé problémy tohoto oboru?

Jsme členy Asociace hotelů a restaurací ČR a Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. Jejich aktivita je zřejmá. Sami jsme rovněž zpracovali podklady pro sněmovní Podvýbor pro cestovní ruch a dovolím si tvrdit, že nejsme mimo realitu. Antivirus – funguje,

snížení sazby DPH u ubytovacích služeb na 10 % – schváleno od 1. 7. 2020, prominutí místního poplatku z pobytu a místního poplatku za užívání veřejného prostranství – v řadě obcí a měst schváleno, podpora lázeňských zařízení – schválena a od 1. 7. 2020 je možnost využít státní vouchery v rámci programu COVID – Lázně, podpora segmentu MICE – realizována prostřednictvím agentury Czech-Tourism, marketingová kampaň na podporu cestovního ruchu – realizována prostřednictvím státní agentury CzechTourism, certifikace typu Virus-Free Hotel/Restaurant – schválena certifikace Stay Safe realizovaná Asociací hotelů a restaurací ČR. To vše, myslím, dokládá, že jsme se úplně v našich úvahách nemýlili. Konzultovali jsme návrhy opatření s významnými osobnostmi jak z hotelnictví a gastronomie, tak z lázeňství.

Dovolte, abych v úplném závěru popřál všem především pevné zdraví!

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Podobné je to s degustací nápojů v předmětu Nápojová gastronomie. Část výuky z letního semestru se odehrává v semestru zimním

S politiky o problémech v autobusové a kamionové dopravě



Zajímavým aktivitám Společnosti autodopravců Čech a Moravy, jež hájí mimo jiné i zájmy malých a středních firem poskytujících služby v silniční osobní

a nákladní dopravě, jsme se na našich stránkách věnovali poměrně často. Naši čtenáři vědí, že z jeho podnětu vznikla řada zajímavých připomínek ke zkvalitnění dopravy a řešení nejpalčivějších problémů, které se v silniční dopravě projevují.

Zřejmě i to byl jeden z důvodů, proč premiér Andrej Babiš reagoval na dopis vedení Společnosti obsahující řadu podnětných námětů tím, že rozhodl o schůzce s jeho představiteli, která se uskutečnila 16. července v Praze a již se kromě premiéra zúčastnil také vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu a ministr dopravy v jednom Karel Havlíček. Za výkonný výbor SAČM byli přítomni Lubomír Ondroušek, 1. místopředseda, a místopředsedové Josef Molík, předseda sekce mezinárodní kamionové dopravy, a Bedřich Suldotský, předseda sekce vnitrostátní dopravy.

Hlavními okruhy, o kterých se debatovalo, byly snížení spotřební daně na motorovou naftu v porovnání s okolními státy, odpuštění silniční daně za rok 2020 a snížení této daně v roce 2021, zvýšení množstevní procentuální slevy na mýtném, snížení odvodů z mezd pro zaměstnavatele. Ale také potíže s odvody DPH v důsledku pozdních úhrad faktur za přepravy zboží a osob, a zjednodušení procesu přijímání zahraničních pracovníků. V této souvislosti byla rov-

něž řeč o formě rekvalifikace na profesionálního řidiče a jeho zaučení v provozu a zvýšení prestiže profesionálního řidiče autobusu či kamionu. Stranou nezůstala ani další témata jako například zrušení pátečních zákazů pro jízdy kamionů pro letošní sezónu, zřízení záchytných parkovišť pro kamiony na hlavních trasách s hygienickým a sociálním zázemím pro řidiče.

Představitelé Společnosti rovněž argumentovali pro větší počet a zpřísnění kontrol zahraničních autobusů a kamionů ze strany naší policie a státního odborného dohledu. V porovnání s uplatňováním nesmlouvavých měřítek vůči českým autodopravcům zejména v SRN, Rakousku, ve Francii i jinde ze strany policie by takový postup byl přinejmenším spravedlivý.

A když už je řeč o spravedlnosti, argumentovali představitelé SAČM pro snížení spotřební daně u motorové nafty prozatím nízkou schopností českých dopravců čelit zahraniční konkurenci. Uvedli například, že jeden český kamion odváží do státního rozpočtu ročně kolem 900 000 korun ve srovnání s asi jen 80 000 korunami v případě zahraničního kamionu. Jde tedy o nezbytnost odstranit dosud existující nerovné podmínky komplikující konkurenceschopnost, a někdy i samotnou existenci dopravních firem.

V závěru setkání vrcholných politiků ze zastupců Společnosti autodopravců Čech a Moravy obdržel Andrej Babiš i Karel Havlíček dokument obsahující v písemné podobě návrhy a náměty, které byly projednány. Dále to byla Závěrečná zpráva o přípravě odvětví silniční a nákladní dopravy na změny důchodového systému z dřívějšího projektu BIDI, jejíž závěry jsou stále aktuální. Odborníci ze SAČM sezná-



Zleva: předseda sekce vnitrostátní dopravy Společnosti Bedřich Suldotský, premiér Andrej Babiš, 1. místopředseda Společnosti Lubomír Ondroušek, předseda sekce Mezinárodní kamionové dopravy Společnosti Josef Molík, a vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu a ministr dopravy Karel Havlíček

mili přítomné také s pomůckami, které SAČM vytváří pro autodopravce. Jde například o jazykové pomůcky (angličtina, němčina, francouzština), kalkulace nákladů v silniční nákladní a osobní dopravě nebo dodržování jízdy a odpovědnosti řidičů autobusů a kamionů.

Jaký je závěr tohoto jednání? SAČM připraví návrh na možnost rekvalifikace řidičů-profesionálů přímo u dopravních firem a dále náměty ke zvýšení prestiže profesionálních řidičů ka-

mionů a autobusů a zašle Karlu Havlíčkovi ukázkou již zmíněných pomůcek pro profesionální řidiče.

Podle vyjádření Lubomíra Ondrouška bylo toto setkání velmi konstruktivní, ocenil i rychlost, s jakou se podařilo schůzku zorganizovat, i jeho perfektní obsahovou přípravu. Za velmi přínosné označil chuť řešit některé dlouhodobé i aktuální naléhavé problémy v oboru.

připravil Jiří Novotný

Česká manažerská asociace: máme vize, ale potřebujeme lídry

dokončení ze strany 1

A co jsem se naučil? Jednoznačně trpělivosti. Každý jsme nějaký, s každým se musí pracovat trochu jinak. Posunout tým, zaměstnance k naplnění cílů, to chce trpělivost a čas. I když vím, že času se nám v současné době velmi nedostává, musíme se s ním naučit vycházet a chápat, že i on má své místo na ose úspěchů.

Jakým směrem by se nyní měla ČMA dát? Co vylepšit, co přidat?

Česká manažerská asociace by měla držet své poslání, jako je například sdílení dobré praxe, motivovat své členy prostřednictvím činností v klubech, zejména na regionální úrovni. V tom je základ. Měli bychom se vynasnažit budovat excelenci, prezentovat vynikající osobnosti a učit se od nich. A také to představit veřejnosti. Aby stouplo celospolečenské uznání manažerů, lídrů, osobností. Z toho by se mělo formovat povědomí o práci a poslání manažerů, to by měla být konkurenční výhoda asociace. Kapacity na to máme. A pokud se budeme bavit o sebevzdělávání, máme nyní k dobru evropské peníze, které naše plány efektivně podpoří.

Samozřejmě si dobře uvědomujeme, že dochází ke generační obměně a ČMA to znatelně pociťuje. Posílit tedy musíme členskou základnu. Asociace se potřebuje stát atraktivní svým programem pro nastupující generaci odvažných. Aby v naší zemi vyrůstali dobří a vynikající manažeři, potřebují klíčové návyky a kompetence budovat již v mateřských školách. Ač to zní trochu zvláštně, ale svůj význam to má, za roky, kdy přednáším na vysokých školách, si to uvědomuji stále zřetelněji. Také bych si přál, aby ti nejlepší praktici více vyučovali management na vysokých školách, šířili své manažerské know-how. Podílet by se na tom mohla například naše Rada expertů.



O aktivaci členské základny jste hovořil, když jste přebíral pozici prezidenta. Už máte představu o některých krocích?

Představu mám naprosto jasnou, byl to ostatně asi jeden z důvodů, proč mi důvěra byla svěřena. Dám příklad: V Elite klubu Moravskoslezského kraje, který jsem dříve vedl, se nám podařilo výrazným způsobem posílit členskou základnu prostřednictvím Adama Lišky, velmi akčního mladého manažera, který ukázal, že vhodná argumentace ve správný čas dokáže propojit mnoho schopných lidí. A to je přesně to, o čem ČMA jde. Do tohoto klubu za pár měsíců vstoupili odborníci, včetně hejtmana Ivo Vondráka, kteří našli společnou řeč, společný zájem a dostali společný apetit „něco dělat“. Když se to mohlo podařit v tomto regionu, musí se to podařit i jinde. Posílí to naši prestiž, ale hlavně se budou lépe vytvářet platformy, z nichž mohou vzházet zajímavá řešení, nápady, myšlenky či připomínky.

Napomohou nám k tomu všemu inovované stanovy, které posilují odpovědnost našeho prezidia. Každý ponese svou kůži na trh a všichni budou jasně vědět, co se od nich očekává. Tím se naše činnost rozhybe. Budeme mít kvalitní

zpětnou vazbu, budeme vědět, v čem se zlepšovat, co členská základna potřebuje. Napomáhat budou sociální sítě, díky kterým je dnes komunikace mnohem snazší než před lety.

Rovněž bych si přál, aby naši členové jen nekonsumovali, ale sami tvořili. Budou-li aktivní, budou-li dělat svou práci rádi, bude je to bavit. Dlouhodobá pasivní konzumace totiž člověka nenaplňuje.

Jak tedy k novým tvářím? To asi nebude lehká cesta v době, kdy existuje mnoho rozmanitých profesních uskupení, zejména odborného rázu...

Vracíme se k předešlé otázce. Klubový princip je velmi jednoduchý – spojuje lidi, kteří chtějí být spolu, a dává prostor přivést další, kteří budou původní jádro následovat. Nejde samozřejmě o to zbrkle přidávat jména do databáze, ale hledat, jaká témata jsou pro zájemce důležitá, co je spojuje, o čem potřebují diskutovat, co by se mělo řešit. Vůbec nejde o to získat vizitku a předat ji dál. Je to o důvěře a programu, který propojuje. Pokud toto budeme respektovat, noví členové do asociace vstoupí.

O úloze manažera se v poslední době dost diskutovalo. Měly by ho provázet vlastnosti jako kreativita, nápaditost, umění prosazovat neotřelé originální postupy, měl by být charizmatický, odvažný, se schopností vést týmy a improvizovat... Nechtěli bychom toho od něj až příliš?

Odpověď je jednoznačná: i když se toho po manažerech chce dnes skutečně hodně, nároky ještě porostou. Musí to být ti nejlepší z nejlepších, lidé, kteří dokážou formulovat celospolečenské vize, přetvářet myšlení ostatních v pochopení úkolů, které před nimi stojí. Transakční řízení se proměňuje v transformační. To se všichni musíme nyní učit a naučit. Manažeři se musí stát skutečnými lídry. Pak se to povede.

Z plejády osobností, jež se každý rok nominují do naší nejvyšší manažerské soutěže, lze vždy vybrat jen manažera a manažerku. Přesto by si ocenění zasloužili vlastně všichni, neboť jejich schopnosti jsou nezměrné a inspirující. Je však další spousta těch, o kterých se takřkajíc zatím neví a právě jejich potenciál je obrovský. Nezdá se vám, že jím naše společnost tak trochu plýtvá?

Možná bych do jisté míry souhlasil, ano trochu plýtváme. Ale těch skutečně výjimečných jsou mezi námi 3 %, což je úzká skupina. Klíčem k úspěchu manažera je čas. V čase, který měří všem stejně, toho musí stihnout více než většina ostatních lidí. Třeba vychovávat své nástupce. To se podařilo například fenomenálnímu Jiřímu Cíencialovi, který vedl Třinecké železářny 15 let a 6 let připravoval svého nástupce Jana Czudka. Na jejich výsledcích je to dodnes znát. Manažer musí umět myslet ve velkých souvislostech, a k tomu výjimečným způsobem uchopit čas. Pak zúročí svůj potenciál.

Letošní první pololetí nastolilo manažerům mnoho otázek. Z některých se ze dne na den stali ti krizoví. A jsou jimi vlastně dodnes. Plyne z toho nějaký závěr? Poučení? Výzva?

Management vyučuji 30 let, z toho 13 let na akademické půdě. Jednou ze zásad, o které přednáším, je ta, že je třeba, aby si manažer tvořil stále alternativní scénáře řízení. Jeden pro dobu, kdy firma či organizace šlápe, druhý pro období, kdy je tomu opačně. Ti, kteří toto berou v úvahu, letošní koronavirovou krizi mohou zvládnout daleko lépe než ti, kteří si ani nepřipustili, že by jakákoli katastrofa mohla nastat. Víím, že bychom měli myslet pozitivně, ale součástí pozitivity by měla být schopnost zakomponovat rizika. Plánujme to nejlepší, ale budme připraveni na nejhorší!

ptala se Eva Brixí

Koronavirus změnil pohled na technologie

Svět se letos rychle mění. Výhledy ekonomického a společenského vývoje na rok 2020, na něž jsme se připravovali před několika měsíci, už neplatí. Co je jinak a jak obstat v nové situaci, o tom s námi hovořil Adam Leščíš, Danubia Region Technology Advisory Lead, Accenture.

Proč budou změny ve společnosti tak zásadní a trvalé?

Aktualizovaná Accenture Technology Vision ukazuje, jak se mění hodnoty lidí a modely digitálních technologií, které se stále méně potkávají. Tato nerovnováha – když se hodnoty firem míjejí s hodnotami lidí – představuje „technologický střet“. Covid-19 tento problém nezastínil, naopak jej prohloubil. V současné době není ještě zřejmý úplný rozsah dopadu covidu-19 na naše životy, globální ekonomiku i jednotlivé podniky. Ale už se stal mimořádným katalyzátorem změn. Otázka na firmy zní: jak rychle dokážete jednat? S ohledem na tuto novou realitu Accenture reviduje trendy pro rok 2020 a zkoumá, jak ovlivní lidi a podnikání ve světě po covidu.

Jak se tedy proměnil vztah člověka a technologií podle vaší nové vize?

Firmy budou potřebovat jiný model personalizace, kde je zákazník opravdu v centru dění. Covid-19 změnil roli a význam digitálních zkušeností v životě lidí a firmy budou potřebovat agilnější strategie zapojení, pokud chtějí prosperovat. Lidé se mění a v krátkodobém horizontu by měly podniky aktualizovat své personalizační strategie, aby udržely krok. Potřebují rychle oživit chápání potřeb a přání jednotlivých zákazníků a opustit zatížené stereotypy. Ti, kteří dají lidem možnost, aby řídili své digitální zážitky, budou první, kdo pochopí jejich nové potřeby a přání. Roste poptávka po skutečně sdílených digitálních zkušenostech a digitálních komunitách. Firmy již začínají budovat personalizované, interaktivní a sdílené virtuální komunity, které mají předpoklady dlouhodobě prosperovat.

Dotkla se opatření související s koronavirem také umělé inteligence, její role a uplatnění?

Nyní by umělá inteligence měla být ještě vyšší prioritou a měla by podpořit schopnosti lidské

pracovní síly. Krátkodobé využití je jasné: pracovní síly zoufale potřebují posílení. Spolupráce člověk a umělá inteligence již hraje roli například v závodě o nalezení vakcíny proti covidu-19. Mimo lékařskou oblast pandemie přináší nová omezení a výzvy, které systémy AI mohou pomoci překonat, a zbudovat tak podstatně pružnější firemní strukturu. Dlouhodobě nám covid-19 umožní vidět spolupráci mezi lidmi a umělou inteligencí v lepším světle, a zmírnit tak obavy lidí z technologií. Globální studie společnosti Accenture z roku 2019 zaměřená na umělou inteligenci zjistila, že jednou z největších překážek v rozšiřování technologií je jejich nedostatečné přijetí zaměstnanci. Pokud se firmám podaří vysvětlit jim výhody, které spolupráce s AI přinese, otevře to nové možnosti budoucího rozvoje firmy i pracovní síly.

A co roboti? I jim se otevřel další prostor?

Žádný trend nebyl v poslední době tak výrazný, jako roboti kolem nás. S tím, jak se sociální distancování stává novou normou, se roboti přesunují do nových a nekontrolovaných prostředí v mnoha odvětvích. Důvod je jasný – hledají se nová, bezkontaktní řešení. V krátkodobém horizontu přebírali roboti během pandemie nové úkoly a role. Připojili se k našim pracovníkům v první linii a pomáhají v boji proti viru. Firmám pak pomáhají k vyšším obrátům a současně demonstrují nové možnosti použití. Pandemie tedy ukazuje roboty v nejlepším světle, a na to se nezapomíná. Z dlouhodobého hlediska bude robotický ekosystém rychlejší. Pandemie posiluje roli robotiky a automatizace. Vzpomeňte si, jak 4G sítě rostly v souladu s rostoucí popularitou chytrých telefonů. Roboti, zařízení IoT a 5G na tom budou podobně.

Používáte termín „Dilema chytrých věcí“. Můžete ho blíže osvětlit?

Dilema chytrých věcí ukazuje, jakým problémům musí firmy čelit, když se chytré produkty neustále mění. Teď ale covid-19 zvyšuje potřebu těchto inteligentních a aktualizovatelných produktů, které mají velký potenciál, a to i pro veřejné zdraví. V krátkodobém horizontu se chytrá zařízení stávají nástroji v boji proti covid-19. Chytrá zařízení mohou pomoci identifikovat příznaky, sledovat pacienta a dodávat cenné údaje o zdraví, které mohou pomoci zachránit



Adam Leščíš, Danubia Region Technology Advisory Lead, Accenture Česká republika

životy. Mnoho robotických zařízení bylo rychle aktualizováno nebo znovu použito a pomohlo k bezpečnému distancování ve veřejných prostorech. Tam, kde dříve mohlo zavádění takovýchto zařízení vadit, jsou nyní vítána. Dlouhodobě však musí mít firmy na paměti hrozbu možného budoucího odporu. Mnoho lidí se totiž obává, že by jejich data mohla být v budoucnu zneužita.

A ještě další termín, který potřebuje více přiblížit – „Inovační DNA“...

V Inovační DNA firem lze pozorovat tři různé oblasti inovací: vyspělé digitální technologie, vědecký pokrok a vznikající technologie DARQ (distribuované účetní knihy, umělá inteligence, rozšířená realita a kvantové zpracování). S tím, že firmy se budou členit podle způsobu, jakým slučují a kombinují zdánlivě oddělené strategie ze všech těchto oblastí. To stále platí, ale covid-19 vychýlil rovnováhu a urychlil posun DARQ technologií.

Nyní procházejí ekosystémy inovačním zátežovým testem. Covid-19 tlačí firmy, aby spolupracovaly novými způsoby a vytvářely inovace v rámci celého ekosystému. Města například spolupracují s hotely s cílem ubytovat obyvatele bez

domova a zastavit šíření viru v přeplněných útulcích. Pandemie nutí podniky zvážit a otestovat mnoho nových partnerství a možností. Partnerství, produkty a služby, které dnes podniky vytvářejí, mají potenciál definovat podnikání a technologie pro nadcházející roky.

Pravidla týkající se inovací už nebudou v dlouhodobém měřítku nikdy stejná. Svět se mění rychleji, než kdokoli očekával, a podniky musí být flexibilnější než kdy jindy. Mnoho lídrů propojuje nové inovační strategie a vytváří nová partnerství, aby jim pomohla rychle k úspěchu.

Můžete tedy shrnout, jakými trendy se bude dnešek ubírat?

Covid-19 učinil trendy technologických vizí relevantnějšími a naléhavějšími než dříve. Aby organizace dokázaly čelit těmto výzvám, budou se muset inovovat a znovu definovat. Lidé jsou více než kdy jindy závislí na technologiích. Na tom, jak rychle a odpovědně je podniky zavádějí, záleží více než kdy jindy. Žijeme v nebyvalém čase a míříme do rychle se měnící budoucnosti. Technologické trendy tak mohou pomoci nastavit kurz.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Česká LemonPay chce zmodernizovat trh s benefitními kartami

Nová univerzální karta pro zaměstnance, se kterou lze platit všude. Nepotřebuje akceptační síť, a to ani v rámci online plateb, neškrtí ji žádný denní limit nebo časové omezení prostředků. Nejen takové jsou největší výhody karty LemonPay, která nedávno vstoupila na český trh. Ten se bude významně měnit, protože od roku 2021 mohou zaměstnavatelé hodnotu stravenek vyplácet v hotovosti přímo na účet svých zaměstnanců.

„Na stravenkový paušál jsme připraveni a velmi ho vítáme. Nabízíme nejmodernější řešení – tedy žádné papírové stravenky, ale klasickou platební kartu, se kterou lze platit ve všech restauracích. Tohle všechno umíme zkombinovat s dalšími benefity, jako například s placením volnočasových aktivit, což zavedení velcí hráči nyní nedokážou,“ prohlásil Petr Skoč, obchodní ředitel LemonPay, za kterou stojí skupina českých investorů a firma ADVANCED FINANCES a.s. Jeho cílem je získat do konce tohoto roku 25 000 držitelů.

Žádné denní limity nebo omezení výběru restaurace podle toho, zda patří do akceptační sítě. LemonPay je možné používat například při placení za zdravotní péči, sport, kulturu, cestování, i na online nákupy a mnoho dalšího. „Kartu lze zaměstnancům nastavit tak, aby byla maximálně flexibilní, kombinuje v sobě stravenky,

benefity a další peněženky. Chystáme také platbu přes mobilní telefon pomocí Apple Pay a Google Pay,“ doplnil Petr Skoč.

Právě variabilita je největším bonusem LemonPay oproti konkurenci, nová česká karta je vydávána ve spolupráci s Mastercard. Její držitel tak nemusí u vchodu do restaurace nebo například do lékárny kontrolovat, zda je někde nalepené logo jeho využívaných stravenek či benefitní karty. „Kartu LemonPay automaticky přijímají platební terminály, zároveň kontrolujeme i ty nově zavedené po celé České republice.



Když například otevře nová restaurace, je možné v ní pohodlně zaplatit, aniž by si zaměstnanec musel vše ověřovat,“ upřesnil Petr Skoč.

Karta vyzývá konkurenci z Francie

Na domácím trhu probíhají zásadní změny, protože vláda schválila zavedení stravenkového paušálu. Zaměstnanci tak místo „papírků“ budou moct od roku 2021 dostávat peníze přímo. „Je to určité skvělé řešení. V podstatě jsme čekali na jeho schválení, abychom mohli LemonPay kartu představit českému trhu, který je stále zkostrnatělý, a velcí hráči na něm jednoznačně profitují. Příkladem je ročně 150 miliónů korun v propadlých stravenkách, které činí až jednu třetinu celkového zisku pro velké zavedené hráče. Navíc provize, které musí stravenkovým firmám platit české restaurace, jsou vyváděny mimo naši republiku,“ uvedl Petr Skoč, podle kterého byla změna nevyhnutelná a jednoznačně dává šanci pro nové agilnější firmy.

LemonPay si na rozdíl od konkurence nebude brát provize od restaurací, nehodlá s nimi sepsovat žádné smlouvy. „Majitelé restaurací rozhodně nemusí čekat na zúčtování provizí. Tím ulehčíme život také personálu, protože obsluha přeci nemusí vědět, že zaměstnanec platí stravenkou, a řešit, do jaké částky se vrací peníze. Proč taky, vždyť je to další zbytečný úkon, který akorát působí problémy. Náš držitel prostě platí kartou, tečka,“ dodal Petr Skoč. O moderněji pojaté benefity pro zaměstnance bude velký

zájem. Firmám se totiž významně odbourá překážka v podobě administrativní zátěže a nebudou muset platit nesmyslné provize z objemu. Navíc nebudou muset sbírat účtenky související s využíváním stravenkového paušálu pro případnou kontrolu z finančního úřadu. „Máme technologický náskok a nebojíme se vyzvat velké hráče z Francie. Papírové stravenky jsou přežitek, český trh čeká v tomto segmentu digitalizace,“ sdělil Petr Skoč.

Cílem je 250 000 aktivních uživatelů

Veškeré transakce jsou v LemonPay zcela transparentní. Zaměstnavatel bude mít přístup do jednoduchého a přehledného prostředí pro správu karet. V aplikaci si může nastavit rozsah možností a využití pro zaměstnance. Ti si zase na svém osobním účtu mohou zkontrolovat měsíční čerpání stravenek a benefitů, historii transakcí, nebo kolik se jim vrátilo zpět z cash-back sítě, která bude spuštěna na podzim.

Nová česká karta nenabízí pouze elektronické stravenky a volnočasové aktivity, připravený je také nástroj, díky kterému se zaměstnanci budou moci podílet na financování svých benefitů. LemonPay je využitelná pro všechny typy společností – menší, střední, tak i pro ty největší. „Jako nově zavedená česká značka chceme mít do tří let 250 000 aktivních uživatelů a přinést budoucnost řešení benefitů pro zaměstnance,“ vyzval Petr Skoč. Karta je k dostání na oficiálních stránkách www.lemonpay.com. (tz)

České podniky ohrožují svoji konkurenceschopnost

České firmy snižují své investice do výzkumu a vývoje. Přitom právě inovace přispívají významnou měrou ke konkurenceschopnosti a úspěchu na trhu. Zatímco zahraniční společnosti u nás i jinde v Evropě využívají pro urychlení inovací externí zdroje pro výzkum a vývoj, místní podniky tuto možnost zatím opomíjejí, a často o ní dokonce ani nevědí, vyplývá ze zkušeností společnosti Acamar, která pomáhá velkým firmám s rozvojem technologických a R&D center.

„V České republice proběhly desítky zajímavých inovačních projektů z mnoha oborů za významného přispění externích R&D vývojářů i celých týmů. Důvodem využívání externistů je skutečnost, že firmy jednoduše nejsou schopny zvládnout vývoj samy v požadovaném čase a kvalitě, nemají totiž k dispozici dostatek expertů s patřičnou kvalifikací. Projekty jsou navíc časově omezené, a proto není pro firmy efektivní tento typ expertů zaměstnávat,“ řekl Illya Pavlov, ředitel společnosti Acamar, a pokračoval: „Externisty však využívají zejména

zahraniční firmy, které s tímto modelem spolupráce mají zkušenost z jiných zemí.“ Místní firmy pak podle Illy Pavlova o této možnosti buď vůbec nevědí, nebo o ní neuvažují, protože nemají k dispozici dostatek informací a nemohou se seznámit s výsledky a zkušenostmi z realizovaných projektů. Zahraniční firmy si totiž know-how, které se týká toho, jak přistupují k výzkumu a vývoji, bedlivě střeží. V Evropské unii i v USA jsou přitom externí odborníci i celé vývojové týmy běžnou praxí.

Výdaje soukromého sektoru (komerční sféry) na R&D (BERD, Business expenditure on R&D) v ICT sektoru jako procento celkových výdajů na R&D jsou v České republice mnohem nižší než v sousedním Německu, a v čase dokonce klesají. V ČR došlo mezi lety 2009 až 2017 k poklesu z 0,44 % na 0,33 %, přičemž v Německu se ve stejném období trvale pohybovaly kolem 2,3 %. Ačkoliv v daném období v ČR stoupl podíl ICT pracovníků ze 2,76 % na 3,07 %, tak podíl ICT pracovníků v R&D klesl z 0,67 % na 0,38 %.

ČR si jako sídlo pro své R&D v posledních letech zvolila celá řada zahraničních společností. Podle průzkumu asociace ABSL, která sdru-



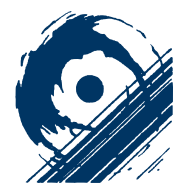
žuje firmy z oboru podnikových služeb, působí v českých R&D centrech 14 000 odborníků, kteří často kombinují programátorské dovednosti s dalšími znalostmi.

Z hlediska celkových výdajů na výzkum a vývoj jako procento HDP na tom je ČR s 1,79 % za rok 2017 nejlépe ze zemí V4. V Maďarsku investovali do R&D 1,33 % HDP, v Polsku 1,03 %, a na Slovensku dokonce jen 0,89 % HDP. Pro srovnání, v Německu výdaje na výzkum a vývoj v tu dobu činily 3,07 % a v USA 2,79 %. Průměr za celou EU dosáhl 2,08 %. Fakt, že české společnosti nevyužívají všechny

možnosti, jak inovovat, může v budoucnu negativně ovlivnit jejich konkurenceschopnost a uvádění nových produktů. V době hledání úspor navíc patří náklady na inovace často mezi první položky, které se škrtaří. „Přitom by to mělo být naopak, protože inovace jsou investice do budoucnosti. V krizi je třeba nelpět na zisku, ale udržet si pozici na trhu a být připraven na návrat konjunktury. Což znamená pracovat na inovacích bez ohledu na současný stav ekonomiky, ale s výhledem na několik let dopředu,“ upozornil Illya Pavlov.

Acamar se zaměřuje na dlouhodobou spolupráci s centry pro Výzkum a vývoj (R&D), kterým poskytuje strategické konzultace a podporu rozvoje a růstu. Acamar od roku 2009 zajistil uplatnění více než 600 expertů. Jedinečný proces získávání zahraničních odborníků umožňuje dosahovat úspěšnosti 9 z 10 uchazečů. Acamar poskytuje služby zkušených profesionálů a expertních týmů pro IT a elektroinženýrství se zaměřením na návrh a vývoj hardwaru, firmwaru a embedded programování a také na vývoj v C/C++/C#, .NET, Java, Javascript, Angular, React či Python. (tz)

Patentová ochrana je předpokladem úspěchu inovační strategie



ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ

dě úsilí o inovace, každá inovační strategie, má-li být úspěšná, musí využít systému ochrany průmyslového vlastnictví. Ten inspiruje zveřejněnými nápady, přináší zisk z produkce a licenci, a chrání nápady proti kopírování. Shodli se na tom zhruba před rokem hlavní hosté konference Ochrana průmyslového vlastnictví v Evropě, pořádané ke zmíněnému výročí. Ze setkání odborníků přinášíme část informací, které jsou dnes ještě aktuálnější:

Podle údajů Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO) vzniká v Evropské unii 42 % HDP v odvětvích, která aktivně využívají ochranu duševního vlastnictví, tedy patenty, průmyslové vzory, ochranné známky a práva autorská.

„Evropa potřebuje robustní patentový systém, protože 38 % pracovních míst, 42 % HDP a 90 % externího obchodu představují obory využívající ochrany duševního vlastnictví. Patentový systém pomáhá budovat silné technologické portfolio a urychlovat ekonomický růst,“ řekl António Campinos, prezident Evropského patentového úřadu (EPO). „Roste poptávka po patentové ochraně, inves-

V loňském roce slavil Úřad průmyslového vlastnictví 100 let od svého založení. Již před sto lety bylo průmyslníkům a výzkumu jasné, že bez právní ochrany nových řešení a bez nejnovějších technických informací nemůže jejich business prosperovat a prosadit se ve světové konkurenci. Proto každ-

toři a firmy považují Evropu za atraktivní a hodnotný technologický trh, na kterém chtějí inovovat a investovat.“

Česká republika zatím nedosahuje aktivit vyspělých států zejména v přihlašování do zahraničí s využitím Smlouvy o patentové spolupráci (Patent Cooperation Treaty, PCT). Příznivější vývoj lze spatřit v počtech technických řešení, která čeští původci chrání evropským patentem či v USA. V České republice je patenty chráněno zhruba 45 000 technických řešení.

„Existuje přímý vztah mezi právy duševního vlastnictví a rychlým růstem firem, patenty, ochranné známky a další nástroje zde hrají důležitou roli,“ uvedl Christian Archambeau, vý-

konný ředitel Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO). „Například malé a střední podniky, které registrovaly alespoň jednu ochrannou známku, mají o 13 % větší pravděpodobnost, že v budoucnu rychle porostou.“

Na ekonomický rozvoj mají inovace přímý vliv. „Víme, že státy, pro něž jsou inovace prioritou, rychle postupují kupředu,“ sdělil Francis Gurry, generální ředitel Světové organizace duševního vlastnictví (WIPO).

„Abychom se mohli začít srovnávat s vyspělými inovativními státy, musíme se naučit využívat systém ochrany průmyslových práv, zejména patentů, ve svůj prospěch. S chytrou patentovou strategií se Česká republika může během deseti let dostat mezi evropské inovativní premianty,“ potvrdil Josef Kratochvíl, předseda Úřadu průmyslového vlastnictví.

Milióny inovací jsou zdarma a volně dostupné v patentových databázích, jako je například Espacenet. ÚPV se přitom stále setkává s případy, kdy vynálezci podávají přihlášky již známých řešení.

„Český průmysl, výzkum a vývoj se musí prostřednictvím patentových informací seznamovat se špičkou v oboru, nevynalézat vynalezené a vynalezené řádně chránit,“ zdůraznil Josef Kratochvíl. „Existující systém patentové ochrany nabízí nepřehledné množství inspirace

a pro skutečné inovátory je extrémně silným nástrojem, jak nápady ochránit, a hlavně zpeněžit. Zisky z výroby zboží chráněného patenty nebo z patentových licencí jsou silným motorem dalšího rozvoje.“

Vláda ČR přijala Inovační strategii České republiky na léta 2019–2030. Vzniká Koncept ochrany duševního vlastnictví, která zdůrazní především nutnost poučeného využívání existujících nápadů zahraniční konkurence, dobrou patentovou ochranu a zavedení výuky základů ochrany duševního vlastnictví ve školách.

„Patentová ochrana je přitom naprosto klíčová v souvislosti s vědou, výzkumem a vývojem, tedy v kontextu se zaváděním nových nápadů do praxe. Proto je velmi důležitá osvěta, spolupráce i mezinárodní kontext. Máme zájem co nejlépe ochránit chytré české hlavy a pomoci jim uspět po celém světě,“ oznámil loni v září Karel Havlíček, vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu. „Vláda si je plně vědoma důležitosti ochrany duševního vlastnictví. Proto je v Inovační strategii jeden pilíř, který se této oblasti věnuje. Díky moderním informačním a komunikačním technologiím mohou dnes firmy i jednotlivci jednodušeji vyhledat nejvhodnější patentovaná řešení a v budoucnu by to mělo být ještě lepší, například díky umělé inteligenci.“ (tz)

Znáte organizace pro ochranu duševního vlastnictví?

Období, které nyní prožíváme, nepřináší pouze znepokojivé zprávy o rozkolísané ekonomice, uzavírání firem nebo karanténních opatřeních. Rodí se mnoho nápadů, vznikají inovativní společnosti. To s sebou nese i potřebu péče o nové myšlenky, postupy, celé know-how. Na této straně pravidelně přinášíme informace o ochraně duševního vlastnictví. Tentokrát připomeneme, jaké organizace k tomu slouží:

Úřad průmyslového vlastnictví (ÚPV) je ústředním orgánem státní správy České republiky na ochranu průmyslového vlastnictví. V čele Úřadu je předseda, kterého jmenuje a odvolává vláda; jeho výběr, jmenování a odvolání se řídí zákonem o státní službě. Historie Úřadu sahá až do roku 1919, kdy byl založen Patentový úřad. Systém ochrany práv k předmětům průmyslo-



vého vlastnictví spočívá v tom, že ke vzniku těchto práv je třeba výroku (rozhodnutí) státního orgánu, kterým je právě Úřad průmyslového vlastnictví. Práva k předmětům průmyslového vlastnictví se zapisují do rejstříků vedených Úřadem, které jsou veřejně přístupné, a zveřejňují se ve Věstníku Úřadu.

Světová organizace duševního vlastnictví (World Intellectual Property Organization, WIPO) je organizace OSN, založená v roce 1967 Úmluvou o zřízení Světové organizace duševního vlastnictví. Vykonává dozor v oblasti ochrany autorských práv a dalších práv duševního vlastnictví. Sídlem organizace je Ženeva, Švýcarsko. V současnosti je členem WIPO 191 států.

Evropský patentový úřad (European Patent Office, EPO) zkoumá evropské přihlášky patentů a umožňuje vynálezům, výzkumníkům

a firmám z celého světa získat ochranu svých vynálezů ve 44 zemích prostřednictvím centralizované a jednotné procedury, která vyžaduje pouze jednu přihlášku. EPO byl založen v roce 1973.

Evropský úřad ochrany duševního vlastnictví (European Union Intellectual Property Office, EUIPO) se zaměřuje na registraci ochranných známek a designů (průmyslových vzorů). Je to decentralizovaná agentura Evropské unie, která byla založena v roce 1994 a sídlí ve španělském Alicante. Ročně zaregistruje 135 000 ochranných známek a 100 000 designů (průmyslových vzorů). (red)

Další informace:

www.patentuj.cz, www.upv.cz
www.wipo.int, www.epo.org
euipo.europa.eu/ohimportal/cs



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Dveře a zárubně SOLODOOR se značkou Czech Made

Dveře jsme svého času nepovažovali za interiérový prvek, který by měl souznít s interiérem, dotvářet ho, anebo v něm přiměřeně provokovat. Byl to jen kousek zajišťující dělení prostoru a tlumení zvuku. Poslání se v posledních letech ale výrazně změnilo. Ze dveří se stal designový švihák v patřičné kvalitě. Právě o ní jsem hovořil s generálním ředitelem společnosti SOLODOOR a.s., Martinem Dozrálem, a to v souvislosti se značkou Czech Made, jež léta k této firmě patří.

Co vše v současnosti obnáší výrobní program?

Podobně jako na samém začátku firmy se i dnes specializujeme na výrobu dveří a zárubní. Tyto produkty však dokážeme vyrobit mnohem sofistikovaněji, kvalitněji a v nezměrném počtu variant a provedení. Náš sortiment navíc každý rok inovujeme, a to v souladu s nejnovějšími designovými trendy i s ohledem na nároky našich zákazníků. To vše nám umožňují mnohamilionové investice do nových špičkových výrobních technologií, které jsme realizovali především v uplynulých šesti letech. Pořídili jsme novou lakovací linku, včetně stříkacího automatu pro výrobu vysoce kvalitního lakovaného sortimentu, který se stává jednoznačným designovým trendem. Pořízen byl také moderní automatizovaný lisovací uzal, průběžné CNC, a především unikátní formátotřanovací centrum, díky kterému jsme jako jedni z mála v Evropě schopni nabídnout našim zákazníkům dveře a zárubně s unikátní oblou hranou. V současnosti probíhá kompletní obměna technologie na výrobu zárubní, která nás opět výrazně posune dál, co se týká kvality i objemu vyrobených produktů. Půjde o nejmodernější výrobu zárubní v ČR s využitím pokročilých prvků robotizace. Naše obložkové zárubně to dostane na zcela jinou kvalitativní úroveň.

Čím se odlišujete od konkurence?

Díky výše zmíněným významným technologickým inovacím i obchodním změnám jsme se vypracovali do pozice, kdy jsme schopni svým

zákazníkům za přijatelnou cenu nabídnout povětivý český výrobek, který plně odpovídá světovým měřítkům kvality i designu. Rozhodně nepatříme mezi výrobce, kteří chtějí trh zaplavit nekvalitními a levnými výrobky.

Jako jediní mezi výrobci dveří jsme již od roku 2012 držitelem značky Czech Made a od Ministerstva životního prostředí jsme obdrželi ekoznačku Ekologicky šetrný výrobek, která je důkazem toho, že naše výroba je vůči životnímu prostředí ekologicky čistá.

Nejsme pouze spolehlivým dodavatelem dveří a zárubní, ale spolu s výrobkem nabízíme také širokou škálu doplňkových služeb, jako např. odborné poradenství, zaměření, montáž, zákazníkům jsme dali k dispozici zcela unikátní objednávkový a konfigurační software. A výrobky prodáváme mimo jiné přes síť franchisových prodejen, díky čemuž udržujeme vysokou míru profesionálního servisu.

Jedinečnost našich výrobků spočívá v tom, že dokážeme díky mimořádně širokému portfoliu naší nabídky nabídnout řešení jak pro zákazníka hledajícího ekonomickou variantu dveří a zárubní, tak i náročnému zákazníkovi, který hledá designový výrobek a není tak citlivý na výslednou cenu. Při tom všem pracujeme i u výrobních vyráběných „na míru“ danému zákazníkovi



s nejkratšími termíny na trhu. Velice důležité je také to, že si dáváme velice záležet na výběru povrchových úprav, ve kterých naše výrobky nabízáme, a některá provedení povrchových úprav, zejména unikátní povrchy SOLO MATRIX, máme exkluzivně pouze my. Nikde jinde si proto takové dveře a zárubně nekoupíte.

Držitelé značky kvality Czech Made jste už osm let. Charakterizoval byste toto spojení?

Do programu Česká kvalita Czech Made jsme se přihlásili v roce 2012. Hlavním motivem pro nás byla rozšiřující se konkurence polských dveří na našem trhu. Před udělením značky proběhl v naší společnosti podrobný audit zaměřený na kontrolu našich zaměstnanců, výroby a účetnictví. Vše bylo v pořádku, a proto se dnes můžeme značkou Czech Made pochlubit. Jednoznačně ji vnímáme jako konkurenční výhodu, naše produkty pomáhá odlišit od produktů ostatních výrobců. Všem našim zákazníkům navíc poskytuje jasný důkaz o tom, že od nás získávají kvalitní výrobek, který vznikl v české společnosti a je vyrobený českými pracovníky.

Jak ve vaší organizaci řídíte kvalitu? A je rozhodujícím faktorem pro konkurenceschopnost vaší organizace?

Kvalita výrobků, spolu se spolehlivostí, je jedním z nejdůležitějších faktorů v boji s konkurencí, a je pro nás proto velmi důležitá. Kontrolu kvality výrobků máme několikaúrovňovou. Prvním stupněm je samokontrola, kterou provádí přímo pracovník, který je za danou operaci zodpovědný, a to na základě přesně stanoveného technologického a pracovního postupu. Následuje druhý stupeň, kdy kontrolu na denní bázi provádí pracovník kontroly kvality výrobků, který je nezávislý, a v případě zjištění nějakého pochybení má dokonce pravomoc zastavit celý výrobní proces. Kontrolu nám velmi usnadňují různé checklisty, které jsou manuálem pro kontrolu a také do nich zároveň zapisujeme zjištěné výsledky. Třetím stupněm kontroly je kontrola na specializovaném pracovišti výstupní kontroly, kde jsou dveře i zárubně před zabalením pracovníky výstupní



Martin Dozrál, generální ředitel společnosti SOLODOOR a.s.

kontroly překontrolovány. A konečně čtvrtým stupněm kontroly je pak výstupní kontrola výrobků ve skladu před vlastní distribucí z hlediska neporušenosti obalů výrobků.

Určitou prevencí pro vznik vad a nedostatků je katalog vad, ve kterém využíváme ke zjišťování příčin vzniku principů 6D reportů. Dalším nástrojem pro odstraňování chyb je skupina kvality, kde se jednotlivá témata rozborují a dále v daných úkolech řeší. Společně s katalogem vad máme také zavedenou brožuru Kvalita je základ i s vizualizací chyb, na které je třeba se na jednotlivých pracovištích nejvíce soustředit. Kromě toho jsou jednotlivé chyby zobrazeny také na nástěnkách přímo na pracovištích.

V posledních letech jsme se vydali cestou výrazných produktových inovací. Zaměřili jsme se na posílení kvality naší výroby, investovali do nových výrobních technologií, a to vše při zachování přijatelné ceny pro zákazníka. Kvalita je pro nás tedy nejdůležitější kritérium.

ptal se David Kubla

Ambasador kvality ČR

Cena je určena pro organizace, které nadstandardně dbají o zajištění kvality svých produktů a služeb, které se chovají odpovědně a aktivně napomáhají šíření a propagaci kvality.

CSR GURU

Cena pro fyzické osoby za konkrétní přínos pro podporu šíření myšlenek a principů společenské odpovědnosti a cílů udržitelného rozvoje.

Mezinárodní cena inovací - Quality Innovation Award

Cena je vyhlášena ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu a je určena všem organizacím bez rozdílu. Organizace mají možnost porovnat svoji inovaci z mezinárodního pohledu, kdy se hodnotí především inovativnost ve smyslu míry novosti a použitelnosti v praxi, její účinnost a orientace na zákazníka.

Manažer kvality roku

Personální ocenění pro fyzické osoby, jejichž cílem je ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu ocenit nejlepší výsledky manažerů kvality a tyto veřejně prezentovat a poskytnout tak příklad pro následování.

Cena za návrat do života

Cena za návrat do života je udělována všem typům organizací, které významným způsobem přispívají k návratu duševně či tělesně postižených lidí do běžného pracovního a rodinného života.



Uzávěrka přihlášek
konec září 2020

<https://oceneni.csq.cz>

Nárůst nových neplatičů DPH zpomalil

Letos v ČR přibýlo 953 subjektů, které nespolehlivě odvádí DPH. Meziročně se jejich počet zvýšil o 15 %, nicméně přírůstek za poslední kvartál, který činil 288 firem, je nejnižší od roku 2014. Aktuálně Bisnode v černé listině nespolehlivých firem registruje 21 042 subjektů, z toho 5732 nespolehlivých plátců DPH a 15 310 nespolehlivých osob.

„Zdá se, že krize způsobená pandemií koronaviru zpomalila další přírůstky subjektů, které nespolehlivě odvádí DPH. Zatímco v 1. kvartálu letošního roku v registru přibýlo 665 subjektů, ve 2. kvartálu jich bylo 288, tedy o 57 % méně. Šlo o vůbec nejnižší čtvrtletní přírůstek od roku 2014. V letech 2018 a 2019 zpravidla za tři měsíce v registru přibývalo průměrně přes tisíc subjektů. V následujícím období očekáváme opět návrat k vyšším hodnotám,“ komentovala statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová.

Za nespolehlivou je považována firma, která nemá v pořádku daňové doklady a úřad jí vyměří daň alespoň 500 000 Kč, a také podnik po-

dezřelý z účasti na podvodu. Za nespolehlivého plátce může být označena i společnost, která opakovaně neplní lhůty pro povinná podání. Nespolehlivou osobou se na základě rozhodnutí správce daně může stát fyzická i právnická osoba. Jde buď o subjekty, které nejsou plátcí DPH a závažným způsobem poruší povinnosti vztahující se ke správě daně, nebo o subjekty, jež přestaly být plátcem DPH v okamžiku, kdy byly uvedeny v registru nespolehlivých plátců DPH. Ačkoliv nejčastější právní formou pro podnikání v České republice jsou osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ), nejvíce nespolehlivých subjektů je mezi společnostmi s ručením omezeným. Jde o 16 458 společností s ručením omezeným, které tak představují 78 % podíl mezi všemi nespolehlivými subjekty.

Dlouhodobě nejvíce nespolehlivých plátců a osob v hlavním městě a v okolí velkých metropolí. V Praze má registrované sídlo 11 724, tedy 56 % nespolehlivých subjektů, a v Jihomoravském kraji 2785 firem, což představuje 13 % podíl. S výrazným odstupem následuje Středočeský kraj, kde sídlí téměř 7 % nespolehlivých subjektů, a Moravskoslezský kraj s 5 %. (tz)

Nespolehliví plátcí a osoby podle krajů

	nespolehliví plátcí DPH	nespolehlivé osoby	celkem	podíl na celku
Jihočeský kraj	80	157	237	1,13 %
Jihomoravský kraj	614	2171	2785	13,24 %
Karlovarský kraj	26	156	182	0,86 %
Královéhradecký kraj	147	375	522	2,48 %
Liberecký kraj	117	280	397	1,89 %
Moravskoslezský kraj	301	794	1095	5,20 %
Olomoucký kraj	108	388	496	2,36 %
Pardubický kraj	63	151	214	1,02 %
Plzeňský kraj	177	346	523	2,49 %
Praha	3162	8562	11 724	55,72 %
Středočeský kraj	420	991	1411	6,71 %
Ústecký kraj	281	551	832	3,95 %
Vysočina	79	134	213	1,01 %
Zlínský kraj	135	226	361	1,72 %
neurčeno	22	28	50	0,24 %
celkem	80	157	237	1,13 %

Zdroj: databáze a výpočty Bisnode

Bude se řešit i naše duševní pohoda?

Oblast bezpečnosti a ochrany zdraví při práci se neustále dynamizuje. Demografický vývoj pracovní síly, měnící se nároky zaměstnanců a další vlivy určují tréninkové metody a nástroje, které se používají ke zvýšení bezpečnosti na pracovišti. Začíná se formovat několik trendů, které ovlivní BOZP v průběhu následujících let. Přestože nikdo neví, co přesně přinese budoucnost, je jasné, že těchto pět trendů bude mít na oblast nemalý vliv.

1 High-Tech bezpečnostní programy na pracovišti

V posledních několika letech se programy zaměřené na bezpečnost a ochranu zdraví na pracovišti soustředily především na zavedení špičkových nástrojů a metod školení i vedení. Využívají se online kurzy, samořízené vzdělávací programy, zavádějí se aplikace zaměřené na zajištění bezpečnosti a ochranu zdraví zaměstnanců. Mnoho společností však zjistilo, že tato high-tech řešení jsou pouze jednou částí pomyslné skládačky. Pracovníci chtějí nasbírat především osobní zkušenosti, například mileniálové upřednostňují učení se praxí před formálním vzděláváním. Dá se tedy očekávat větší využití bezpečnostních programů, které budou zahrnovat technologická i personalizovaná řešení: například odborníci v oblasti bezpečnosti budou trávit více času se samotnými pracovníky a koučovat je v reálných situacích.

2 Zaměření na celkové zdraví, včetně duševní pohody

Tradičně se BOZP zaměřuje na udržování bezpečnosti jednotlivců a na ochranu před riziky jejich práce. Jinými slovy – jde především o prevenci úrazů a nemocí v místě výkonu zaměstnání. V roce 2011 zahájil Národní institut pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci v USA Total Worker Health Program, což je

iniciativa zaměřená na podporu celkového zdraví a pohody pracovníků v zaměstnání i mimo pracovní dobu a místo výkonu práce. Program je založen na myšlence, že práce je hlavním faktorem, který se odráží na celkovém zdraví. Vliv na to má počet pracovních hodin, ale i to, kolik si zaměstnanec vydělá peněz. Ve výhledu do příštího desetiletí se očekává, že tento pojem podpory všech aspektů „pohody zaměstnanců“, včetně fyzického, duševního, sociálního a finančního zdraví, stoupne do popředí programů BOZP, a zaměstnavatelé se tak budou o své zaměstnance starat lépe.

„Vnímáme, že potřeby zaměstnanců se mění. Každý čtvrtý člověk se každoročně potýká s nějakým typem psychických problémů, a tak je třeba, aby zaměstnavatelé zaměřili své programy i na podporu mentálního zdraví a duševní pohody svých zaměstnanců. Proto naše společnost připravila inovativní projekt Mental Health Allies, z něhož mohou těžit naši zaměstnanci, ale také může být vodítkem pro další firmy, které sledují nové trendy,“ uvedla Šárka Vránová, HR manažerka společnosti Accenture.

3 Prostředí a požadavky na bezpečnost

Vzestup digitalizace s možností homeoffice a flexibilního plánování práce přinášejí pro

bezpečnost ve firmách nová rizika a vyšší nároky na proškolení jednotlivých členů týmu. Je totiž třeba proškolit i zaměstnance pracující vzdáleně z jejich domácích kanceláří, krátkodobě zaměstnance nebo nezávislé dodavatele. A dále určit, jaký počet školení je pro každou skupinu, ale i každého konkrétního člověka, nezbytný, aby byli pečlivě proškoleni a také aby přijali firemní kulturu bezpečnosti. „Nové podmínky přirozeně přinášejí nové požadavky na práci pracovníků zajišťujících péči o bezpečnost práce. Ti pak musí všechny změny pečlivě reflektovat z pohledu bezpečnosti a iniciovat vznik norem, které ve firmě zajistí bezpečnost,“ vysvětlil Ondřej Mareček ze společnosti SSI Group.

4 Změna demografie pracovní síly

Přilákat mladší generaci k výkonu BOZP jako jejich budoucí profese bude rozhodující, protože velká část současných pracovníků dosáhla – nebo brzy dosáhne – věku odchodu do důchodu. V průzkumu 2019 Job Outlook magazínu Job + Health 62 % respondentů uvedlo, že vidí nedostatek kvalifikovaných odborníků v oboru, a 65 % se domnívá, že zaměstnavatelé vyplní tato volná místa interními kandidáty, kteří mají méně zkušeností. Důležitou dlouhodobou strategií pro firmy a průmysl jako celek bude aktivní nabídka uplatnění v profesích z oblasti bezpečnosti a motivace mladých odborníků, aby prohlubovali svá vzdělávání v oboru a sledovali nové trendy. V této profesi se ale bude výrazně měnit i pracovní náplň, a to zejména pod vlivem dvou velmi různých trendů: Prvním z nich je robotizace

a automatizace a jejich začlenění do pracovního prostředí, druhým sociální inovace na pracovištích.

5 Hygiena a profesionální čistota po covid-19

Nejaktuálnějším trendem je v důsledku koronavirové pandemie přizpůsobení se přísným hygienickým opatřením v rámci zajištění zdraví na pracovišti. Jde jak o individuální péči založenou na pravidelné dezinfekci rukou, tak o zabezpečení hygienicky čistých pracovních prostor. „Aby byly dodrženy nároky na bezinfekčnost pracovního prostředí, je zapotřebí nejen zajistit dostatek hygienických prostředků s plně virucidním účinkem pro osobní použití, jako jsou například dezinfekční gely a mýdla, roušky či rukavice, ale také zajišťovat plošnou dezinfekci a co možná nejčastější úklid veškerých prostor, kde se zaměstnanci vyskytují,“ podotkl Ondřej Mareček ze společnosti SSI Group.

„Na dodržování hygienických opatření je v posledních měsících kladen velký důraz, především pak s návratem do zaměstnání, kdy je třeba zajistit, aby byly prostory pro zaměstnance komplexně vycištěné a hygienicky ošetřené a předešlo se jakémukoliv ohrožení zdraví. Kvůli tomu stoupají nároky nejen na úklidové stroje a pomůcky, kterými je potřeba důkladně čistit veškeré pracovní prostory, ale také na zvýšení pravidelnosti frekvence těchto úklidů a pečlivost. Z dlouhodobého hlediska zřejmě tento trend jen tak neutichne, naopak se dá očekávat, že se stávající rapidní zvýšení zájmu a péče o hygienu a profesionální čistotu stanou běžnou rutinou,“ doplnil Lukáš Rom ze společnosti Kärcher. (tz)

Proč se nevyplatí práce na černo

Na první pohled lákává nabídka, a někdy zdánlivě jediné rychlé řešení, jak získat práci okamžitě a s penězi na ruku. Málokdo si v této situaci ale připustí její nevýhody a také komplikace, které mohou na dlouho ovlivnit život.

Práce na černo je každá placená práce, na niž nebyla uzavřena jakákoliv pracovní smlouva, dohoda nebo vystavena faktura (pokud máte živnostenský list). Často je pracovník lákán na okamžitý nástup, peníze na ruku, někdy častěji než jednou měsíčně, vyšší výdělek za stejnou práci, než kdyby byla uzavřena smlouva. „Povinné odvody jsou v ČR velmi vysoké. Pokud má zaměstnanec mzdu 20 000 Kč čistého, náklady zaměstnavatele jsou téměř 35 000. Pro podnikatele i zaměstnance tedy může být lákavé se platbě odvodů a zdanění vy-

hnout a o státní peníze se rozdělit. Zaměstnanec proto může mít výdělek vyšší, ale ve výsledku se to zaměstnanci a zaměstnavateli většinou vymstí,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup.

První nevýhodou práce na černo je, že se vzdáváte jakékoliv jistoty. Pokud neexistuje žádná smlouva, nikdy si nemůžete být jisti, že vám peníze budou vyplaceny. „Když vám zaměstnavatel odmítne dát peníze, nemáte na něj žádnou páku. Většinou to začíná prodlužováním doby výplaty

a slibem, že za pár dní dostanete zaplacenou. Po nějaké době je však jasné, že peníze už neuvidíte,“ dodala Jaroslava Rezlerová.

Ze dne na den můžete o práci přijít, a to bez jakékoliv náhrady (nemáte nárok na odstupné, dvouměsíční výpovědní lhůtu, během které byste si mohli najít jiné zaměstnání apod.). Dokonce nedostanete ani podporu v nezaměstnanosti (pro tu je nutné být alespoň 12 měsíců během posledních dvou let zaměstnán a odvádět sociální pojištění). Zaměstnavatel za vás neplatí zdravotní a sociální pojištění. Pokud si tedy nebudete platit zdravotní pojištění sami (od 1. 1. 2020 je to 1971 Kč měsíčně), budou vám u pojišťoven narůstat dluhy, které vás jistě jednou doženou. S předchozím bodem souvisí i to, že doba, kdy pracujete

na černo, se nezapočítává do důchodu, a tak je budete mít nižší, než kdybyste celou dobu pracovali oficiálně. Není za vás placeno ani nemocenské pojištění, při jakémkoliv úrazu (i pracovním) tak zůstáváte zcela bez příjmu. Samozřejmě se vzdáváte i placené dovolené a různých bonusů, které byste měli jako legální zaměstnanci.

Práce na černo se řadí do tzv. šedé ekonomiky a je to v podstatě trestný čin, za který hrozí vysoké pokuty nejen zaměstnavateli (až 10 miliónů korun), ale i vám – až 100 000 Kč. Pokud byste se chtěli pokutě vyhnout (např. zamlčením své identity), hrozí vám postih až 200 000 Kč. „Takové riziko se rozhodně nevyplatí a je dobré se zamyslet nad všemi aspekty práce na černo,“ sdělila Jaroslava Rezlerová. (tz)



VYHLAŠUJÍ 12. ROČNÍK SOUTĚŽE

Dobry tuzemsky potravinarsky vyrobek

ČESKÁ CHUŤOVKA 2020



a DĚTSKÁ CHUŤOVKA 2020



**Soutěž probíhá ve spolupráci se Stálou komisí Senátu pro rozvoj venkova
pod záštitou 1. místopředsedy Senátu Jiřího Růžičky**

ZÁŠTITA RESORTU:
Miroslav Toman, ministr zemědělství

ODBORNÝ PATRON:
Pavel Matějka, rektor VŠCHT

GENERÁLNÍ PARTNER:



PARTNEŘI SOUTĚŽE:



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:



ODBORNÝ ČASOPIS PRO VÝŽIVU, VÝROBU POTRAVIN A OBCHOD



PŘÍLOHA
POTRAVINÁŘSKÉHO
ZPRAVODAJE



regionálnítelevize.cz



regionálnítelevize.cz

PROSPERITA

gourmet

Literární noviny

LIST PRO KRITICKÉ MYŠLENÍ

www.ceskachutovka.cz

Elektronickou přihlášku najdete na www.ceskachutovka.cz

Unikátní česká technologie pro preventivní údržbu silnic povede k úsporám

Všichni bychom chtěli jezdit po silnicích, které jsou hladké, bezpečné a dobře udržované. Tyto jejich vlastnosti jsou podstatné nejen pro bezproblémové fungování ekonomiky (průmysl, zemědělství, obchod), ale i pro naši osobní dopravu. Podle údajů Světové banky je ekonomická návratnost prostředků vložených do údržby silnic (Economic Rate of Return) téměř dvakrát vyšší než prostředky vložené do nové výstavby. Na preventivní údržbu českých komunikací se však u nás mnohdy zapomíná.

I když podle údajů Registru smluv přesahují roční náklady na údržbu k silnic a dálnic ve správě ŘSD částku devět miliard korun, stále se setkáváme s měsíce a roky neopravenými trhlinami a výtluky na komunikacích. Odkládaná údržba přitom vede k daleko rozsáhlejšímu poškození. Oprava výtluků jako součást preventivní údržby tvoří podle stejného zdroje (Registru smluv) jen 98 milionů korun. To je pouhé 1 % z celkových nákladů na údržbu. Přitom právě v ČR byla vyvinuta inovativní technologie FUTTEC pro preventivní opravy poruch asfaltových vozovek (výtluků a trhlin) na principu mikrovlnné technologie. Ta je v porovnání s běžně používanými technologiemi

ekologičtější, lze ji provádět po celý rok, včetně zimy. A hlavně: je trvalá.

S jistou mírou nadsázky můžeme situaci na našich silnicích přirovnat k návštěvě zubaře. Tu často odkládáme, upřednostňujeme jiné výdaje. Když už pak ke stomatologovi skutečně musíme, místo jedné malé plomby v jediném termínu nás někdy čeká dlouhá série lékařských zákroků, vrcholící drahým implantátem. Vztaženo na silnice: jejich trvanlivé opravy nebudou vyžadovat opakované (a v dlouhodobém horizontu mnohem dražší) zásahy, jak je tomu v současnosti. Lépe udržovaná komunikace vydrží déle, prodlouží se intervaly mezi nutnými generálními rekonstrukcemi.

Ministerstvo dopravy amerického státu Kalifornie (California Department of Transportation – Caltrans) popisuje výhody prevence údržby vozovek na úkor jejich generálních oprav poměrem 1 : 6. Podle něj činí náklady na prevenci pouhou jednu šestinu oproti tomu, kolik by stála generální oprava vozovky: jinými slovy, 1 dolar vložený do prevence zabrání investici 6 dolarů, vynaložených na celkovou rekonstrukci komunikace. Přitom tato čísla podle Caltransu zahrnují pouze prvotní náklady: nepromítají se do nich např. náklady na opravy dopravních prostředků v důsledku nehod způsobených výtluky či trhlinami, opotřebení do-

pravních prostředků jezdících po špatných silnicích apod.

Zakladatel společnosti FUTTEC Jiří Rušíkvas k tomu dodal: „Mikrovlnná technologie, kterou pro účely preventivních oprav vozovek vyvíjíme ve spolupráci s Akademií věd České republiky, je jediná, která dokáže zachovat vlastnosti původní vozovky. Zacelí poruchu (např. výtluk či trhlinu) beze změny původních parametrů komunikace – únosnosti a protismykových vlastností. Všechny ostatní technologie frézováním či bouráním rozšiřují opravenou plochu a vytvářejí spáru, nebo dodávají do vozovky materiál o složení odlišném od jejího původního materiálu, nebo do silnice dodávají materiál o jiné zrnitosti s nižší nosností. Technologie FUTTEC pracuje beze švů: při opravě nevzniká spára, do které by mohla zatékat voda a znovu silnici ničit. Preventivní oprava vozovky prostřednictvím našeho stroje FT3 znamená trvalou opravu, zachovávající vlastnosti původní vozovky. Výsledkem je vyšší bezpečnost silničního provozu, méně časté zásahy silničářů a díky tomu dlouhodobé úspory financí na údržbu komunikací, menší opotřebení dopravních prostředků a v neposlední řadě také větší spokojenost řidičů.“

Společnost FUTTEC a.s. byla založena v roce 2011 s cílem vyvinout unikátní systém

opravy výtluků na silnicích. Technologie, která je výsledkem dlouholetého výzkumu a zdokonalování, vznikla ve spolupráci s Ústavem chemických procesů Akademie věd ČR. Společnost FUTTEC za ni získala ocenění Vizionáři 2019 ve stejnojmenné soutěži sdružení CzechInno. Navíc se jí z Evropské komise v rámci programu EU Horizon 2020 podařilo získat dotaci ve výši 1,8 mil. euro na komercializaci této inovativní technologie, kterou tak díky získaným financím bude moci dále zdokonalovat a uvádět ji v širším měřítku na český i zahraniční trh.

Technologie FUTTEC je určena k trvalým opravám výtluků a dalších poruch asfaltových povrchů na pozemních komunikacích, cyklostezkách a dalších asfaltových plochách. Funguje na principu ohřevu asfaltových směsí pomocí mikrovlnné technologie, díky čemuž je zajištěn hloubkový ohřev opravovaného místa bez degradace asfaltové směsi. Výsledkem je vysoká pevnost a dlouhá životnost opraveného místa. Díky tomuto principu může být oprava silnic realizována celoročně, tedy i v zimním období. Tato technologie je ukryta v srdci unikátního zařízení FT3, které nyní společnost nabízí zákazníkům k prodeji. Ve druhé polovině roku 2020 bude na trh uveden třikrát výkonnější model FT4, který opravy zrychlí. (tz)



foto archiv JAP FUTURE

Designové obklady ve velkém stylu

Dřevo, keramika nebo snad kámen? Přemýšlíte, jakým obkladem ozvláštnit interiér? Pak vsaďte na něco méně tradičního, a přitom nečekaně praktického. Obklad z lakovaného skla prostor osvěží a vašemu domovu dodá šmrnc, který se jen tak neokouká. Moderní čistý design beze spár, vysoká odolnost a snadná údržba z něj dělají ideální náhradu klasických keramických obkladů v kuchyních nebo koupelnách.

Hodí se ale prakticky pro jakoukoliv místnost a vždy bude výrazným designovým prvkem, který nikdo nepřehlédne. Nebojte se velkých skleněných ploch a propojte pomocí obkladu z lakovaného skla do jednoho stylu klidně celý interiér. „Skleněné obklady se vyrábí na míru konkrétní místnosti. Používá se výhradně kalené sklo, takže jsou velice odolné proti mechanickému poškození nebo poškrábání, zároveň to ale znamená, že jakmile sklo projde procesem kalení, už ho nelze nijak mechanicky upravovat. Všechny otvory pro zásuvky a vypínače se proto musí v daném interiéru precizně zaměřit a nechat do skla vyřezat již během výroby,“ vysvětlil Petr Paksi, ob-

chodní ředitel společnosti JAP FUTURE, která se zabývá výrobou designových skleněných obkladů. Na vytvrzenou skleněnou desku se poté z jedné strany nanáší pomocí mokrého nástřiku zvolená barva. Vybírat lze téměř z 2500 odstínů. Lakovat lze jakékoliv sklo, od čírého přes tónované až po satinované. Aby nedošlo k poškození barvy, upevňuje se obklad lakovnou stranou směrem ke zdi, a to buď lepením, nebo pomocí hliníkových profilů. Po upevnění na stěnu je obklad téměř nezničitelný a jeho barva zůstane jasná a výrazná dlouhé roky.

Přerovská společnost JAP FUTURE působí na českém trhu již od roku 1991. Její filozofií je dodávat na trh stavební prvky vysoké kvality s nápaditým designem za přijatelnou cenu. Svým zákazníkům nabízí prémiové dveře, skryté zárubně, obložková i bezobložková stavební pouzdra pro zasouvací dveře, ucelenou nabídku posuvných systémů po stěně, celoskleněné produkty, včetně designového Grafoskla, stahovací schody, včetně jejich protipožární a zateplené úpravy, interiérová a exteriérová točítá, segmentová a bočnicová schodiště, nerezové zábradlí. Svoji obchodní politiku směřuje jak na tuzemský, tak zahraniční trh. (tz)

Srdce luhačovických lázní v novém

Co by byly lázně bez kolonády? Ta luhačovická navíc nedávno prošla náročnou revitalizací, která uvedla tuto pozdně funkcionalistickou kulturní památku do původního stavu, a samý střed lázní tak znovu ožil, aby naplnil svou úlohu společenského centra s obchodní zónou i místem pro posezení u moderní gastronomie...

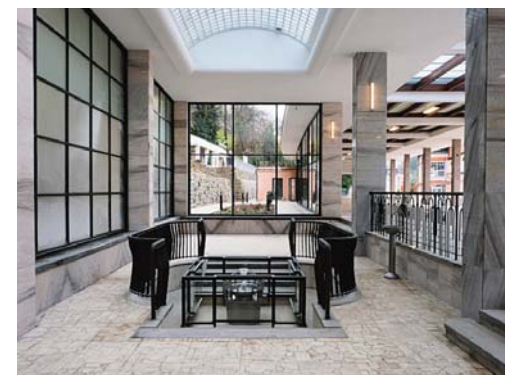
„Lázeňská kolonáda v Luhačovicích, která je dílem brněnského architekta Oskara Poříšky, byla po více než rok trvající náročné rekonstrukci slavnostně otevřena vloni na podzim, takže celá řada hostů ji teď v letní sezóně vidí v novém kabátku úplně poprvé,“ uvedl MUDr. Eduard Bláha, generální ředitel společnosti Lázně Luhačovice, a. s. A co je nového? „Celková rekonstrukce objektu kolonády, který již byl v havarijním

stavu, cílila především na maximální zachování původních prvků a pečlivé repliky,“ popsal MUDr. Eduard Bláha revitalizaci a pokračoval: „Objekt se tak vrátil ke své původní barevnosti a zachovány byly také materiály. Na podlaze je položena replika mozaikové dlažby, nad jejím ústředním motivem byl obnoven světlík, a celkovou rekonstrukcí prošlo také osvětlení – do stropních podhledů a čelní římsy celé kolonády se umístily repliky nedochovaných svítidel a novinkou, která vychází z původního architektonického záměru, je osvětlení na sloupech u bývalého pramene Amandka. Na tomto místě jsme pak také nechali vyvést nové veřejné pítko Vincentky, které tak koresponduje s rovněž nově opravenou halou Vincentka.“ Celkově se totiž kolonádní komplex sestává ze tří vzájemně propojených objektů, a to haly Vincentka a Velké a Malé kolonády, které vyrostly na jižní stra-

ně lázeňského náměstí mezi roky 1947–1951, a které Oskar Poříška navrhl tak, aby byly citlivě zapojené do okolní krajiny – prosklené kolonádní plochy, otevřená atria a střešní světlíky tak od počátku symbolizovaly vzdušnost a propojení s přírodou.



V rámci revitalizace byla obnovena ještě dvě atria, a veškerý komfort, na který jsou lázeňští hosté zvyklí, doplňují také zcela nové obchůdky na kolonádě – kromě Informačního centra je otevřena palačinkárna, vinotéka, obchůdky s čaji a kávou či s dárkovými předměty. (tz)



Firmy si pozitivní komunikací při pandemii udržely zákazníky

Značky, které během pandemie komunikovaly pozitivně, si dle třetiny spotřebitelů (35 %) udržely jejich loajalitu. A naopak firmy, které se zcela odmlčely, vyvolaly v 31 % případů obavy o svou finanční stabilitu. Ukázal to globální průzkum výzkumné agentury Arlington Research ve spolupráci s komunikační agenturou Allmedia4U mezi 13 000 respondenty z 14 zemí, včetně Česka. Útlum komunikace firem také vzbudil mezi jejich zaměstnanci obavy o ztrátu práce. A to více mezi muži a také lidmi žijícími ve městech (35 %) než u lidí z venkovských oblastí (26 %). Téměř polovina respondentů (47 %) také uvedla, že by během karantény uvítala zprávy netýkající se koronaviru.



Pokud firmy během koronavirové pandemie přestaly komunikovat s veřejností, bylo to pro téměř třetinu spotřebitelů signálem možných finančních problémů. Zvýšilo to také jejich neochotu u těchto firem dále utrácet. Tyto názory převažovaly zejména v Itálii a Španělsku (39 %), časté byly také v USA (33 %) a Velké Británii (27 %). V České republice s tímto názorem souhlasilo 18 % oslovených. Vyplyvá to z průzkumu realizovaného vý-

zkumnou agenturou Arlington Research ve spolupráci s komunikační agenturou Allmedia4U.

Útlum komunikace ze strany firem vzbudil obavy mezi zaměstnanci o možnou ztrátu jejich práce kvůli dopadům pandemie. A to překvapivě více mezi lidmi z měst, přestože v nich trh práce zpravidla nabízí více možností uplatnění. „Je zřejmé, že bez jasné interní komunikace firmy riskují, že si zaměstnanci vytvoří

vlastní závěry, které nemusí být správné. Pokud chce firma udržet nebo obnovit důvěru v ní, je nezbytné, aby své zaměstnance informovala o novinkách, změnách a dalších plánech,“ sdělil Tomáš Staněk, ředitel komunikační agentury Allmedia4U.

Z průzkumu také vyplynulo, že více než třetina lidí (35 %) chce nadále nakupovat u značek, které je během krize svou komunikací inspiro-

valy a dodávaly jim naději. To platí nejvíce mezi mileniály (42 %) následovanými příslušníky generace Z (39 %) a generace X (35 %). Mezi tzv. baby boomers a příslušníky nejstarší „tiché generace“ s tímto souhlasí jen 29 %, respektive 28 % dotazovaných. „Lidé chtějí novinky a inspiraci. Většina respondentů z průzkumu uvedla, že způsob, jakým firmy zareagovaly na krizi, velmi ovlivní pravděpodobnost, že od nich budou v budoucnu nakupovat. Neměli bychom to podceňovat, není to vhodná doba pro zastavení komunikace,“ uvedl Paul Stallard, ředitel agentury Arlington Research.

Průzkum rovněž zjišťoval, jaká témata chtějí lidé slyšet nebo číst ve zpravodajství. Téměř polovina z nich (47 %) souhlasila s tím, že chce slyšet zprávy netýkající se pandemie. Podobně silná poptávka po novinkách nespojených s koronavirem zaznívala napříč všemi generacemi, od mileniálů (51 %) až po tichou generaci (43 %). Mezi jednotlivými zeměmi se jich však nejvíce dožadovali lidé v Maďarsku (62 %), Rakousku, Velké Británii (oba 56 %) a Německu (53 %). Podíl Čechů vyžadujících zprávy oproštěné od pandemie (46 %) byl v tomto ohledu téměř shodný s podílem takových obyvatel Spojených států amerických (47 %). (tz)

Jak se mění naše kanceláře

Současná krize bezpochyby způsobila hledání úspor v mnoha firmách, často i za cenu propouštění. Aktuálně je znát poptávka po snížení kancelářských kapacit v průměru o 15–20 %. I přes aktuální vlnu propouštění ale o kvalitní lidi bude na pracovním trhu nadále boj. Firmy by tedy neměly šetřit na ploše a kvalitě společných prostor či zasedačkách, zvyšujících komfort zaměstnanců, ale spíše v rámci velikosti pracovní plochy.

„Atraktivní kancelářský design podtrhující firemní kulturu bude u korporátní klientely určitě nadále trendem, který neohrozí ani koronavirová krize. Aktuální úspory řešíme spíše z pohledu kapacity pracovních míst, nikoliv společných prostor, firemních sportovišť či zasedaček. Raději než řešit v praxi často nemožné dvoumetrové odstupy se zaměřujeme na efektivnější využití kanceláří, včetně rozdělení zasedaček do vícero menších a rozbití open space na více menších prostor oddělených za pomoci fixních a mobilních dělících prvků,“ řekl Radek Vlček, vedoucí projektových manažerů v týmu Design & Build společnosti Procházka & Partners.

Aktuálním post-covidovým trendem pro zefektivnění prostor je například zkombinovat zajímavým způsobem open a closed space, a oddělit tak pracovníky do menších týmů. Tomu při zachování stejné plochy společných prostor pomůže zmenšit pracovní plochu na zaměstnance (typizovaný stůl 70 x 140 cm). Díky tomu se získá místo pro optické členění pro-

storu a vložení různých oddělovacích prvků – od skleněných příček až po paravány, dřevěné lamely či nábytkové solitéry. Zvýšený zájem je nyní také o tzv. phone booth prvky s odvětráváním a vytváření menších call roomů třeba z větších zasedaček pro častější online hovory. Pro zaměstnance, kteří jsou často v terénu, je vhodné zkusit i například metodu hot deskingu, kdy není v rámci daného dne dáno pevné místo.

„Aktuálně vidíme u velkých zaměstnavatelů principiální přehodnocení strategie využívání kancelářských prostor a jejich umístění v rámci měst. I přes to, že masivní využívání home office či přesun části zaměstnanců do coworkingu se nijak zásadně nekoná, kladou si nyní velké firmy otázky ohledně toho, kolik lidí bude do budoucna využívat home office a jak bude vypadat pracovní prostor jako takový. Firmy také přehodnocují, nakolik je hodnotné sídlit v centru měst, pokud se část jednání úspěšně přesunula online. Prvotní dopad na nové potřeby je nut-

nost více menších call/meeting roomů pro vzdálená jednání, ale to je jen začátek,“ upozornil Radek Procházka, Managing Partner společnosti Procházka & Partners.

Důvody, které brání masivnímu přechodu firem na home office, jsou pak nasnadě, jak dále komentoval Radek Procházka: „Tato řešení znamenají na jedné straně vyšší finanční náklady, na které firmy v době úspor nemají, a na straně druhé reálné snížení produktivity práce, přičemž ani jedno si v době úspor a propouštění nemohou firmy dovolit. Rozdíl v užívání home office jistě budou u juniorních a seniorních pozic, kreativních vs. podpůrných činností. Očekáváme ale zásadní přehodnocení potřeb.



Čtyři klíčové oblasti při investici do startupů v době koronaviru: příležitost i hrozba

Dopady celosvětové pandemie a možnost dalšího výrazného poklesu ekonomiky je problémem nejen pro startupy, ale i investory do tohoto často rizikového segmentu. Podle Jiřího Köhlera, manažera globální poradenské skupiny Grant Thornton, by měl investor nyní sledovat čtyři klíčové oblasti: jakou má startup potřebu hotovosti, jak je schopen adaptovat se na současnou situaci, zda reaguje na příležitost na trhu a samozřejmě počítat i s delší dobou držení takové investice.

1. Potřeba hotovosti

„Správné načasování financování je pro startupy zásadní při plnění jejich krátkodobých a střednědobých cílů. Pouze startupy se silnou podporou investorů budou mít větší šanci současnou bouři přežít,“ říká Jiří Köhler. Je důležité sledovat, jak velkou mají startupy hotovostní rezervu, kdy je další kolo financování, zda vůbec

jsou další investoři ochotni v něm poskytnout podporu a jaký dopad bude mít snížení úrovně disponibilní hotovosti v krátkém horizontu.

2. Schopnost adaptace na současnou situaci

Jednou z výhod pro většinu startupů je ve srovnání se zralými podniky jejich schopnost rych-

lého přizpůsobení se měnícím se podmínkám trhu. „Menší velikost a zároveň obvyklá digitální podoba firemních operací umožní většině startupů přežít jakkoliv dlouhé období karantény, ale samozřejmě to nebude platit ve všech případech. Je třeba zvážit schopnost jednotlivých startupů čelit těmto výzvám,“ sdělil Jiří Köhler.

3. Reakce na příležitost na trhu

Na trhu budou vždy existovat společnosti, které jsou negativně ovlivněny současnými událostmi, a společnosti, které jsou schopny těchto příležitostí využít. Znalost toho, jak firma plánuje reagovat, je zásadní pro pochopení hodnoty startupu. „Zpravidla to jsou právě startupy, kte-

ré umí v průběhu složitých období uvést na trh nové produkty a služby a přizpůsobit se poptávce zákazníků,“ uvedl Jiří Köhler.

4. Pozdější zhodnocení

Návratnost investice do startupu v krátké době je vždy velmi málo pravděpodobná. Investoři rizikového kapitálu se proto zaměřují na potenciální hodnotu startupu při exitu, tedy například při prodeji strategickému investorovi nebo vstupu na burzu. „V současných podmínkách se exit stal spíše vzdálenou perspektivou, investoři proto budou muset přehodnotit dobu držení těchto aktiv, případně poskytnout v krátkodobém horizontu další financování,“ uzavřel Jiří Köhler. (tz)

Rizika vývoje světových ekonomik vzrostla a pohoršila si také Česká republika

Podle pravidelné analýzy Coface Barometr publikované za druhé čtvrtletí 2020 došlo v globální ekonomice ke zvýšení počtu firem v platební neschopnosti o jednu třetinu. Negativní dopad opatření spojených s pandemií koronaviru na ekonomiku se promítá i do růstu obchodního rizika. Při hodnocení sektorového rizika došlo podle analýzy Coface Barometr ke zhoršení u 40 % z 13 sledovaných sektorů ve 28 zemích (což představuje 88 % světového HDP). Pohoršila si i Česká republika, která v Coface Barometru za druhé čtvrtletí 2020 získala hodnocení A4 místo původního A3.

I přesto, že se ve většině evropských zemí po uvolnění protiepidemických opatření opět zvyšuje ekonomická aktivita, tak ani toto postupné a částečné oživení nevymaže negativní dopady předchozích omezení na globální růst. „Očekáváme, že při 4,4% poklesu světového HDP bude recese v letošním roce silnější, než byla ta v roce 2009,“ řekl Ján Čarný, generální ředitel pojišťovny Coface pro Českou republiku a Slovensko.

Navzdory očekávanému oživení v roce 2021 – s 5,1% růstem za předpokladu, že nedojde k druhé vlně pandemie – bude HDP v eurozóně, ve Spojených státech, Japonsku a také ve Velké Británii meziročně o dva až pět procentních bodů nižší ve srovnání s úrovní 2019.

„Podle naší poslední prognózy se česká ekonomika v roce 2020 dostane do recese 6,2 %. Poté dojde v roce 2021 k oživení, kdy růst HDP bude poměrně vysoký a dosáhne 4,8 %,“ řekl Ján Čarný, generální ředitel pojišťovny Coface pro Českou republiku a Slovensko.

Rychlému „nastartování“ růstu ve světové ekonomice brání podle Coface dva faktory:

■ Tím prvním je přetrvávající nejistota v souvislosti s vývojem pandemie, která vede k růstu

preventivních úspor domácností a k rušení firemních investic.

■ Druhým omezujícím faktorem jsou dopady výrobních ztrát v některých odvětvích, zejména v sektoru služeb a těžebním průmyslu pohonných hmot.

Opatření centrálních bank jednotlivých zemí přispěla ke stabilizaci finančních trhů. A to zejména v těch zemích (jde převážně o země západní Evropy), které se snaží udržet výrobní kapacity firem i přes růst zadlužení. Na druhou stranu ale tato opatření také přinesla odložení řešení v oblasti zaměstnanosti a v oblasti firemního cash-flow.

Navzdory opatřením na podporu překonání dopadů pandemie dojde k růstu počtu firem, které se ocitnou v platební neschopnosti, a to pravděpodobně ovlivní všechny hlavní vyspělé ekonomiky. Coface očekává, že v USA dojde k růstu počtu firem v platební neschopnosti o 43 %, ve Velké Británii to bude 37 %, v Japonsku 24 %, ve Francii 21 % a v Německu 12 %.

I mnohé rozvíjející se ekonomiky budou ovlivněny ekonomickými důsledky karanténních opatření: zejména poklesem příjmů z cestovního ruchu, návratem pracovní síly ze zahraničí a v neposlední řadě i poklesem příjmů z těžby surovin, jejichž ceny klesly. V Brazílii tak Coface očekává růst firem v problémech o 44 % a v Turecku o 50 %. Ve srovnání s rokem 2019 se tak podle analýzy Coface do roku 2021 zvýší celosvětově počet firem v platební neschopnosti o jednu třetinu.

„V příštích měsících neočekáváme v České republice výrazný nárůst platební neschopnosti. A to díky balíčkům opatření přijatých českou vládou na podporu ekonomiky a včetně ochranných lhůt u požadavků na insolvenční. Tato opatření firmám pomohou a zbrzdí nárůst insolvencí. Jakmile však pominou, ne všechny podniky se vrátí k ziskovému podnikání. Očekáváme proto, že v roce 2021 v České

	Central & Eastern Europe	Czechia	Poland	Romania	
Agri-food					
Automotive					
Chemical					
Construction					
Energy					
ICT*					
Metals					
Paper					
Pharmaceuticals					
Retail					
Textile-Clothing					
Transport					
Wood					

BUSINESS DEFAULT RISK

Low Risk

Medium Risk

High Risk

Very High Risk

Upgrade

Downgrade

republice vzroste platební neschopnost,“ řekl Ján Čarný.

Tento prudký nárůst platební neschopnosti se odráží i v růstu krátkodobého úvěrového rizika firem (na 6–12 měsíců). Současně je i důvodem zhoršení hodnocení rizika jednotlivých zemí, které pravidelně sestavuje úvěrová pojišťovna Coface. Ke zhoršení rizikovitosti došlo u 71 zemí, což je více než 40 % ekonomik světa. Při hodnocení Coface vychází z makroekonomických, finančních a mikroekonomických údajů.

„Pohoršila si také Česká republika, která v Coface Barometru za druhé čtvrtletí 2020 získala hodnocení A4 místo původního A3. Do poklesu o jeden stupeň rizikovitosti se promítá zhoršení hodnocení rizikovitosti jednotlivých odvětví české ekonomiky,“ uvedl Ján Čarný. Nejvíce si v hodnocení obchodního rizika pohoršil automobilový průmysl a doprava. Obchodní riziko v těchto odvětvích je nyní úvěrovou pojišťovnou Coface hodnoceno jako velmi vysoké. Na vysoké riziko se propadl maloobchod, textilní průmysl a dřevařský průmysl.

Odvětví české ekonomiky však nejsou jediná, která si pohoršila – při hodnocení sektoro-

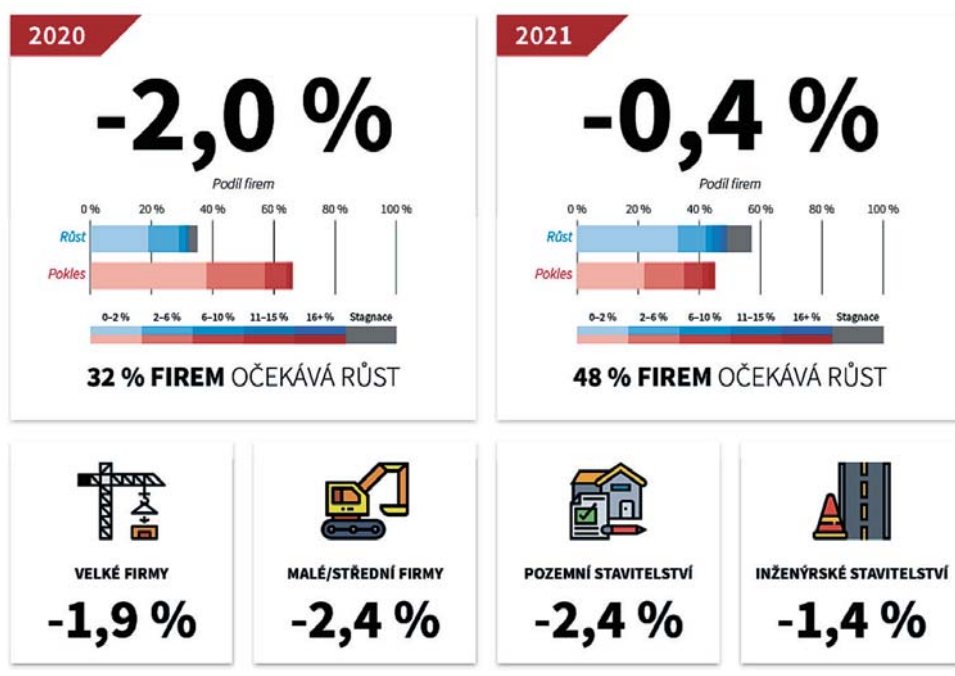
vého rizika došlo v analýze Coface Barometr ke zhoršení u 40 % z 13 sledovaných sektorů v 28 zemích (což představuje 88 % světového HDP). Není asi překvapující, že nejvíce zasaženým je celosvětově i sektor dopravy, po kterém následuje automobilový průmysl a maloobchod. Na druhém konci spektra mezi odvětvími „nejodolnějšími“ před současnou krizí jsou tři sektory – farmaceutický, zemědělsko-potravinářský a odvětví informačních a telekomunikačních technologií. (tz)

Pozn.: Coface posuzuje rizikovitost zemí podle platební neschopnosti firem ve 162 zemích světa. Pro hodnocení využívá osmistupňovou škálu ve vzestupném pořadí: A1 (velmi nízké riziko), A2 (nízké riziko), A3 (celkem přijatelné riziko), A4 (přijatelné riziko), B (významné riziko), C (vysoké riziko), D (velmi vysoké riziko) a E (extrémně vysoké riziko). Riziko platební neschopnosti firem v sektorech porovnává na 13 odvětvích v 6 geografických regionech, z nichž 24 zastupuje téměř 85 % světového HDP. Jsou zařazeny do čtyř stupňů: nízké riziko, střední riziko, vysoké riziko a velmi vysoké riziko.

Stavebnictví letos klesne o 2 % a dolů půjde i v následujícím roce



OČEKÁVANÝ VÝVOJ STAVEBNÍHO TRHU



Koronakrizе dopadla na všechny sektory ekonomiky a stavebnictví není výjimkou. Po rozvolňování vládních opatření a pomalém navracení se k normálu předpokládají ředitelé stavebních společností, že stavební trh vlivem této situace poklesne o 2,0 % v tomto roce a další pokles očekávají i v roce následujícím, a to o 0,4 %. Vyplývá to z Kvartální analýzy českého stavebnictví Q2/2020 zpracované analytickou společností CEEC Research.

Pokud se podíváme na stavebnictví z hlediska pozemních a inženýrských staveb, zjistíme, že větší propad trhu očekává stavitelství pozemní. Zde ředitelé stavebních společností predikují propad trhu o 2,4 % v roce letošním a následně růst o 0,1 % v roce 2021. Inženýrské společnosti očekávají propad trhu mírnější, a to o 1,4 % v roce 2020, a s dalším propadem trhu o 1,2 % počítají i v roce následujícím.

Při rozdělení stavebních společností podle velikosti vidíme, že větší propad trhu očekávají malé stavební společnosti (s ročním obrátem pod 100 mil. Kč), a to o 2,4 % v roce 2020. Pro následující rok jsou již více optimistické a očekávají naopak růst trhu o 1,0 %. Velké společnosti predikují propad trhu o 1,9 % v roce letošním a poté další propad trhu o 1,2 % v roce 2021.

Stavební společnosti očekávají propad také na straně svých tržeb, a to konkrétně o 1,2 % v roce 2020, a s dalším propadem svých tržeb o 0,2 % počítají i do roku 2021. Inženýrské stavitelství je pro letošní rok v oblasti svých tržeb optimistické a počítá stále s jejich nárůstem, a to o 0,7 %. V roce následujícím ale inženýr-

ské společnosti predikují naopak jejich propad, a to až o 1,0 %. Pozemní stavitelství očekává v letošním roce propad svých tržeb o 2,2 %, ale pro rok následující predikuje naopak jejich růst, a to až o 0,3 %. S poklesem tržeb se setkal i Ivo Luňák, jednatel společnosti Tyros Loading Systems: „V každém případě konáme kroky, abychom byli schopni snést pokles tržeb. V nových projektech jsme již sníženou poptávku zaznamenali a stejně tak i posunutí rozhodnutých projektů. Připravili jsme plány na snížení obrátu o 20 % a zatím se předpoklad naplňuje. V oblasti tržeb servisu počítáme s poklesem do 10 %.“

Při rozdělení společností dle jejich velikosti vidíme, že s větším propadem tržeb počítají malé stavební firmy (s obrátem pod 100 mil. Kč ročně). Konkrétně pro letošní rok očekávají propad svých tržeb o 3,9 %, ale v roce 2021 již předpokládají jejich růst, a to o 1,4 %. Velké stavební společnosti naopak počítají i pro letošní rok stále s růstem svých tržeb, a to o 0,4 %, pro rok 2021 ale očekávají pokles, a to až o 1,1 %.

V současné chvíli uvádějí stavební společnosti vytížení svých kapacit na 87 %. Ve třetím čtvrtletí roku 2020 počítají společnosti s vytížením vyšším, a to až na 91 %.

Stavební společnosti také uvádějí, že mají nasmlouvané zakázky v průměru na 9 měsíců dopředu. Inženýrské společnosti mají v průměru zakázky nasmlouvané na 12 měsíců dopředu, pozemní stavitelé pak na 8 měsíců. Ve srovnání se stejným obdobím minulého roku představuje tato doba pro 45 % dotázaných společností stejně dlouhou dobu, naopak pro třetinu představuje tato doba pokles (33 %), nárůst v počtu zasmluvněných zakázek zaznamenalo 22 % dotázaných. (tz)

Jak se v restauracích spolehlivě vypořádat s hygienou

Ministerstvo zdravotnictví postupně rozvolňuje restriktce, které se týkají také restauračních zařízení. Co všechno by měly restaurace splňovat, aby zajistily, že budou jejich provoz a poskytování služeb hygienicky způsobilé ve vztahu k aktuální situaci? A jak ideálně předejít dalším nepříjemnostem a jaké typy čištění prostor a úklidu zvolit?

Majitelé restaurací se řešením hygienických nařízení zabývají prakticky neustále. Stovky stravovacích zařízení čelí každý rok kontrolám krajských hygienických stanic, a proto musí splňovat veškeré předpisy, které stanovuje zákon, aby svou činnost mohly vůbec provozovat. Koronavirová pandemie však tyto hygienické standardy posunula ještě o něco dál.

Jaká jsou tedy aktuální nařízení Ministerstva zdravotnictví pro stravovací služby? Zákazníci musí být vyzýváni informačními materiály k dodržování odstupu dvou metrů a k tomu, aby pokud možno platili platební kartou. Při vstupu do vnitřních i venkovních prostor provozovny stravovacích služeb musí být zákazníkům zajištěna možnost dezinfekce rukou. Stejně tak by měly být umístěny desinfekční prostředky u často dotýkaných míst, jako jsou platební terminály, kliky nebo zábradlí, tak, aby byly k dispozici pro zaměstnance i zákazníky provozoven a mohly být využívány k pravidelné dezinfekci. Stoly a židle by měly být dezinfikovány vždy před usazením každé nové skupiny hostů a v případě prodeje přes výdejové okénko se musí dezinfekce výdejového okénka provádět alespoň každé

dvě hodiny. Výše zmíněné plochy je ale také nutné předtím pečlivě čistit, dezinfekce bez předchozího vyčištění není účinná ani z poloviny.

Personál by měl také dbát na častější mytí rukou, častěji měnit pomůcky k servírování a dodržovat stanovené zásady pro mytí nádobí. Další prevencí může být také odstranění předmětů ve vnitřních prostorech, kterých se dotýká velké množství lidí, jako je třeba jukebox. Obsluha restaurace by se měla také pokoušet zabránit shlukování lidí u stolů a pokladen.

Za těmito nařízeními jsou další preventivní opatření, na která by se restaurace v souvislosti se zajištěním zdraví a bezinfekčnosti prostor měly zaměřit. Jde především o kvalitně provedený úklid a vyčištění prostor doplněné následnou dezinfekcí prostor. Restaurace by měly například využívat chemické čisticí prostředky na chlorové bázi, v dostatečném dávkování dle pokynů výrobce, které jsou vždy uvedeny na zadní straně etikety. Chemie určená k dezinfekci by měla být virucidní. Jde zejména o dezinfekce na alkoholové nebo chlorové bázi. Antibakteriální dezinfekce není dostatečně účinná, a tedy není vhodná.

Stále využívanější formou je také účinné čištění prostřednictvím páry, varianta bez chemie totiž může být pro restaurace, a zejména návštěvníky příjemnější. Důkladné čištění párou při vysokých teplotách pomáhá v boji proti většině běžně se vyskytujících bakterií a inaktivaci obalených virů a prevenci nových infekcí. To prokázalo také nedávné testování německé laboratoře, které potvrdilo, že koronaviry je možné tímto způsobem eliminovat, protože

jsou citlivé vůči vysokým teplotám. Parní čističe dosahují teploty páry 100 °C.

„V případech parních čističů jde o tzv. suchou páru, neboť se vytváří z velmi malého množství vody. A právě suchá pára je nejen účinná při odstraňování nečistot a mastnoty, ale vysoká teplota spolehlivě zabije většinu běžných bakterií a obalených virů. Navíc jde o účinnou ekologickou alternativu chemickému čištění,“ doplňuje Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

Restauratéri by neměli také zapomínat na nutnost pravidelného větrání ve všech prostorech provozovny. Je také potřeba kontrolovat, aby nedocházelo ke kondenzaci par a k nadměrnému usazování prachu. K tomu musí být zajištěna dostatečná výměna vzduchu přirozeným nebo nuceným větráním, popřípadě musí být vzduch upravován klimatizací. Nucené větrání by pak mělo být aplikováno všude tam, kde je přirozené větrání nedostačující.

Stále také platí, že provozovatelé restaurací by měli mít přehled o tom, zda je jejich personál zdravotně v pořádku a netrpí žádnými příznaky onemocnění covid-19. V případech, že má pracovník provozovny tělesnou teplotu 37 °C a vyšší, musí zamezit jeho přístupu do provozovny a postupovat dle doporučení hygienické stanice.

Každý provozovatel si dle daných nařízení nastavil vlastní postupy, jedno ale mají zcela jistě všichni společné, hygiena je v jejich provozovnách ještě větší prioritou, než kdykoliv předtím a každý provozovatel restaurace má zájem především na tom, aby se u něj cítili hosté v naprostém bezpečí a vychutnali si dobré jídlo a pití bez sebemenší obavy o své zdraví. (tz)

Naše kavárna

Změny v představenstvu RSTS

Raiffeisen stavební spořitelna mění personální složení svého nejvyššího vedení. Novým předsedou představenstva se od 1. července stal Pavel Čejka. Místopředsedy jsou Jan Jeníček (dosavadní předseda představenstva RSTS) a Jiří Klumpar.

Arval má nového šéfa

Společnost Arval, přední poskytovatel operativního leasingu k vozům pro firmy a soukromé motoristy, má nového ředitele divize Retail. Je jím Jiří Solucev.

Změna ve vedení Renault Trucks

Do funkce obchodní ředitelky pro nová a ojetá vozidla Renault Trucks v České republice byla jmenována Romana Apltauerová.

Sponzoring, charita, pomoc

Pomohli lidem v nouzi

Společnost Procter & Gamble se v uplynulých týdnech a měsících zapojila do boje proti koronaviru a pomohla nejohroženějším skupinám obyvatel po celém světě. V České republice P&G celkem věnoval více než 125 000 produktů značek Ariel, Lenor, Jar, Always, Naturella, Mr. Proper, Pampers a Head & Shoulders. To představuje přes 35 000 kg, téměř 80 palet a hodnotu 3 275 500 Kč. (tz)

Lego naší legislativy

Práva podnikatelů posílena

Pravidla účinná od 1. dubna letošního roku přinesla pozitivní změny při ukončování smluv uzavřených s mobilními operátory na dobu určitou, a to nejenom spotřebitelům, ale i drobným živnostníkům. Podnikající fyzická osoba má nyní obdobné postavení jako spotřebitel, a zákon jí tak dává více práv než ostatním podnikatelům. Uživatelé komunikačních služeb často uzavírají smlouvy s operátory v rámci své živnosti a vydaje dávají „do nákladů“. Odhlédneme od toho, zda takové užívání služeb, které má sloužit k podnikání, je daňově správně ošetřeno. Zajímavé je podívat se na rozsah práv uživatele těchto služeb v pozici spotřebitele, podnikající fyzické osoby (především živnostníka) nebo jiného podnikatele, který je právnickou osobou (třeba akciovou společností či společností s ručením omezeným).

Základní parametry smluv jsou dány zákonem. „Bez ohledu na to, zda je uživatelem spotřebitel, podnikající fyzická osoba nebo podnikající právnická osoba, musí být ve smlouvě srozumitelným, úplným a snadno přístupným způsobem uvedeny základní informace, které poskytovanou službu charakterizují,“ říká Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Takovými informacemi jsou například popis poskytované služby, minimální nabízená a minimální zaručená úroveň kvality této služby, postupy operátora mající vliv na poskytování služby, termíny a způsob vyúčtování ceny a placení. Dále doba, na kterou je smlouva uzavřena, délka výpovědní doby, která nesmí překročit 30 dnů, způsob uplatnění reklamace, včetně údajů o tom, kde a v jakých lhůtách lze reklamaci uplatnit. Opomenout nelze ani smluvní pokuty a informace o způsobu řešení vzniklých sporů. Nově, od 1. dubna 2020 musí být ve smlouvě uveden ověřovací kód účastníka a podmínky pro přenesení telefonního čísla.

A v jakých parametrech se smlouvy podnikajících právnických osob liší od smluv živnostníků a spotřebitelů? Smlouvy se spotřebiteli a živnostníky nesmí být uzavírány na dobu delší než 24 měsíců, pokud o to účastník sám nepožádá. Preje-li si spotřebitel nebo živnostník uzavřít smlouvu pouze na 12 měsíců, musí mu o operátor umožnit. Dohodne-li si takový uživatel s operátorem smlouvu nebo její změnu po telefonu či přes internet, je operátor povinen poskytnout mu informace o smlouvě písemně, a to v elektronické nebo listinné podobě.

Účastníci služeb elektronických komunikací by v každém případě měli vědět, že jsou-li v postavení spotřebitele nebo podnikající fyzické osoby, mohou jednoduše ukončit svou smlouvu o poskytování služeb elektronických komunikací před uplynutím doby trvání, na kterou je smlouva uzavřena. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Zážitky z karantény

Halina Pawłowska

motto Co si počala Halina Pawłowska, když ji koronavirová karanténa na tři měsíce uvěznila v jedné domácnosti s dcerou, zetěm, vnukem, přítelem, tchyní, synem, sestřenicí a dvěma psy? Začala si vést deník...

Drak spí

Michaela Klevisová

motto V jihočeské vesničce se před 14 lety odehrálo něco, o čem Eliščina matka už nikdy nechtěla mluvit. Dospělá Eliška se vrací, aby dávné události pochopila. Po jejím příjezdu však zmizí mladá žena a další je zavražděna. Na scénu vstupuje kriminalista Josef Bergman.

Sama sebou

Veronika Vieweghová

C P R E S S Člověk může snadno ztratit kontakt s vlastní podstatou, a pokud žije se slavným partnerem, platí to dvojnásob. Veronika Vieweghová si touto zkušeností prošla, aby nakonec zjistila, že by nikdy neměla zapomínat na vlastní touhy a sny.

Věžňova žena

Maggie Brookes

D Na podzim roku 1944 prchá moravským venkovem britský voják Bill a venkovská dívka Izabela. Tajně se vzali a chtějí se dostat do bezpečí. Izzy v mužských šatech působí tak věrohodně, že když je nacisté polapí, pošlou oba do zajateckého tábora. Dokážou novomanželé své tajemství zachovat až do konce války?

Tajný život úhořů

Patrik Svensson

KNIHA ZLIN Proč se úhoři rozmnožují jen v Sargasovém moři? Jak je možné, že na dlouhé cestě nezabloudí? A co by rozluštění úhoří záhady mohlo prozradit o lidském životě? Vydejte se s Patrikem Svenssonem na dobrodružnou plavbu vodami plnými vzpomínek, existenciálních záhad a... úhořů.

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

Tajemství řeči těla

Joe Navarro

Odhalte skutečné záměry všech lidí, se kterými se potkáte! Nejlepší způsob, jak porozumět svým přátelům, partnerům či kolegům, je naučit se číst řeč těla. S její znalostí dokážete odhalit skutečné záměry a pocity druhých lidí. Ty, které před vámi úmyslně skrývají, i ty, kterých si sami nejsou vědomi. Joe Navarro je bývalý expert FBI na neverbální komunikaci v oddělení kontrarozvědky a boje s terorizmem a autor světového bestselleru Jak prokoupnout druhé lidi. Prostřednictvím této praktické příručky vám umožní pohled do zákulisí lidského chování.

Linka 1212 funguje dál

Od července se mění rozcestník a provozní doba bezplatné celostátní linky 1212. Tedy call centra pro podnikatele, které spravuje Ministerstvo průmyslu a obchodu. Telefonická podpora 1212 je nyní k dispozici pro veřejnost každý pracovní den od 7.00 do 18.00 a bude fungovat nejméně do konce roku 2020.

Nově si od 1. července lidé na lince 1212 mohou vybrat ze čtyř číselných voleb:
■ 1: Ošetřovné pro OSVČ
■ 2: Program COVID – Nájemné
■ 3: Programy COVID Českomoravské záruční a rozvojové banky
■ 4: Ostatní informace pro podnikatele

„Linka 1212 je příkladem transferu digitálních technologií, který lze využít i mimo krizi. V jednu chvíli na call centru z různých míst poskytovalo informace víc než 800 operátorů, kteří ve špičce vyřizovali i 13 000 dotazů denně, později až 5000 hovorů a chatů,“ sdělil koordinátor Inovační strategie Robin Čumpelík. (tz)

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 na veganství

Pavel Houdek

Zásadní kniha pro každého, kdo se o veganství a veganské stravy chce a potřebuje dozvědět více. Praktický, čtivý a velmi důkladný průvodce veganským stravováním, čerpající jak z kvalitních vědeckých studií, tak z bohaté praxe dlouholetého vegana – autor je veganem již přes dvacet let, veganství se věnuje také na největším tematickém webu veganka.cz, na svých přednáškách pro veřejnost a v dalších aktivitách (spojených se zdravým životním stylem, sportem a v neposlední řadě s tématy etickými a ekologickými).

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

Abychom mohli klientům poskytnout ty nejvíce užitečné rady



Od března do současnosti nás provází mnoho novinek, mimo jiné také v legislativě, která se bezprostředně týká firem či živnostníků. Není jednoduché se v nich správně orientovat a řídit se jimi, využít je ku prospěchu daného subjektu a nedopustit se chyby. Nenahraditelní jsou v tomto období daňoví poradci, i když i oni připouští, že leckterá opatření i jim přidělala vrásky na čele. Přesto své klienty ujišťují, že jim budou i nadále k dispozici s plnohodnotným servisem. Za Komoru daňových poradců ČR k tomuto tématu hovořil Ing. Tomáš Hajdušek, daňový poradce a vedoucí Sekce správa daní a poplatků:

Od března máme všichni nových starostí nad hlavu. Život mnohých firem se změnil, a nejenom proto, že zavedly na několik týdnů práci na home office. Přibyla řada novinek v legislativě. Nač je potřeba dnes v souvislosti s chodem firem v tomto ohledu myslet?

Firmy se budou muset přizpůsobit nové situaci. Jak ukazuje aktuální vývoj, koronavirus tady s námi bude asi delší dobu a musíme se s ním naučit žít. To je úkol zejména pro samotné podnikatele, my jako daňoví poradci jsme připraveni i nadále poskytovat podnikatelům veškerý administrativní a legislativní servis.

Také daňovým poradcům zřejmě přibýlo práce. Jaké zejména?

V průběhu koronavirové krize nastala doslova legislativní smršť, takže nejdůležitější a nejtěžší pro nás bylo vůbec všechna ta opatření zaregistrovat a vyznat se v nich tak, abychom mohli

svým klientům poskytnout ty nejvíce užitečné rady, přizpůsobené jejich konkrétní situaci.

V čem byla vaše komora svým členům v současné době nejvíce nápomocna?

Snažili jsme se informovat naše členy o přijímaných opatřeních. Aktivně jsme vystupovali směrem k vládě a připomínkovali její návrhy tak, aby byly v praxi co nejlépe aplikovatelné. To se potom samozřejmě přímo promítalo v práci každého daňového poradce.

Mnohé subjekty začaly šetřit, aby vůbec dokázaly složitou ekonomickou situaci přežít. Škrtaří se nejrůznější položky ve výdajích. Projevila se určitá omezení směrem k rozsahu služeb daňových poradců?

To je hodně individuální, my jako komora žádným reprezentativním průzkumem v tomto ohledu nedisponujeme. Mohu ale uvést, že nemáme žádné signály o tom, že by docházelo

k omezení poptávky po službách daňových poradců v nějakém větším měřítku.

Je možné, hledá-li firma daňového poradce, aby se o kontakt či doporučení, obrátila na vaši komoru?

Samozřejmě. Komora vede strukturovaný seznam všech daňových poradců, takže dokáže pomoci nalézt poradce podle oblasti, kterou potřebuje podnikatel vyřešit.

Vyplyne z vašich připomínek k nedostatkům návrhu na prominutí odvodů sociálního pojištění něco zásadního?

K vládnímu návrhu jsme měli několik zásadních připomínek, které by značně ulehčily, a zejména vyjasnily aplikaci v praxi. Dokonce jsme je dokázali prosadit v Senátu, ale Sněmovna to bohužel znovu přehlasovala. Zákon o prominutí pojistného je značně nejasná norma, která může způsobit v praxi řadu sporů. Jako příklad lze uvést takový klíčový parametr, jako je počet zaměstnanců. Existují asi čtyři různé v praxi použité způsoby, jak určit počet zaměstnanců. Každý přitom vede k jinému výsledku. Například není zřejmé, jestli se dva zaměstnanci s polovičním úvazem počítají za dva, nebo za jednoho. Problém je i ve srovnání vyměřovacích základů za červen, červenec a srpen s vyměřovacím základem za březen. Když třeba ve firmě s devíti zaměstnanci odejde jeden na mateřskou či nemocni na celý měsíc, tak se firmě matematicky sníží úhrn vyměřovacích základů o více než



Ing. Tomáš Hajdušek, daňový poradce a vedoucí Sekce správa daní a poplatků v Komoře daňových poradců ČR

10 %, a ztratí tak nárok na snížení, aniž by za to jakkoliv mohla. Opravdu to ale takto poslanci chtěli? A v těchto paradoxech by šlo pokračovat.

Na jaké záležitosti v souvislosti s čerpáním finančních prostředků od státu ovlivněné koronavirem byste podnikatele rádi upozornili?

Đábel vždy bývá skryt v detailu a text podpůrných opatření je většinou velmi obtížné čtiv. Proto doporučujeme se vždy obrátit na odborníka, např. na daňového poradce.

otázky připravila se Eva Brixí

Moderní farmacie prodlužuje a zkvalitňuje náš život

Vyspělé zdravotnictví vytváří zajímavý paradox: lidem umožňuje dosahovat vyššího věku, zároveň tím však podporuje i větší výskyt nemocí spojených se stářím. Jak podporovat to první a omezovat to druhé, o tom jsme hovořili s Mgr. Jakubem Dvořáčkem, MHA, LL.M., výkonným ředitelem Asociace inovativního farmaceutického průmyslu.

Můžete představit Asociaci inovativního farmaceutického průmyslu?

Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP) sdružuje 34 společností (např. Pfizer, Bayer, Sanofi, GSK, Janssen), které dokážou vyvinout a uvést na trh nové, účinnější a bezpečnější léky. Asociace je členem Evropské federace farmaceutických společností a asociací (EFPIA) a intenzivně spolupracuje s Mezinárodní federací farmaceutického průmyslu a asociací (IFPMA) a Americkou asociací inovativních farmaceutických firem (PhRMA).

Čím se liší klasická, řekněme tradiční, farmakologie od té inovativní?

Originálním léčivým přípravkem se označuje první zaregistrovaný lék s novou léčivou látkou, kterou dosud neobsahoval žádný jiný léčivý přípravek. Léčivá látka, a případně i postup výroby (know-how), jsou patentově chráněny. Originální léčivý přípravek, který úspěšně projde registrací, pak získá ochrannou lhůtu, po kterou nikdo nebude moci na trh uvádět kopie takového přípravku. Výrobce tím získává možnost kompenzovat prodejem nově registrovaného léčiva náklady, které do jeho vývoje investoval.

Generikem se nazývá legální kopie originálního léčivého přípravku. Po uplynutí ochranné lhůty, po kterou mohl být na trhu pouze originální lék, velmi rychle přicházejí generické přípravky, které obsahují stejnou léčivou látku ve stejné lékové formě (např. tablety nebo injekce). Generika mohou obsahovat jiné pomocné látky.

Uvedení generického léku na trh nepředchází žádný složitý výzkum.

Jaké výhody přináší inovativní farmaceutický průmysl pacientům, poskytovatelům zdravotnické péče, zdravotním pojišťovnám a celé české společnosti?

Moderní medicína se dnes úspěšně využívá v léčbě řady onemocnění – daří se prodlužovat délku a zvyšovat kvalitu života pacientů, oddalovat a snižovat riziko souvisejících komplikací, dochází také k usnadnění užívání léčby, které vede k lepšímu dodržování terapie. Nejen díky inovativní medicíně lidé často nemusejí trávit týdny v nemocnicích, nekončí v invalidních důchodech, mohou pracovat a žít své životy víceméně bez omezení. Podívejme se třeba na tak časté onemocnění, jako je diabetes 2. typu. Nová léčiva, pokud jsou včas a vhodně nasazena, dokážou oddálit vznik závažných pozdních komp-

likací, jako jsou postižení zraku a ledvin a omezení končetin s hrozcími amputacemi. Dalším příkladem je pokrok v léčbě rakoviny prsu, nejčastějšího nádorového onemocnění českých žen. Dnes již víme, že nejde o jedno onemocnění, ale o více různých typů nádorů, které moderní cílená léčba dokáže často úspěšně léčit, a v mnoha případech včasného zahájení léčby i vyléčit. Dochází zde ke zkvalitnění a prodloužení délky života pacientek, a to i v nejpokročilejším tzv. metastatickém stadiu onemocnění.

Můžete přiblížit svou studii Inovace pro život?

Cílem studie Inovace pro život (www.inovaceprozivot.cz) je efektivizace dopadů inovací ve zdravotní péči v České republice a poskytnutí verifikovaných dat o inovativní léčbě všem zainteresovaným stranám. Autorem studie je Asociace inovativního farmaceutického průmyslu, spoluautorem poradenská společnost EY. Na vý-

voji studie v expertních rolích dále spolupracovali: prof. RNDr. Ladislav Dušek, Ph.D., ředitel Ústavu zdravotnických informací a statistiky ČR (výpočet a validace demografického dopadu), Ing. Miroslav Zámečník, ekonom a publicista (podpora a validace výpočtu ekonomických dopadů), Rut Bizková, bývalá předsedkyně Technologické agentury ČR (podpora a validace inovativních výzev a příležitostí) a členské společnosti AIFP (poskytování údajů a statistik).

Studie Inovace pro život se zaměřila na největší terapeutických oblastí, jež zachycují výzvy a ilustrují vývoj a pokrok inovativní léčby s kvantifikovatelnými dopady. Jde například o roztroušenou sklerózu, karcinom prsu, kolo- rektální karcinom, diabetes 2. typu, revmatoidní artritidu a řadu dalších. Studie se také zaměřila na hospodářské přínosy inovativního průmyslu. Farmaceutický průmysl totiž generuje významné finanční prostředky a svými aktivitami a investicemi vytváří obrat s relativně vysokým multiplikačním efektem. Hospodářský dopad vzrostl z 25 miliard korun v roce 2009 na 42 miliard korun v roce 2018. S výsledky studie budeme veřejnost v roce 2020 průběžně seznamovat.

Svět se rychle rozvíjí ve všech oborech činnosti. Jak vidíte budoucnost inovativního farmaceutického průmyslu?

Inovativní farmaceutický výzkum se zaměřuje na oblasti, ve kterých léčba zcela chybí nebo je nedostatečná. Obrovský potenciál má dnes buněčná a genová terapie a její využití nejen v léčbě onkologických, ale také autoimunitních, neurologických a kardiovaskulárních onemocnění či nemocí krve. Obecně je cílem výzkumu inovativních farmaceutických společností udělat z dříve nevyléčitelných, smrtelných onemocnění „alespoň“ onemocnění chronická, se kterými dokážou pacienti dlouhá léta kvalitně žít. Zároveň však doufáme, že z chronických onemocnění jednou budou onemocnění zcela vyléčitelná a kruh se uzavře. Čeká nás však ještě hodně práce.

ptal se Pavel Kačer



Mgr. Jakub Dvořáček, MHA, LL.M., výkonný ředitel Asociace inovativního farmaceutického průmyslu