

- ✓ zajímavé informace o podnikání v ČR
- ✓ rozhovory s osobnostmi
- ✓ články o úspěších v businessu

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Spory z burzovních obchodů: když dojde k nepředpokládané události, která obchod zkomplikuje

Čtvrt století své existence si v květnu připomněl Mezinárodní rozhodčí soud při Českomoravské komoditní burze (PRIAC). Vznikl v roce 1996, aby plnil roli arbitra obchodních sporů formou rozhodčího řízení. Součástí každé smlouvy ze sjednaného obchodu na ČMKB je rozhodčí doložka, v níž obě strany souhlasí s řešením případného sporu před burzou zřízeným rozhodčím soudem. Jen za posledních deset let byla sjednána u 67 000 kontraktů. PRIAC je ve své rozhodovací, organizační a ekonomické činnosti na burze nezávislý, řídí se výhradně svým statutem a řádem rozhodčího soudu. V současné době v jeho čele stojí JUDr. Vít Horáček, Ph.D., MBA, osobnost, která patří k předním českým odborníkům na rozhodčí řízení. Dlouhodobým záměrem je posilovat postavení PRIAC jako jednoho z renomovaných stálých rozhodčích soudů nejen v České republice, ale i v Evropě. Postavení, úkoly i vize soudu v souvislosti s uplynulými roky charakterizoval Vít Horáček takto:

Váš rozhodčí soud má za sebou první čtvrtstoletí. Proč vlastně před 25 lety vznikl?

Zákon č. 229/1992 Sb. (o komoditních burzách) pamatuje na situaci a dalo by se říct, že až předpokládá, že komoditní burza má i svůj rozhodčí soud. To odráží tradici fungování komoditních burz za První republiky i Rakouska-Uherska. Ty zpravidla měly i přidruženou instituci, která pružně a rychle rozhodovala spory mezi podnikateli, kteří na burze obchodovali. Podnikání je z podstaty nejistá věc, nese své riziko, a i při sebelepší vůli stran obchodního vztahu nelze vyloučit spor, který musí rozhodnout třetí nezávislá strana. Platí to i pro obchody na burze, které jsou sice vysoce standardizovány, ale stejně jako v jiném obchodním vztahu při nich může výjimečně nastat nějaký problém. Proto institu-



JUDr. Vít Horáček, Ph.D., MBA, předseda Mezinárodního rozhodčího soudu při Českomoravské komoditní burze

cionálně silná a tradiční komoditní burza, kterou Českomoravská komoditní burza v Kladně po čtvrtstoletí existence bezesporu je, zřídila i svůj rozhodčí soud.

Jeho posláním je řešit spory z domácích i mezinárodních obchodů s komoditami. Nabízí se otázka, jestli je takových sporů opravdu tolik, aby potřebovaly speciální instituci...

Burzovních obchodů s komoditami probíhá ročně opravdu velké množství, řádově jde o tisíce subjektů a mnohonásobně více obchodů mezi nimi. Lze říct, že na tak velké množství obchodů vzniká jen minimální množství právních sporů. Pokud již spory ale vzniknou, jde o poměrně specializovanou problematiku, která zpravidla vyžaduje určité specifické znalosti

nejen ohledně fungování burzovních a komoditních obchodů, ale i co se specifík jednotlivých komodit týká. PRIAC proto vytváří administrativní centrum pro řešení sporů a sdružuje odborníky z mnoha oblastí.

Oč se dnes takové spory vedou? Jsou to věci zásadní, nebo spíše banality?

S velkou mírou zjednodušení se dá tvrdit, že se obvykle týkají podstaty obchodních vztahů, tedy zda byla komodita skutečně dodána v dohodnuté kvantitě, kvalitě a čase a zda za to druhá strana poskytla dohodnuté plnění. Většinou se řeší obvyklé situace, které přesně definují obecné podmínky burzovního obchodování.

pokračování na straně 4

Výkon českého průmyslu byl v červnu nad průměrem EU

Zatímco průmyslová produkce v Evropské unii zaznamenala v červnu v průměru mírný meziměsíční pokles, čeští producenti naopak vykazali 1% růst. Vyplývá to z aktuálních dat Eurostatu. Také v meziročním srovnání s červnem 2020 zaznamenali čeští průmysloví výrobci v kontextu EU nadprůměrný růst produkce. Podle odborníků z poradenské skupiny Moore Czech Republic stále není výkon českého průmyslu na svém potenciálu, a to zejména kvůli nedostatku pracovních sil a materiálových vstupů.

Podle nejaktuálnějších dat Eurostatu vzrostla průmyslová produkce v ČR za červen 2021 meziměsíčně o 1 %. Nejvýraznější růst vykazala Malta (+5,2 %), dařilo se také sousednímu Slovensku (+2,9 %), naopak průměr zemí Evropské unie se nesl v duchu mírného poklesu (0,2 %), když země jako Dánsko, Irsko, Lucembursko, Portugalsko či Finsko zaznamenaly pokles v porovnání s květnem o 2 % či více.

V meziročním srovnání zaznamenaly členské země EU poměrně výrazný růst, který v průměru činil 10,5 %. Česká republika na tom byla s růstem 11,4 % ještě o něco lépe. „Evropským zemím se v oblasti průmyslové výroby daří pomalu navracet ke stavu před příchodem pandemie koronaviru. Platí to i o českých podnicích, přestože



produkcí v některých sektorech výrazně ovlivňují výpadky v dodavatelském řetězci. Českým specifikem, které brzdí prakticky všechny výrobní společnosti, je nedostatek pracovních sil,“ komentoval Petr Kymlička, partner poradenské skupiny Moore Czech Republic. „I přes tyto překážky vykazal tuzemský průmysl v červnu dvouciferný meziroční růst, což nebyl případ zdaleka všech států Evropské unie,“ dodal Petr Kymlička s tím, že hned 11 zemí zaznamenalo jednociferný růst, především severské země rostly pouze v nižších jednotkách procent.

Moore Global je jedna z největších mezinárodních sítí auditorských a poradenských společností s více než 30 000 pracovníky ve více než 260 nezávislých firmách a 110 zemích. Renomovaná síť odborně zaměřených firem se jménem Moore ve svém názvu vznikla již v roce 1907. (tz)

Najdete uvnitř listu

Francie je čtvrtým největším zákazníkem a sedmým největším dodavatelem pro Českou republiku 3

fin4Business: úvěry jako cesta k optimistickým podnikatelským příběhům 4

Mýty kolem digitalizace svazují firmám ruce, připraveným se naopak otvírají netušené možnosti růstu 5

Jsme přesvědčeni, že řady našich spokojených klientů porostou 7

Vznikla nová IT profese: odborník na digitalizaci firem 13

Top 20 nejčastějších zahraničních vlastníků českých firem

	1H 2021	2020	změna 2020-1H 2021
Slovensko	14 517	14 316	201
Ukrajina	12 478	12 464	14
Rusko	12 385	12 736	-351
Německo	8712	8839	-127
Velká Británie	4161	4216	-55
Polsko	3922	3874	48
Rakousko	3328	3356	-28
Itálie	3256	3301	-45
Nizozemsko	2496	2524	-28
USA	2398	2437	-39
Maďarsko	2262	2207	55
Kypr	1820	1852	-32
Rumunsko	1655	1646	9
Švýcarsko	1566	1572	-6
Čína	1469	1515	-46
Bulharsko	1339	1338	1
Francie	1243	1211	32
Bělorusko	1177	1211	-34
Moldávie	1029	1052	-23
Kazachstán	924	961	-37

zdroj: Dun & Bradstreet

Podnikatelé z bývalé V4 rozšiřují v ČR své aktivity

Podnikatelé ze Slovenska v Česku rozšiřují business. V roce 2019 se poprvé v historii stali nejčastějšími zahraničními vlastníky českých firem a letos své vedení dále posilují. Naopak Rusové v pomyslném žebříčku nejčastějších zahraničních majitelů našich firem opět propadli – v roce 2020 z vedení na druhou příčku a v průběhu letošního prvního pololetí dokonce na třetí, když svoji pozici uvolnili Ukrajincům.

„Podnikatelé ze zemí bývalé Visegrádské čtyřky, ve srovnání s ostatními zahraničními podnikateli, výrazněji posilují své aktivity v ČR. Počet tuzemských společností, které mají slovenské vlastníky, se v prvním pololetí zvýšil o 201 na 14 517, firem s polskými vlastníky přibýlo 48

a s maďarskými 55 – to jsou nejvyšší absolutní přírůstky za první pololetí. Naopak počet společností kontrovaných ruským kapitálem klesl o 351 na 12 385, zatímco německý kapitál je přítomen u 8712 našich firem, což je o 127 méně než na konci roku 2020,“ zhodnotila vývoj analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová s tím, že v rámci první dvacítky nejčastějších zahraničních vlastníků došlo k poklesu u 13 z nich.

V žebříčku nejčastějších zahraničních vlastníků se za první Slováky probojovali Ukrajinci, kteří aktuálně kontrolují 14 478 společností (+14). Mezi první dvacítkou si kromě podnikatelů z V4 také výrazněji polepšili Francouzi (+32). Na druhou stranu, v absolutních hodnotách, ubývaly nejvíc společnosti s majiteli z Ruska (-351), Německa (-127), Velké Británie (-55), Číny (-46) a Itálie (-45). (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: 7. září 2021

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 2021 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 Úřadem
 průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností
 pro jakost



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

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
 BUSINESS**

www.madambusiness.cz

**fresh
 TIME**

www.freshtime.cz

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

Pokud došlo ke změně vašich údajů pro zaslání našeho časopisu (adresa, název společnosti, jméno atd.), můžete nám zaslat žádost o aktualizaci svých údajů na zasilani@iprosperita.cz. Vaše údaje upravíme na správné.

V případě, že o zaslání již nemáte zájem, napište nám svůj požadavek, včetně svých údajů z adresního štítku, na zasilani@iprosperita.cz. Dodávání časopisu poté zrušíme.

Pokud byste potřebovali větší počet výtisků aktuálního vydání, dejte nám vědět alespoň s měsíčním předstihem, rádi vyjdeme vstříc.

S tužkou za uchem

Defenestrace se nechystá

Náš národ se rozdělil na dvě části. Ne na slávisty a spartány, na milovníky masa a vegetariány ani na motoristy a chodce, nýbrž na lidi s vakcínou a bez ní. Můžeme si o očkování proti covidu-19 myslet cokoli, ale ani ti, co si nechali píchnout protilátky, si nejsou rovni. Někteří dostali dva dny pracovního volna, jiní si musí absenci v zaměstnání nadělat. První skupinu tvoří úředníci „pod penzí“, druhou lidé v soukromé podnikatelské sféře. Proč se vláda rozhodla dál rozdělovat Čechy, mi není docela jasné, ale ani příjemné. Vždyť dřív platilo „Všichni za jednoho, jeden za všechny“. Nemyslím si, že mezi státními zaměstnanci a ostatními lze vykopávat příkopy, spíš by současná situace vyžadovala jednotu. Naštěstí je pracující lid rozumný a v této záležitosti vcelku nad věcí, takže žádná další pražská defenestrace se nechystá. Ale dál pokoušet trpělivost a snášenlivost ve společnosti bych nezkoušel, naopak bych všechny veřejně pochválil, že ty dlouhé měsíce s koronavirem přežívají na výbornou.

Pavel Kačer

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Letní luxus pohoda

V letní pohodě jsme prožili tiskovku společnosti P Automobil Import s.r.o., na níž se v Praze 22. července představila novinka – luxusní sedan DS 9. Informace, které o této vlajkové lodi dovozce plynuly mezi novináře, nebyly ani strohé, ani rozvláčné, ale naopak se pěkně poslouchaly i vstřebávaly. Připomněly totiž, že se pěkně a noblesní výrobky na trhu objevují dál a že i chuť je nakupovat.

Pro firemní klientelu budiž to povzbuzením, že je nač se těšit. A pro média bylo setkání s odborníky příležitostí uvědomit si, že každé téma má řadu souvislostí a že stojí za to o nich přemýšlet především optimisticky.

Eva Brixí

Mediální partnerství v roce 2021

1. MANAŽER ROKU
2. Ambasador kvality
3. Marketér roku
4. Konference Kvalita – Quality
5. Soutěž Česká chuťovka
6. Projekt Ocenění Českých Podnikatelek
7. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
8. Konference ISSS
9. Konference SYMA

Redakční rada pracuje ve složení:

- 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 CONDOR MACHINERY 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, fin4Business
- Ing. Hugo Kysilka, poradce
- Ing. Vít Pěkný, Ph.D., odborník na problematiku automobilového trhu
- 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, poradce v oboru krizový management
- 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
- PaDr. Petr Paksí, DBA, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- Michal Hanáček, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Situace v cestovním ruchu se oproti loňskému roku opět zhoršila

Podle výsledků průzkumu Asociace hotelů a restaurací ČR se bohužel v letním období naplňují černé scénáře, před kterými na základě dat a vývoje počtu turistů varovala asociace již na počátku léta. Propady tržeb v Praze jsou 70 % proti loňskému roku, který byl již poznamenán pandemií. Vláda za této situace rezignovala na jakoukoliv formu přímé podpory podnikatelů a dosud neaktivovala slibovaný „kurzarbeit“, který byl právě pro tyto účely schválen.

Nejhorší situaci čelí velká města, kde se dlouhodobě hotely pohybují do 20% průměrné obsazenosti. V Praze, nejvíce zasaženém regionu, byla obsazenost v červnu 2021 pouhých 18 % a v červenci zůstala na stejné úrovni. Za první půlrok dosáhly pražské čtyř a pětihvězdičkové hotely obsazenosti 9,9 % oproti loňským 26 %. Obsazenost hotelů se před pandemií v tomto období pohybovala na úrovni 75 %. Tržby na disponibilní pokoj a noc klesly na 5,42 euro, což je historicky zcela nejnižší hodnota. Některé hotely v Praze, ale i v jiných městech, zůstávají z těchto důvodů stále uzavřeny.

Restaurace hlásí za první půlrok 60% výpadek tržeb a opět jsou na tom nejhůře restaurace ve městech, včetně Prahy. Městská turistika utrpěla zásadní ztráty a zároveň mnoho firem stále drží své zaměstnance na práci z domova, což má negativní dopady na polední provoz restaurací. Turistické destinace tradičně vytižené v létě do-

mácími turisty jsou přes léto obsazeny v průměru na 60 %, od září očekávají však další propady v obsazenosti, kterou odhadují na 30–40 %. V místech, kam turisté v létě zavítají, navíc nastává problém s nedostatkem pracovníků, pro které se stal cestovní ruch a pohostinství všeobecně rizikovým oborem.

„Cestovní ruch má velký potenciál pro rozvoj životní úrovně obyvatel a do veřejných rozpočtů přinášel až 41 Kč z každé stokoruny utracené turistou. Pokud vláda bude nadále ignorovat účinnou pomoc podnikatelům v oboru, hrozí cestovnímu ruchu v následujících měsících další kolaps. Pro nápravu je nutné urychleně aktivovat, alespoň pro zasažené regiony, program „kurzarbeit“, který umožní překlenout toto krizové období. Dále není možné jakkoliv omezovat zaměstnávání agenturních pracovníků, bez kterých se v sezónním období tam, kde ještě jsou turisté, nedá zajistit kvalitní služba,“ uvedl k situaci prezident AHR ČR Václav Stárek.

Asociace vítá aktivity některých měst, včetně hl. m. Prahy, na podporu městské turistiky. Domácí turisté však nemohou zdaleka nahradit přetrvávající výpadek těch zahraničních, jejichž cestování do ČR je stále silně omezeno. Záměr vlády přestat hradit občanům laboratorní testy již tak těžkou situací ve službách navíc ještě zhorší. Podle nedávného průzkumu společnosti Data Servis – informace s.r.o. až 57 % hostů vidí již dnes v povinnosti se testovat zásadní bariéru pro využití služeb. (tz)

Přibýlo firem, kterým hrozí krach

Z nejnovější analýzy poradenské společnosti Dun & Bradstreet vyplývá, že za prvních pět měsíců letošního roku v ČR se počet ohrožených firem zvýšil o 11 166. To je téměř o třetinu víc než ve stejném období roku 2020. Množství firem v krizi roste a některá odvětví jsou zasažena fatálně. Dun & Bradstreet dlouhodobě sleduje vývoj podnikatelského klimatu v ČR. Do kategorie ohrožených firem zařadila společnosti v potížích – například ty, které zahájily konkurzní nebo restrukturalizační řízení, jsou v dočasné ochraně, v likvidaci atd. Zasažení zaměstnanci jsou pak součtem zaměstnanců těchto společností. „V kategorii ohrožených firem se v České republice podle našich analýz za celý

loňský rok ocitlo 22 471 firem a 62 172 zaměstnanců, kteří by mohli přijít o práci,“ řekla Petra Štěpánová, analytička Dun & Bradstreet s tím, že ve srovnání s rokem 2019 šlo, v případě firem, o nárůst o 16 % a v případě zaměstnanců o pětinu. Letos se počet ohrožených firem a zaměstnanců dál zvyšuje. „Do května přibýlo dalších 11 166 ohrožených firem, což představuje meziroční přírůstek o 31 % a v porovnání s předkrizovým rokem 2019 o 39 %. O něco horší je situace v počtu zasažených zaměstnanců. Jejich počet letos narostl na 32 885, což je v porovnání s loňským rokem o 36 % víc a o 73 % více než v roce 2019,“ dodala Petra Štěpánová. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
 partner:**

**VARNSDORF
 TOOLS**

partneři plus:



**HASIČSKÁ
 VZÁJEMNÁ
 POJIŠŤOVNA, a.s.**

E.ON ENERGY GLOBE



partneři:



**ÚŘAD
 PRŮMYSLVÉHO
 VLASTNICTVÍ**



**centrum
 andragogiky**

**DAVID
 KARABEC**

OCHRANA OHLAVNÍHO VLASTNICTVÍ

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

odborní partneři:



**ČESKÁ
 SPOLEČNOST
 PRO JAKOST**



**SVAZ
 ARCHITEKTŮ ČR**



SOCR ČR
 Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR



**SVAZ
 KVĚTINÁŘŮ A
 FLORISTŮ
 ČESKÉ REPUBLIKY**



AČTO
 Asociace českých tradičních obchodů



AVO



caim



KZPS



ČMIS



**CZECH
 GAS
 ASSOCIATION**



**ČESKÝ
 PRŮMYSLVÝ
 SVAZ**

Prosperita vás provází děním v businessu už 23. rokem!

Francie je čtvrtým největším zákazníkem a sedmým největším dodavatelem pro Českou republiku

Obchodní vazby dvou evropských zemí, České republiky a Francie, mají silné historické kořeny. Ale rovněž v současné době jsou velmi aktivní, což dokládají také výsledky činnosti Francouzsko-české obchodní komory. Číslo charakterizující ekonomickou spolupráci jsou jasná a vypovídající. Jejich rozbor je obsahem rozhovoru s Rolandem Bourgeoisem, předsedou komory:

Francouzsko-česká obchodní komora slaví 25. narozeniny. Co kulaté čtvrtstoletí charakterizuje?

Francouzsko-česká obchodní komora je již 25 let nezávislou organizací, která se stoprocentně samofinancuje a zastupuje podnikatelskou komunitu více než 281 členských firem v České republice. Členské firmy v současné době zaměstnávají v České republice více než 78 000 lidí a dosahují obrátu přes 163 miliard Kč. Během naší existence jsme byli svědky postupně rostoucího vzájemného obchodu mezi Francií a Českou republikou. Pomohli jsme také mnoha

firmám vstoupit do České republiky a českým podnikatelům uspět ve Francii.

V nedávné tiskové zprávě, kterou komora zveřejnila, se uvádí, že v důsledku pandemie klesl zahraniční obchod o dvě miliardy eur. To nic nemění na skutečnosti, že Francie je pro Česko významným obchodním partnerem. Co mu dominuje, jaké jsou jeho trendy?

Francie je čtvrtým největším zákazníkem a sedmým největším dodavatelem pro Českou republiku. Vzájemná výměna mezi oběma zeměmi za posledních 25 let postupně rostla a v roce 2019 dosáhla rekordní výše 13,4 miliardy eur. Dlouhodobě převažuje český vývoz nad dovozem z Francie. Českému vývozu dominují z více než jedné třetiny automobily a dopravní prostředky. Stroje a zařízení (21 %) a elektrická a elektronická zařízení (13 %). Francie do ČR vyváží především skupinu výrobků pod označením „chemikálie, kaučuk a plasty“, kam patří i farmaceutické výrobky, které loni tvořily více než třetinu z tohoto množství. Nejvíce negativně ovlivnil covid-19 v loňském roce automobily,



Roland Bourgeois, předseda Francouzsko-české obchodní komory

které tvořily 11,7 %. Další významnou položkou jsou elektrická a elektronická zařízení.

A jak je to s investicemi českých firem ve Francii? Na co především sázejí naši investoři?

Česká republika má velký průmyslový potenciál. Ve Francii je dlouhodobě zájem především o české automobily, stroje a elektroniku. V poslední době pozorujeme také jasný trend nárůstu přímých českých investic ve Francii. Jedním

z největších českých investorů ve Francii je od roku 2018 skupina EPH Daniela Křetínského. Její akvizice se zaměřují na energetiku, média a maloobchodní řetězce. Ve Francii však investuje i řada dalších českých firem, například ČEZ, Tescan, Linet, Sotio, Škoda Auto, Lasvit, Sipral a další. Zaměřují se především na energetiku, média, zdravotnictví, ale také na inovativní technologie.

Na pořadu dne jsou dnes otázky spojené s udržitelným rozvojem, což vyžaduje spolupráci všech zemí, nicméně dnes jsme svědky opačného procesu. Jak mohou Francie a Česká republika společně přispět k zelené budoucnosti naší planety?

Rok 2022, kdy se předsednictví EU ujme Francie a Česká republika, bude jedinečnou příležitostí, jak k této zásadní agendě přispět. Současný Národní plán obnovy je třeba podpořit a využít jako společný základ pro tento proces. Hnací silou této spolupráce bude nově založené Fórum pro udržitelné podnikání Francouzsko-české obchodní komory.

ptala se Eva Brixí

Společnost Knihy Dobrovský boduje na sociálních sítích

Knihkupectví Knihy Dobrovský úspěšně vede dva zajímavé online projekty, které jsou inspirací nejen pro mladé čtenáře, ale pro celou knižní komunitu, a rozhodně by je nikdo při brouzdání napříč knižním Instagramem neměl minout.

V rámci prvního projektu nazvaného Knihy ožívají představuje knihkupectví na svém instagramovém účtu slavné i méně známé literární příběhy prostřednictvím originálně zpracovaných fotomontáží a cosplay. V druhém projektu BookGuardians sází Knihy Dobrovský na svou početnou čtenářskou základnu. Z té vybírá knižní strážce, kteří poté s fanoušky pravidelně sdílejí své dojmy a názory na knižní novinky.

Pokud sledujete instagramový účet Knihy Dobrovský, tak víte, že právě tam každou neděli ožívají knižní příběhy pod #knihyozivaji. A to

doslova! Knihkupectví spojilo své síly se dvěma mladými kreativními dušemi Adélou Schneidrovou (@adelina_cte) a Lucií Šimkovou (@lu.bo-oks07), které patří mezi nejvýraznější tvůrkyne na českém bookstagramu. Pod jejich taktovkou vznikají originální cosplay a fotomontáže na motivy slavných hororů, sci-fi, fantasy příběhů i populárně naučných knih.

„Ve chvíli, kdy v knižním světě chcete oslovit především mladé čtenáře, musíte přijít s něčím neokoukaným, co dokáže zaujmout na první pohled. To, že jsme zahájili spolupráci s Adélou a Lucií, byla trefa do černého. Jejich nápady a umění s Photoshopem jsou opravdu neskutečné. Projekt #knihyozivaji tak inspiruje celou knižní komunitu, kdy ostatní nejenže sdílí naše příspěvky, ale zároveň se snaží své profily obohatit o podobné koláže a fotografie,“ uvedl Adam Pýcha, marketingový ředitel knihkupectví Knihy Dobrovský.

Knižní vesmír je obrovský a nekonečný. Jednoho dne se zrodili strážci, Knižní strážci, kteří si říkají BookGuardians. I v tomto případě jde o projekt, který cílí především na mladé čtenáře.

BookGuardians je skupinka lidí, kteří milují knihy a chrání je před zlem. Obvykle má čtyři členy a jednoho velitele, přičemž každých šest měsíců se strážci mění, takže nikdo neví, kdo bude vybrán příště. Jejich úkolem je, ať už pod jejich pravým jménem, nebo přezdívkou, publikovat posty na Instagramu na základě zadání Knihy Dobrovský. Zásadou každého strážce je zůstat upřímný a pod #BookGuardians zveřejňovat jen to, za čím si opravdu stojí. Jedině tak tito milovníci literatury dokážou udržet rovnováhu v knižním vesmíru.

„Existuje spousta mladých lidí, kteří knihy milují a rádi své oblíbené tituly doporučí dál ostatním. Projekt BookGuardians funguje právě

na tomto principu, kdy se opravdu kdokoli z našich čtenářů může na půl roku stát knižním strážcem, a získat tak příležitost sdílet své názory nejen se svými sledujícími, ale i s naší početnou knižní komunitou,“ komentoval projekt BookGuardians Adam Pýcha.

Knihy Dobrovský patří mezi největší prodejce knih v České republice. V 35 moderních knihkupectvích nakoupíte bestsellery, deskové hry, literární novinky i knižní klasiku všech žánrů.

Desítky tisíc zákazníků využívají Klub Knihy Dobrovský, v němž získávají spoustu zajímavých výhod, včetně bodů za nákup či slevových akcí pouze pro členy. Pětkrát ročně vychází magazín Dobro.druh, plný zajímavého čtení nejen o dobrých knihách. Společnost každoročně pořádá stovky kulturních akcí od autogramiád přes autorská čtení, setkání fanoušků knih či seriálů až po křty knižních novinek. (tz)

INZERCE

Máte nedostatek lidí? Potřebujete snížit zmetkovitost? Chcete vyrábět efektivně?



ELAP v.d. se více než 30 let zabývá automatizací výroby. Máme bohaté zkušenosti z různých odvětví průmyslu. Nabízíme nejen realizace, ale i bezplatnou

prezentaci ve vaší provozovně na téma Automatizace, jak na to. Součástí prezentace jsou ukázky z různých aplikací automatizace a poloautomatizace, včetně příběhu, tedy jak to celé vzniklo.

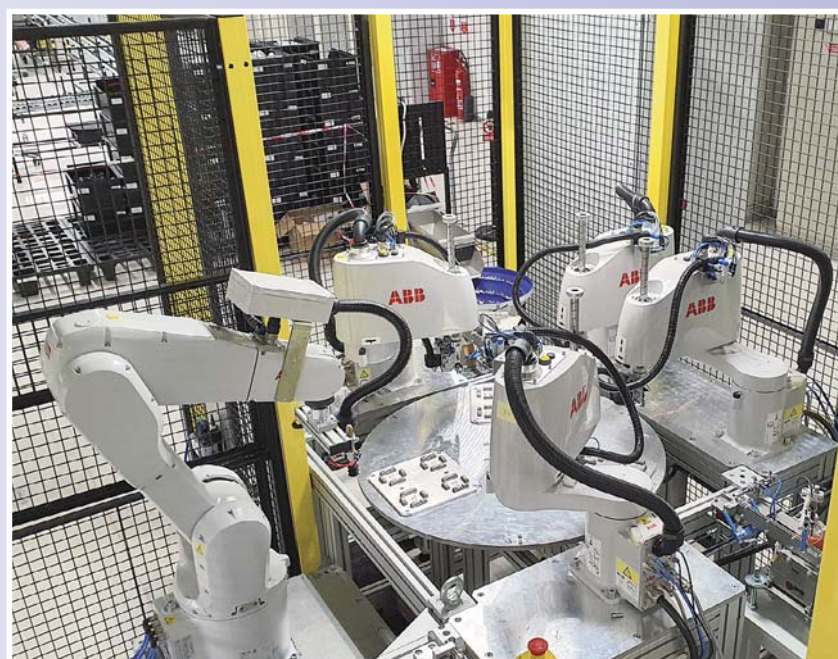
Naše moto:

„Předpokladem úspěšného zakončení akce je její poctivá a detailní příprava před zahájením realizace.“

Kontakty:

e-mail: obchod@elap.eu

web: www.elap.eu



fin4Business: úvěry jako cesta k optimistickým podnikatelským příběhům



Není to ještě ani celý rok, kdy se na českém úvěrovém trhu objevila nová značka fin4Business. Stojí za ní dvě osobnosti: Ing. Pavel Ráliš, MBA, a Monika Fremuntová.

vá, renomovaní odborníci v oblasti financí. Po letech působení ve světě velkých společností se rozhodli jít vlastní cestou, hledat kreativnější řešení v poskytování úvěrů, vsadit na vynalézavost při konstrukci každého jedinečného případu a inovovat pohled na posuzování optimálních možností pro klienty. Základem jejich práce je především budování seriózních a důvěryhodných obchodních vztahů. A to jak s ohledem na rozrůstající se spektrum zájemců o jejich služby, tak vůči finančním institucím, s nimiž kooperují.

A výsledky se dostavily. Letos v červenci se jim podařilo překročit hranici jedné miliardy korun ve zprostředkovaných úvěrech. „Tuto sumu jsme si opravdu pevně stanovili. A jsme rádi, že to vyšlo. Není to malá částka, ale ukázalo se, že stanovit si náročný cíl je výrazně motivační, že to má význam. Vedlo nás to k vysoké aktivitě, hledání reálných zdrojů, četným a nelehkým jednáním. Promýšleli jsme možnosti, jak klientům nabídnout smysluplná řešení a spolupracujícím finančním ústavům jistotu, že se jim za-

půjčené zdroje zúročí,“ sdělil Pavel Ráliš. „A máme radost, že jsme přinesli taková řešení, která vlastně poslouží nejen našim klientům, ale ve svém důsledku ekonomice celé země. Firmy tak mohou investovat, například stavět byty, nabírat zaměstnance, platit daně,“ dodal.

Společnost fin4Business se specializuje výhradně na úvěrování právnických osob. Zájemcům nabízí konzultační a zprostředkovatelské služby v oblastech developerského, investičního a provozního financování. K ročnímu výročí od

zahájení podnikání si Pavel Ráliš a Monika Fremuntová stanovili 1,5miliardový obrát.

Aby docílili této částky, i nadále rozvíjejí komunikaci s bankovními i nebankovními institucemi a jednou fintech platformou, jejichž vstřícnosti při hledání cesty, jak uspokojit potřeby investorů, si nesmírně váží. Stejně tak s pokorou a snahou být užiteční přistupují ke každému nově přichozímu žadateli. „Na naší profesní dráze jsme získali dostatek zkušeností, vždy jsme dokázali ty společnosti, v nichž jsme působili, přivést k rozvoji. Praxi jsme si ověřili, že reálný pohled na věc v kombinaci se snahou pomoci a postavit optimální mantinely v hledání dalších finančních zdrojů mají naději na život,“ komentoval Pavel Ráliš. „Rádi přispějeme k růstu podnikatelských aktivit těm, kteří nám budou i nadále důvěřovat nebo se na nás obrátí na základě referencí, jež se k nim dostanou. Potěší nás, když se s jednotlivými firmami budeme moci posléze radovat z jejich business úspěchu,“ upřesnil.

(tz)

www.fin4business.cz



Ing. Pavel Ráliš, MBA, zakladatel značky fin4Business

Spory z burzovních obchodů: když dojde k nepředpokládané události, která obchod zkomplikuje

dokončení ze strany 1

Znamená to, že se obchoduje na základě nedokonale ošetřených vztahů, že mají firmy „špatné“ právníky, že nedoceňují možná rizika?

Burza je místo, kde se setkává nabídka s poptávkou v reálném čase. Jde tedy o naprosto transparentní způsob určení aktuální tržní ceny. Burzovní obchody bývají právě z tohoto důvodu poměrně rychlé a není zde prostor pro zdlouhavé vyjednávání komplikovaných smluv, protože i cena komodit se mění v čase. Rychlost uzavření obchodu je tak zcela zásadní pro úspěšné obchodování.

Ke sporům z burzovních obchodů tedy nedochází kvůli špatným smlouvám či špatně formulovaným podmínkám burzovního obchodování, ale protože dojde k nepředpokládané události, která obchod zkomplikuje. A postižená strana se pochopitelně chce domoci splnění obchodu nebo svých souvisejících práv, náhrady škody a podobně.

Rozhodčí řízení má oproti „klasickému soudu“ řadu výhod. Jaké především?

Hlavní výhodou rozhodčího řízení před PRIAC je rychlost. PRIAC dokáže rozhodnout méně komplikovaný spor do dvou měsíců od podání žaloby. Když jde o složitý spor, zpravidla tato lhůta nepřesáhne šest měsíců. Rychlosti řízení pomáhá zásada jednoinstančnosti: To znamená, že rozhodnutí rozhodce nebo rozhodčího senátu



zitivně ovlivňuje délku sporu. Strany sporu mohou svou dohodou ovlivnit i způsob vedení řízení, volbu procesních pravidel, místo řízení (i v zahraničí) i způsob provádění důkazů. Z mezinárodněprávního pohledu je zásadní uznání a výkon rozhodčího nálezu ve více než 170 zemích světa.

Ještě stále firmy rozhodčí doložku ve smlouvách využívají méně, než by se dalo čekat. Proč?

Rozhodčímu řízení v minulosti neprospěla uzákoněná možnost řešení spotřebitelských sporů. Rozhodčí řízení pak bylo zneužito ve sporech spotřebitelů a poskytovatelů úvěrů, a jeho důvěra tím v očích veřejnosti i justice značně poklesla. Přestože již dlouho nemohou být v rozhodčím řízení řešeny spotřebitelské spory, jistá míra nedůvěry stále přetrvává, ale situace se dle mého názoru zlepšila.

Rozhodčímu řízení u nás v poslední době podle mě neprospívá ani největší tuzemská rozhodčí instituce, a to Rozhodčí soud při HK

a AK ČR, který nemá při svém takřka monopolním postavení dostatečnou motivaci tlačit na kvalitu svých rozhodců a rychlost řízení. V letošním roce listinu zapsaných rozhodců tohoto soudu opustila celá řada i mezinárodně uznávaných odborníků na rozhodčí řízení. My jsme hrdí na to, že na naší listině PRIAC tyto odborníci nadále působí.

Který obor je z hlediska vaší praxe složitý, ve kterém odvětví se vyskytuje nejvíce sporů?

Obory jasně určují současné kompetence PRIAC: Rozhodujeme obchodní spory týkající se komodit, se kterými se může obchodovat na Českomoravské komoditní burze Kladno. Jde například o plyn, elektřinu, dřevo, zemědělské nebo potravinářské komodity, ale i odpady nebo pohonné hmoty. Dokonce je možné řešit i dopravu nebo pojištění. Ale pozor, nemusí jít jen o obchody, které proběhly na burze. Právě díky tomu je působnost PRIAC mezinárodní a funguje napříč českým průmyslem. Každý spor je složitý do té míry, do jaké ho komplikují strany

sporu. Je na rozhodcích, aby z – často komplikovaných – podání stran získali základní fakta a argumenty, ty správně vyhodnotili a rozhodli.

Soudíte více tuzemských případů, nebo mezinárodních?

V každém období je to jiné, ale v poslední době převládají tuzemské spory.

Přinesla doba covidová více sporů v obchodování s komoditami, anebo méně, oproti minulým letům?

Doba covidová nepřinesla nic nového, snad jen to, že se více sporů rozhoduje online. To ale pro rozhodování na burze nemá žádný vliv. Obchody s některými komoditami rostou a s některými komoditami klesají ne na základě „doby covidové“, ale na základě ekonomických kritérií.

Součástí vaší práce je také osvěta. Na jaké téma?

Snažíme se podnikatelské veřejnosti ukazovat rozhodčí soudnictví jako rychlejší a efektivnější alternativu pro řešení podnikatelských sporů v případech, že o jejich věci rozhodují kompetentní, odborně zdatní, pracovití a eticky jednající rozhodci. Nejlepším nástrojem osvěty je samot-

Hlavní výhodou rozhodčího řízení před PRIAC je rychlost. PRIAC dokáže rozhodnout méně komplikovaný spor do dvou měsíců od podání žaloby. Když jde o složitý spor, zpravidla tato lhůta nepřesáhne šest měsíců. Rychlosti řízení pomáhá zásada jednoinstančnosti: To znamená, že rozhodnutí rozhodce nebo rozhodčího senátu je konečné a není proti němu přípustné odvolání ani soudní přezkum jeho obsahu.

né kvalitní fungování rozhodčího soudu. Podnikatelská i právnícká veřejnost má povědomí o tom, jak konkrétní rozhodčí soudy, a dokonce i někteří rozhodci pracují. Jsem přesvědčen, že práci burzovního rozhodčího soudu se nám postupně podaří zlepšit pověst rozhodčího řízení v Česku a zvýšit zájem o něj jak u tuzemských, tak u zahraničních podnikatelů.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Snažíme se podnikatelské veřejnosti ukazovat rozhodčí soudnictví jako rychlejší a efektivnější alternativu pro řešení podnikatelských sporů v případech, že o jejich věci rozhodují kompetentní, odborně zdatní, pracovití a eticky jednající rozhodci.

tu je konečné a není proti němu přípustné odvolání ani soudní přezkum jeho obsahu. Na to navazuje další výhoda, a tou je možnost vybrat si osobu svého rozhodce nebo se podílet na vytvoření rozhodčího senátu volbou vlastního rozhodce. Strany si tak mohou zvolit skutečného odborníka na danou oblast, který má vysoký morální kredit i odborné znalosti, což také po-

Mýty kolem digitalizace svazují firmám ruce, připraveným se naopak otvírají netušené možnosti růstu

Každý den se probouzíme do situace, kdy nekonečný boj o nové zákazníky o kousek přitvrdí, bude náročnější, a vyhraje ten, kdo se nejlépe a nejrychleji přizpůsobí. Slovy klasika člověk není svobodný ve vztahu k podmínkám, v nichž žije, ale má svobodu v tom, jaké k nim zaujme stanovisko. Pro české firmy působící v oblastech stavebnictví a průmyslu nastává doba digitalizace, která od základů mění dosavadní postupy ve výrobě i navrhování. Jak se s ní zvládají Češi v těchto profesích sžívat, o tom vypráví Marek Svoboda, Territory Marketing Manager společnosti Autodesk pro Česko, Slovensko, Maďarsko a jihovýchodní Evropu.

Digitalizace stavebnictví a průmyslu je aktuálním tématem už několik let. Jak si vedou v mezinárodní konkurenci české společnosti?

Stále více je patrné, že si české firmy uvědomují nezbytnost digitalizace svých výrobních procesů pro udržení konkurenceschopnosti, pro úspěšnou budoucnost i pro uspokojení stále se zvyšujících nároků a požadavků klientů. Na jaře letošního roku jsme iniciovali dva odborné průzkumy ukazující, jak si stojí digitalizace v projekčních firmách a ve strojírenských společnostech. Jejich výsledky potvrzují, že si jsou stále více vědomy nezbytnosti zavádět digitalizaci, zároveň ale odhalily důležitost prohlubo-

vat povědomí o jejich přínosech pro budoucnost firem.

O čem výzkumy vypovídají?

Ve stavebnictví se ukázalo, že více než polovina projekčních společností v České republice využívá při práci na svých projektech proces BIM (informační model budovy, založený na principu správy databázového modelu budovy od projektování přes výstavbu až ke správě budovy) a další téměř pětina jej plánuje brzy implementovat.

Průzkumu se zúčastnily také firmy ze zpracovatelského průmyslu, výrobci strojů a zařízení a strojírenské podniky. Zde jsou inovace, včetně procesů digitalizace a automatizace, vnímány opravdu velmi pozitivně. Prakticky každá z firem je už v určité míře zavedla nebo to plánuje. Míra implementace, zkušenosti, očekávání a měřitelných efektů inovací a transformací se ale napříč firmami liší. Zejména větší společnosti dodávající i mimo český trh jsou nejvíce zajedno s tím, že s inovacemi přichází větší flexibilita, efektivita a konkurenceschopnost.

Proč někteří s digitalizací otálejí?

Častým důvodem jsou peníze, ty je nutné investovat, ale některé firmy vnímají tuto cestu jako nákladnou záležitost, kterou vlastně nepotřebují. Opak je však pravdou a společnosti, které už ve své výrobě zavedly digitalizaci mezi prvními, vě-

dí, že optimalizují náklady již ve fázi vzniku návrhu. Navíc dojde k šetření času, množství lidské práce a ve finále také materiálu. Takže logicky přicházejí i úspory finanční. Dalším mýtem, který se stále objevuje, je domněnka, že je možné transformovat se za běžného provozu. Třeba v případě zavedení BIM ve stavebnictví se mnohdy podceňuje. Kdo myslí, že se zaměstnanci práci s BIM v rámci velkého projektu „automaticky“ naučí, jen stěží uspěje. Přechod se nejlépe podaří s malým pilotním projektem. Základ tvoří pravidelná a kvalifikovaná školení a další vzdělávání a kurzy; získané znalosti se pak v projektu prakticky ověří. Tímto způsobem, kterému se také říká „Little BIM“, mohou účastníci postupně a v klidu získávat nové znalosti.

Navíc koncepci zavedení BIM v ČR schválila vláda už před třemi lety...

Ano, jejím autorstvím pověřila Českou agenturu pro standardizaci (ČAS) zřízenou Ministerstvem průmyslu a obchodu. Tento proces vývoje a plánované realizace, který probíhá i v jiných zemích napříč kontinenty, se u české varianty může pyšnit odlišným přístupem, který spočíval především v možnosti dialogu mezi autorem (ČAS) a výrobcí softwaru pro stavebnictví a infrastrukturu. Jako leader trhu v ČR, Evropě i mimo ni je společnost Autodesk spolutvůrcem Memoranda o spolupráci a podpoře mezi Agenturou ČAS a poskytovateli CAD řešení pro český trh. Výsledkem této spolupráce by měla být zdařilá implementace metody BIM do běžné stavební praxe.

Odvětvím, kde se dynamicky inovuje, se stal průmysl. Jaké technologie jsou na vzestupu?

Kdo chce držet krok s tempem vývoje a být úspěšný i v budoucnosti, musí být tomuto nastavení otevřený. Jedním z klíčových kroků ke správnému rozvoji firmy je revoluční technologie generativního designu, resp. generativního navrhování. Tento nastupující fenomén je hybatelem ekonomického růstu a svým uživatelům



Marek Svoboda, Territory Marketing Manager společnosti Autodesk pro Česko, Slovensko, Maďarsko a jihovýchodní Evropu

poskytuje náskok před konkurencí. Není pomocníkem jen v aditivní výrobě. Naopak jeho přínos objevují i klasická průmyslová odvětví, výrobci průmyslových strojů, firmy z těžkého strojírenství i třeba výrobci hi-tech zařízení.

Můžete popsat podstatu novinky?

Dokáže spojit síly lidí a umělé inteligence a v krátkém čase vygenerovat – a také vyhodnotit – obrovské množství variant konstrukčních řešení. Pro vývojáře a konstruktéry to znamená výraznou časovou úsporu při hledání nejlepšího řešení, protože rutinu je možné přenechat strojům. Kvalifikovaným pracovníkům se tak uvolňují ruce pro další hodnotnou a inovativní činnost. Ještě před 20 lety by žádného odborníka v tomto odvětví nenapadlo, že by jednou mohlo existovat něco jako tato technologie. A že klíčem k úspěšné budoucnosti bude digitalizace.

hodně úspěchů v rozvoji digitalizace popřál Pavel Kačer



Společnost Autodesk

je předním výrobcem softwaru pro 3D navrhování, projektování a zábavu. Nabízí CAD technologie pro oblast stavebnictví (AEC), geografických informačních systémů (GIS), strojírenství (MCAD) a prostředků pro animaci. Autodesk vyvíjí software pro lidi, kteří tvoří věci kolem nás. V odvětvích výroby, architektury, stavebnictví, konstrukce, médií, zábavy i dalších poskytuje nástroje, které umožní vytvořit cokoliv.

Startupový akcelerator Start it @ČSOB zahájil přihlašování do podzimní vlny

Začínající firmy se mohou až do 9. září hlásit do programu Start it @ČSOB, který úspěšným uchazečům zdarma poskytne pomoc s rozvojem jejich podnikání. Akcelerator je určen zejména pro inovativní firmy s potenciálem růstu, jejichž alespoň dvoučlenný tým má chuť se učit a pracovat na sobě.

„V minulých ročnících našeho startupového programu jsme měli možnost spolupracovat s velmi nadanými podnikateli, kteří stáli na začátku své

profesionální cesty. Společnými silami jsme jejich startupy vyšperkovali, vyladili podnikatelský záměr, upravili očekávání a pomohli i s nastavením komunikace. Těšíme se na další účastníky,“ řekla Zuzana Paulovics, leader Start it @ČSOB.

Akcelerator Start it @ČSOB nabízí start-upům zdarma know-how mentorů a expertů, členství v mezinárodní síti akceleratorů GAN a napojení na obchodní partnery. Navíc po dobu pěti měsíců mohou úspěšní uchazeči využívat prostory v Impact hubu v Praze na Smíchově. Každý rok se do programu Start it @ČSOB hlásí

desítky startupů a za poslední téměř tři roky tento akcelerator pomohl již 40 z nich nastartovat jejich podnikání. Pro přihlášení je nutné vytvořit si svůj profil a vyplnit přihlášku v angličtině. Zájemce popíše své podnikání, tým a plány do budoucna. Pokud bude jeho projekt vybrán odbornou porotou, bude mít šanci prezentovat svůj záměr na tzv. Pitch day. Pokud uspěje i tam, má cestu do startupového programu volnou.

„Akcelerator není procházka volným tempem, avšak není to ani sprint. Je to jak start rakety, kdy kromě své práce a růstu vlastního startu-

pu řešíte spoustu ‚povinností‘ navíc. Byla to hroská dráha, někdy i volný pád a tempo nás chvílemi doslova drtilo. Ale ta drina se vyplatí a člověk i firma se za pár měsíců posune tak, jak by mu po vlastní ose trvalo třeba dva roky,“ popsala svoji zkušenost Vanda Seidelová z firmy Twigsee, která pomáhá digitalizovat mateřské školky.

Bankovní akcelerator je unikátní v tom, že neomezuje zaměření a oblasti podnikání inovativních firem, a podporuje tak ty, které přináší lepší řešení pro zákazníky i v nečekaných oblastech. (tz)

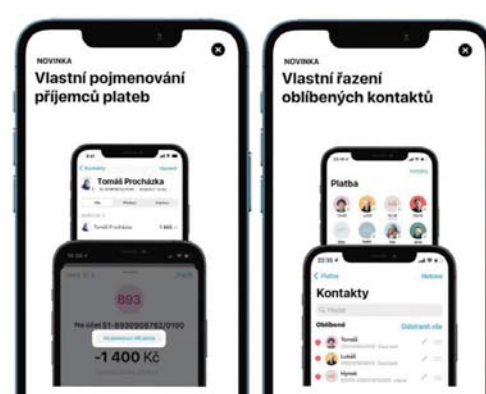
V aplikaci Equa bank lze nyní vyhledat příjemce platby i podle fotografie

Equa bank přichází téměř každý měsíc s novou funkcí ve své mobilní aplikaci. Srpnovou novinkou je přehlednější a jednodušší vytváření seznamů adresátů plateb. Klienti Equa bank si k nim nyní mohou pro snazší orientaci například vkládat i fotografie. Mobilní aplikace Equa bank patří dlouhodobě k nejkomfortnějším na trhu.

Klienti Equa bank si mohou od srpna vytvářet v mobilní aplikaci přehlednější a intuitivní seznam příjemců svých plateb. Mohou si je libovolně pojmenovat – například podle jména a příjmení, přezdívky či jiné identifikace, která pro ně bude nejsnazší pro jejich vyhledání. Najít rychleji toho, komu chtějí poslat peníze, může

usnadnit i možnost přidání fotografií k jednotlivým příjemcům plateb v adresáři. A opět to může být jakákoliv fotografie, která jim umožní rychlou identifikaci – tedy fotografie osoby, logo firmy atd.

„Hlavní výhodou nové funkce v mobilní aplikaci Equa bank je, že každý klient si může



upravit a uzpůsobit adresář příjemců plateb podle svých potřeb. Usnadní mu to tedy hledání kontaktů při odesílání plateb,“ řekl Jaroslav Antoň, Head of Liability Products, Equa bank.

Nový kontakt na příjemce platby si klient vytvoří snadno, ať již z historie transakcí, nebo zadáním čísla účtu příjemce a přiřazením jména a fotografie. Pokud klient potřebuje někomu zaslat potvrzení o provedení platby, má nyní k dispozici jednoduché tlačítko v aplikaci, díky němuž se vygeneruje PDF dokument s potvrzením platby. (tz)

Tuzemský průmysl i přes nedostatek vstupů letos vzroste o 8,2 procenta

Podle nejnovější Komorové národohospodářské prognózy zpracované na základě modelu všeobecné ekonomické rovnováhy České spořitelny vzroste HDP letos o 3,5 % a v příštím roce o 4,6 %. Přes nedostatek čipů a dalších surovin bude průmysl letos silný, spotřeba domácností ale zůstane opatrná. Příspěvek zahraničního obchodu k letošnímu růstu ekonomiky bude zanedbatelný i přes výraznou dynamiku dovozu a vývozu. Spotřeba domácností letos v důsledku vyšší inflace reálně vzroste spíše díky zrušení superhrubé mzdy než z důvodu růstu nominálních mezd. Nezaměstnanost vydrží na nízké úrovni i v roce 2022.

Na rozdíl od řady specializovaných českých i zahraničních pracovišť citlivěji vnímáme pro letošní rok zejména rizika směrem dolů. Jde především o epidemický vývoj a nedostatek vstupů vlivem přerušení dodavatelsko-odběratelských řetězců. Předpokládáme, že se tato rizika budou projevovat minimálně do poloviny příštího roku. Strukturální změna české ekonomiky, která byla koronavirovou krizí urychlena,

může být v krátkém horizontu vnímána jako pozitivní i negativní riziko zároveň.

Hospodářská komora sbírá již více než deset let pravidelně dvakrát ročně informace o podnikatelském sektoru v ČR v rámci tzv. Komorového barometru. Kromě toho pravidelně pořádá mezi svými 16 000 členy řadu dalších šetření zaměřených na aktuální témata. Zpětnou vazbu o současném a očekávaném vývoji ekonomiky

Hospodářská komora dále získává v rámci svých 25 odborných sekcí, sdružujících podnikatele a experty k dané problematice, na setkáních zástupců Hospodářské komory s čelnými představiteli firem v jednotlivých krajích nebo například také v rámci komorové poradny.

Hospodářská komora je jediným zákonným zástupcem podnikatelů v České republice a svoji jedinečnou regionální strukturou i pestrým odvětvovým zastoupením je jim blíže než státní správa či prognostické útvary velkých společností. I to byl důvod, proč se Hospodářská komora rozhodla od roku 2017 publikovat vlastní prognózu hlavních makroekonomických ukazatelů vývoje České republiky a za tím účelem spojila své síly s profesionály z České spořitelny, včetně jejich technického instrumentária v podobě modelu všeobecné ekonomické rovnováhy. (tz)

červenec 2021	2021	2022
HDP (r/r, s.c., %)	3,5	4,6
spotřeba domácností (r/r, s.c., %)	2,2	4,7
tvorba hrubého fixního kapitálu (r/r, s.c., %)	2,3	5,7
export (r/r, s.c., %)	12,5	8,0
import (r/r, s.c., %)	13,9	7,7
průmysl (r/r, s.c., %)	8,2	4,8
maloobchod (r/r, s.c., %)	3,0	4,9
nezaměstnanost dle ČSÚ (roční průměr, %)	3,3	3,3
nominální průměrná mzda (r/r, %)	3,4	4,8
CPI inflace (roční průměr, %)	3,4	2,4
CZK/EUR (roční průměr)	25,9	25,1

Elektronický podpis od Konica Minolta ušetří firmám až 75 % nákladů na podepisování dokumentů

Standardem v administrativě, kterým byl dříve například fax, se nyní stává elektronický podpis. I proto Konica Minolta uzavřela spolupráci s českým startupem Signi, poskytovatelem služeb prokázání digitální identity. S nimi již není třeba dokumenty tisknout, rozesílat k fyzickým podpisům a opětovně digitalizovat.

Elektronický podpis je právně uznatelný pro 90 % běžné administrativní agendy, jako jsou smlouvy, objednávky, faktury či předávací protokoly. Podepisování dokumentů se díky této funkci zásadně zrychlí, zlevní a zvýší se i zabezpečení celého procesu. „Jen v případě smluv je s pomocí elektronického podpisu vyřízeno více než 80 % dokumentů za méně než jeden den. To představuje úsporu tisíce stránek měsíčně, které

se nemusejí tisknout, a desítek hodin, které nikdo nemusí trávit čekáním na poštu. Odpadají i obavy o ztrátu smluv nebo tradičně zdoluhavý proces, který v případě více podepisujících běžně zabere i několik týdnů. Protistraně navíc stačí jen e-mail a připojení k internetu. Nemusí chodit na Czech Point ani disponovat jakýmkoli speciálním softwarem,“ řekl Petr Atanasčev, ředitel produktového marketingu Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodal: „Sečteme-li náklady na tisk průměrné smlouvy, práci zaměstnanců a cenu poštovních či kurýrních služeb, dostaneme se na částku zhruba 180 korun za fyzickou smlouvu. Schválení v digitální podobě vychází přibližně o tři čtvrtiny levněji, což například u firmy s tisícem smluv ročně vede k úspoře až 140 000 korun.“

Aplikace Signi je cloudová a elektronické podepisování tak funguje nejen na všech počítačích,

ale i na chytrých telefonech a tabletech. Dokumenty lze proto podepisovat kdykoli i mimo kancelář. Konica Minolta poskytuje službu elektronického podpisu jak samostatně, kdy ji mohou zákazníci využít v rámci svých interních systémů jako CRM či ERP, tak jako součást vlastních řešení pro správu digitalizovaných dokumentů a elektronických archivů. V kombinaci s tímto řešením není dokumenty nutné ani fyzicky archivovat, což pomáhá dále šetřit jak finanční náklady na provoz skladů a tisk, tak s nimi spojené energie.

„Každá elektronicky podepsaná smlouva představuje také minimálně jednu ušetřenou cestu kurýra nebo zaměstnance na poštu, které často vedou k nežádoucím emisím spojeným s dopravou. Řešení tak může našim zákazníkům pomoci významně snížit i jejich uhlíkovou stopu. Pro firmy, které to myslí s odpovědností

vážně, by se proto měl stát elektronický podpis dokumentů standardem moderního ekologického fungování,“ doplnil Petr Atanasčev.

Takzvaný zaručený elektronický podpis, s nímž aplikace Signi pracuje, je z pohledu legislativy uznatelný u 90 % dokumentů. Ty jsou pak platné a právně závazné na celém území Evropské unie. „Právní rámec pro nakládání s elektronickými dokumenty je obsažen jak ve vnitrostátních předpisech, tak v nařízení Evropské unie eIDAS o elektronické identifikaci, které je platné napříč členskými státy. Nařízení eIDAS výslovně stanovuje, že elektronickému podpisu nesmí být upírán právní účinek, tedy nesmí být odmítán jako důkaz v soudním a správním řízení jenom z toho důvodu, že má elektronickou podobu,“ informovala Jitka Blanářová, firemní právnička Konica Minolta Business Solutions Czech. (tz)



Do dřevostaveb škůdci nesmějí

Nosné trámy, dřevopanely a příčky či krovy... že by si na to vše v dřevostavbách mohli dřevokazní brouci a další škůdci dělat zálsuk? V žádném případě! Dřevostavby si to pojistily, protože jejich stavební materiál je proti napadení těchto broukových ničitelů zcela imunní.

Dřevo na výstavbu prochází procesem extrémního vysušení, což zajišťuje jeho stoprocentní odolnost vůči napadení škůdci. „Na výrobu nosných trámů, tak zvaných KVH hranolů, používáme smrkové dřevo, případně na dílčí části také dřevo modřínové a borovicové, které musí být precizně vysušeno a jeho vlhkost nesmí přesáhnout hranici 20 %. Právě vlhkost je pro dřevokazné brouky

největším lákadlem. Standardně se vlhkost nosných trámů proto pohybuje okolo 15 %, což zaručuje, že takto vysušené dřevo nebude červotoče nebo lýkožrouty zajímat a ani časem nebude narušena statika konstrukce,“ vysvětlil Tomáš Veselý, ředitel značky VEXTA DOMY, předního českého výrobce dřevostaveb. Dřevostavby tak broukům nedávají vůbec žádnou šanci.

VEXTA a. s. je ryze českým dodavatelem moderních dřevostaveb, působící na českém trhu od roku 2012. Filozofií je výstavba vysoce kvalitních domů a komplexní klientský servis, zahrnující nejen projektovou dokumentaci a výstavbu domu na klíč, ale i zajištění související inženýrské činnosti. Svým zákazníkům nabízí výstavbu jak typových domů, kde klientské změny jsou samozřejmostí, tak i stavby dle individuálních projektů. Zájemcům navíc poskytují osobní konzultace a prohlídky ve vzorových domech v Čechách i na Moravě. Na své dřevostavby dává také ojedinělou celoživotní záruku na skelet domu. Od roku 2016 je značka VEXTA DOMY členem Asociace dodavatelů montovaných domů, která sdružuje dodavatele splňující přísné požadavky na návrh i realizaci stavby podle certifikace Dokument národní kvality. (tz)

Digitální podpis výrazně urychluje proces prodeje realit

Digitální podpis pomáhá v realitním businessu, zrychluje proces podepisování smluv a zjednodušuje administraci prodeje nemovitostí. Zkracuje se tak uzavření jakékoliv dohody, dle průzkumu DigiSign o více než o polovinu.

„Digitální podpis pomáhá firmám rychleji a bez papírů uzavírat smlouvy na dálku. Z hlediska právní závaznosti plnohodnotně nahrazuje podpis na papíře. Může být založen na potvrzení prostřednictvím e-mailu a SMS, využívá ale i dalších prvků ověření, aby byl bezpečný pro

všechny strany,“ řekl Ondřej Říha z DigiSign. „Procesy spojené s prodejem či správou realit velmi často obnášejí velké množství podepisovaných dokumentů. A právě digitální podpis dokáže celou situaci výrazně zjednodušit a zrychlit,“ dodal Ondřej Říha.

Realitní trh i přes složitou epidemickou situaci prožil skvělý rok a podobně dobré výhledy jsou i na zbytek roku 2021. Hypoteční trh u nás loni stoupl o 38 %, když banky poskytly hypotéky za rekordních zhruba 250 miliard korun. Prodej nemovitostí na bydlení či investici v loňském roce rostl. „Lidé totiž často hledají nové bydlení v blízkosti měst či vhodnou investici

s nízkým rizikem. Navíc v době nepřející osobní kontaktů výrazně více vybírají nemovitosti na internetu a vyhýbají se osobnímu jednání. Proto využití novinek, jako je digitální podpis, celému realitnímu trhu prospěje,“ řekl Kamil Dunaj z realitní a developerské společnosti Getberg.

V rámci prodeje nemovitosti je potřeba vytvořit velké množství smluvní dokumentace. „Součástí může být velké množství smluvních stran, ve hře může být i dědické řízení, předmětem koupě bývá i několik nemovitostí zároveň a celkově jde o poměrně složitý a administrativně náročný proces. Pomocí digitálního podpisu

pomáháme prodávajícím i kupujícím rychle a efektivně zvládnout vyřízení všech náležitostí,“ sdělila Renata Lichtenegerová z M&M reality.

Dalším příkladem využití digitálního podpisu je správa nemovitostí, kde jsou dnes již běžné na dálku podepisovány nájemní smlouvy, a dokonce bezkontaktně předávány nemovitosti. Jde o řešení, které je velmi jednoduché, a smlouvy je tak schopen podepsat opravdu každý bez omezení věku či technologických schopností, bez instalace speciálních aplikací nebo certifikátů. Zkracuje se tak uzavření jakékoliv dohody, dle průzkumu DigiSign o více než o polovinu. (tz)

Jsmo přesvědčeni, že řady našich spokojených klientů porostou

Hasičská vzájemná pojišťovna staví svůj vztah ke klientům na vzájemné důvěře a otevřené komunikaci. Její představitelé nikdy nelitovali času k tomu, aby jim byli co nejbližší, aby se s nimi mohli čas od času setkat a probrat vše, co je ke spokojenosti se službami potřeba. Doba pandemie koronaviru, pravda, tento princip práce zdánlivě narušila, či okleštila, ale spíše nahradila obvyklé a přirozené metody spolupráce založené na osobním setkávání, elektronickými cestami. Ukázalo se, že i tak lze pojistky inovovat, vylepšovat, nabírat další zájemce. Hospodářské výsledky za rok 2020 o tom vypovídají zcela jasně. Jak se pojišťovně nyní daří, o tom jsem hovořila s obchodní ředitelkou Ing. Vladimírou Ondrákovou:

Život firem i ten společenský se postupně vrací po roce a půl, kdy nás všechny ovlivnil koronavirus, do běžného rytmu. Čím dnes žije Hasičská vzájemná pojišťovna?

HVP i nadále pokračuje v plnění nastavených cílů, především se soustředíme na udržení trendu plnění obchodního plánu a profitability, uchování početného pojistného kmene v oblasti pojištění staveb, domácností a odpovědnosti u právnických i fyzických osob, včetně marketingové podpory. Snahou je rozšíření distribučních kanálů. A i nadále se zaměřuje na obyvatele venkova, což jsou naši tradiční a dlouhodobí klienti, kterým rozumíme a kteří přinášejí naší pojišťovně zisk. Pojišťovna rovněž neustále zajišťuje perfektní servis klientům a obchodním partnerům také v oblasti likvidace pojistných událostí, a samozřejmě i ve správě pojistných smluv.

Jak minulé období ovlivnilo vaše obchodní aktivity?

Covidové období bylo dlouhé a pro všechny náročné, ale nepřerušilo činnost pojišťovny. Pobočky HVP zůstaly, samozřejmě za zachování příslušných hygienických opatření, otevřené, a stejně jako ředitelství HVP i nadále vykonávaly veškerou svou agendu a byly k dispozici zákazníkům. Můžeme říct, že nám tato doba rozšířila i obzory, a to především v osvojení si moderních komunikačních kanálů, zejména videokonferencí, které jsme se naučili lépe využívat při jednání s klienty, zaměstnanci i obchodními partnery. Pandemická situace tedy ve větší míře neovlivnila naši obchodní činnost a ani likvidaci pojistných událostí. U všech poboček a obchodních míst byla zajištěna obsluha zákazníků, i když převážně se tak dělo prostřednictvím elektronických, komunikačních prostředků. Myslím, že toto tvrzení nejlépe dokládají naše výsledky za rok 2020. Na tento rok byl celoroční plán

předpisu stanoven na 655 mil. Kč. Určený plán předpisu se podařilo nejen splnit, ale dokonce jsme jej překonali na 755 mil. Kč, což je 15 % oproti plánovanému předpisu pojistného. Byl tedy udržen hlavní cíl, ke kterému patří růst pojistného se zajištěním profitability.

Vím, že jste manažerka, která si zakládá na osobním jednání. Myslíte si, že se dá takto vyřídít více záležitostí a také rychleji?

Určitě upřednostňuji osobní jednání, ale nedávna doba nás nekompromisně naučila žít v moderním světě techniky. Umím se přizpůsobit velmi rychle, protože nejdůležitější je, aby nebyl přerušen kontakt s klienty, obchodními partnery, a samozřejmě i se zaměstnanci. A co se týká kvality informací, tam se to v zásadě nemění. I prostřednictvím online jednání se záležitosti dají vyřídit rychle, přesně a efektivně.

Přibývají klienti stejným tempem jako před pár lety?

Myslím, že vždy existuje skupina klientů, kteří mají neustále chuť revidovat současně či uzavřít nové pojistné smlouvy s ohledem na to, jak se mění jejich životní podmínky. Navážu-li na předcházející dotazy, mohu říci, že jsme se díky covidu ocitli v jiné době, která nás přiměla dělat leccos jinak. Mnohým z nás se změnil zažitý životní režim a k běžným, nám dobře známým, nejistotám přibýly nové. Zároveň jsme ale mohli poznat své potřeby také z jiného úhlu. Spolu s plněním pracovních povinností z domova, zajištěním distanční výuky našich dětí nebo hledáním nových možností trávení volného času došlo také ke změnám ve vybavení domácností a rekreačních objektů. Řada našich klientů na tyto změny již zareagovala a jistě přibudou i další, kteří si ověří, zda jejich stávající pojistná smlouva nově pořízené předměty plně pokrývá. Nové impulzy ke změně pojistné smlouvy také přináší nová, nebo ne tak běžná pojistná nebezpečí, což je například nedávné řádění tornáda na Moravě. Samozřejmě, že v tak extrémní situaci, jako je běsnění tornáda, je na prvním místě starost o zdraví a životy blízkých, ale zajistit bydlení je hned další v pořadí. Ačkoliv pojištění staveb a domácností běžně kryje také škody způsobené vichřicí, následky řádění tornáda nutí k zamyšlení, je-li pojistné krytí dostatečné i pro dosud ne tak běžnou událost.

O jaký typ pojištění je dnes největší zájem? A jak přistupují k pojištění města a obce, nejrůznější spolky a organizace?

Převažujícím pojištěním je pojištění majetku. Obce a města svůj majetek samozřejmě pojišťují a stejně tak pojišťují i odpovědnost nejen obec-



Ing. Vladimíra Ondráková, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.

ních zaměstnanců, ale také volených zastupitelů. Naše Pojištění samosprávných celků je pro potřeby měst a obcí vhodným nástrojem, protože jím lze pojistit budovy, jejich vybavení, stroje a vozový park, a také specifický majetek, jako jsou inženýrské a speciální stavby, veřejné osvětlení, městský mobiliář nebo třeba parkovací automaty.

Obdobný druh pojištění máme pro organizace typu bytových družstev, která také potřebují pojistit majetek družstva, včetně technického vybavení domů a i tady, samozřejmě, včetně odpovědnosti za škodu vzniklou z vlastnictví bytového domu a odpovědnosti statutárních zastupců družstva.

Organizace obecně, ať jde o organizace malé, působící jen místně, nebo o organizace s celostátní působností, přistupují k pojištění odpovědně. Snaží se pojistit si majetek, ale mají také zájem o úrazové a odpovědnostní pojištění. To platí především u dobrovolnických organizací, které provozují veřejně prospěšnou činnost, jako je pomoc sociálně nebo zdravotně slabším, práce s mládeží. Samostatnou kapitolou jsou samozřejmě sbory dobrovolných hasičů, pro které máme připravené pojištění, které zahrnuje nejen hasičskou přípravu dospělých i mládeže, ale například i pořádání soutěží nebo společenských akcí. Stejně tak máme pojištění pro myslivce, které nabízí víc než jen povinné pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou výkonem práva myslivosti.

Co si můžeme představit pod pojištěním odpovědnosti zaměstnance?

Pojištění odpovědnosti zaměstnance je velmi žádaným pojištěním. Je dobré si uvědomit, že

je výhodou především pro zaměstnance, protože je kryje v případech, kdy nepozorností, nešikovností nebo jen souhrou náhod způsobí zaměstnavateli škodu, kterou by museli zaplatit ze svého. Samozřejmě, že i toto pojištění má své limity a výluky z pojistného plnění. Například, jde-li o škodu způsobenou pod vlivem alkoholu nebo omamných látek, škodu způsobenou protiprávním jednáním a samozřejmě o škodu způsobenou úmyslně. V každém případě je dobré, stejně jako při sjednávání jiných druhů pojištění, pročíst si podrobně pojistné podmínky, kde jsou výluky z pojištění pro jednotlivé rizikové skupiny uvedeny. Rozsah pojistného krytí je závislý na činnosti, kterou zaměstnanec vykonává, takže jiné pojistné příhody jsou kryté u zaměstnance-řidiče, jiné u zaměstnance-úředníka.

Začaly firmy na pojistném šetřit, nebo je koronavirová krize přiměla inovovat pojistné smlouvy, pojišťovat se hodnotněji, uvažovat o možných rizicích pečlivěji než kdy jindy?

Kvůli koronaviru šlo podnikání, především to drobné, do útlumu, a téměř rok nebylo jisté, kdo ekonomicky přežije, a kdo ne. Bohužel, mnohé firmy nemají tuto jistotu ani dnes. Jiná situace je ve firmě, která nakoupila notebooky pro zaměstnance, aby mohli pracovat z domova a jejich obchodní činnost pokračuje dál. Jiná je ve firmě, která je živa z výroby a manuální práce zaměstnanců, je závislá na dodávkách materiálů a expedici výrobků do prodeje.

Každý jen trochu ekonomicky uvažující manažer ví, že pojištění je ekonomicky výhodné jen tehdy, je-li průběžně aktualizováno, což je v současné době pro leckteré firmy dost problematické, protože neví, jak to bude dál a co se jim do budoucna vyplatí držet, a co pustit. My se snažíme svým firemním klientům vyjít maximálně vstříc a být jim nápomocni nejen odbornou radou, ale samozřejmě také operativním řešením jejich požadavků při změnách pojistných smluv.

Před pár lety jste nabídli pojištění Fortel. Vede se mu stále dobře?

Fortel je pojištění určené především pro drobné podnikatele, kteří toho nepotřebují pojistit moc, ale potřebují, aby se dalo snadno a rychle přizpůsobit. Své příznivce si našlo, a co je důležité – také si je udrželo. Právě v současné době plně nejrůznějších nečekaných problémů se ukazuje, jak moc je takové tvárné pojištění drobných podnikatelů potřeba. Jsme přesvědčeni, že řady našich spokojených klientů i v tomto směru nadále porostou.

ptala se Eva Brixl ■■■

Dáme jídlo rozšiřuje nabídku quick commerce v Praze i v regionech

Stále více Čechů si zvyká na příjemný komfort doručování nejrůznějšího zboží až domů do pouhých 30 minut. V mnoha případech dorazí zásilka dokonce ještě dříve, za 15–20 minut. Od chvíle, kdy platforma Dáme jídlo tento celosvětový trend v tuzemsku představila poprvé, sice uplynulo teprve pár měsíců, nabídka zboží v rámci takzvané quick commerce je ale čím dál pestřejší a rychle se rozšiřuje do dalších a dalších regionů.

Nově se to týká například Brna či Plzně, kde Dáme jídlo v příštích týdnech spustí doručování čerstvých i trvanlivých potravin prostřednictvím vlastní služby Dáme market. Přibývají také nové spolupráce s partnery z řad obchodů. Zákazníci si tak mohou domů nechat velmi rychle

doručit nejen potraviny, delikatesy či drogerii, ale i širokou škálu dalších položek od řezaných květín až po hračky ze světoznámého hračkářství Hamleys.

Budoucnost online nakupování leží ve velmi rychlém doručování objednaného. Data nadnárodní skupiny Delivery Hero, do které patří i česká platforma Dáme jídlo, ukazují, jak moc zákazníci úsporu času při nakupování oceňují. Jen v letošním prvním čtvrtletí zaznamenala skupina Delivery Hero meziroční nárůst počtu objednávek v rámci takzvané quick commerce o 400 %.

V Česku sice ještě meziroční srovnání k dispozici není, protože quick commerce je novinkou zavedenou teprve před několika měsíci, podle výkonného ředitele Dáme jídlo Filipa Fingla ale tuzemské zákazníci velmi rychle doručování zboží rovněž skutečně zaujalo. „Každý, kdo jednou vy-

zkouší doručení nákupu do pouhých 30, 20, nebo dokonce 15 minut od objednání, už nechce měnit. Volný čas je pro lidi čím dál důležitější a oceňují, když mohou sami rozhodovat, jak ho využijí. Právě proto neustále rozšiřujeme pokrytí a širší sortimentu v rámci quick commerce tak, aby si porci života navíc mohli dopřát další a další zákazníci u co nejpestřejšího sortimentu.“

Nabídka zboží, které si lidé na Dáme jídlo mohou objednat a nechat doručit kurýrem až domů, zahrnuje už nyní kromě snídaní, obědů, večeří a nápojů z restaurací také čerstvé ovoce a zeleninu, maso, delikatesy a další potraviny, drogerii, doplňky stravy, hračky či řezané květiny. Zákazníci mají na výběr z nabídky široké palety partnerských obchodů, včetně sítě prodejen Tesco Expres, Žabka, Sklizeno, květinářství Kytka od Pepy nebo hračkářství Hamleys a další neustále přibývají. V rámci quick commerce již

Dáme jídlo svoji nabídku rozšířilo do většiny krajů, pokrývá téměř celou Prahu a přidává další města a obce. V Praze, Jihlavě a Plzni nyní navyšuje počet partnerských poboček Žabka a doručování nákupů od tohoto partnera nově nabídne i v Příbrami a Táboře. „Zájem zákazníků v regionech o tuto službu předčil naše očekávání, což nás ještě více motivuje rozšiřovat pokrytí na nová a nová místa,“ popsal Filip Fingl.

Rozšiřování nabídky quick commerce se kromě partnerských obchodů týká i vlastní služby Dáme market. Tu Dáme jídlo provozuje od února letošního roku a aktuálně rozvázá ze čtyř skladů na území hlavního města a jednoho skladu v Olomouci. V nejbližších týdnech budou zprovozněny další sklady Dáme market v Brně, Plzni a Praze-Košířích, v září pak budou následovat České Budějovice, Praha-Malešice či Liberec a do budoucna jsou v plánu i další regiony. (tz)

Malým a středním podnikům chybí strategie v oblasti ochrany duševního vlastnictví

Pomůže dotační program COSME FUND?



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

O ochraně duševního vlastnictví musí každý malý či střední podnik uvažovat především jako o investici. Měl by proto zahrnout do svých úvah celý proces existence MSP počínaje jeho založením přes rozvoj, včetně případné zahraniční expanze, až po jeho předání následovníkům nebo prodej třetím osobám. To platí i pro rodinné podniky.

Z dlouhodobých zkušeností, přehledů a statistik ochrany duševního vlastnictví v rámci České republiky je zřejmé, že mezi MSP je relativně solidní povědomí o ochranných známkách, jejichž registrace je poměrně častá, avšak bohužel jde často také o jediný způsob průmyslové právní ochrany jejich podnikání. Obvykle se tak navíc děje bez hlubších znalostí o této problematice, takže pak ochranné známky ve skutečnosti neplní dobře svoji roli ochránit výrobky a služby přihlašovatele, a jejich potenciál tak zůstává nevyužitý. A téměř vždy, a to zejména u MPS, chybí celková strategie průmyslové právní ochrany zahrnující celou řadu dalších možností, jak ochránit duševní vlastnictví MSP a profitovat z něho. Zahraniční firmy, a také velké domácí podniky, jsou si toho velmi dobře vědomy, o čemž svědčí jejich značná aktivita v přihlašování zejména patentů a v poskytování licencí.

MSP mají stále tendenci stanovovat hodnotu své firmy pouze na základě hmotných aktiv, jako jsou budovy, pozemky, strojní a technologické vybavení, osobní automobily, počítače apod. Na ochranu tohoto majetku vynakládají často významné finanční prostředky, zejména na jeho fyzickou ochranu, ostrahu, pojištění atd. Neuvedomují si však, že často vyšší a významnější hodnotu může mít jejich nehmotný majetek, jako jsou např. autorská práva k software, know-how, obchodní tajemství, výsledky vývoje, výzkumu a inovací či původ nebo zeměpisná oblast, kde vznikají jejich produkty. Investice do této oblasti malé a střední firmy často odkládají nebo je nerealizují vůbec. Přitom všechny tyto aspekty ve spojení s originálními dovednostmi mohou MSP úspěšně přetvořit v registrovaná práva, ať to jsou již zmíněné ochranné známky, ale zejména patenty, užité vzory, průmyslové vzory a další, čímž mohou dosáhnout jejich významné právní ochrany. Navíc mohou všechna tato práva nechat ocenit znaleckým posudkem,



a tak se v účetních závěrkách firem může objevit významný nehmotný majetek. Ten pak může sloužit nejenom jako majetek na straně aktiv, ale také jako záruka pro banky v případě úvěru.

Tradice, zkušenosti a známé jméno rodinného podniku jsou určitě dobrým předpokladem pro jeho úspěšné předání následovníkům, většinou rodinným příslušníkům, kteří v této tradici pokračují. V případě komerčního prodeje je MSP je však zpravidla rozhodující ocenění majetku a dosažení co nejlepší ceny pro prodávajícího. Zde mají své nezastupitelné místo právě takové hodnoty, jako je duševní vlastnictví, které může tvořit zásadní, a někdy i jedinou hodnotu firmy. Pak je samozřejmě rozhodující způsob ochrany těchto práv a doba jejich použitelnosti. Vhodnou kombinací těchto práv, dobře zvoleným způsobem jejich ochrany a celkovou strategií lze dosáhnout významné hodnoty k vyjednávání o prodejní ceně podniku. S tím i souvisí hodnota jednotlivých práv, např. k ochranné známce, protože pouze samotná do-

ba jejich registrace neznamená automaticky zvýšení její hodnoty. Tato hodnota musí být vždy podpořena kvalitními službami a produkty, které jsou v ideálním případě chráněny i dalšími průmyslovými právy, včetně doménových jmen, know-how a obchodního tajemství.

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

Nelze také zapomínat na ochranu know-how, jež je v podmínkách České republiky převažujícím předmětem licencování oproti patentům. Malé či střední podniky obvykle vědí, že jde o souhrn určitých specifických znalostí a dovedností, které mají určitou hodnotu spočívající v jejich náskoku před konkurencí. Na druhé straně však často vůbec nevědí, jak správně své know-how chránit a využívat. Pak se stane, že jsou jejich představitelé překvapeni tím, že jejich dlouho budované znalosti odcizí bývalí zaměstnanci, kteří svému někdejšímu zaměstnavateli konkurují. V této souvislosti je překvapivé, že většina příjmů z licencí v České republice je generována právě z licencí k poskytnutému know-how, a nikoliv z mnohem bezpečnějších patentů, užitných či průmyslových vzorů nebo ochranných známek. Je proto nezbytné nutné si osvojit také pravidla ochrany před zneužitím know-how a obchodního tajemství, protože pouze tak je možné se účinně bránit právními prostředky v případě jejich porušování.

Podnikatelé mohou na podporu svého duševního vlastnictví využívat i nejrůznější dotační programy. V letošním roce jsou např. z programu COSME FUND rozdělovány MSP finanční prostředky na ochranu jejich průmyslového vlastnictví. Konkrétně jde o tyto dva druhy podpory:

Služba 1 – Proplacení až 75 % služby IP scan – nákladů na služby tzv. předběžné diagnózy (audit) v oblasti duševního vlastnictví;

Služba 2 – Proplacení až 50 % poplatků za přihlášky ochranných známek a průmyslových vzorů. Jednotná cena stanovená pro Českou republiku na službu IP scan je stanovena na částku 900 eur, přičemž z této částky se poskytuje jednorázová dotace ve výši 75 %. Následně lze využít i dotace pro podání příslušných ochranných známek a průmyslových vzorů, kde lze využít podpory ve výši 50 % z ceny poplatků za podání těchto přihlášek. O dotaci lze požádat prostřednictvím online formuláře na euipo.europa.eu/ohimportal/cs/online-services/sme-fund. Nejbližším dotačním obdobím, kdy je možné žádost o poskytnutí této podpory podat, je září 2021.

Tyto služby programu COSME FUND jsou MSP poměrně hojně využívány a pomáhají jim financovat náklady na ochranu duševního vlastnictví. Za sebe vidím největší přínos ve službě 1 (IP scan), což je podrobně strukturovaný rozhovor s následným vypracováním písemné zprávy (auditu) pro MPS. Cílem tohoto procesu je analyzovat za pomoci kvalifikovaného specialisty situaci MSP v oblasti ochrany duševního vlastnictví a definovat mu strategii ochrany duševního vlastnictví, včetně následné registrace ochranných známek a průmyslových vzorů. To vše s využitím dotace v částce do výše 1500 eur. Myslím proto, že využít tento dotační program se MSP určitě vyplatí.

Kontakty:

IP mediální centrum Praha, zapsaný ústav
Na Stráži 1306/5, 180 00 Praha 8
tel.: +420 283 843 130, mobil: +420 602 331 905
e-mail: info@ipmediace.cz
www.ipmediace.cz

JUDr. David Karabec, MPA, LL.M., advokát
Ředitel IP mediálního centra Praha,
zapsaný ústav

V zemi by mohli po 70 letech opět působit mistři řemesla

Hospodářská komora České republiky podporuje ukotvení mistrovských zkoušek do zákona. Největší podnikatelská organizace, která zastřešuje řemeslné cechy napříč obory, je přesvědčena, že mistři přispějí ke zvýšení prestiže řemesel, pomůžou k náboru mladých učňů do odborných škol a zákazníci získají nové záruky na kvalitně odvedenou řemeslnou práci. Hospodářská komora si je vědoma, že poslanci novelu nestihnou do voleb projednat, proto očekává, že nová sněmovna – i s ohledem na to, že mistrovskou zkoušku podporují strany napříč politickým spektrem – ji projedná co nejrychleji.

Mistrovská zkouška bude ukotvena ve zvláštním zákoně. Přípravu, organizaci a provádění mistrovské zkoušky budou zajišťovat obě státem zřízené podnikatelské organizace – Agrární komora pro zemědělská, potravinářská, popř. lesnická povolání a Hospodářská komora pro všechny ostatní obory.

Dokladem potvrzujícím úspěšné vykonání mistrovské zkoušky a získání mistrovské kvalifikace bude mistrovský list. Mistrovský list by

měly vydávat Hospodářská komora České republiky a Agrární komora České republiky.

Návrh zákona vychází vstříc potřebám trhu práce. Současná legislativa počátečního a dalšího vzdělávání neumožňuje absolventům středních škol formálně deklarovat kvalifikační odborný rozvoj ve spojení s růstem odborné a řemeslné kvality na základě praxe. Dle odborného odhadu Hospodářské komory České republiky lze očekávat v prvních pěti letech ročně průměrně 2000 vykonaných zkoušek a 1600 vydaných mistrovských listů.

Mistrovské zkoušky jsou zpravidla vzájemně uznávány úřady a zaměstnavateli kupříkladu ve Francii, Německu, Rakousku, Norsku, ale také v Polsku, Maďarsku nebo Chorvatsku. V Evropě je standardní, že za organizaci mistrovské zkoušky, dohled nad zkouškou i přípravnými kurzy nejčastěji ručí obchodní a průmyslové komory nebo komory řemesel. Její obsah je přitom vytvářen ve spolupráci s dalšími hospodářskými a sociálními partnery, ústavy pro odborné vzdělávání a řemeslnými cechy.

V Evropě je zpravidla uzákoněna jako součást školského zákona nebo zákona o řemeslech či živnostech. To je i případ Chorvatska, kde se o složení mistrovské zkoušky v 62 oborech kaž-

doročně hlásí průměrně 1200 zájemců. Zkušební komise tam má pět členů a samotná státem uznávaná mistrovská zkouška, kterou organizuje Chorvatská komora řemesel, se skládá ve čtyřech zkouškových termínech stanovených v měsíci únoru, květnu, září a listopadu, nebo i v jiném termínu, pokud je nejméně deset přihlášených v jednom povolání.



Na uzákonění mistrovské zkoušky, které umožní zvýšit prestiž řemesel a lépe chránit spotřebitele, řemeslné cechy čekají řadu let. Mistrovské zkoušky úspěšně fungovaly do roku 1949, kdy byly se změnou politického režimu zrušeny. Od 90. let bylo učiněno několik pokusů o jejich znovuzavedení.

Veřejní zadavatelé, odběratelské firmy i běžní zákazníci, si budou moci vybírat mezi mistry v oboru, kteří budou mít státem garantovanou odpovídající kvalifikaci pro realizaci zakázky, budou schopni nabídnout nejnáročnější řešení a poskytovat služby „na klíč“. Spotřebitelé získají záruku nejvyšší kvality, ale i kvalitního rekla- mačního, záručního a pozáručního servisu. Dojde rovněž k omezení vícenákladů a nekvalitních rozpočtů realizace. Sníží se počet stížností u ČOI, ÚOHS a soudů, a zlepší se kvalita dodávaných služeb a výrobků.

Čeští mistři byli vždy ve středoevropském regionu považováni za špičku, za největší odborníky, a v bývalém mocnářství tvořili páteř řemeslného podnikání a řemeslných živností. To ostatně dokumentují stovky českých jmen na reklamách a v názvech živností zejména v Rakousku. Dodnes jejich pověst v tomto regionu má respekt a úctu. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Zkuste štěstí v mezinárodní soutěži inovací



Ne každá firma ví, co se jí nabízí v mezinárodní soutěži inovací Quality Innovation Award. Že její nápad, inovační řešení, nový přístup k zvládnutí daného problému může zaujmout natolik, že se o něm dozvědí v mnoha jiných zemích. A nejen to. Co všechno je potřeba udělat, aby se zájemce mohl přihlásit, a co je spojeno s jeho účastí v tomto klání, o tom jsem hovořila s výkonným ředitelem České společnosti pro jakost Ing. Petrem Kotenem, MBA:

Letos již podeváté mají možnost se české firmy zapojit do mezinárodní soutěže inovací Quality Innovation Award. Jak se vlastně tato možnost zrodila a jaké výsledky uchazečům z České republiky přinesla?

Původně finská cena Quality Innovation Award se uděluje již od roku 2007. Jejím cílem bylo zvýšit množství a úroveň inovací, a to především v evropských zemích. Dnes je cena Quality Innovation Award skutečně mezinárodní událostí, do níž se každým rokem zapojuje více zemí napříč kontinenty. Soutěž organizačně zajišťuje Finská asociace kvality, garantem ceny na evropské úrovni je Evropská organizace pro kvalitu (EOQ). Je důležité zmínit, že spolupracující organizací v Česku je též Asociace inovačního podnikání, která rovněž přispívá k osvětě nejen o soutěži samotné, ale i o úspěšných účastnících.

Dá se říci, že jsou inovační řešení našich firm úspěšná?

Každoročně se sejde několik zajímavých projektů minimálně z českého pohledu. Již několikrát byla česká inovace vyhlášena vítězem kategorie nebo finalistou ceny. Poslední ročník patřil k těm vůbec nejúspěšnějším, v národním kole byly hodnoceny organizace v pěti kategoriích, z nichž tři uspěly se svojí inovací i v mezinárodním kole.

ním kole. Z mimořádného úspěchu českých firem v soutěži máme velkou radost.

Na mezinárodním poli zabodovala především společnost Berkhof Construction s.r.o. s inovací Automatické rentgenové kontrolní a zobrazovací zařízení. Společnost se stala celkovým vítězem ceny v kategorii Mikropodniky a startupy.

Další úspěch zaznamenaly společnosti Radalytica a.s. s inovací Kvalita 4.0 – Robotická nedestruktivní kontrola pomocí zobrazovacích metod NDT – RadalyX, která se umístila mezi finalisty v kategorii Malé a střední podniky. Stejně tak v kategorii Inovace oběhového hospodářství a uhlíková neutralita se mezi finalisty objevila firma Silon, s.r.o., za vývoj high-tech vláknů Sofisil, které se vyrábí z PET lahví sesbíraných ze světového oceánu a pobřeží.

ČSJ je národním partnerem této významné soutěže, a to na základě spolupráce s Evropskou organizací pro kvalitu. Čím je toto klání i pro ČSJ inspirativní, čím vás oslovilo?

Jsmo dlouholetý člen EOQ, v letošním roce dokonce oslavíme 25. výročí spolupráce. Pořádání soutěže inovací nám umožňuje setkat se s inspirativními lidmi a skvělými nápady, což kladně obohacuje i naši činnost. Naším posláním je šířit znalosti o managementu kvality a nových přístupech z této oblasti. Pro úspěšné fungování v dnešním globálním světě jde kvalita s inovací ruku v ruce. Jsou to atributy, které dělají České republice vynikající reklamu ve světě.

Poslední ročník patřil k těm vůbec nejúspěšnějším, v národním kole byly hodnoceny organizace v pěti kategoriích, z nichž tři uspěly se svojí inovací i v mezinárodním kole. Z mimořádného úspěchu českých firem v soutěži máme velkou radost.

Podle jakých měřítek se vlastně může firma rozhodnout, zda má šanci se vůbec zúčastnit?

Zaručený recept na to říct předem, kdo uspěje, a kdo ne, neexistuje. V soutěži se hodnotí podle metodiky založené na posouzení míry novosti



Ing. Petr Koten, MBA, výkonný ředitel České společnosti pro jakost

inovace, její použitelnosti v praxi, hodnotí se také dopady inovace a orientace na zákazníka. Mezinárodní vítězové jsou vybráni zúčastněnými národními asociacemi kvality prostřednictvím hlasovacího procesu, zaujmout tedy může jakákoliv inovace. Do soutěže se může přihlásit jakékoli řešení nebo nápad.

Jakou podporu poskytujete přihlášeným společnostem?

Každou přihlášenou společnost provedeme celou soutěží od přihlášení až po vyhlášení výsledků. Účast je snadná a provádí se vyplněním jednoduchého přihlašovacího dotazníku, který zájemci najdou na našich webových stránkách www.csq.cz. Termín pro podání přihlášek je 30. září tohoto roku. Všechny informace jsou zpracovávány důvěrně a jsou zveřejňovány pouze informace o vítězných inovacích. Vítězové získávají mezinárodní zviditelnění svých řešení. Každý účastník v soutěži obdrží krátkou písemnou zpětnou vazbu o své inovaci, která ji dále pomůže vylepšit. Účast v soutěži není zpo-

platněna. Pokud by si někdo nebyl jistý, zda jejich inovace je vhodná pro přihlášení do soutěže, jsme připraveni se zájemcem účast zkontrolovat a probrat s ním jednotlivé kroky, které ho čekají.

Spolupracujete i nadále s těmi, kteří v soutěži zkusili své štěstí?

Tím, že se seznámíme se společností a její inovací, jsme schopni i nadále pomoci se zviditelněním v rámci různých akcí, které pravidelně pořádáme pro naše členy a zájemce odborné veřejnosti. Příkladem mohou být pravidelné konference nebo semináře, kde umožníme představit inovaci dalším zájemcům o danou oblast nebo potenciálním zákazníkům. Oceněné společnosti využívají i naši odbornosti, která jim může pomoci s rozvojem jejich společnosti nebo uplatněním inovace. Součástí spolupráce je i publicita a zviditelnění inovačních řešení ať oceněných v národním kole soutěže, nebo i v mezinárodním finále soutěže.

otázky připravila Eva Brix

INZERCE

Česká společnost pro jakost OCENÍ ÚSPĚŠNÉ

Máte pocit, že Vaše organizace může být v mnohém příkladem pro ostatní? Česká společnost pro jakost vyhlásila další ročník ocenění Ambassador kvality České republiky. Přihlaste se a možná to bude právě Vaše organizace, která získá níže uvedenou cenu.

Cena Ambassador kvality České republiky byla vyhlášena v rámci podpory rozvoje a podpory zavádění zásad managementu kvality v různých podobách. Určena je pro organizace, které nadstandardně dbají o zajištění kvality svých produktů a služeb, které se chovají odpovědně a aktivně napomáhají šíření a propagaci kvality.

Ocenění je určeno všem organizacím podnikatelského a veřejného sektoru bez rozdílu velikosti a oboru. Přihlaste se do soutěže a staňte se ambasadory kvality.

Přihlášky můžete podávat do 30. září 2021.
Podrobnější informace o cenách najdete na:
<https://oceneni.csq.cz>, www.csq.cz



ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST

Finanční výkazy za rok 2020

stále nezveřejnilo 85 % firem

Daňové přiznání za rok 2020 bylo letos možné podávat elektronicky bez daňového poradce do konce května a o měsíc déle, pokud společnost využila služeb daňového poradce. Přesto, že tyto termíny uplynuly, výsledky svého hospodaření za loňský rok ve sbírce listin nezveřejnilo téměř 85 % firem. Podle analýzy poradenské společnosti Dun & Bradstreet, která má k dispozici nejrozsáhlejší databázi finančních výkazů a platebních informací o tuzemských podnikatelských subjektech, informační povinnost v období mezi lety 2015 a 2018 nesplnila zhruba polovina společností, za rok 2019 pak 61 %.

„Předpokládáme, že velké množství firem své finanční výkazy do sbírky listin ještě doplní. Nicméně v delším časovém horizontu stále platí, že informační povinnost splní zhruba jen každá druhá firma,“ řekla analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová s tím, že za posledních pět let finanční výkazy ani jednou nezveřejnila třetina českých společností.

Dlouhodobé statistiky Dun & Bradstreet ukazují, že lepší přístup k plnění informační povinnosti mají akciové společnosti než společnosti s ručením omezeným. „Rozdíl zpravidla činí víc než deset procentních bodů,“ upřesnila Petra Štěpánová.

Postoj firem ke zveřejňování finančních výkazů ve sbírce listin se podstatně liší v závislosti na jejich oboru podnikání, objemu tržeb nebo registrovanému sídlu.

Jedním z hlavních závěrů analýzy Dun & Bradstreet je skutečnost, že informační povinnost plní spolehlivěji firmy s vyššími tržbami. Pokud firma generuje roční tržby vyšší než jednu miliardu korun, je podíl firem, které v tomto ohledu porušují zákon o účetnictví, nižší než 10 %. Opačný trend lze sledovat u podnikatelských subjektů, které tržby neuvádějí. V této skupině firem informační povinnost neplní zhruba 80 % subjektů.

K nejhorším segmentům podnikání z pohledu plnění informační povinnosti za rok 2020 patří zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru, velkoobchod s výrobky pro domácnost, nákup a prodej vlastních nemovitostí, činnost trustů a fondů, maloobchod s převahou potravin a ostatní maloobchod. V těchto oborech podnikání finanční výkazy do sbírky listin neuložila ani každá desátá firma.

Mezi lety 2017 až 2019 měl registrované sídlo v hlavním městě nejvyšší podíl firem, které porušily zákon o účetnictví a neověřily finanční výkazy ve sbírce listin. Za rok 2020 to je podle nejčerstvějších dat Dun & Bradstreet 87 % společností, což je o 2,6 procentního bodu nad celorepublikovým průměrem. (tz)

Podíl firem, které v letech 2014 až 2020 nesplnily informační povinnost

právní forma	2020	2019	2018	2017	2016	2015
akciová společnost	86,01 %	48,59 %	41,27 %	37,49 %	34,24 %	32,68 %
společnost s ručením omezeným	84,53 %	61,48 %	54,62 %	50,64 %	48,59 %	47,53 %
celkem	84,61 %	60,80 %	53,90 %	49,91 %	47,77 %	46,64 %

zdroj: Dun & Bradstreet (data k 21. 7. 2021)

Podíl firem, které nesplnily informační povinnost v letech 2017–2020 podle tržeb

tržby	2020	2019	2018	2017
neuvedeno	90,74 %	83,34 %	80,81 %	78,74 %
1 Kč–9 999 999 Kč	80,29 %	50,94 %	42,42 %	37,26 %
10 000 000–99 000 000 Kč	80,41 %	39,33 %	29,50 %	23,75 %
100 000 000 Kč–999 999 999 Kč	81,61 %	21,47 %	13,37 %	9,87 %
1 000 000 000 Kč a více	71,26 %	7,84 %	4,64 %	3,52 %

zdroj: Dun & Bradstreet (data k 21. 7. 2021)



foto Pixabay

Top 5 nejhorších oborů činnosti podle plnění informační povinnosti za rok 2020

obor činnosti	podíl firem, které nesplnily
Zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru	92,59 %
Velkoobchod s výrobky převážně pro domácnost	91,95 %
Nákup a následný prodej vlastních nemovitostí	91,49 %
Činnosti trustů, fondů a podobných finančních subjektů	90,91 %
Maloobchod s převahou potravin, nápojů a tabákových výrobků v nespec. prodejnách	90,42 %

zdroj: Dun & Bradstreet (data k 21. 7. 2021), jen obory činnosti s více než 100 společnostmi

Top 5 nejlepších oborů činnosti podle plnění informační povinnosti za rok 2020

obor činnosti	podíl firem, které nesplnily
Lov a odchyt divokých zvířat a související činnosti	75,00 %
Výroba, přenos a rozvod elektřiny	74,73 %
Poradenství v oblasti požární ochrany	74,05 %
Opravy a údržba ostatních dopravních prostředků a zařízení j. n.	73,83 %
Výroba a rozvod tepla a klimatizovaného vzduchu, výroba ledu	71,86 %

zdroj: Dun & Bradstreet (data k 21. 7. 2021), jen obory činnosti s více než 100 společnostmi

Podíl firem, které nesplnily informační povinnost v letech 2017–2020 podle sídla

kraj	2020	2019	2018	2017
Jihočeský kraj	81,03 %	51,96 %	45,73 %	41,80 %
Jihomoravský kraj	86,64 %	63,86 %	58,54 %	54,96 %
Karlovarský kraj	82,29 %	54,19 %	47,72 %	43,89 %
Královéhradecký kraj	75,84 %	42,53 %	36,18 %	31,09 %
Liberecký kraj	84,98 %	62,40 %	57,40 %	54,25 %
Moravskoslezský kraj	78,41 %	46,97 %	32,28 %	24,60 %
Olomoucký kraj	82,98 %	54,44 %	44,67 %	40,22 %
Pardubický kraj	76,29 %	50,13 %	40,76 %	30,25 %
Plzeňský kraj	84,03 %	55,82 %	49,50 %	47,00 %
Praha	87,24 %	67,42 %	61,41 %	58,26 %
Středočeský kraj	83,80 %	58,12 %	51,62 %	47,90 %
Ústecký kraj	82,02 %	57,42 %	51,91 %	48,63 %
Vysočina	82,05 %	51,46 %	43,47 %	39,02 %
Zlínský kraj	83,66 %	56,49 %	49,25 %	44,60 %

zdroj: Dun & Bradstreet (data k 21. 7. 2021)

Praha chce přeměnit odpad ze spalovny v Malešicích na stavební materiál

Hlavní město Praha chystá přeměnu desítek tun škváry, která vzniká při spalování odpadu v malešické spalovně, na stavební materiál. Místo odpadu, který se musí za desítky milionů korun ročně odvážet na skládky, tak může získat surovinu využitelnou zejména jako podkladový materiál ve stavebním průmyslu. Proces likvidace komunálního odpadu v metropoli by tak byl výrazně více ekologický s přímým dopadem na snížení emisí CO₂.

Praha chce v rámci schváleného Klimatického plánu snížit emise CO₂ do roku 2030 o 45 %. Cílem je zvýšit podíl recyklace a dalšího využití odpadu v rámci tzv. oběhového hospodářství. Díky výzkumu a technologickým inovacím mají odpady a jejich další využití velký potenciál. To, co bylo v minulosti považováno za odpad, tak může být díky moderním technologiím pře-

měněno na surovinu, což platí i v případě odpadu, který vzniká při spalování v ZEVO Malešice. „Vzniklá škvára při spalování tvoří 20–25 % hmotnosti vstupního odpadu. Spalovna v Malešicích přitom vyprodukuje 65 000–70 000 tun škváry ročně. Tento odpad odvážíme na skládku a platíme za skládkování kolem 40 milionů korun za rok,“ sdělil Petr Hlubuček, náměstek

primátora hl. m. Prahy pro životní prostředí. „Přitom díky výzkumu a vývoji moderních technologií je možné ze škváry dnes dále separovat kovy a přeměnit škváru na stavební surovinu,“ dodal.

V případě malešické spalovny se v tuto chvíli dokončuje studie proveditelnosti. Odhadovaná investice na celou linku pro separaci kovů ze škváry je předběžně asi 250 milionů korun s předpokládanou návratností 4–9 let. Očištěná škvára má zároveň prokazatelně dobré vlastnosti pro stavebnictví například jako podkladová vrstva u pozemních komunikací. Využití škváry jako stavebního materiálu však v České republice dosud brání platná legislativa.

„Je třeba, aby se změnilo legislativní zařazení škváry z odpadu na surovinu. Samozřejmě za splnění přísných ekologických požadavků a normou na očištěnou škváru, včetně specifických podmínek pro bezpečné využití škváry jako podkladové vrstvy u pozemních komunikací,“ vysvětlil Petr Hlubuček.

Po schválení nové vyhlášky o podrobnostech nakládání s odpady by tak mělo být využívání škváry jako suroviny možné. Pro stavební využití je však nutné předřadit účinnou separaci kovů. Jde o technologicky vysoce inovativní přístup, který je v současnosti v praxi pouze v několika málo městech, například v dánské Kodani. (tz)

Brněnská slévárna modernizuje přípravnu formovací směsi

Brněnská Slévárna HEUNISCH, působící v průmyslové zóně Brno-Líšeň, právě zahajuje další etapu modernizace přípravy formovací směsi. Letní část obnovy v hodnotě osmi milionů korun je součástí generální rekonstrukce v celkové výši 75 milionů.

„Nová přípravná formovací směsi zabezpečí dosažení vyššího stupně jakosti a stability výro-

by formovací směsi. Užítý odprašovací systém v přípravně pracuje na principu suchého odprašení, původně jsme používali mokré odprašení. Suchý způsob je mnohem šetrnější k životnímu prostředí,“ řekl Jens Heunisch, generální ředitel slévárny HEUNISCH Brno. Rozsáhlá rekonstrukce přípravy formovací směsi začala v roce 2019. Modernizací přípravná slévárna získává nový mísič formovací směsi, chladničku vratné směsi a odprašovací systém, který funguje od

března 2020. Chladnička vratné směsi bude uvedena do provozu právě letos v září, mísič je pak naplánován na září příštího roku. Investici se postupně přizpůsobuje doprava výrobních surovin, která bude efektivnější a méně prašná.

Přípravná formovací směsi je jednou z klíčových součástí slévárenského provozu, ve které se připravuje a mísí materiál pro výrobu slévárenských forem. Finálními produkty slévárny jsou odlitky, tvořící součásti nejrůznějších stro-

jů, které nás denně obklopují. Slévárna HEUNISCH v Brně vyrábí produkty, které vyváží do celého světa, ale dodává i na domácí trh. Jde například o převodovky, rozvodovky, nápravy, bloky motorů, hlavy válců a jiné odlitky pro zemědělský, stavební, železniční, důlní průmysl, klimatizační techniku a jiné. Mezi její odběratele patří např. Volvo, SEW, ZF Passau, GEA nebo špičkové zemědělské traktory Fendt, John Deere, Claas, Lombardini, Zetor. (tz)

Jak poznat rozeného manažera?

Pomocí behaviorálního pohovoru

Stojíte před úkolem sehnat schopného manažera, vedoucího náročného projektu, budoucího šéfa firmy? V takové situaci narazíte na hodně povolaných, ale málo vyvolených. Čas, který přitom ztratíte, nestojí jen peníze. Naštěstí se lze obrátit na headhuntery, kteří umí vyhledat a „dodat na klíč“ člověka, o němž máte zájem. Jedním z nich je Markéta Šveda ze společnosti Recruit CZ, která se specializuje na výběr top manažerských pozic.

Prozradíte svoji pracovní metodu?

Cílem naší práce je, dle jasně specifikovaného zadání klientem, vyhledat, oslovit a vyhodnotit toho nejlepšího kandidáta. Každá fáze je jiná a používáme metody různé. Právě asi v té fázi závěrečné, tj. hodnocení vhodnosti a motivace kandidáta, používáme nejčastěji behaviorální pohovor. Na rozdíl od běžného pohovoru jde o způsob, kdy cílenými otázkami jdeme do detailu praxe a zkušeností kandidáta, vše je postaveno na konkrétních příkladech z praxe. Na otázky se nelze předem připravit a kandidát na ně dokáže odpo-



vědět pouze tehdy, pokud skutečně disponuje požadovanou zkušeností. Chybný výběr manažera se zaměstnavatelům prodraží. Přicházejí totiž nejen o prostředky, které do zaučení nového člověka investovali, ale bez těchto klíčových hráčů nemohou ani na sto procent plnit vlastní projekty. Hledají tudíž prostředky, kterými by riziko přehmatu minimalizovali.

Poznáte tedy, co v člověku je a zda se hodí na zvolenou funkci?

Ano, během behaviorálního pohovoru pátráme po skutečných dovednostech vybraného kandidáta. Ten se může na post manažera cítit, může mít za sebou i nějakou praxi, a tedy zkušenosti z řízení kolektivu, ale to však nemusí být směrodatné. Nejde o to, co si o sobě a svých schopnostech dotazovaný myslí, ale jak se již konkrétně předvedl ve své praxi. Pohovor je postaven na otázkách, kdy a jak uchazeč konkrétně projevils dané dovednosti, přičemž jeho odpovědi důkladně analyzujeme.

Jak tedy pohovor funguje, z čeho se skládá?

Pohovor je postaven na otázkách, jež nutí uchazeče doopravdy prezentovat dané schopnosti. Získáme obrázek, jak řešil konkrétní situace, jak reagoval na krizové momenty a k jakým výsledkům to nakonec vedlo. Můžeme také rozklíčovat, zda se kandidát rozhoduje spíše intuitivně, nebo na základě tvrdých dat, a také, zda se vůbec umí rozhodovat samostatně a vzít na sebe zodpovědnost. Potřebujeme například sehnat člověka, typického leadera, jenž umí vést a stmelovat tým, jindy někoho, kdo je schopen kolegy vzdělávat a posouvat dál. Musíme dobře znát náplň práce a požadavky na danou pozici, ale také zázemí pozice a potřebné kompetence.



Markéta Šveda ze společnosti Recruit CZ

Nejde tedy o běžný pracovní pohovor? V čem se od něj váš přístup liší?

Metoda behaviorálního pohovoru je mnohem účinnější než běžný pohovor. Vychází z toho, že uchazeč může, třeba i nezáměrně, podléhat jisté autostylizaci. Stává se také, že předstírá požadované vlastnosti a dovednosti, aby byl na funkci přijat. Selže-li pak a prokáže neschopnost v provozu, trvá určitý čas, než to zaměstnavatel pozná a rozloučí se s ním. Chybný výběr manažera se zaměstnavatelům prodraží. Přicházejí totiž nejen o prostředky, které do zaučení nového člověka investovali, ale bez těchto klíčových hráčů nemohou ani na sto procent plnit vlastní projekty. Hledají tudíž prostředky, kterými by riziko přehmatu minimalizovali. V každém případě to přináší

ztráty a firma znovu stojí před potřebou obsadit důležitou pozici. Behaviorální rozhovor umožňuje lépe prohlédnout kandidáta tak, aby včas projevils své zvyky a způsoby přemýšlení a chování, a to i v zátěžových situacích.

A dokážete vyhledat skutečnou manažerskou osobnost, pokud tak zní poptávka zadavatele?

Jak jsem zmínila výše, zadání vyhledat „manažera“ může mít opravdu hodně podob. Pro nás je klíčový dialog s klientem – zadavatelem, který manažera hledá, a jeho velmi detailní specifikace toho, co potřebuje. Důležitou roli v tom hraje také firemní kultura. Jiné osobnostní a manažerské praktiky bude mít bankovní korporát a jiné středně velká obchodní firma z oblasti spotřebního zboží a jiné zase „cool“ e-commerce společnost.

Využíváte i známou metodu STAR?

Metodu STAR využíváme rádi. Je to velmi efektivní způsob kladení otázek právě při behaviorálním pohovoru. Ale musíme ji často kandidátům vysvětlit, aby to byl skutečně dialog efektivní oboustranně. Říkám jim: „Chcete-li být za hvězdu, buďte STAR!“. Samotná zkratka STAR – Situation (situace), Tasks (úkoly), Action (reakce) a Results (výsledky) přesně vystihuje, čeho se má kandidát držet při popisu svého příkladu z praxe. Cílenými otázkami získáme obrázek chování uchazeče v konfrontaci s věcnými fakty z praxe. Mohou být zacíleny na řešení krizové situace, na práci pod tlakem, na projevení jeho kreativity, řešení zadaného projektu nebo na náročné týmové práce.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Covid změnil přístup k plánování pracovních sil

Pro některé společnosti znamenala pandemie zkušenost, kvůli které byly nuceny přehodnotit dlouhodobou strategii řízení lidských zdrojů. Mnozí zaměstnavatelé na základě nabytých poznatků plánují v této oblasti trvalé změny. Chtějí se soustředit na volbu jiného systému pracovní doby i jejího rozvržení. Není pochyb, že pokud se v budoucnu objeví nová vlna pandemie, budou společnosti již lépe připraveny a schopny se s ní účinněji vypořádat.

„I když pandemie s mnoha firmami zamávala, hodně z nich díky ní získalo úplně novou zkušenost a jiný pohled na plánování pracovních sil. Zjistily, že změnit zaběhnutá pravidla může vést k větší spokojenosti zaměstnanců a má vliv na jejich pracovní nasazení, což se podepíše i na kvalitě odvedené práce. Věřím, že většina firem u změn, které se možná zprvu zdály jen přechod-

né, již zůstane,“ řekl Roman Urban ze společnosti Déhora, která se zabývá plánováním pracovních sil ve směnných provozech. Během pandemie získaly společnosti nové zkušenosti s náborem, rotací i spokojeností zaměstnanců. Průzkum, který provedla společnost Déhora v Polsku, ukázal, že pokud pandemie ovlivnila nábor zaměstnanců, byl dopad spíše negativní. Více než třetina společ-

ností uvedla, že pandemie bránila náboru nových zaměstnanců. S absencí pracovní síly se muselo vyrovnat během pandemie mnoho společností, hlavně kvůli zvýšené nemocnosti a absencím způsobeným karanténou. V tomto ohledu byly více zasažené podniky, které fungují ve směnném režimu a je pro ně náročnější zajistit potřebný počet kvalifikovaných zaměstnanců na jednotlivé směny. Podle údajů Déhory u našich polských sousedů bylo pro více než tři čtvrtiny těchto společností mnohem obtížnější rozvrhnout pracovní dobu svým zaměstnancům v porovnání s dobou před vypuknutím pandemie.

Z poznatků polské Déhory vyplývá, že mezi přijatá opatření, která zlepšila plánování pracovní

doby, patřila nejčastěji větší flexibilita spojená s místem výkonu práce, lepší worklife balance a možnost, aby si zaměstnanci sami organizovali pracovní dobu a rozvrhli si ji tak, aby vyhovovala jejich potřebám. Současná situace ve firmách ukazuje, že přístup k práci je ze strany zaměstnavatelů i zaměstnanců jiný než dříve a v důsledku zkušeností získaných v souvislosti s pandemií hodlají změnit způsob plánování pracovní doby již natrvalo. Některé firmy plánují spojit počet odpracovaných směn s nějakou formou odměny, část podniků zvažuje nastavení jiné pracovní doby a její délky. Několik společností v průzkumu také uvedlo, že hodlají umožnit zaměstnancům, aby měli větší vliv na svůj pracovní rozvrh. (tz)

Zemědělským podnikům chybí až pětina lidí

Nedostatek pracovníků pociťuje 90 % zemědělských podniků, přičemž většina se s tímto problémem potýká celoročně. Největší potíže se zajištěním pracovní síly jsou v živočišné výrobě. V rostlinné výrobě pak chybí především posily na sezónní práce na polích, sadech, vinicích a chmelnicích. Vyplývá to z průzkumu, který provedla Agrární komora ČR v rámci své členské základny na přelomu července a srpna a zapojilo se do něj přes dvě stě podniků.

„Zemědělství prvovýrobci se dlouhodobě potýkají s nedostatkem zaměstnanců. Největší problém spatřujeme v tom, že dochází ke stárnutí populace současných pracovníků v zemědělství a zároveň neprobíhá mezigenerační výměna v tomto oboru. Důvodem je, že zemědělství má v očích veřejnosti,

a především u mladých lidí, bohužel velmi nízkou prestiž,“ vysvětlil prezident Agrární komory ČR Jan Doležal.

Tři čtvrtiny podniků dále v průzkumu uvedly, že jim chybí až pětina pracovníků z celkového počtu zaměstnanců. V několika případech vyčíslily nedostatek dokonce až na 40 % nebo 60 %. V živočišné výrobě jsou potřeba nejen zaměstnanci na práce ve stájích a ošetřovateli zvířat, ale také lidé s hlubšími znalostmi ohledně péče o zvířata nebo krmivářství. V rostlinné výrobě nejvíce scházejí opraváři a řidiči zemědělských strojů, dále agromomové a již zmínění sezónní pracovníci.

Zemědělské podniky musejí proto z výše uvedených důvodů najímat posily ze zahraničí, kterých přijíždí do Česka každý rok kolem 20 000. Podle průzkumu využívá zahraniční pracovníky celkem 57 % oslovených podniků a mnoho z nich je potřebuje celoročně. Nejvíce lidí přijíždí

z Ukrajiny, Bulharska, Rumunska, Moldávie, Slovenska nebo Polska. Ojedinele pocházejí z Maďarska, Běloruska, Litvy, Nepálu, Filipín nebo Kolumbie. Z průzkumu dále vyplynulo, že by členové uvítali zjednodušení systému pro najímání zahraničních pracovníků. Potíže způsobují například problémy s uznáním řidičského oprávnění na traktor a další zemědělské stroje, především u pracovníků z Ukrajiny.

K zajištění zaměstnanců využívá zhruba třetina dotázaných podniků služby pracovních agentur. Proti nedávnému nápadu ČSSD na omezení agenturních pracovníků na maximálně 10 % z celkového počtu lidí se v průzkumu postavila 82 % dotázaných a návrh v minulosti odmítla také Agrární komora ČR. „Po realizaci podobného plánu by došlo k situaci, že by chyběli lidé, kteří by se starali o zvířata a zajišťovali jejich pohodu a potřebu na každodenní bázi, a také pracovníci na skli-

zeň, která je u některých komodit omezená na dny či týdny, a došlo by tak k obrovským ztrátám kvůli neskliženým plodinám, a tím i k dalšímu snížení soběstačnosti Česka u některých potravin,“ upozornil Jan Doležal.

Situaci s nedostatkem pracovníků v českém zemědělství by podle Agrární komory ČR pomohla především propagace tohoto oboru u veřejnosti. „Z našeho pohledu by bylo potřeba seznámovat děti s tím, jak vypadá současná moderní zemědělská praxe už na základních školách, a dále posílit kvalitu učňovského, středoškolského a vysokoškolského vzdělání se zaměřením do zemědělské praxe. V tom by z našeho pohledu mohlo pomoci Ministerstvo zemědělství ČR a Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR. Zemědělci by dále uvítali pomoc s náboru nových zaměstnanců a při praxích studentů na farmách,“ vyjmenoval prezident Agrární komory ČR. (tz)

Efektivnější logistika může zlevnit potraviny až o pět procent

Řada výrobců potravin sice deklaruje aktivní přístup k ekologii, velká část z nich ale selhává v tom nejzákladnějším – rozvozu zboží. Z továren totiž výrobky směřují nejprve do centrálních skladů, odkud následně putují k jednotlivým velkoobchodům. Nesmyslnost tohoto řešení se naplno ukazuje u velkoobchodů mimo hlavní město. Kamiony se zbožím zbytečně jezdí po republice tam a zpět, namísto aby zavezly zboží napřímo. Znamená to přitom nejen značnou ekologickou zátěž, ale ve finále i dražší zboží. Pokud by systém logistiky byl efektivnější, mohlo by díky snížení nákladů zlevnit zhruba o 5 %.

Palčivá otázka ekologie je významným tématem i v odvětví potravinářství. Řada výrobců potravin se tak snaží jít naproti udržitelnosti a uchylovat se například k omezování plastů, ekologickému přístupu či většímu využití recyklovatelných materiálů. Velmi často přitom ale selhávají u naprostého základu, kterým je způsob zásobování. „Řada dodavatelů se vůbec nedívá na ekologii z hlediska logistiky. Zboží

naprosto nesmyslně vezou nejdříve do centrálního skladu, který je nejčastěji v Praze, ze kterého poté dané komodity putují k velkoobchodům. V našem případě se tak lze setkat i s tím, že zboží vyrobené v Olomouci míří namísto velkoobchodu v nedalekém Šumperku nejdříve do hlavního města, kde se přeloží do jiného kamiónu, a ten až poté zaveze do našeho šumperského skladu,“ nastínil předseda Družstva CBA Roman Mazák.

Podle něj se přitom problém týká výrobců napříč různými sortimentními skupinami – od nápojů přes cukrovinky až po slané pochoutky. Zároveň v tomto směru nelze ani rozlišovat mezi nadnárodními a tuzemskými producenty. „Obzvláště zarážející je to u světoznámých značek a koncernů, které často mají ustanovené i vlastní oddělení zaměřené na environmentální přístup či politiku. Když ale na ně apelujeme, ať v rámci logistiky šetří životní prostředí tím prakticky nejjednodušším způsobem, opáčí, že to není možné,“ sdělil Roman Mazák.

Tento přístup k logistice přitom znamená nejen vyšší ekologickou zátěž, ale ve finále také dražší zboží. „U příkladu zboží vyrobeného v Olomouci to znamená 500 zbytečných kilo-

metrů pro jeden kamion navíc. Z hlediska spotřeby paliva nejde o malou položku, k tomu je ale nutné připočítat také náklady na řidiče, které stále rostou, stejně tak mýto a překládku zboží do jiného kamionu, tedy opět náklady na lidskou práci. Z našich propočtů vychází, že pokud by se tyto zbytečné mezikroky vynechaly a zboží bylo zaváženo přímo do našeho skladu, může být ve finále o 5 % levnější. Na první pohled to není možná úplně závratná částka, v jádru jde nicméně o princip – pokud deklarují ekologický přístup, musí být schopni takto uvažovat i při rozvozu zboží. O ekonomickém hledisku nemluvě,“ řekl Roman Mazák.

Podle propočtů družstva se problém se zavážením zboží přes centrální sklad výrobce týká tisíců kamionů ročně, které se tímto způsobem pohybují po České republice. „Řešením v tomto směru jsou jednoznačně pokuty, poněvadž to škodí jednak životnímu prostředí, ale přetěžuje to i síť tuzemských komunikací. Zboží musí jít přímo z továren do jednotlivých – v našem případě velkoobchodních – skladů. Přístup ale musí změnit dodavatel, buď sám od sebe, nebo právě přísnější regulací,“ uvedl Roman Mazák.

Toto počínání přitom podle něj ukazuje i na nesmyslnost většího počtu sazeb daně z přidané hodnoty u různých výrobků. Výsledná cena je totiž kvůli neochotě výrobců okleštit náklady o zbytečnou logistiku stejně vyšší. „Je to jen další argument pro to, aby byla u všech potravin jednotná daňová sazba. Ostatně ukázalo se to i v nedávné době pandemie při prodeji ochranných pomůcek. V tomto případě zase předvedly nehorázný přístup některé nadnárodní řetězce, které tyto produkty prodávaly za extrémně vysoké ceny, ačkoliv byly osvobozeny od daně. Místo ní se však do ceny promítl obrovský obchodní přírůstek,“ uzavřel Roman Mazák.

Družstvo CBA CZ je sdružení velkoobchodů a maloobchodních jednotek, které aktuálně čítá více než 1000 prodejen a produkuje obrát více než čtyři miliardy Kč. Současným cílem CBA je vybudovat stabilní síť kvalitních maloobchodů, čehož se snaží dosáhnout podporou maloobchodníků, investicemi do prodejen, kvalitním marketingem nebo zaváděním nových technologií a služeb. Pilířem je jednotný maloobchodní pokladní systém s centrálním číselníkem zboží čítajícím v současnosti již více než 120 000 položek. (tz)

Spotřební daně z alkoholu neplní své cíle

Spotřební daně z alkoholu v České republice nerespektují cíle, které mají plnit, mimo jiné omezovat spotřebu za účelem snížení společenských nákladů na veřejné zdravotnictví. To se markantně ukazuje například u tichého vína, které je v současnosti od spotřební daně osvobozeno. Vyplývá to ze studie CEVRO Institutu. Autoři studie doporučují revizi stávajícího nastavení, zejména pak zavedení spotřební daně na tiché víno. Doporučují zvýšit základní sazbu spotřební daně u tichého vína z 0 Kč na úroveň vína šumivého, tedy 2340 Kč/hl. Stát by tak mohl vybrat o 1,8 mld. Kč více. Spotřební daně tvoří přibližně 12 % celkových příjmů státního rozpočtu.

Spotřební daně jsou stabilním pilířem příjmů státního rozpočtu. V době extrémně napnutých veřejných rozpočtů a rekordních schodků se pozornost politiků i veřejnosti stále častěji obrací na příjmovou stranu rozpočtu, včetně spotřebních daní. Ekonomové z Katedry ekonomie vysoké školy CEVRO Institut se ve své třetí studii aktuálních postcovidových doporučení rozhodli zaměřit na kategorii alkoholu, tedy spotřební daň z lihu, piva a vína.

„Problémem nastavení spotřebních daní z alkoholu je v Česku dlouhodobá rezignace na stanovení jasných cílů. Není tak možné zjistit,

zda jsou daně nastaveny v souladu s cíli. V systému spotřebních daní z alkoholu pak projdou jakékoliv nekoncepční výjimky, protože koncept v legislativě chybí,“ uvedl vedoucí Katedry ekonomie VŠ CEVRO Institut a spoluautor studie Dominik Stroukal. Proto se zde při zpracování studie rozhodli vycházet ze čtyř teoretických cílů, konkrétně vytváření příjmů státního rozpočtu, omezení negativních externalit spojených se spotřebou alkoholu typicky v podobě znečištění životního prostředí, snížení společenských nákladů spojených se spotřebou alkoholu (vyšší náklady na zdravotnictví, řešení kriminality a dopravních nehod) a kompenzace výnosů z veřejně poskytnutých statků (např. zdanění pohonných hmot, které záměrně snižuje poptávané množství uměle zlevněné dopravy po komunikacích). „Překvapilo nás, že spotřební daně z alkoholu neodpovídají cílům, kvůli kterým existují, zejména pak u vína,“ doplnil Dominik Stroukal.

Spotřební daně z alkoholu jsou v Česku při zohlednění kupní síly pod průměrem zemí Evropské unie, nicméně se významně liší mezi kategoriemi. Zatímco daň z lihovin je přesně na mediánu, daň z vína i piva jsou pod mediánem. Spotřební daň z lihovin tvoří téměř dvě třetiny celkového objemu spotřebních daní z alkoholu. Zbylou třetinu pak výnosy daně z piva. Víno představuje méně než tři promile z celkového výnosu spotřebních daní.

Cíle	Cíl 1 (Výběr daní)	Cíl 2 (Externality)	Cíl 3 (Společenské náklady)	Cíl 4 (Kompenzace benefitů)	Výše sazby
Lih					
Pěstitelské pálení do 30 l etanolu	Ano	Částečně	Částečně	-	Snížená sazba
Ostatní	Ano	Ano	Ano	-	Základní sazba
Pivo					
do 200 000 hl	Ano	Částečně	Částečně	-	Snížená sazba
nad 200 000 hl	Ano	Ano	Ano	-	Základní sazba
Vino					
Tichá vína	Ne	Ne	Ne	-	Nulová sazba
Šumivá vína a meziproducty	Ano	Ano	Ano	-	Základní sazba

Specifickou kategorií je tiché víno, které má nulovou sazbu daně. „Tiché víno má v Česku speciální postavení. Z definice neplní žádný z obecně platných cílů spotřebních daní. Proto doporučujeme zvýšit základní sazbu spotřební daně u tichého vína na úroveň vína šumivého a zavést sníženou sazbu pro menší vinaře a pro víno s nízkým obsahem alkoholu. K podpoře vinařské turistiky a výsadby vinic doporučujeme využít instituce Vinařského fondu,“ vysvětlil další z autorů Jan Šincl. Úprava by do státního rozpočtu přinesla přibližně 1,8 mld. Kč, vedla by také

k plnění druhého i třetího cíle, tedy harm reduction. V závěru práce autoři popisují irské zavedení minimální jednotkové ceny za gram alkoholu obsažený v nápoji jako doplňkového nástroje ke spotřební dani a další současné trendy. „Cena není jediným regulačním nástrojem pro dosažení cílů spotřební daně. Trendem je snižovat společenské náklady skrze zvyšování informovanosti o nežádoucích účincích alkoholu, zejména pak mezi mladými,“ uzavřel Dominik Stroukal.

Analýza je k dispozici na webových stránkách vysoké školy CEVRO Institut. (tz)

V Globusu se prodává letos o 20 % víc točené zmrzliny než loni

To, co jíme, má v průběhu sezón na svědomí mimo jiné i počasí. Letní teploty tak přirozeně vyzývají k ochlazení, a tím i letí nahoru spotřeba zmrzlin. V Česku je čím dál populárnější zmrzlina točená. Stánky s touto pochoutkou lze natrefit téměř v každém městě. Patnáct jich vyrostlo také u hypermarketů Globus.

Podle serveru Statista.com snědl každý Čech v roce 2020 průměrně 11,24 kg zmrzliny, což pro ČR znamená 4. místo v top žebříčku evropských zemí v této disciplíně. Před námi jsou už jen Belgie, Portugalsko a Polsko. Zatímco v roce 2018 se v ČR podle Eurostatu vyrobilo 42 milionů litrů zmrzliny, o rok později výroba skokově narostla

na 79 milionů litrů. Hlavním producentem zmrzlin v EU bylo v roce 2019 Německo, které ji vyprodukovalo 635 milionů litrů.

Žebříčku oblíbenosti příchutí zmrzliny dlouhodobě vévodí vanilka. Následují ji pak čokoládová a jahoda. „Z klasických točených zmrzlin je náš Top 5 žebříček vanilková, jahodová, čokoládová, slaná karamel a kyselá jablko. U sorbetů vede malina, černý rybíz, jahoda a hruška. A oblíbená točená zmrzlina všeobecně stoupá, letos je o 20 % větší zájem než loni,“ řekl vedoucí výroby a prodeje cukráren a pekáren Globusu Pavel Meduna. Podle něj zažili cukráři z Globusu nemalé překvapení, když nabídli zákazníkům letošní nejúspěšnější novinku, makovou zmrzlinu. „Byl to risk, zařadit do sortimentu makovou. My jsme do toho šli, protože je mák mezi Čechy velice po-

pulární. A vyplatilo se. V oblíbenosti máku jsou Češi na pomyslném vrcholu. Moc národů, kteří konzumují mák, není,“ řekl Pavel Meduna.

Protože má Globus zmrzlinové stánky po celé republice, umí porovnat, jaké příchutě získávají v různých regionech preferují. V Liberci upřednostňují levandulovo-borůvkovou, Pardubice „ujíždějí“ na makové, Karlovy Vary jsou čokoládové, České Budějovice jahodové a Praha je univerzální. Z výsledků šetření Nielson Admophsphere z roku 2017 vyplývá, že nové příchutě zkoušejí zejména příslušníci mladší generace. Na čem se pak generace napříč věkem shodnou, je vedle oblíbenosti zmrzliny také chuť na zmrzlinové shake nebo poháry. „Jde o sortiment, který do správného zmrzlinového stánku patří a kdo má rád určitý typ koktejlu, tak to ocení. Naši

specialitou je také nabídka zmrzlinového poháru s sebou,“ vysvětlil Pavel Meduna.

Prodávat točenou zmrzlinu se zdá jednoduché. Prostě „nějakou“ směs smícháte s vodou nebo s mlékem a je to, jenže to tak není všude. „My jsme na to šli jinak a pro mléčné zmrzliny máme své vlastní receptury. Ty obsahují plnotučné mléko, cukr, různé pasty, ovoce a přírodní extrakty. V jahodové je 40 % ovoce, do banánové přidáváme čerstvé banány. Chuť naší vanilkové jsme docílili použitím extraktu z vanilkových lusků. V letošním roce jsme přidali do nabídky i sorbety. Aby byl tento typ zmrzliny vysoce kvalitní, hledali jsme ty nejlepší suroviny. Vzhledem k tomu, že preferujeme české firmy, našli jsme výrobce na Moravě, se kterým je výborná spolupráce,“ uzavřel Pavel Meduna. (tz)

Vznikla nová IT profese: odborník na digitalizaci firem

Na pracovním trhu se zformoval nový profesní obor zaměřený na digitalizaci pracovního prostředí firem. Pandemie je přiměla přesunout provoz online a potřební odborníci chybějí. Nový obor nabízí různá zaměření od juniorních až po manažerské pozice. Kariéru nabízí i čerstvým absolventům středních a vysokých škol. Díky své variabilitě by mohl do IT přilákat i více žen. Potřebné znalosti se zatím na školách nevyučují, firmy proto počítají s tím, že si specialisty samy vychovávají. Platy juniorů začínají na 35 000 korun s možností rychlého kariérního růstu.

Tuzemské firmy začaly masivně investovat do digitalizace a virtualizace pracovního prostředí: tzv. Digital Workspace. Během pandemie covid-19 se jasně prokázalo, že firmy s plně digitalizovaným prostředím jsou odolnější a mohou plně fungovat i během ztížených podmínek, včetně nejpřísnějších lockdownů*. Prudký rozvoj digitalizace fi-



rem proto vytvořil zvýšenou poptávku po IT odbornících, kteří umějí takové projekty realizovat, a následně zajišťovat i provozní podporu.

Z vytváření digitálního prostředí firmy se tak stal plnohodnotný obor, který se zabývá tím, jak různé technologie propojit, aby zaměstnanci mohli snadno a bezpečně pracovat odkudkoli

z libovolného zařízení. Že ne vše funguje dle představ zaměstnanců, potvrdil i průzkum realizovaný během pandemie: 52 % zaměstnanců se nepracovalo dobře, zejména vážla komunikace s kolegy a připojení do firemních systémů.

„Nejde jen o práci z domova, ale možnost spolupracovat a komunikovat s kolegy ve virtuálním prostředí, rychle sdílet dokumenty, přistupovat do firemních systémů z mobilu, počítače nebo tabletu. Ale také zabezpečit data, zpřístupnit je správným osobám či vyhodnocovat fungování firmy,“ vysvětlil Ladislav Blažek, technický ředitel společnosti System4u, která firmám pomáhá s digitalizací pracoviště a firemních systémů.

Nový obor je příležitostí i pro motivované absolventy vysokých i středních škol. Na školách se totiž potřebné znalosti nevyučují, takže firmy počítají s tím, že si specialisty samy vychovají: „Na vysoké škole s IT zaměřením se studenti učí především programovat. Co se týče systémové správy, v té absolventi plavou. Mají perfektně nastudovanou teorii, ale neumějí ji

Digital Workspace

Nový IT obor, který se zabývá návrhem propojování informačních systémů, správou dat a jejich přesunem do cloudu, správou koncových zařízení (Unified Endpoint Management), zabezpečením zařízení a dat či správou přístupu k datům (Identity Management) a servisní podporou zákazníků.

převést do praxe. Pokud se uchazeč rámcově orientuje v problematice, další potřebné znalosti se už naučí u nás,“ komentovala situaci na pracovním trhu Jitka Šafářová, manažerka lidských zdrojů společnosti System4u.

Platové ohodnocení odborníků na digitalizaci je podobné jako v ostatních IT oborech. Junioři začínají na platu 35 000 korun a seniorské pozice se pohybují okolo 70 000 korun. Techničtí ředitelé mají platy dosahující až 100 000 korun. Konkrétní výše se odvíjí od kvalifikace a zodpovědnosti pracovníka.

Mezi kvalifikační požadavky pro odborníky na digitalizaci patří zejména schopnost projektového řízení a komunikační dovednosti. „Více než programovat se cení schopnost zákazníkovi porozumět a nové technologie uvádět do praxe. Digitalizace je IT oborem, kde interpersonální dovednosti jsou stejně tak důležité jako odborné znalosti,“ řekl Ladislav Blažek.

Nová profese by do budoucna mohla do IT přilákat i více žen, které jsou v oboru zatím spíše výjimkou. „Snad se podaří časem zbořit stereotyp, že IT je jen pro technicky zaměřené chlapy. Oblast Digital Workspace by to mohla změnit, protože jde o multidisciplinární obor, který dává prostor různým specializacím,“ uzavřela Jitka Šafářová ze společnosti System4u. (tz)

** Závěry průzkumu technologické společnosti System4u, který realizovala výzkumná agentura SC&C mezi 1422 respondenty, kteří pracovali z domova od března 2020.*

V ČR letos klesl počet plátců DPH, mohou za to živnostníci



V České republice je aktuálně registrováno 520 580 plátců DPH. Jejich počet se letos snížil o 1732, což je první pokles za posledních pět let. Za poklesem stojí výraznější úbytek plátců DPH mezi živnostníky. Celková bilance plátců DPH mezi lety 2011 až do poloviny roku 2021 je pozitivní – přibýlo jich téměř 45 500. Informace vyplývají ze studie poradenské společnosti Dun & Bradstreet, která se zabývá analýzou tuzemské podnikatelské základny. Podle ní DPH odvádí 54 % akciových společností, 48 % společností s ručením omezeným a 11 % živnostníků. Nejvíc plátců podniká v oblasti velkoobchodu, stravování, výstavby budov a silniční nákladní dopravy.

„V ČR podniká přes 2,9 miliónu subjektů, přičemž DPH odvádí jen 18 % z nich,“ sdělila analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová s tím, že zákonnou povinnost odvádět DPH má každý podnikatelský subjekt, který za předchozích 12 měsíců dosáhl obrát jeden milión korun nebo se k plátcovství DPH může přihlásit dobrovolně. „V prvním pololetí poprvé od roku 2016 klesl počet firem, které odvádějí DPH. Úbytek plátců DPH jde na vrub především živnostníkům. To není příznivá zpráva pro tuzemskou ekonomiku. Zjednodušeně to znamená, že je na

trhu více firem, které mají nižší obraty, a nemusí tak odvádět DPH,“ doplnila Petra Štěpánová.

V absolutních hodnotách jsou mezi 520 580 plátců DPH nejvíc zastoupeny společnosti s ručením omezeným (235 070) a živnostníci (215 178). „Zatímco počet společností s ručením omezeným, které odvádí DPH, se v prvním pololetí zvýšil o 3759, počet živnostníků s ročním obrátem nad milión korun klesl o 4238,“ uvedla dále analytička Dun & Bradstreet. Z pohledu právních forem následují fyzické osoby podnikající dle jiných zákonů než živnostenského a zákona o zemědělství (21 234, pokles o 205) a zemědělci (18 765, pokles o 158). Mezi akciovými společnostmi (14 510) se počet plátců zvýšil o 55, zatímco zahraničních fyzických osob (2980), které platí DPH, ubylo 162. S výrazným odstupem následují zemědělci a akciové společnosti. Největší podíl plátců DPH v rámci podnikatelské základny je mezi akciovými společnostmi (54 %) a společnostmi s ručením omezeným (48 %). Následují zemědělství podnikatelé (39 %) a fyzické osoby podnikající dle jiných zákonů než živnostenského zákona a zákona o zemědělství nezapsaní v obchodním rejstříku (26 %).

Mezi 520 580 plátců DPH je zastoupeno 903 oborů podnikání, zatímco koncem roku 2020 to bylo o 21 víc. Nejvíce plátců DPH podniká ve zprostředkování velkoobchodu (35 679), stravování (27 023), výstavbě budov (24 333) a silniční dálkové dopravě (21 854). Největší podíl plátců DPH v rámci sektorů, ve kterých podniká víc než 50 subjektů, je ve velkoobchodu s ostatními stroji (92 %), výstavbě silnic a dálnic (89 %), výroba a rozvod elektřiny, plynu a tepla (87 %), výroba a rozvod tepla (87 %) a velkoobchod s ostatními výrobky převážně pro domácnost (86 %). (tz)

Vývoj počtu plátců DPH 2011 – 1H 2021			
rok	celkový počet plátců DPH	meziroční změna	
30. 6. 2021	520 580	-1732	
31. 12. 2020	522 312	6065	
31. 12. 2019	516 247	5426	
31. 12. 2018	510 821	7043	
31. 12. 2017	503 778	14 593	
31. 12. 2016	489 185	-1416	
31. 12. 2015	490 601	-5995	
31. 12. 2014	496 596	5230	
31. 12. 2013	491 366	9842	
31. 12. 2012	481 524	6398	
31. 12. 2011	475 126		

Plátců DPH podle nejčastějších právních forem			
právní forma	počet plátců DPH 2020	počet plátců DPH 1H 2021	změna 1H 2021–2020
společnost s ručením omezeným	235 070	238 829	3759
FO podnikající dle živn. zákona nezapsaná v OR	215 178	210 940	-4238
FO podnikající dle jiných zákonů než živn. a zákona o zemědělství nezapsaná v OR	21 439	21 234	-205
zemědělský podnikatel – FO	18 923	18 765	-158
akciová společnost	14 455	14 510	55
zahraniční fyzická osoba	3 142	2 980	-162

Top 10 oborů činnosti podle počtu plátců DPH	
Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení	35 679
Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních	27 023
Výstavba bytových a nebytových budov	24 333
Silniční nákladní doprava	21 854
Pronájem a správa vlastních nebo pronajatých nemovitostí	18 228
Nespecializovaný velkoobchod	16 924
Maloobchod v nespecializovaných prodejnách	15 511
Opravy a údržba motorových vozidel, kromě motocyklů	14 829
Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti	13 357
Účetnické a auditorské činnosti, daňové poradenství	12 717

Umělá inteligence Konica Minolta dokáže předpovídat

Nová řada chytrých kamer Konica Minolta dokáže s pomocí termovize a umělé inteligence upozornit na nebezpečí vzniku požáru ještě před samotným vznícením. Rovněž dovedou odhalit nežádoucí zahřívání strojů, a předejít tak jejich poškození nebo zvýšit ochranu objektů i za špatného počasí. Vhodné jsou proto pro průmyslové či chemické podniky, sklady, zpracovatele odpadů, ale také například pro serverovny nebo elektrické rozvodny.

„Z našeho průzkumu vyplývá, že k nahlášení požáru ve firmách dochází průměrně každých pět minut. Úspěšnost protipožárního zásahu je přitom nižší než 20 %. To vede mnohdy k výrazným ztrátám na majetku či k vážnému ohrožení zdraví a životů zaměstnanců. Při vývoji sledovacích systémů jsme se proto zaměřili na sledování kumulace tepla uvnitř strojů, v prostorách skladů nebo třeba na skládkách odpadů. Včasným varováním dokážou naše kamery de facto předpovídat budoucnost a upozornit

na riziko požáru ještě před samotným vznícením,“ řekl Michal Šotek, vedoucí divize Video Solution Services Konica Minolta Business Solutions Czech.

Novou řadu P7 reprezentují kamery M73 a S74, jež nabízejí kombinaci až čtyř funkčních prvků. Těmi mohou být klasická videokamera, audio výstup, termokamera, ale třeba také senzor na snímání pohybu nebo infračervený přísvit. Kamery fungují jako samostatná zařízení, která pro svůj provoz nevyžadují napojení na další centrální počítač ani software. Veškeré zpracování a analýza sledovaného prostoru probíhá uvnitř kamer s využitím technologií umělé inteligence a strojového učení.

„Vyhodnocování obrazu pomocí umělé inteligence umožňuje také vyšší automatizaci a zefektivnění vybraných firemních procesů. Systém například dovede sám vypnout výrobní stroj ve chvíli, kdy se začne jen lehce přehřívat. Analýzou statistik pak rovněž dokážeme i predikovat údržbu strojů, objednávat servis a zamezit nežádoucím dlouhodobým

odstávkám,“ vysvětlil M. Šotek a dodal: „V případě detekce možného vzniku požáru pak ře-

šení dokáže spustit alarm, předat informaci os-
traze, rozeslat varovnou SMS nebo poslat aktu-
ální videozáznam na vybraný server.“

Řada P7 nabízí také využití analytických funkcí pro detekci kouře a plamene, což lze zároveň kombinovat s termální detekcí. Kamery dokážou rovněž sledovat pohyb osob, a to i za špatné viditelnosti. Mohou tím odhalit například neoprávněná vniknutí do areálu firem nebo poškození jejího majetku. V případě sledování zaměstnanců pak mohou upozornit například na jejich nežádoucí pohyb v blízkosti strojů nebo v místech, kde mohou přijít k úrazu.

Kromě průmyslových či výrobních podniků jsou kamerové systémy s videoanalytickými funkcemi vhodné i pro firmy z jiných sektorů. V oblasti automotive mohou například pomoci s dohledem nad vozovými parky, v retailu pak s analýzou zákaznického chování nebo s úpravami marketingových strategií. (tz)



Continental v Brandýse zavádí elektromobily pro zaměstnance

Společnost Continental, jeden z největších dodavatelů světových automobilek, pokračuje v přechodu na stoprocentní udržitelnost. Nejpozději do roku 2050 chce tohoto závazku dosáhnout ve čtyřech oblastech: uhlíková neutralita, bezemisní mobilita a průmysl, cirkulární ekonomika a zodpovědné nakupování.



K naplnění cíle slouží řada konkrétních kroků. V závodě Continentálu v Brandýse nad Labem, který se specializuje na výrobu elektroniky do aut, například od letošního července zavedli první elektromobily sloužící pro dopravu zaměstnanců. Od roku 2023 začne obměna stávající flotily služebních vozů na flotilu hybridů a elektromobilů.

Důležitým mezníkem v oblasti udržitelnosti byl pro Continental už rok 2020. Společnost poprvé získala zakoupenou elektřinu pro všechny své závody po světě z obnovitelných zdrojů, čímž výrazně snížila nepřímé emise z energie. V rámci svých vlastních emisí CO₂ v tomto roce globálně snížila uhlíkovou stopu o 70 %.

„Usilujeme o transformaci směrem k udržitelné ekonomice – pro naši firmu, zaměstnance a společnost jako takovou. Jsme přesvědčeni, že podnikání budoucnosti je udržitelné podnikání. Klíčovou otázkou není jestli, ale jak proměníme změnu v příležitost,“ řekla Ariane Reinhart, ředitelka pro udržitelnost a členka představenstva Continental AG.

Cíle leadera mezi výrobci komponentů do automobilů jsou ambiciózní: rozsah uhlíkové neutrality má zahrnovat všechny emise v celém dodavatelsko-odběratelském řetězci společnosti nejpozději do roku 2050. Dalším závazkem Continentálu je do roku 2050 dosáhnout 100% bezemisních vozidel, továren a průmyslových výrobků. V oblasti dopravy se má uhlíková neutralita týkat všech vozidel, včetně autobusů, vlaků a dalších. Společnost Continental vyrábí každý rok

přibližně čtyři milióny tun produktů a nakupuje odpovídající množství materiálů a komponentů. Běžně používaný model recyklace je sice krokem správným směrem, ale stále není dostatečný. Do konce roku 2050 je ambicí zcela eliminovat plýtvání produkty na konci jejich životnosti.

Udržitelné a odpovědné jednání znamená i dodržovat právní předpisy a zákony a dostát své odpovědnosti vůči zaměstnancům a společnosti. Continental je signatářem dobrovolné iniciativy OSN Global Compact, s níž se zasazuje o dodržování lidských práv, pracovních norem, ochranu životního prostředí a boj proti korupci.

Výrobní závod Continental v Brandýse nad Labem se dlouhodobě zaměřuje na snižování produkce odpadů a emisí a minimalizaci spotřeby vody a energií. Například už v roce 2019 ukončil používání plastů v rámci závodního stravování. Nejnověji na poli udržitelnosti zavádí služební elektromobily. „Společně s dodavatelem firemní přepravy chceme tímto krokem snížit produkci emisí a lokální ekologickou zátěž. Jdeme tak ruku v ruce se současnými trendy a naším globálním závazkem docílit v budoucnu uhlíkové neutrality,“ sdělil ředitel brandýského závodu Tomáš Vondrák.

Již nyní disponuje areál Brandýs 2 jednou dobíjecí stanicí pro elektromobily. Od roku 2022 zde bude součástí nové multifunkční administrativní budovy další stanice a o rok později začne obměna služebního vozového parku hybridními a plně elektrickými automobily. (tz)

Jen hromosvod před blesky neochrání

Bouřky z tepla k létu patří. Někdy se na ně těšíme, protože vítáme osvěžení z vedra, ale blesky jsou nebezpečné a dokážou napáchat velké škody, pokud zanedbáme prevenci. Často bývají spojené i s dalšími živly, jako jsme je zažili letos. UNIQA proto už bezmála 15 let posílá klientům varovné výstrahy před blížícími se bouřkami s přesností pro jejich PSČ.

Zákazníci UNIQA každoročně hlásí po letních bouřkách zničená elektrozařízení, rozvody, spotřebiče i počítačové sítě. K bleskům počítáme i kulový blesk, což je jev sice ojedinělý, ale pokud nás „navštíví“, zanechá za sebou pořádnou spoušť.

Z hlediska pojištění se rozlišuje přímý a nepřímý úder blesku. Přímý úder znamená, že

blesk (také kulový) prošel skrze pojištěnou věc a tepelnými účinky ji poškodil. Při úderu vzniknou jiskry a ty mohou způsobit požár. Horkost také deformuje a spálí třeba část střechy. Takové škody jsou v pojištění kryté automaticky – ať už jde o pojištění nemovitosti (rodinného nebo rekreačního domu), anebo o domácnosti.

Nepřímý úder blesku znamená, že „neuhodí“ přímo do pojištěného předmětu, spíše v jeho okolí, proud se sveze a „přiteče“ do postiženého objektu. Vzniklé elektromagnetické pole způsobí přepětí v síti, což poškodí elektrospotřebiče. Toto riziko není kryto v základním rozsahu pojištění a musí být připojištěno. Limit plnění je nastaven zpravidla na několik desítek tisíc korun, ale vyplatí se dobře kalkulovat, kolik a jak kvalitních přístrojů a spotřebičů doma máme. Je třeba myslet i na počítače, klimatizaci, zabez-

pečovací systémy, elektroniku napojenou na systém vytápění apod. Podle toho je zapotřebí upravit limit a připojištění adekvátně posílit.

Vždy platí, že by měla být funkční kvalitní přepětová ochrana namontovaná do rozvodné skříně. Nicméně ke komplexní ochraně je zapotřebí zabezpečit všechny cesty, kudy „teče“ proud, tedy od rozvaděče až po zásuvky a přívody do elektrospotřebičů.

Dojde-li k pojistné události, uhradí UNIQA zničené spotřebiče a opravy poškozených přístrojů podle pojistných podmínek až do výše sjednaného limitu. K prokázání běžných poškození postačí doklad od odborného servisu, v němž opravář popíše původ defektu. U složitějších nebo kvalitnějších přístrojů nebo spotřebičů může pojišťovna poslat na místo technika na prohlídku. „Lidé by měli v první řadě dbát na

řádný stav svého hromosvodu. Ten dokáže zabránit poškození z přímého úderu blesku, protože jeho energii svede bezpečně do země. Škody způsobené přepětím, tedy nepřímým úderem blesku, jsou v letní sezóně velmi časté. Klientům doporučujeme na toto riziko nezapomínat a pamatovat na připojištění s adekvátní pojistnou částkou. Tu je třeba průběžně aktualizovat podle toho, jak úloha elektroniky v našich domovech roste,“ upozornil Daniel Červenka, ředitel likvidace škod UNIQA.

Klienti UNIQA dostávají při blížící se bouřce včasnou výstrahu formou SMS určenou pro jejich konkrétní PSČ. Získávají tedy určitý náskok pro přípravu, která může zabránit škodám. Pro případ nepřímého úderu blesku lze učinit jednoduchý krok: spotřebiče, u nichž to lze, odpojit před bouřkou ze zásuvky. (tz)

Letní dovolenou letos vynechá méně lidí než vloni

Prázdniny, které skončily, byly už podruhé za sebou v mnohém netypické. I když se letošní a loňská situace liší, část lidí tráví léto jinak, než byli zvyklí. Jak vypadá letošní dovolená podle výsledků ankety na stránkách Profesia.cz? 28 % respondentů odpovědělo, že se nechtějí stresovat a omezovat měnícími se opatřeními a raději ji stráví dovolenou v ČR. Dalších 18 % zůstane také v tuzemsku, ale dovolenou by zde trávili i bez vlivu covidu. Třetina respondentů vyrazí do zahraničí – 14 % i přes komplikace s omezeními, a dalších 19 % s tím, že jim tento fakt dovolenou nezkazí. To, že letos neplánují žádnou dovolenou, odpovědělo 21 % lidí.

Zatímco vloni většina lidí vnímala předprázdninové uvolnění jako konec covidových trampot a v létě fungovala podobným způsobem jako před pandemií, letos je léto pandemií poznamenáno více. „Nedá se ale mluvit o nějakém jednoznačném trendu, spíš se pod vlivem dalších vln onemocnění lidé rozhodli „bezpečně“ letní měsíce využít různě. Jsou obory, které se snaží alespoň zčásti obnovit činnost, zejména kultura, gastronomické provozy, služby volnočasového, relaxačního či zábavního charakteru, nebo ty spojené s cestovním ruchem. Řada firem má v létě velmi napilno z toho důvodu, že

se jim po útlumu podařilo získat velké množství zakázek a potřebují je splnit. Ale mnoho lidí se naopak rozhodlo letní měsíce využít k relaxaci, protože jim uplynulé období dalo zabrat,“ říká Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz.

Volno si dopřáli

Prvním rozdílem oproti loňsku je to, že více lidí se rozhodlo letos dovolenou nevynechat. Vloni v anketě na stránkách Profesia.cz 64 % lidí odpovědělo, že v létě volno mít nebudou – 34 % z finančních důvodů, 15 % si vybralo dovolenou na jaře v době karantény a zbývajících 15 % proto, že v létě na dovolenou prostě nejedí.

Nezměnilo se to, že většina lidí tráví svou dovolenou v tuzemsku, i když vloni jich bylo více. Jako důvody pro toto rozhodnutí v průzkumu agentury STEM/MARK uváděli především snahu podpořit tuzemský cestovní ruch, obavy o zdraví s blízkým se létem ustupovaly do pozadí. Letos je důvodů nevycestovat více, k obavám z epidemické situace v některých částech světa přibýly zákazy cestování do určitých zemí, a především měnící se podmínky pro vycestování i návrat z dovolené. Měsíce uzávěr ale zcela evidentně podpořily chuť lidí cestovat.

Třetina do zahraničí

Jak tedy vypadá letošní dovolená podle odpovědí návštěvníků stránek Profesia.cz? 28 % respondentů odpovědělo, že se nechtějí stresovat

a omezovat měnícími se opatřeními a raději stráví dovolenou v ČR. Dalších 18 % zůstane také v tuzemsku, ale dovolenou by zde trávili i bez vlivu covidu. Třetina respondentů vyrazí do zahraničí – 14 % i přes komplikace s omezeními, a dalších 19 % s tím, že jim tento fakt dovolenou nezkazí. To, že letos neplánují žádnou dovolenou, odpověděla pětina lidí (21 %).

Kam letos Češi mířili

„U leteckých zájezdů vede jednoznačně Řecko a řecké ostrovy, u autokarových zájezdů a pobytů s vlastní dopravou pochopitelně Chorvatsko. Preference českých turistů se u nás nemění, drží se stejně po mnoho let,“ prozrazuje Eva Němečková, tisková mluvčí cestovní kanceláře Čedok. Stále více Čechů vyrazí letos na dovolenou karavanem či obytným vozem. „Zájem o obytná auta začal růst již na jaře minulého roku, během první vlny pandemie. Zkomplikovala se možnost cestovat letadlem, ale i ubytování v hotelech či penzionech. To platí i pro letošní rok, kdy zážitek z dovolené kazí různá proticovidová opatření, která se navíc nepředvídatelně mění. Stále více Čechů, tak volí dovolenou v kombinaci obytný vůz a kemp. Letos jsou velice žádané a navštěvované kempy například v okolí rakouských jezer či italského pobřeží,“ dodala Pavla Skolil z Morelo CZ a doplnila: „Podle údajů Asociace kempování a karavaningu zájem o obytná auta meziročně vzrostl až o 200 %.“ (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Jízva

Danuta Chlupová

Katarzynę je přes 40 a za celý život nevytáhla paty z rodného Polska. Teď má pro svou firmu otevřít novou pobočku v Ostravě. Od tlumočnicka Martina se dozví o tragické historii vesnice Životice. Katarzyna dojde k názoru, že dávný nacistický masakr může mít spojitost s její devadesátiletou tchyní...

Zázraky jsou logické

Kateřina Cajthamlová, Lucie Šilhová

Lékařka a psychoterapeutka Kateřina Cajthamlová dává v temperamentním rozhovoru s novinářkou Lucií Šilhou nahlédnout hlouběji do svého soukromí. Od osobních témat plynule přechází k otázkám výchovy, zdraví, hubnutí i stárnutí, s nimiž se každodenně setkává ve své praxi.

Majonéza k snídani

Markéta Lukášková

motto Ema měla s emocemi vždycky problém. Místo, aby je prožívala, raději je pítvá a sama si drží odstup i nadhled. Nejvíce ze všeho chce analyzovat lásku. Některé věci ale pochopíte jen tak, že se do nich namočíte, a proto se sama pustí do vztahového experimentu – na své první lásce.

Deník farářky

Martina Viktorie Kopecká

mf Boží cesty jsou nevyzpytatelné a nekonvenční farářka Martina Viktorie Kopecká o tom ví své. Jak vypadá život moderní farářky? To se dozvíte v jejích zápiscích, které se odvíjejí v rytmu církevního roku a nabízejí neopakovatelný vhled do zážitků ženy-kněze.

Chladová terapie:

kompletní průvodce otužováním

Veronika Allister, Libor Matuší

Bizbooks V první české publikaci na téma otužování vás cestou zimy provedou instruktoři, pro které je mráz denním chlebem. Na základě vlastních zkušeností i vědeckých poznatků vám krok za krokem představí tento osvěžující zdravotní trend.

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

Staň se mistrem vyjednávání: 10 správných otázek, díky nimž dosáhneš svého

Alexandra Carter

Jste podnikatel a chcete získat nového investora? Nebo jen toužíte po vyšším sebevědomí při každodenním vyjednávání se svým okolím? Ať už právě v životě řešíte cokoli, držíte v ruce knihu, která vám pomůže se s vaším problémem vypořádat. Objeďte deset otázek, díky nimž vyjednáváte cokoli!

Pokládání těch správných otázek vás dovede k cíli. Úspěšné vyjednávání není o tom získat za každou cenu výhodu, být nejasertivnější nebo klást požadavky. Při vyjednávání dostanete mnohem víc, pokud budete pokládat druhému otázky, než když se s ním budete dohadovat. Otázky vám nejenom pomohou vyřešit podstatu problému, ale zároveň i pochopit lidi ve vašem okolí, a tím zlepšit osobní i pracovní vztahy.



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

Kniha o pivu

2. aktualizované vydání

Pavel Borowiec, Marcela Titzlová

S Knihou o pivu poznáte nové a často nečekané tváře tradičního nápoje. Naučíte se vybírat a poznávat piva různých stylů a z různých zemí, nacházet ta nejlepší z nich a vychutnávat si je. Seznámíte se s původními i novými pivními styly, proniknete do základů párování piva a jídla. Součástí knihy jsou také praktické rady, jak vybrat správné pivní sklo či jak uspořádat ochutnávku. Více než 20 receptů ukáže široké možnosti piva při úpravě masa, pečení chleba, grilování a přípravě jak rychlých party jídel, tak polévek nebo sladkých dezertů. Užijte si pestrost pivní kultury od českého ležáku přes bavorský weizen, francouzský rauchbier, belgický gueuze, anglický bitter nebo stout až po IPA z amerických craft pivovarů.

INZERCE

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

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

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

Naše kavárna

Teva s novým vedením

Novým generálním ředitelem společnosti Teva Pharmaceuticals v ČR a SR se stal Michael Schrewe. Vystřídal Juana Carlose Conde, který ji vedl po uplynulých šest let.

CEO Sberbank CZ je M. Vasilescu

Novou generální ředitelkou a předsedkyní představenstva Sberbank CZ se stala Marijana Vasilescu, zkušená mezinárodní manažerka. Její jmenování ještě podléhá schválení ČNB.

Sponzoring, charita, pomoc

Zemědělci pomáhají jižní Moravě

Finanční sbírka na pomoc obyvatelům jižní Moravy, kterou organizují Agrární komora ČR a Zemědělský svaz ČR, vynesla zhruba 4,7 miliónu korun od 162 dárců. Peníze budou předány pěti obcím, které byly koncem června nejvíce zasaženy ničivým tornádem a s následky živelní pohromy se potýkají doteď. (tz)

Lego naší legislativy

Když zájezd padne

Loni český parlament schválil zákon o některých opatřeních ke zmírnění dopadů pandemie koronaviru označovaného jako SARS CoV-2 na odvětví cestovního ruchu, známější pod označením jako lex voucher. Smyslem tohoto zákona bylo ochránit cestovní kanceláře před přírodním krachem. Ve stručnosti řečeno, lex voucher umožnil cestovním kancelářím vydávat svým klientům namísto vrácení peněz poukaz neboli voucher v hodnotě neuskutečněného zájezdu. To však za jasně daných podmínek, kterými se měly cestovní kanceláře řídit. Jednou z podmínek bylo i časové omezení. „Cestovní kanceláře tak mohly jako náhradu za neuskutečnění zájezdu poskytnout voucher pouze u zájezdů s termínem zahájení od 20. února 2020 do 31. srpna 2020. Pokud vám byl nabídnut voucher za zrušený zájezd mimo toto časové ohraničení, zpozorněte. V takové situaci jste měli možnost voucher odmítnout a požadovat vrácení peněz. Pokud jste souhlasili, obdrželi jste takzvaně smluvní voucher,“ vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Zásadním rozdílem mezi zákonným a smluvním voucherem je tzv. ochranná doba. Lex voucher jako ochrannou označuje dobu, kdy může cestovní kancelář zadržet vaše finanční prostředky a řešit náhradu za neuskutečnění zájezdu vydáním zákonného voucheru. Pokud však do konce ochranné doby, tedy do 31. srpna 2021, takový voucher nevyužijete, musí vám cestovní kancelář následně zaplacenou cenu zájezdu vrátit.

Spotřebitelská poradna dTestu se však setkává s případy, kdy cestovní kanceláře před spotřebiteli jejich zákonná práva a podmínky vyplývající z lex voucheru zamlčely a nabídky jim své smluvní vouchery, které jsou však pro spotřebitele výhodné mnohdy jen zdánlivě. „Často také cestovní kanceláře tvrdily, že akceptace jejich smluvního voucheru je jedinou cestou, jak získat peníze za zájezd nazpět. Opak je však pravdou. Pokud vám byl nabízen či vnucován smluvní voucher, měli jste možnost jej kdykoliv odmítnout,“ popisuje Eduarda Hekšová.

Úskalí smluvních voucherů, která vás nyní mohou potrápit, se skrývají v samotných smluvních podmínkách. Pokud takový voucher máte, lze doporučit si co nejdříve smluvní podmínky důkladně prostudovat. Nepříjemně překvapit vás totiž může to, že pokud voucher nevyužijete do sjednaného data uvedeného na voucheru, tak vám na rozdíl od zákonného voucheru propadne. Takový voucher může být také omezen jen na určitý typ zájezdu.

Cestovní kanceláře často spoléhaly i na snadnou zaměnitelnost zákonného a smluvního voucheru, a vlastní smluvní poukaz tak svým klientům nabízely pod dojmem, že jde o zákonný voucher se všemi jeho výhodami. „Taková situace má však řešení. Vůči jednání cestovní kanceláře se můžete zpětně ohradit a namítnout, že vás uvedla ohledně typu voucheru v omyl. Pak byste měli i nyní obdržet zákonný voucher. A pokud byste jej nevyužili, tak následně i své peníze. (tz)

Počet Z-BOXů Zásilkovny v České republice dosáhl již tisíce kusů

Zásilkovna, přední česká technologická firma, která patří do skupiny Packeta Group, instalovala již tisíc Z-BOXů, a má tak nej hustší síť automatických výdejních boxů v České republice. Do konce roku jich plánuje v ČR mít 2500. Z-BOXy jsou bezdotyková soběstačná výdejní místa napájená solárním panelem a ovládaná přes mobilní aplikaci Zásilkovna. Fungování a ovládání Z-BOXů je unikátní, nikdo jiný v Česku výdejní boxy na podobném principu nepoužívá.

„Je neuvěřitelné, že od prvního instalovaného Z-BOXu neuběhl ještě ani rok a dnes jich v Česku stojí již tisíc. Máme velkou radost, s jak velkou oblibou se naše Z-BOXy setkávají,“ řekla zakladatelka Zásilkovny a CEO Packeta Group Simona Kijonková. „Na trhu je dnes řada firem nabízejících různou formu výdejních boxů především pro vlastní potřeby. Naše filozofie je zajistit zákazníkům přepravu zboží z více než 30 000 e-shopů, Z-BOXy tedy neslouží pouze k distribuci zboží jednoho zákazníka. V praxi to znamená, že například obyvatel města či vesnice si přes Zásilkovnu do Z-BOXu může poslat zboží v podstatě z jakéhokoliv internetového obchodu v této zemi. Ještě letos plánujeme pro zákazníka spustit další zásadní službu s velkou přidanou hodnotou, a to je možnost podání zásilek přímo na Z-BOXu. Zpřístupníme tak možnost podání zásilky i z malých obcí, kde se Z-BOXy již nachází a kde je plá-

nujeme v budoucnu instalovat.“ Do konce roku plánuje Zásilkovna rozšířit síť Z-BOXů v ČR o dalších 1500, čímž se dostane na kapacitu 80 000 zásilek za den. Z-BOXy již nyní fungují také na Slovensku, kde jich je přes 70, i zde dojde do konce roku k významnému navýšení jejich počtu. V letošním roce chce Zásilkovna začít s rozšiřováním Z-BOXů také do svých dalších entit, a to konkrétně do Maďarska.

Z-BOXy mohou fungovat v podstatě kdekoli, protože ke svému provozu potřebují pouze slunné místo. Jsou například na parkovištích, autobusových zastávkách či na náměstích. Stojí také například v areálu jaderných elektráren Temelín a Dukovany, dále například v Nemocnicích Mladá Boleslav a Šumperk, před Univerzitou v Hradci Králové a v řadě obchodních center. Z konkrétních partnerů, se kterými Zásilkovna na instalaci Z-BOXů spolupracuje, je to například jeden z největších obchodních řetězců v České republice, společnost Lidl, dále pak největší tuzemský vlastník nemovitostí CPI Property Group nebo jedna z největších developerských skupin FINEP HOLDING.

„Dokážeme rychle vyhodnotit, jak moc jsou konkrétní Z-BOXy vytiženy a posílí pak místo zřízením dalšího Z-BOXu v blízkém okolí. Případně díky modularitě umíme přidat další sloupce, a zvětšit tak kapacitu stávajícího Z-BOXu,“ zdůraznila Simona Kijonková další z konkurenčních výhod. Pro zákazníky fungují Z-BOXy 24 hodin denně, sedm dní v týdnu. Jakmile řidič



doručí zásilku do Z-BOXu, obdrží zákazník informační e-mail, SMS zprávu nebo notifikaci do aplikace Zásilkovna. V této chvíli je možné si zásilku vyzvednout. K obsluze stačí mít na chytrém telefonu nainstalovanou aplikaci Zásilkovna a zapnuté Bluetooth. Při příchodu k Z-BOXu se aplikace pomocí Bluetooth sama automaticky spáruje a po stisknutí tlačítka otevře schránku s danou zásilkou. Za doručení zásilky se platí online, včetně platby na dobírku. Manipulace se zásilkami je v řádu vteřin, a to jak při procesu umístění jednotlivých zásilek do Z-BOXu zaměstnancem Zásilkovny, tak i během výdeje zákazníkovi. Letos cílí Packeta na obrát ve výši 5,2 miliardy korun a 70 milionů přepravených zásilek v celkové hodnotě 84 miliard korun.

Zásilkovna je ryze český franšízový logisticko-technologický projekt Simony Kijonkové, který vznikl v roce 2010. Od té doby se vypracoval mezi nejúspěšnější společnosti v ČR, které poskytují komplexní logistické služby pro internetové obchody. Zásilkovna je součástí 14 společností holdingu Packeta, který působí v osmi zemích, do 33 zemí doručuje. Holding řídí Simona Kijonková. Zásilkovna provozuje také úspěšnou službu Mezi námi pro doručování zásilek mezi fyzickými osobami. Packeta má téměř 8000 vlastních výdejních míst (v ČR je to více než 5500), téměř 92 000 partnerských výdejních míst a spolupracuje s více než 30 000 e-shopy. Obrát skupiny byl loni 2,5 miliardy korun, počet přepravených zásilek 40,5 miliónu kusů. (tz)

Během podnikatelské mise uzavřela firma Vítkovice Cylinders kontrakt na dodávky technologií pro skladování a přepravu CNG

Největší světový výrobce ocelových vysokotlakých bezešvých lahví Vítkovice Cylinders dokončil během podnikatelské mise do Egypta, kam podnikatelé vedení viceprezidentem Hospodářské komory Radkem Jakubským doprovodili ministra zahraničních věcí Jakuba Kulhánka, kontrakt na dodávku zařízení pro uskladnění a přepravu stlačeného zemního plynu (CNG) pro modernizaci tamní infrastruktury. Hodnota zakázky dosáhne 150 mil. Kč.

Ostravská firma, která je členem Hospodářské komory, o dodávce těchto zařízení vyjednávala s egyptskými partnery už několik měsíců. V průběhu podnikatelské mise dotáhla doho-

du do konce. „Před naší cestou ještě nebyly vyjasněné finanční podmínky a bankovní garance. Jelikož jde o pilotní projekt a v podstatě vstupenku na zajímavý egyptský trh, využili

jsme podnikatelkou misi a pozvali všechny zainteresované zákazníky a bankéře. Díky této podpoře se podařilo během akce dojednat veškeré finální podmínky a můžeme začít s dodávkami,“ uvedl generální ředitel Vítkovice Cylinders Jiří Brož.

„Tento úspěch je dalším důkazem, že podnikatelské mise přinášejí firmám konkrétní výsledky. Zvláště v době po koronavirové pandemii je důležité, že vrcholní představitelé států a Hospodářská komora znovu zpřístupňují na-

ším podnikatelům atraktivní trhy, jakým Egypt bezesporu je,“ vysvětlil Radek Jakubský.

Podnikatelské mise do Egypta se na přelomu července a srpna zúčastnilo 15 firem z oboru strojírenství, medicínských prostředků, zbrojního průmyslu nebo bankovního sektoru. Jejich dvoudenní program kromě B2B jednání zahrnoval také česko-egyptské business fórum za účasti egyptských vládních představitelů a reprezentantů tamních obchodních komor a svazů. (tz)

INZERCE



Poslední šance podávat přihlášky do letošního ročníku prestižní soutěže!

CMA ČESKÁ MANAŽERSKÁ ASOCIACE
CZECH MANAGEMENT ASSOCIATION
ENTREPRENEURS. MANAGERS. LEADERS

www.manazerroku.cz

www.cma.cz

Podařilo se vám úspěšně provést svou firmu, neziskovou organizaci či veřejnou instituci koronavirovou krizí a patříte tak k „nejlepším v horších časech“?

Přihlaste se do soutěže Manažer roku 2020 a inspiřte svým příběhem ostatní! Účastníci čeká setkání s lidry českého podnikatelského sektoru a možnost zaujmout místo v Galerii významných českých manažerů Jadrana Šetlíka.



Vyhlášení vítězů se koná
19. října 2021 na pražském Žofíně.
Přihlášky je možné podávat
do 16. září 2021.

V případě zájmu o podání přihlášky napište na novakova@cma.cz.

