

Do vašeho kalendáře každý den:
www.iprosperita.cz

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

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Značky Druchemy nejsou jen Herkules nebo OVO

Ing. Jiří Daněk je předsedou představenstva pražské Druchemy, družstva pro chemickou výrobu a služby. Byl nominován do soutěže MANAŽER ROKU 2020 do kategorie Manažer digitálního věku. V témže prestižním klání uspěl i v roce 2012. Jeho manažerské schopnosti jsou výjimečné: umí se postarat o prosperitu jednotky, kterou řídí a za níž nese zodpovědnost. Dokáže stanovit priority, cíle, dát prostor svému týmu. A je optimista:

Družstvo má letitou tradici. Jak z ní dnes čerpá?

Letos jsme oslavili 70 let trvání. Za tu dobu se u nás zkoncentrovaly obrovské zkušenosti, vytvořilo se jedinečné know-how, a dnes, i přes někdejší značné turbulence v historii tohoto družstva, můžeme toto vše úročit. Druchema má za sebou období velkolepého růstu, kdy do roku 1989 patřila mezi největší chemické podniky v tehdejší Československu, ale byla i na svém téměř ekonomickém dně v průběhu 90. let minulého století. Jsem nesmírně rád, že si své významné postavení dokázala získat zpět a na trhu se opět zařadila mezi stálice a významné hráče. Dnes však už tolik nesázíme na tradici firmy, ale spíše na dobré jméno našich výrobních značek, které se za dobu své existence zaplaly do každodenního života mnoha lidí.

Který výrobek vás nejvíce proslavil a proč?

Těch 70 let existence firmy je opravdu dlouhá doba, řadu věcí znám pouze z historických pramenů nebo z vyprávění pamětníků. Do družstva jsem nastoupil až v roce 2006 jako jeho krizový



Ing. Jiří Daněk, předseda představenstva Druchemy, družstva pro chemickou výrobu a služby

manažer. Tehdy bylo ve velmi špatné kondici, našťastí se nám podařilo ho během pár let postavit na několik silných nohou. Druchema dnes opět patří mezi přední a úspěšné české chemické podniky. A víc než na tradici, jak už jsem naznačil, nyní stavíme na známosti našich značek, protože to považujeme z pohledu přízně konečného spotřebitele za prioritní. Například naše barvy na velikonoční vajíčka OVO, které jsou stále na špičce obliby, vyrostly z původních několika barviček na ucelenou výrobkovou řadu, čítající dnes několik desítek produktů. Cítíme již celou řadu let, že tradice oslav velikonočních svátků se vrací, nakonec tento trend je patrný nejenom u Veliko-

noc. A naše produkty se snaží těmto znovu objeveným a oživeným zvykům vycházet vstříc. A značka OVO se opravdu pojmem stala, za perličku považujeme její čestné místo v křížovkách: barva na vajíčka na tři.

Naši vlajkovou lodí se však stalo lepidlo Herkules. Také prošlo svým dlouhodobým vývojem, na trhu jde o velmi žádaný brand, který vyrábíme v mnoha modifikacích. Velký úspěch zaznamenalo naše lepidlo v posledních letech, kdy se stalo základní surovinou pro výrobu tzv. slizu. Rodičům, kteří mají doma teenagery, jistě není třeba vysvětlovat, o co jde.

pokračování na straně 4

ARBES – od startupu ke špičce na trhu

Společnost ARBES Technologies působí jako přední evropský dodavatel informačních systémů pro bankovníctví a finanční trhy na trhu od roku 1991. Denně pracuje pro více než 80 zákazníků, zaměstnává více než 200 odborníků a její roční konsolidovaný obrát letos přesáhne půl miliardy korun. Původně malá firma se za dobu své působnosti transformovala ve skupinu, jejíž řešení využívají přední bankovní a finanční instituce.

ARBES Technologies dlouhodobě upevňuje svou pozici díky sledování nových technologických trendů, systematickému předávání know-how a budování zkušeného stabilního týmu odborníků. To je předpokladem pro úspěšné nasazení připravovaných implementací navazujících na řadu zrealizovaných projektů z posledních let. Firemní digitální řešení vycházejí z principů moderní microservice architektury a modularizace s využitím vlastní nebo cloudové infrastruktury zákazníka. Při vývoji řešení ARBES Technologies dbá na platformovou nezávislost. Protože ARBES Technologies vnímá aktuální požadavky trhu na digitalizaci a optimalizaci procesů, přichází v těchto dnech s novým produktem ARBES Digital Platform (ADP), který tyto požadavky pomocí nejmodernějších technologií pokrývá.

U počátku úspěšné společnosti stáli čtyři softwaroví vývojáři. Ti v září roku 1991 založili firmu. Prvním projektem bylo napojení RM-Systému (prvního českého online obchodního systému s cennými papíry) a poté následoval ARBES TOPAS, první systém určený pro správu investičních fondů. Ověřeními produkty a službami ARBES Technologies pokrývá širokou škálu potřeb zákazníků, ať už jde o digitální bankovníctví, systémy finančních trhů, klient-ské webové a mobilní aplikace, klíčové transakční systémy a jejich integrace a regulatorní reporting. Produktové portfolio je neustále inovováno, a tak jsou vytvářena nová digitální řešení pro klienty.

Velkým milníkem byla v roce 1998 implementace prvního online bankovníctví v Česku. Na tuzemském trhu ho jako první nabídla společnost Expandia Bank (později eBank). „Šlo o prvního klienta našeho core bankovního systému, prostřednictvím kterého se u nás zrodilo přímé bankovníctví. Dnes tuto možnost obsluhy banky všichni považují za absolutní samozřejmost, která dalece předběhla svou dobu,“ uvedl Michal Houštěcký, ředitel ARBES Technologies. Prodejem eBanky skupině Raiffeisenbank se core bankovní systém ARBES OBS následně stal součástí jedné z největších bank v Česku. V současné době ho provozuje

hned několik dalších světových bank a finančních domů. Ekonomický růst skupiny ARBES Technologies nesouvisí pouze s organickým rozvojem, ale i s anorganickými aktivitami v posledních letech. Společnost se díky tomu transformovala ve skupinu ARBES Group. V roce 2018 došlo k rozšíření o slovenskou společnost Finamis, která je významným poskytovatelem IT řešení pro investiční bankovníctví a správu aktiv v několika zemích. Koncem roku 2019 byl založen bodyshopový startup IN-BRAIT s cílem dodávat klientům chybějící kapacity IT expertů. Jeho netradičním posláním je spolupráce s IT specialistkami pracujícími v tomto prozatím převážně mužském oboru. V roce 2021 se skupina ARBES Group rozrostla o další společnost, Crede Experto Praha, která se zaměřuje na platební a podnikové systémy.

Společnosti skupiny ARBES Group jsou spolehlivým partnerem pro velké i menší finanční organizace. Ambicí je být prvním a preferovaným dodavatelem komplexních systémových řešení v oblasti tvorby, vývoje a podpory softwarových řešení. „Jdeme cestou podpory nových technologií a rozvoje stávajících produktů. IT obor, ve kterém na trhu působíme již 30 let, je velmi dynamickým oborem podnikání a mým největším přáním je, abychom překonali stávající očekávání trhu,“ řekl Michal Houštěcký. (tz)

Češi stále více utrácejí za své mazlíčky

Češi jsou velcí milovníci domácích mazlíčků, psa mají dvě z pěti domácností. A stále více za ně utrácejí, kupují kvalitnější krmivo, hračky, doplňky, ale i veterinární a kosmetické prostředky. Podle dat společnosti Nielsen utrácí obyvatelé ČR za rok jenom za krmivo 5,6 miliardy korun. Průměrná rodina vydá za psa 16 000 korun ročně.

Nejvíce si psy v poslední době pořizují mladí lidé do 30 let, ale stoupající trend lze sledovat napříč věkovými skupinami. A trh s potřebami pro domácí mazlíčky prakticky kontinuálně roste.

Do segmentu vstupují také noví hráči. „Začínali jsme jako specialista na dílnu a zahradu. Pak jsme začali přidávat nové produkty typu elektrokola či e-skútry, a letos jsme vstoupili do úplně nového odvětví. Zjistili jsme, že mezi zákazníky by byl o krmiva zájem a rádi by si je v našich prodejnách pořídili. Vytvořili jsme vlastní produktovou řadu prémiových krmiv Prominent pro psy a kočky, která prodáváme od letošního jara a mezi zákazníky je o ně velký zájem,“ řekl Jan Kovačka, majitel sítě prodejen HECHT – specialista na zahradu.

Stoupající trend lze sledovat i v segmentu veterinárních přípravků a kosmetiky. Tomu pomáhá nejen větší počet psů a koček v českých domácnostech, ale také ochota lidí za tyto produkty více utrácet.

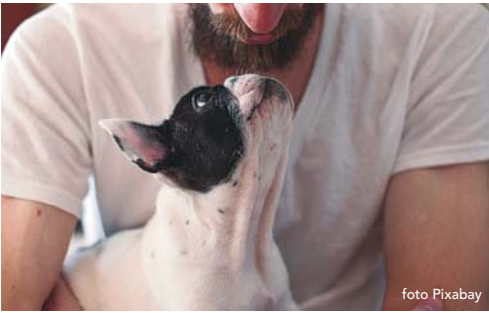


foto Pixabay

„V posledních dvou letech tuto kategorii ovlivnily nové trendy a životní styl lidí, které často přicházejí ze zahraničí. Stále více chtějí to nejvyšší, nejšetrnější pro své zvířecí parťáky, tak jako to chtějí i pro sebe – a nebojí se vynaložit nemalé finanční prostředky. Tedy i v oblasti veterinárních produktů je zajímavý ty s označením bio, vegan, eco-friendly, bez parabenů apod. A zcela určitě začíná zákazníci zájmat i původ a výroba daného výrobku,“ prozradil Jiří Zubatý, ředitel společnosti Aveflor, která vyrábí například produkty pro péči o srst Arpalit. (tz)

Najdete uvnitř listu	
Úvěry jako cesta k rozvoji podnikatelských plánů	5
Abychom byli klientům ještě více užiteční	7
Noví držitelé ocenění za kvalitu v letošním roce jsou naší inspirací	9
Chytré vytápění v kamnech nedovolí topit neekologicky	11
Vítáme nové zájemce o obchodní spolupráci s Vietnamem	12

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: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 1. prosince 2021

PhDr. Eva Bixi-Šímková, šéfredaktorka

mobil: 602 618 008, **e-mail:** brixii@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:

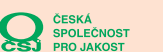
■ se společností
NEWTON Media a.s.



■ 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**
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
TIME**
PROSPERITA

www.freshtime.cz

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

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

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

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

S tužkou za uchem

Riziko podnikání

Když ceny zemního plynu a dalších energií zdrazily během chvíle několikanásobně, uvědomil jsem si, jak obtížné je plánovat. V rodinách, a zvláště pak ve firmách. Ziskové podnikání se obratem může změnit na hluboce ztrátové, spouští se vlna bankrotů. V ekonomice, domáci a světové, jsou procesy velmi těsně propojeny. Když přijde cenový šok, jak se to stalo před několika týdny, vzniká dominový efekt a postižení jsou téměř všichni. Z jednoho oboru se vlna zdrazování přelije do ostatních. V návaznosti na to rostou ceny surovin a stoupají také náklady na práci. Vždyť zaměstnanci se stávají taky vzácnější a dražší. Proto patří podnikání k vysoce rizikovým činnostem, a to rovněž v dobách, kdy se jako by nic dramatického neděje. Zisky, o nichž někteří lidé mívají zkreslené představy, totiž nejsou předem zaručené, a především bezprácné. Jinak by byl přece každý podnikatelem.

Pavel Kačer

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Zásilkovna

před koncem roku

S tiskovými konferencemi to bylo letos všelijaké. Kopírovaly epidemiologickou situaci, chování společnosti, mnoho plánovaných se nakonec neuskutečnilo. Bylo tomu však i naopak, navzdory šíření covidu jako by si někteří organizátoři i novináři chtěli o to více užít osobního kontaktu, informace získat z očí do očí místo z online přenosu. Jednou z vydařených byla ta, již uspořádala Zásilkovna 25. října v Praze. Bylo čemu naslouchat i nač se dívat. Robotické pracoviště k třídění zášek zvalo do budoucnosti. Simona Kijonková, zakladatelka Zásilkovny a šéfka Packety, předvedla obdivuhodný výkon nejen v prezentaci unikátní praxe, ale i ten podnikatelsko-společenský. A tak bylo posléze o čem přemýšlet, ona totiž podvědomě dodávala energii, inspirovala, nabádala k odvaze. Jako na zavolanou.

Eva Bixi

Mediální partnerství v roce 2021

1. MANAŽER ROKU
2. Ambasador kvality
3. Marketér roku
4. Konference Kvalita – Quality
5. Soutěž Česká chutovka
6. Projekt Ocenění Českých Podnikatelů
7. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
8. Konference ISSS
9. Konference SYMA
10. Oslava Věstárské cibule a brokolice 2021

Redakční rada pracuje ve složení:

- Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Ing. Irena Vičková, generální ředitelka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR
- Ing. Rudolf Skuhra, CSc., majitel společnosti 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, ředitel a místopředseda představenstva Babičkin Dvůr, a.s.
- Mgr. Olga Stanley, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- Ing. Vladimíra Ondráková, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.
- David Kubla, manažer komunikace České společnosti pro jakost
- PaedDr. Petr Pakší, DBA, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- Michal Hanáček, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

KAPITOL získal prestižní ocenění pro aplikaci na finanční plánování

KAPITOL si odvezl z odborné konference FINfest 2021 velmi cenné vítězství, když s aplikací Kappka porazil konkurenci v oblasti finančního plánování.

Po úspěšně dokončené transformaci celé společnosti se KAPITOL rozhodl prezentovat své silné stránky a novou identitu na odborné konferenci FINfest. Jde o největší akci tohoto typu pro finanční poradce a realitní makléře v České republice, letos se konala 8. listopadu v Praze.

„Zúčastnili jsme se odborné konference FINfest jako platinový partner, protože jsme měli za cíl ukázat všem z oboru finančního poradenství nový a silný KAPITOL,“ komentoval akci Petr Kříž, obchodní ředitel KAPITOLu. „Prezentovali jsme KAPITOL jako moderní společnost 21. století. Máme skvělé online sy-

stémy, široké produktové portfolio, dobře nastavenou kariéru, silné zázemí a výborně fungující týmy, ať už v obchodní síti, nebo na centrále,“ dodal.

Vše podtrhuje i cenné vítězství, které si KAPITOL z konference FINfest odvezl. Aplikace Kappka porazila silnou konkurenci a vyhrála soutěž o Aplikaci roku 2021 v oboru finančního plánování. „Kappka pomáhá našim poradcům sestavit finanční plány pro klienty, a tak splnit jejich přání a cíle. Kappka neprodává produkty, ale finanční pohodu a nezávislost,“ popsala aplikaci Mgr. Tereza Kubínová, vedoucí týmu investičních a penzijních produktů v KAPITOLu a hlavní koordinátor Kappky. „Vítězství v soutěži je pro nás pozitivním impulzem pro vývoj našich pracovních systémů a aplikací, které jsou přínosem pro naše spolupracovníky, ale především pro klienty,“ upřesnila. (tz)

Zlato jako vánoční dárek

Stále více Čechů naděluje pod stromeček slitky drahých kovů. Prim hraje jednoznačně zlato. Dárek v podobě zlatého slitku nebo mince je navíc skvělý způsob, jak své blízké obdarovat cenností, která neztrácí na hodnotě.

Obálka s penězi se v posledních letech stává stále častějším vánočním dárkem. Pod stromečkem ji pravidelně nachází každý druhý Čech. Pro ty, kterým ale peníze neprijdou jako dárek vhodné, jsou skvělou alternativou slitky drahých kovů. „Naprostá většina lidí peníze, které najde pod stromečkem, utratí, stranou si je odloží jen minimum obdarovaných. Zlaté slitky, případně mince dávají k Vánocům ti, kteří chtějí dát peníze, ale nikoliv v papírové podobě, ale v nějaké trvalejší hodnotě. Slitky drahých kovů jako dárek kupují nejčastěji prarodiče pro svá vnoučata jako investici do budoucna. Drahé ko- vy totiž drží svoji hodnotu a nepodléhají inflaci, navíc není jejich nákup zatížen zdaněním. Vedle prarodičů většinou dávají tyto dárky ti, kteří sami zlato vlastní a rozumí mu,“ řekl Roman Pilíšek, spoluzakladatel společnosti Zlaté rezervy.

V reakci na rostoucí cenu zlata se zvyšuje i zájem Čechů o nákup žlutého kovu. To se promítne i do letošních předvánočních nákupů. „Nelze jednoznačně říci, že v předvánočním období rostou tržby prodejcům zlata pravidelně. Prodeje závisí především na ekonomickém prostředí, ve kterém se společnost nachází. Tedy

v období krizí, případně růstu ceny zlata lze očekávat větší prodeje, v opačném pak nižší. Vzhledem k aktuálnímu vývoji situace proto očekáváme, že prodeje zlata budou letos před Vánoci patřit k těm vyšším,“ vysvětlil Roman Pilíšek.

Za zlaté slitky, které se lidé rozhodnou nadělit svým blízkým, utrácejí i desítky tisíc korun. Zlatou cihlu najde ale pod stromečkem málokdo. „Aktuální cena kilové zlaté cihly je přes 1 300 000 korun, takový dárek je v tuzemsku spíš raritou, i když i takové případy jsme v minulosti zaznamenali, a nelze je vyloučit ani v letošním roce. Prarodiče svým vnoučatům nejčastěji nadělují zlato v hodnotě kolem 5000 korun, v oblibě mají spíš zlaté mince. Ti, kteří mají s investicemi do zlata už zkušenosti, kupují slitky dražší. Nejběžnější jsou zlaté slitky a mince do váhy jedné trojské unce, tedy 31,3 gramu, jejíž cena se pohybuje kolem 43 000 korun,“ uvedl Roman Pilíšek.

Na nákup zlata pod stromeček je teď nejvhodnější čas. „Lidé by měli nakoupit nejpozději do poloviny prosince. Následně i samotné slévárny uzavírají produkci a trh se zlatem od Vánoc do Nového roku spí. Tedy dodávky se realizují první nebo až druhý týden v lednu. Navíc existují slitky – zejména mince, které jsou svým vzhledem za účelem dárku vhodnější. Ty mohou být v prosinci už vyprodány,“ upozornil Roman Pilíšek. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
partner:**



partneři plus:



E.ON ENERGY GLOBE



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 23. rokem!

Covid v kancelářích zamíchal kartami

Stačilo pár měsíců pandemie a české zaměstnavatelské prostředí se začalo měnit. Z gruntu a velmi rychle, navíc už zřejmě netrvalo. O hybridních a jiných způsobech práce jsme si povídali s Michalou Soukupovou, projektovou manažerkou ze společnosti Tp Consulting, která se specializuje na interim management zejména v automobilovém průmyslu.

Kdy se začalo mluvit o hybridním způsobu práce a proč?

Termín hybridní model práce přišel společně s pandemií covid-19. České firmy byly do té doby stále ještě spíše konzervativní, co se způsobu výkonu práce týká. Preferována byla primárně přítomnost zaměstnance v kanceláři. Možnost práce z domova, tedy dobře známý pojem home office, byl brán spíše jako pěkný benefit pro zaměstnance a nutné zlo pro zaměstnavatele. Covid ale zamíchal kartami a mít všechny zaměstnance v jednom prostředí, tak jak jsme byli doposud zvyklí, prostě nebylo možné. V podnicích a oborech, které to umožnily, začaly firmy přicházet s různými koncepty docházky, ať už střídáním týmů, které se v prostorách obměňovaly, vyhrazenými dny práce z domova a podobně. Nutností bylo přenastavit procesy tak, aby vše dobře fungovalo. Co by jindy firmy zaváděly do procesu v rámci několika měsíců či let, zvládly vlivem pandemie během několika dní. A s tím přišel i termín a model hybridního způsobu práce.

Co hybridní práce je, a případně co není?

Pod tímto pojmem si lze tedy představit koncept, kdy například zaměstnanec chodí tři dny



Michala Soukupová, projektová manažerka ze společnosti Tp Consulting

do kanceláře a dva dny pracuje z domu. Rozložení dnů může být samozřejmě různé. Podmínkou je dobře zvládnutá infrastruktura podniku tak, že má zaměstnanec i dobré technické podmínky k práci, nemá problém s tím, že by mu k práci cokoliv chybělo – tedy má k dispozici třeba cloudové prostředí, kde vše najde a kde se spojí i s kolegy. Takový model

umožňuje pracovat třeba z obývacího pokoje, ale stále být svým kolegům nablízko. Sociální kontakty covidem dost utrpěly, proto je fajn využívat i nejrůznějších platform, díky kterým mají k sobě kolegové o něco blíže.

Kladou flexibilní formy zaměstnávání vyšší nároky na šéfy a podřízené, pracovní prostředí apod.?

Dobře zvládnutí této nové formy práce je důležité především zaměstnavateli. Vyžadováno je od nich přenechání větší zodpovědnosti na zaměstnancích, důležité je umět lidi správně vést a motivovat i na dálku. Bez kvalitního řízení a dobře nastavených procesů se takový model neobejde. To platí i u samotných zaměstnanců. Tím, že ráno neodcházejí do práce, musí mít dobře nastavený systém toho „být v práci“ a mít po práci. Nyní je určitě větší apel na podniky, aby tuto možnost práce zaměstnancům umožnily. Ostatně i uchazeči o práci ji už očekávají. Konzervativní firma by lehce mohla ztratit dobrou reputaci, její zaměstnanci by bez práce z domova mohli být nespokojení, hrozit může jejich vysoká fluktuace, tím se i zvýší investice do nových zaměstnanců. V důsledku může být ohrožena dobrá reputace firmy.

Jde o benefit, nebo nutné zlo? Prosadil by se hybrid, i kdyby nepřišel covid?

Věřím, že časem bychom k tomuto modelu došli. Navíc není až tak nový. Home office, jak už jsme si řekli, začínal být standardem i před covidem. Pandemií ale určitě celý proces akceleroval a přistoupily k němu i ty konzervativnější společnosti. Už to není benefit, ale samozřejmost. Bavíme se ale stále o oborech, kde je to možné. Tento model může přinést ale i za-

městnavatelům řadu výhod, a to třeba při hledání nových talentů. Remote spolupráce, tedy spolupráce na dálku, je též čím dál běžnější.

Kde se hybridní systém nejvíce osvědčil, kde ne a proč?

Určitě se osvědčil ve státní správě či na administrativních pozicích. To ukázal i průzkum Ministerstva práce a sociálních věcí, který úřad zveřejnil v září. Stále jsme ale ještě naráželi na překážky. Zaměstnanci si stěžovali na nedostatek potřebných dat k výkonu práce, nedostatek sociálního kontaktu, prolínání pracovního a soukromého života, ale třeba i obtížné dokládání vykonané práce. Velkou výhodou je ale třeba úspora času, který lidé ušetří, když nemusí cestovat do práce.

Budou se nové formy práce dále rozvíjet v závislosti na potřebách lidí a v souladu s digitálními technologiemi?

Určitě. Vypadá to, že pandemie covid-19 tu s námi ještě bude, takže určitě můžeme počítat s rozvojem technologií, které by měly celý proces hybridního modelu ulehčit, zaměstnavatelé by měli být lépe připraveni a budou mít prostor nabídnout zaměstnancům více možností, jak pracovat efektivně. Z různých zdrojů a průzkumů už teď máme data, která říkají, že se lidé každodenního návratu do kanceláří obávají, nově nabyté flexibility se nechťejí vzdát. Zároveň si uvědomují, že osobní kontakt je nenahraditelný, proto je neefektivnější kompromis, tedy koncept hybridního modelu práce. Dalším trendem může být už zmíněný remote management, tedy virtuální spolupráce.

připravil Pavel Kačer

Hyundai byl v říjnu nejoblíbenější značkou aut soukromých zákazníků

Značka Hyundai se na českém trhu v říjnové statistice prodaných osobních vozů v privátním segmentu posunula na první příčku, jak vyplývá z údajů zveřejněných Svazem dovozců automobilů.

Dealeři Hyundai v říjnu 2021 prodali soukromým zákazníkům 614 vozů, což jihokorejskou značku posunulo na samé čelo měsíčního žebříčku s tržním podílem 18,5 %. To je doposud největší tržní podíl, kterého se značka Hyundai

v rámci měsíčních privátních prodejů podařilo v roce 2021 dosáhnout. Nejoblíbenějším modelem soukromých zákazníků bylo ve slezských Nošovicích vyráběné SUV Hyundai Tucson se 294 prodanými kusy. Druhý nošovický model

i30 byl v závěsu se 135 prodanými kusy, třetím nejprodávějším vozem značky Hyundai se v říjnu stal Bayon s 85 registracemi. „Říjnový trh potvrzuje, jak populární značkou pro české kupující Hyundai je, čehož si velmi vážíme. Snažíme se, aby naše inovovaná modelová nabídka ve spojení s Hyundai benefity nebo finančními produkty byla za každých okolností silným prodejním argumentem. Významnou roli zde pochopitelně hraje i enormní nasazení našeho výrobního

závodu v Nošovicích, který zvládá navzdory současným komplikacím i nadále plnit výrobní plán,“ komentoval výsledky říjnového trhu generální ředitel Hyundai Motor Czech Martin Saitz.

Za prvních deset měsíců si na českém trhu svůj vůz značky Hyundai objednalo již více než 7000 soukromých zákazníků. V žebříčku privátních prodejů za prvních deset měsíců tohoto roku patří jihokorejské automobilce druhá příčka. (tz)

INZERCE

NABÍZÍME POJIŠTĚNÍ:

- POJIŠTĚNÍ STAVEB
- POJIŠTĚNÍ DOMÁCNOSTI
- POJIŠTĚNÍ ODPOVĚDNOSTI
 - za újmu způsobenou v občanském životě
 - za újmu vyplývající z vlastnictví nemovitosti
 - za škody způsobené zaměstnavateli
- HAVARIJNÍ POJIŠTĚNÍ
- POVINNÉ RUČENÍ
- POJIŠTĚNÍ OPRAV POZÁRUČNÍ VADY
- ÚRAZOVÉ POJIŠTĚNÍ
- CESTOVNÍ POJIŠTĚNÍ
- POJIŠTĚNÍ MYSLIVCŮ



PRÁVNICKÝM OSOBÁM:

- POJIŠTĚNÍ OBECNÍCH A MĚSTSKÝCH ÚŘADŮ (včetně pojištění veřejné služby, provozní odpovědnosti, odpovědnosti obecních zastupitelů, regresy atd.)
- POJIŠTĚNÍ NEVÝROBNÍCH ORGANIZACÍ (bytových družstev, škol, nadací, kostelů apod.)
- POJIŠTĚNÍ PODNIKATELŮ
- POJIŠTĚNÍ ZEMĚDĚLCŮ
- POJIŠTĚNÍ DOBROVOLNÝCH HASIČŮ
- POJIŠTĚNÍ JEDNOTEK JSDHO

62. Mezinárodní strojírenský veletrh ukázal, kam se průmysl posunul za dva roky

Po loňské pauze vynucené pandemií brněnské výstaviště znovu přivítalo největší střeoevropský veletrh průmyslových technologií. MSV 2021 se konal v nezvyklém listopadovém termínu a v omezeném rozsahu, ale zachoval si kvalitu a znovu ukázal nejvyšší technologii a fenomény proměňující průmyslovou praxi – inteligentní robotiku, internet věcí, 3D tisk, firemní datové systémy i řízení pomocí umělé inteligence. Expozice 1016 vystavujících firem z 35 zemí si za pět dní prohlédlo více než 35 000 návštěvníků.

„Ozubená kolečka MSV do sebe tentokrát nezapadala jako obvykle. Avšak i přes řadu bariér a nepříznivých okolností se podařilo připravit největší veletržní strojírenskou akci tohoto roku v regionu střední Evropy. Věřím, že příští strojírenský veletrh se již bude konat ve standardních podmínkách a ve standardním rozsahu,“ zhodnotil 62. ročník MSV generální ředitel společnosti Veletrhy Brno Jiří Kuliš.

Poprvé se na MSV prezentovaly oficiálními expozicemi Japonsko a Indonésie. Na veletrh

přicestovala indonéská vládní a obchodní delegace. Společně oficiální stánky zaštitěné vládou nebo proexportní institucí na MSV 2021 otevřely také Tchaj-wan, Rakousko, Polsko, Francie a Slovensko. Veletrh navštívili rovněž velvyslanci a členové diplomatického sboru. Mezi VIP hosty veletrhu nechyběli ani zástupci české vlády. Na expozicích veletrhu a na Sněmu Svazu průmyslu a dopravy s podnikateli diskutovali předseda vlády Andrej Babiš, místopředseda vlády, ministr průmyslu, obchodu a dopravy Karel Havlíček a ministr zahraničí Jakub Kulháněk. Na dotazy ohledně vývoje pandemie a případného lockdownu odpovídal ministr zdravotnictví Adam Vojtěch.

Před dvěma lety měla na MSV premiéru Česká národní expozice s mottem Czech Republic: The Country For The Future. Letos se expozice sdružující služby státu podnikatelům na veletrhu otevřela znovu. Po celých 5 dnů byli na stánku přítomni experti ze 14 státních organizací spojených s průmyslem nebo podporou exportu: Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo zahraničních věcí, Ministerstvo obrany, Ministerstvo dopravy, agentury CzechInvest a CzechTrade, Exportní garanční

a pojišťovací společnost, Česká exportní banka, Národní rozvojová banka, Technologická agentura ČR, Česká rozvojová agentura, Úřad průmyslového vlastnictví, Agentura pro podnikání a inovace a Strojírenský zkušební ústav. Česká národní expozice nabídla služby a asistenci státu podnikům v každém životním cyklu podnikání, od podpory startupů a podnikatelských inkubátorů přes exportní asistenci, exportní financování a pojištění až po ochranu duševního vlastnictví, zkušebnictví a certifikaci. V expozici se konal také zajímavý doprovodný program, včetně setkání podnikatelů s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade – Meeting Point CzechTrade 2021.

Hlavní téma ročníku v podobě digitalizace rezonovalo celým veletrhem a řešení zaměřená na průmysl budoucnosti byla k vidění ve všech halách. Pandemie ukázala, že digitalizace je na prostou nezbytností, a veletrh toto téma po dvou letech posunul opět na vyšší úroveň. Pro digitální transformaci průmyslu je nezbytná práce s interními i externími daty, a právě na tuto problematiku se zaměřila expozice Digitální továrna 2.0 v pavilonu F. Zlatý partner projektu, společnost Siemens, a další dvě desítky firem

zaměřených na digitální technologie předváděly, jak v praxi fungují jednotlivé komponenty digitální továrny.

V rámci odborného doprovodného programu se uskutečnily desítky akcí – konferencí, workshopů, seminářů i panelových diskuzí. Velká pozornost se zaměřila na konferenci Česká republika – průmyslová velmoc 2028?, která řešila druhou technologickou transformaci české ekonomiky. Tradičně vysokou účast mělo Fórum aditivní výroby 2021, proběhly také tří denní B2B projekt Kontakt-Kontrakt, Zasedání česko-indonéské smíšené komise pro ekonomickou spolupráci nebo Česko-indonéské podnikatelské fórum a B2B.

10. veletrh Transport a Logistika ukázal, že také dopravní a logistické firmy se intenzivně připravují na požadavky digitalizovaného průmyslu. V projektu Packaging Live se představila vzorová roboticky řízená balicí linka. Mezi vystavovateli bylo i Ministerstvo dopravy Velké Británie, které informovalo české firmy o chystaných změnách v přepravě v souvislosti s brexitem. Uskutečnil se rovněž veletrh technologií pro ochranu životního prostředí ENVITECH se zvýrazněným tématem cirkulární ekonomika. (tz)

Značky Druchemy nejsou jen Herkules nebo OVO

dokončení ze strany 1

Máme však celou řadu dalších výrobků s dlouhou tradicí. Cyklisty stále oblíbená souprava na opravu velodráh START, široký sortiment autokosmetiky TEMPO, stejně jako prostředky do domácnosti Bistrol nebo Mefisto. Také pro zimní sporty nabízíme značku SKIVO, které jsou dnes určeny ne pouze na mazání lyží, ale i např. snowboardů nebo čištění mohérových pásů.

Ve svém portfoliu máme i opravdové rarity, jako např. značku Cirina, která byla jako ochranná známka zapsaná již v roce 1919. Pod ní se skrývá leštící pasta na parkety, kterou stále ještě vyrábíme.

Značek máte opravdu hodně. Jak s nimi marketing pracuje?

Většina našich marketingových kampaní je určena konečnému spotřebiteli s jasným cílem: zákazník musí dostat naši značku do svého podvědomí jako synonymum české tradice, a především kvality, a v obchodě z široké řady nabízených produktů si vybere právě náš výrobek. Navíc nám, českým výrobcům, nahrává trend, který se nyní jasně v zákaznické obci projevuje a který je podporován významnými výrobci či distributory: chuť znovu si kupovat domácí kvalitní produkty a podporovat české výrobce. Na této skutečnosti nyní hodně stavíme i marketingovou komunikaci.

Před dvěma lety se nám podařilo naše výrobové portfolio rozšířit o tradiční českou značku lepidla Kanagom. Jejím rozvoji a rozší-

ření nyní věnujeme velkou pozornost. Dá se říci, že generace 40+ na tomto lepidle vyrostla a my jsme si dali za cíl, aby se tento brand opět dostal do širokého povědomí celého národa. Tak, jak tomu bylo již v minulosti.

Marketing se ubírá samozřejmě různými cestami, od televizní reklamy až po předváděcí akce, propagaci, různá partnerství, přípravu nových obalů a etiket atd. Hojně využíváme soutěže. Samozřejmě stále větší pozornost obracíme k sociálním sítím, protože jejich záběr je široký a velmi nám pomáhají. Respektujeme jejich sílu, zejména v záběru na mladší generaci, jejíž náklonnost rovněž potřebujeme získávat. Naše výrobky bývají samozřejmostí pro jejich babičky, dědečky a rodiče, a my usilujeme o to, aby ti následovníci v jejich stopách pokračovali. Takže Facebook, Instagram, YouTube, domény na jednotlivé produkty, to vše nám funguje a bez těchto nástrojů bychom se dnes těžko dokázali prosadit.

Určitě by se v sortimentu našla i nějaká pozoruhodnost...

Jsou to například daktyloskopické fólie pro policii, které se používají na snímání otisků prstů. Jsme mezi několika firmami v Evropě, které tyto výrobní technologie ovládají. A snad ještě to, že téměř vše, co dodáváme na trh, je produktem našeho vlastního vývoje.

Portfolio výrobků je poměrně široké. Kdo je dnes vašim největším zákazníkem, odběratelem?

Našimi hlavními partnery jsou distributoři, tj. velké obchodní řetězce, hobby markety a velkoobchody, resp. jak říkáme sítě kamenných prodejen. Naším cílem je, aby zákazník našel naše výrobky všude tam, kam si podobné produkty půjde nakoupit. Nabízíme prodeje i konečným spotřebitelům, a to prostřednictvím našeho e-shopu, jehož význam, především v dnešní covidové době, významně roste.

Covid zahýbal s materiálovými vstupy a toky. Nakolik zasáhl vaše podnikání?

V roce 2020 jsme byli schopni na samém počátku covidové pandemie zásadním způsobem upravit výrobu a prakticky ze dne na den přejít na výrobu tehdy tolik potřebných dezinfekcí. Museli jsme vyřešit celou řadu problémů, přeorientovat se na vícesměnný provoz, zajistit slo-



žitou logistiku, vyhovět legislativě atd. Vedle toho musela běžet normální produkce. Takže v období, kdy velká část ekonomiky byla utlumená, školy, restaurace a celá řada provozů zavřená a část národa musela pracovat z domova, my jsme naštěstí dokázali fungovat v plném provozu dál. Přirozeně ani dnešní doba není jednoduchá. Všichni vidíme, co dělají ceny energií, jednotlivých vstupů, jak je velmi složité plánování dodávek. Pokud ale chceme fungovat a být úspěšní i v těchto obtížných časech, musíme se přizpůsobit a být o to více flexibilnější a kreativnější. Nepochybuji o tom, že to Druchema dokáže.

Řídit firmu, družstvo, organizaci je v současnosti velmi náročné. Co se vám osvědčilo, abyste zvládli se svým týmem vše potřebné?

Život mi ukázal, že nejdůležitější je umět se obklopit správnými lidmi, kteří jsou odborníky ve svém oboru. Bez schopného týmu jedinec nedokáže nic a taková skupina zapálených jednotlivců tvoří velmi solidní základ budoucího úspěchu. V Druchemě navíc máme kolegy, jejichž rodiče zde pracovali celý život. A taková rodinná tradice určitě posiluje vztah zaměstnanců k firmě a k jejímu správnému fungování. Přirozeně ale pracujeme se standardním trhem práce se

všemi jeho klady i zápory. Někdy je to obtížné, jsme přece jenom chemický provoz, kde celá řada profesí vyžaduje svou odbornost. Ale zatím jsme vždy byli schopni volná pracovní místa úspěšně obsadit.

V loňském roce se naše chemická rodina rozrostla o další chemickou firmu STYL Neratovice, která je svým zaměřením Druchemě velmi podobná. Shodou okolností STYL podobně jako Druchema oslavil v letošním roce také 70 let od svého založení a vyrábí rovněž celou řadu známých tradičních českých značek. Jako příklad mohu jmenovat řadu čisticích prostředků pro domácnost LARRIN. Toto spojení nám přináší plno synergických efektů a také dobrou výzvu pro všechny zaměstnance.

Jak dnes vycházet s lidmi? Přemýšlíte o tom, anebo takové věci vůbec neřešíte?

Doba je opravdu složitá, musíme se potýkat s problémy, které nás dříve ani nenapadly. Vždy se mi však osvědčilo jednat s každým na rovinu a zajímat se i o zdánlivě malicherné problémy. Důležitá je atmosféra vzájemné důvěry. Potom i řešení složitých, a mnohdy velmi nepříjemných problémů je snazší.

Kde hledáte životní optimizmus, když je nejhůře?

Jsem spíše optimista, ale nemám rád velké riskování, rád si věci promyslím dopředu, a pokud možno ve více krocích a variantách. Rozhodně je dobré dělat důležitá rozhodnutí bez emocí a s rozvahou. Mým krédem je „šťěstí přeje připraveným“ a to znamená, že musím být dopředu připraven i na ty horší stránky, které mohou přijít. K životu přirozeně patří i neúspěch, podstatné však je vědět, co s tím udělám a jak co nejrychleji obrátím nepříznivý vývoj.

Nominace v soutěži MANAŽER ROKU nepřišla jen tak. Když hodnotíte výsledky Druchemy, zač byste sám sebe pochválil?

Sám sebe asi těžko, je na druhých, aby toto zhodnotili. Úspěch je však vždy výsledkem práce celého týmu. Nicméně si myslím, že za těch 15 let jsme společně se svými kolegy v Druchemě odvedli kus dobré práce, za který se rozhodně nemusíme stydět. A spousta další nás ještě čeká.

ptala se Eva Brixí



Úvěry jako cesta k rozvoji podnikatelských plánů

fin4Business

Je tomu více než rok, co se na českém trhu etablovala nová značka fin4Business, již založili Ing. Pavel Ráliš a Monika Fremuntová, dvě osobnosti dobře známé z české finanční scény. Zaměřili se na zprostředkovatelskou a konzultační činnost, a zejména sjednávání úvěrů, díky nimž mohou české firmy realizovat řadu odvážných podnikatelských projektů. Pod hlavičkou fin4Business byly zprostředkovány úvěry v objemu překračujícím hranici 1,4 miliardy korun.

Přestože banky i nebankovní subjekty deklarují, jak se snaží vyjít vstříc úvěrovým potřebám firem, v praxi není zas až tak jednoduché úvěr získat. Ani v době, kdy se o nutnosti podporovat například domácí malé a střední podnikatele mluví velmi otevřeně a často. Získání výhodného úvěru je spojeno s přísnými náležitostmi, jež mají v konečném důsledku ochránit nejen zdraví žádající firmy, ale též nepřivodit ztráty poskytovatelů. Skloubit podmínky tak, aby byly obě strany spokojené, je nejen o erudici a datech, ale také o perfektních znalostech trhu.

Oba tyto požadavky reprezentuje na české finanční scéně nová značka fin4Business. Ing. Pavel Ráliš, MBA, a Monika Fremuntová se léta pohybovali v čele známých úvěrových společností. Při sjednávání smluv museli respektovat mantinely, které rámovaly platformu možností příslušné společnosti. To bylo svým způsobem omezující. Proto se rozhodli jít vlastní cestou, hledat

a vytvářet podmínky, které by propojily hledisko žadatele i poskytovatele. Zaměřili se tak na vysoce individuální servis šitý na míru klientům a jejich požadavkům, přičemž se orientují zároveň na bezpečnost a návratnost úvěrů pro finanční instituce, které prostředky poskytují.

Renomovaní odborníci Pavel Ráliš a Monika Fremuntová se shodují, že dosavadní výsledky ukazují, proč jejich úsilí začíná nést první ovoce. Vedle zkušeností vsadili na kreativitu, vynalézavost při konstrukci každého jedinečného případu. Inovali 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.

K 28. únoru letošního roku, krátce po založení značky, zprostředkovali klientům úvěry v objemu přes 650 miliónů korun. Byl to slibný začátek. Letos v červenci se jim podařilo překročit hranici jedné miliardy korun. „Jsme rádi, že to vyšlo. Není to malá částka. Potvrdilo se, že stanovit si náročný cíl je výrazně motivační. 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 zapůjčené zdroje zúročí,“ sdělil Pavel Ráliš. „A těší nás, 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, rozjíždět nové neotřelé projekty a obohacovat svými počiny trh,“ dodal.



Ing. Pavel Ráliš, MBA

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 1,4miliardový obrát. „I toho se nám podařilo dosáhnout, i když cesta k takovému číslu byla vydlážděná řadou nepříznivých okolností, například covidovými restrikcemi, méně často jsme mohli jednat osobně, což je pro mne, který na komunikaci z očí do očí hodně sází, značná překážka,“ podotkl Pavel Ráliš.

„Úvěrový trh v této době není jednoduchý, i odborníci se prou, jak se bude vyvíjet v blízké budoucnosti. Podnikatelům turbulence světové ekonomiky nepřináší zrovna velký optimismus

a jistoty,“ sdělil Pavel Ráliš. „Přesto se snažíme, abychom pomohli na svět co největšímu počtu projektů. Abychom toho docílili, i nadále rozvíjíme vztahy s bankovními i nebankovními institucemi a jednou fintech platformou, jejichž vstřícnosti při hledání cesty, jak uspokojit potřeby investorů, si nesmírně vážíme,“ uvedl Pavel Ráliš. 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. Praxí jsme si ověřili, že reálný pohled na věc v kombinaci se vstřícností 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. Je pro nás velice důležité, když můžeme pomoci na svět zajímavým plánům, které budou mít v důsledku přínos nejen businessový, ale také celospolečenský,“

Aktivita fin4Business se dobře zapsaly do povědomí developerských společností, jimž jmenovaní odborníci vyřídili pružné financování bytové i komerční výstavby po celé republice. Dále napomohly řadě investic. Obě jmenované osobnosti by se v budoucnu rády orientovaly také na financování rozvoje některých značek-stálic nebo i těch nově na českém trhu vznikajících. „Když vidíme, co konkrétního se na základě naší práce posléze odehrává, třeba projekt nového bytového domu nebo investičního záměru, u kterého jsme díky financování byli v prvopočátku, je nám jasné, že jsme našimi schopnostmi přispěli k novému podnikatelskému příběhu, a to nás naplňuje“ uzavřel Pavel Ráliš. (tz)

Šaliny na výhybkách z metropole: Pražská strojírna dodává do Brna

S produkcí z výrobních hal v pražské Víněři se vyjma zahraničních metropolí potkáte i napříč městy České republiky. Brno finančním objemem své objednávky letos pokořilo u Pražské strojírny svůj rekord. Součástí zakázky pro druhé největší město Česka je 37 výměn a 37 výhybkových systémů, žlábkovací profily a další drobné náhradní díly. Dodávka je součástí projektu Šalinou na kampus.



Zakázka tvořila 29 tramvajových výměn odbočného rádiu 50 m, dále tři výměny odbočného rádiu 100 m, dvě výměny odbočného rádiu 150 m a tři splátkové rozřazovací výměny délky 9,4 m. K výměnám bylo dodáno 21 motorizova-

ných výhybkových systémů VSP-1-K a 16 ks manuálních výhybkových systémů VS-20. Součástí zakázky bylo i 120 m žlábkovacího profilu Spurrillenschien 549 (nazýván Krug) a drobné náhradní díly. „Polovina z naší letošní celkové pro-

dukce je zaslavněna naší mateřské společností Dopravnímu podniku hlavního města Prahy. Čtvrtinu pak tvoří export plus doplňková výroba, druhou čtvrtinu zbytek České republiky. Dodávka pro město Brno je letos svým finančním objemem rekordní,“ řekl Robert Masarovič, předseda představenstva a generální ředitel Pražské strojírny a. s. „Ačkoliv v Brně jezdí šaliny, na naše výrobky jim pasují tak jako tak,“ dodal.

Výrobky jsou určeny pro novostavbu tramvajové tratě z ulice Osová na Kampus. Jde o součást projektu Šalinou na Kampus, který je realizovaný pod záštitou Ministerstva dopravy a Evropské unie. Projekt si klade za cíl zjednodušení, zrychlení a zefektivnění hromadné dopravy v Brně. Výhybky povedou na nově budovanou tramvajovou trať a do taktéž nově budovaného

tramvajového tunelu. Po zprovoznění celé stavby získá oblast Kampusu přímé tramvajové spojení s hlavním nádražím v Brně. Další významná část dodávky bude určena pro tramvajový trojúhelník u kulturního centra Semilasso a pro běžnou údržbu tramvajových tratí.

Objednavatelem zakázky jsou Dopravní stavby Brno a.s., které jsou považovány za jednu z nejvýznamnějších stavebních firem v oblasti tramvajových tratí v Brně. Díky této zakázce se město Brno stává pro Pražskou strojírnu dalším letošním českým rekordmanem. Dodávky pro česká města tvoří letos značnou část výroby Pražské strojírny. První příčku drží město Plzeň, jelikož dodávka pro plzeňskou Vozovnu Slovan je jednoznačně nejvýznamnější a největší zakázkou roku. (tz)

Češi přijeli na EXPO 2020 oživit poušť, LASVIT přivezl déšť zlatých světél

Česká výprava přivezla do Spojených arabských emirátů nejzářnější klenot pouště – vodu. Světelná instalace Zlatý déšť je uměleckým ztvárněním procesu výroby vody ze vzduchu. Instalaci pro český pavilon vytvořila sklářská a designérská společnost LASVIT, která je partnerem českého pavilonu na výstavě EXPO 2020.

Instalace Zlatý déšť je podobně jako stejnojmenná rostlina doslova vrostlá do interiéru pavilonu. Svým tvaroslovím rovněž navazuje na architektonické pojetí domu, jehož součástí jsou viditelné struktury symbolizující tok energie a vody. „Sklenná instalace má tvar zlatých lán a perfektně doplňuje design celého pavilonu. Jednotlivé „stvolý“ připomínají spletné svazky hadic, které procházejí celým pavilonem a umožňují jeho fungování,“ vysvětlil koncept

světelné instalace kreativní ředitel LASVITu Maxim Velčovský, jenž plastiku ze skla a kovu pro pavilon navrhl.

Český pavilon prezentuje, že dokážeme vyrobit vodu ze vzduchu a nechat rozkvést i poušť. Systém S.A.W.E.R. funguje na principu kondenzace a horký pouštní vzduch přeměňuje na životadárnou tekutinu. Plastika LASVITu pomocí dynamického nasvícení pulzuje světlem a budí dojem, že skrze ni voda stéká do nitra domu. „LASVIT vždy zastával filozofii propojování inovací s nejvyšší kvalitou při respektování zásad udržitelnosti, proto jsme hrdým partnerem českého pavilonu na EXPO 2020. Jsem rád, že tentokrát jsme se jako Češi spojili a pomáháme propagovat ve světě něco tak prospěšného a ambiciózního, jako je dar vody do pouště,“ řekl generální ředitel společnosti LASVIT Aleš Stýblo.

Instalace prochází dvěma patry pavilonu a dosahuje výše až šesti metrů. Celková hmot-

nost činí 1600 kg. Sestává z desítek skleněných závesů, které jsou obaleny v pozlaceném opletu, a více než 1000 kusů LED modulů. V součtu bylo na oplet použito přes 800 metrů mosazného pletiva. Barevné ladění instalace koresponduje s hi-tech vybavením pavilonu.

„Zlatá barva, kterou využívám v instalaci, vychází z funkčního systému zlatavých membrán, na kterých v rámci zařízení S.A.W.E.R. kondenzuje voda. Historicky světové výstavy prezentují vedle technologického pokroku také inovace na poli řemesla, užitého umění a designu. Mým záměrem bylo dekorativní část expozice složit z čistě technických principů a přístupů. Výsledná kompozice tak sestává ze speciálního kovového opletu, který zvenku chrání komponenty z borosilikátového skla, jež se běžně používá v laboratořích a ve vědeckém výzkumu. Ona dekorativní součást je tedy složena z technických materiálů, povrchů a principů, čímž navazuje na

tradiční řemeslné zásady,“ popsal podstatu vzniku instalace Maxim Velčovský. Lukáš Černý, generální ředitel LASVITu pro oblast Blízkého východu a jihovýchodní Asie, dodal: „Hlavním posláním LASVITu je povznést každého vytvářením jedinečných prostorových zážitků, které pohládí duši každého člověka, jenž se v prostoru ocitne. Věříme, že naše instalace Zlatý déšť významně přispěje k šíření dobrého jména České republiky, a především pak českého sklářství, na mezinárodní scéně.“

LASVIT vytvořil instalaci v duchu tématu EXPO 2020, které zní Connecting Minds, Creating the Future. „Organicky působící instalace je designovým zpracováním environmentální tematiky a zároveň propojením tradičního sklářského řemesla s moderními technologiemi. Zlatý déšť je v duchu udržitelnosti a souznění s přírodou vyroben z ekologických materiálů, jako jsou kov a sklo. (tz)

Pod hlavičkou PENNY 26 oceněných potravin

Pro mnohé české výrobce potravin se stala soutěž Česká chuťovka výbornou příležitostí, jak před odbornou veřejností předvést své špičkové speciality, zajímavosti, novinky. Ať už jde o pečivo, zákusky, sýry, klobásky, tlačanky, víno, pivo, kávu, nanuky, zeleninové saláty, kečupy, nebo třeba džemy. S přihlášenými výrobky uspějí mnozí, a to proto, že kvalita potravin se určitě zlepšuje, a s tím také jejich chuť, což je v tomto případě jediné měřítko hodnocení. Mezi ty, kteří se již několik let účastní, patří i některé řetězce, například PENNY. Ten letos vsadil dokonce na celou třicítku produktů, a s tou také uspěl. Tiskového mluvčího Tomáše Kubíka jsem se proto zeptala:

Letos jste přihlásili do České chuťovky opravdu hojnost výrobků. Proč tolik?

Soutěž Českou chuťovku jsme si oblíbili, protože dává prostor ke zviditelnění českých výrobců potravin a jejich sortimentu. My dlouhodobě české výrobky i výrobce podporujeme a s celou řadou z nich spolupracujeme. Myslíme si, že každá země by měla být hrdá na své firmy, které něco umí. O potravinářích v České republice se to dá říci stoprocentně, tedy že mají co nabídnout. Jsou také dobrými inovátory. Letos jsme přihlásili skoro 30 výrobků a tolik jich také získalo označení Česká chuťovka. Naším zákazníkům tím budeme moci mimo jiné ukázat, jak důležitá je pro nás nabídka domácích produktů a že nabízíme právě ty, které jsou vysoce kvalitní. To, že jsme v hodnocení uspěli, nás velmi těší a vážíme si toho. Shrnu-li to, pak bych řekl, že soutěže Česká chuťovka se účastníme již několikátým rokem z prostého důvodu. Abychom si ověřili a našim zákazníkům ukázali, že výrobky pod našimi privátními značkami vyráběné ve



spolupráci s českými dodavateli jsou vysoce jakostní a chutné. Celá řada dalších ocenění nás v tom pravidelně utvrzuje a věříme, že jsou dobrým vodítkem i pro kupující.

Byly mezi nimi i ty, kterým se říká raw. Mají o ně lidé stále velký zájem?

Mezi zákazníky dlouhodobě roste zájem o produkty zdravé výživy, proto naši nabídku rozšiřujeme i v tomto směru. V letošním roce jsme například uvedli celou řadu novinek pod privátní značkou my Bio. Raw výrobky jsou rovněž jednou z cest, jak jídelníček obohatit něčím novým, co kondici člověka rozhodně prospívá. Vyhledávají je zpravidla mladší věkové skupiny a ti, kteří na skladbu toho, co jedí, hodně dbají. Oblíbené jsou nejrůznější tyčinky, které poslouží jako svačinka či doplněk energie, který je stále po ruce.

Ocenění získalo i mnoho vašich uzenářských dobrot, od šunek až po špekáčky. Jsou Češi stále milovníci tohoto sortimentu?

I když jsem říkal, že narůstá zájem o produkty zdravé výživy, řada českých zákazníků nedá dopustit na tradiční kuchyni, kam uzeniny rozhodně patří! Určitě to tedy není kategorie, která by se krčila někde v koutku. Právě naopak! Naším zákazníkům nabízíme velký výběr vysoce kvalitních uzenářských specialit. A našich letošních 12 oceněných produktů jasně svědčí o tom, že to jsou výrobky chutné, takové, které lahodí českému vkusu.

Základním kritériem této soutěže je, zda výrobek chutná. Musí tedy být kvalitní, ale zároveň se musí trefit do požadavku na chuť široké zákaznické obce. Podle jakých pravidel?

del zavádíte novinky na trh? Je jedním z hlavních požadavků také chuť?

Rozhodování zákazníků o koupi produktů ovlivňuje celá řada faktorů. Důležitý je vyvážený poměr ceny a kvality nebo čerstvost. Neméně důležitým hlediskem je ale i chuť. Představte si, že byste si mohli koupit produkt vyrobený z těch nejkvalitnějších surovin, a to za skvělou cenu, ale byl by zcela bez chuti. Předpokládám, že by zájem nebyl příliš velký. Proto našim zákazníkům dlouhodobě nabízíme produkty, které mají rádi, a to za výhodné ceny. Zároveň sortiment neustále osvěžujeme novinkami. To je ten správný recept na to, aby zákazníci byli spokojeni a opakovaně se do našich prodejen rádi vraceli.

Česká chuťovka se stala platformou, kde se dá dobře měřit s konkurencí. Je to i přehlídka umu domácích potravinářů a jejich inovačních aktivit. Co vám za poslední roky toto klání napovědělo?

Vidíme, co dělají ostatní, můžeme se s nimi porovnat, poučíme se. Poměříme se s konkurencí. S některým výrobcem navážeme obchodní vztah, abychom jeho produkty i naším prostřednictvím dostali do povědomí spotřebitelů. Podle novinářské ceny poznáme, co chutná zastupcům médií, což je také jedno z hledisek, o kterých stojí za to přemýšlet. Zajímavé je, že Ceny novinářů si výrobci velmi považují. Každopádně je Česká chuťovka přehlídkou velmi rozmanité palety potravinářské produkce, která inspiruje, nabízí nové kontakty, vztahy, ať již obchodní, nebo osobní. Při předávání ocenění vždy panuje velmi srdečná nálada, pro zúčastněné to bývá skutečný zážitek. A ten, kdo se umí dívat kolem sebe, určitě má posléze o čem přemýšlet. Třeba právě o inovacích.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Až 78 % online Čechů nakoupí vánoční dárky na internetu

Objednat vánoční dárky na internetu je v Česku běžná záležitost. Jak potvrdil výzkum Asociace pro elektronickou komerci (APEK), objednat balíček pro své blízké v e-shopech plánuje letos 78 % Čechů. Ti se chystali nakupovat ve velkém již v listopadu, nejčastěji přitom budou vkládat do virtuálních košíků hračky.

Panelový výzkum mezi více než 1300 spotřebiteli ukázal, že téměř 6 % z nich nakoupí na internetu všechny letošní dárky. „Většinu dárků v e-shopech letos v součtu objedná 41 % nakupujících. Alespoň některé pak zakoupí v internetových obchodech dalších 37 %,“ komentoval výsledky

výzkumu výkonný ředitel APEK Jan Vetyška. Nejčastěji budou vánoční nákupy vyřizovat online nakupující ve věku 25 až 34 let. „V této věkové kategorii pořídí většinu letošních dárků po internetu téměř 56 % respondentů.“ Češi letos plánují být s přípravou na Vánoce v předstihu. Na otáz-

ku, v jakém období se chystají objednat většinu dárků, totiž zákazníci internetových obchodů nejčastěji uvedli druhou polovinu listopadu. „Zkušenost posledních let ukazuje, že roste zájem o nakupování v období okolo Black Friday a dalších slevových akcí. Zároveň chtějí mít spotřebitelé klid, a dárky proto objednávat ve větším předstihu. Na druhou stranu ale víme, že některá předsevzetí neplatí stoprocentně. Proto předpokládáme, že i první dva prosincové týdny budou z hlediska obrátů patřit k vrcholům celého roku,“ doplnil Jan Vetyška. A jaké zboží budeme do ko-

šíků internetových obchodů vkládat nejčastěji? 40 % respondentů uvedlo, že na Vánoce objedná alespoň jednu hračku. Dalšími jsou pak knihy (39 %), kosmetika, produkty pro zdraví a krásu či parfém (32 %), oblečení a boty (31 %), a také vstupenky na nejrůznější akce (28 %). „I když Češi budou nejvíce objednávat hračky, největších obrátů dosáhnou e-shopy tradičně v kategoriích elektronika, mobilní telefony či bílé zboží, a rovněž notebooky a počítače. Také letos čekáme rekordní výsledky a meziroční růst nejméně o 17 %,“ uzavřel Jan Vetyška. (tz)

Zemědělcům trápí drahé palivo, trasy nechávají plánovat počítačem

Náklady na provoz zemědělských strojů stouply za poslední měsíce až o třetinu. Oproti loňskému roku toho navíc traktory najezdí více – důvodem jsou změny ve výsadbě plodin u velkých polí. Farmy proto hledají cesty, jak ušetřit. Plánovat nechávají počítač, zároveň hlídají reálnou spotřebu strojů. Podle startupu Agdata – nejrozšířenějšího českého řešení pro precizní zemědělství – stoupla poptávka po kontrole spotřeby asi pětinašobně.

Větší česká farma s obvyklým zaměřením (tedy především s rostlinnou výrobou nebo s menší částí živočišné výroby) v průměru spotřebuje podle měření systému Agdata asi 120 litrů paliva na jeden hektar ročně. Jeden stroj ujede za rok mnohdy tisíce až desetitisíce kilometrů. Rozpočteno na absolutní čísla musí takováto tisícíhektarová farma počítat s investicí do paliva kolem tří miliónů korun ročně. Při 30% nárůstu cen si tedy musí připlatit celý milión korun za rok.

Jedním z mála možností, jak nárůst cen kompenzovat, je zefektivňovat trasy strojů, aby

v průběhu dne při stejné práci najezdily méně. Jak to funguje v praxi? Jakýkoli stroj jakéhokoli stáří – ať už traktor, kombajn, nákladní auto, nebo třeba vlečka – je možné jednoduše osadit inteligentní telematickou jednotkou. Ta dokáže v reálném čase předávat data o rychlosti stroje nebo soupravy a také její polohu s přesností až na deset centimetrů, zároveň s propojením na can bus – tedy hlavní datovou směrnicí stroje – dokáže pracovat s aktuální spotřebou.

Systém díky tomu může přesně naplánovat kompletní trasu stroje. To znamená nejen jeho přesun na pozemek, ale také jeho jízdu po něm. Díky tomu může zemědělec organizovat a optimalizovat práci na úrovni celé strojové flotily. Oproti ručnímu plánování tras je takto možné denně šetřit desítky kilometrů, které stroje najedou. Úspora paliva se díky výpočtům tras pohybuje kolem 8–10 %.

„Šetřit palivo je dnes potřeba víc než kdykoli jindy a zemědělci si to uvědomují. Poptávka v této oblasti stoupla asi pětinašobně. Jen počet kilometrů, které musí stroje najezdit, stoupl kvůli legislativním úpravám výsevu plodin a protierozním vyhláškám za poslední roky asi

o 12 %. A to i v případě, kdy trasy plánuje chytrý algoritmus. Když je někdo plánuje pocitově, může najezdit ještě výrazně víc,“ vysvětlil Jiří Musil, CEO Agdata.

Plánování tras a optimalizace využití zemědělských strojů však není jediné místo, kde se zemědělci snaží hledat úspory. Stále větší zájem je také o automatickou kontrolu spotřeby jednotlivých strojů. Čidla dnes jednoduše dokážou hlídat objem spotřebovaných pohonných hmot pracovního stroje, porovnávat ho s údaji o tankování a také daty, které dodávají telematické senzory. V případě, že se data neshodují, dostává vedení podniku ihned zprávu.



„Poptávek na instalaci kontrolních systémů nám chodí desítky měsíčně. Z informací, které máme od farmářů, vyplývá, že rostoucí ceny paliva pravděpodobně stojí za nárůstem drobných krádeží. Nafta mizí jak ze zásobníků, tak přímo nádrží strojů. Je třeba si uvědomit, že stále více farem kvůli nedostatku pracovní síly najímá brigádníky, takže mezilidskou důvěru v takovém případě bohužel musí nahradit automatická kontrola,“ zmínil Jiří Musil. „V některých případech provozní nebo účetní teprve po nasažení automatického systému zjistí, že jim touto cestou mizely každý měsíc litry nafty v tisícíkorunových částkách.“

Podle Jiřího Musila se i díky rostoucím cenám paliva více ukazují přínosy digitalizace v zemědělství. A to nejen kvůli zmíněným kontrolám – data o spotřebě a pohybu strojů totiž umožňují farmářům dopodrobna plánovat nákup paliva v závislosti na plánování jednotlivých prací. Dává jim data pro vyjednávání o cenách nafty a zároveň dokáže dopředu určit, jakým podílem se budou pohonné hmoty na pracích podílet. To zase může vést k úpravě marží, aby se podnik nepropadal do ztráty. (tz)

Abychom byli klientům ještě více užiteční

Také Hasičská vzájemná pojišťovna, a.s., nabádá klienty k tomu, aby se věnovali svým pojistným smlouvám, a reagovali tak na změny, které se v jejich životech, firmách, domácnostech odehrávají. Pravdou totiž je, že jak loňský, tak letošní rok uspíšil některé priority jak běžným spotřebitelům, občanům, tak firmám, organizacím i obcím. Pootočil náš životní styl, učí nás uvažovat v jiných dimenzích, jinak nahlížet na vlastní zdraví, majetek, vztahy. A podle toho bychom měli inovovat i naše pojistné smlouvy. Nejen o tom však byl rozhovor s Ing. Vladimírou Ondrákovou, obchodní ředitelkou Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.:

Mohla byste charakterizovat závěr letošního roku ve vaší pojišťovně? Byl to i přes různá covidová úskalí rok úspěšný?

Určitě jsme nepodlehli nárkům a v určitých okamžicích jakési celospolečenské hysterii z toho, že žijeme v době pandemie. Snažili jsme se situaci pochopit a tomu přizpůsobit naši práci. Samozřejmě i pro nás bylo a je covidové období dlouhé a náročné, ale podstatné je, že nepřerušilo činnost pojišťovny. Pobočky zůstaly otevřené, samozřejmě za zachování příslušných hygienických opatření, a stejně jako ředitelství, i nadále vykonávaly veškerou svou agendu a byly k dispozici zákazníkům. Tato doba nám rozšířila i obzory, a to především v používání moderní techniky a technologie, zejména nám přišly vhod videokonference, a to i při jednání s klienty. Ale i se 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 obslužnost zákazníků, i když se tak převážně dělo právě prostřednictvím online nástrojů.

Vypozorovali jste, o jaké pojištění projevovali klienti největší zájem?

Pokud bychom se podívali na požadavky našich klientů obecně, nejvíce frekventovaným pojištěním je pojištění majetku a také pojištění odpovědnosti. A to platí i pro města a obce. I tyto klienti si pojišťují svůj majetek (obecní majetek) a k tomu často i odpovědnost nejen obecních zaměstnanců, ale také volených zastupitelů. Pro tyto účely se nejlépe hodí naše Pojištění samosprávných celků. Lze jím pojistit budovy, jejich vybave-



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

ní, strojní a vozový park, stejně jako specifický majetek, jako jsou inženýrské a speciální stavby, veřejné osvětlení, městský mobiliář nebo třeba parkovací automaty. Součástí je i široké spektrum odpovědnostních pojištění za újmu vyplývající z vlastnictví a provozování nemovitostí a majetku obce, ale také odpovědnost osob, jako jsou obecní zaměstnanci nebo zastupitelé obcí. Z přání nových klientů jsme vycítili, že jejich životy se v době, kdy zápasíme s covidem, změnil. K dobře známým nejistotám přibýly i nové.

Oč přesně jde? Týká se to třeba vybavení domácností, chat a chalup? Mění se životní styl lidí? A snaží se to promítnout i do svého pojištění?

Ano, přesně tak to je. Spolu s plněním pracovních povinností z domova, zajištěním distanční výuky 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 neobvyklou událost.

Reagujete na nové situace?

V listopadu, jsme spustili další inovovaný produkt občanského pojištění – „balíček“ KOMBI. I nadále jde o Komplexní pojištění občanů, oproti původnímu pojištění jsou u typu pojištění KOMBI nově nastavené limity pojištění, nová pojistná nebezpečí, a součástí je i nově nastavená asistence. Například nově možnost pojistit u domácnosti studentské ubytování, ztrátu vody a u pojištění staveb je to např. připojištění hřbitovní stavby či zahradní architektury. V dodatkové asistenci je nově zahrnuta asistence na kolo a telemedicína. Jinými slovy: inovujeme, abychom byli klientům ještě více užiteční.

Změnil se pod vlivem pandemie nějakým způsobem vztah firem a organizací k pojištění?

U našich klientů, kteří využívají produkty pojištění podnikatelských rizik, skutečně došlo k jistému posunu. 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. Odlišná situace ale panuje ve firmě, která je živá z výroby a manuální práce zaměstnanců, je závislá na dodávkách materiálu a expedici výrobků do prodeje. Každý, jen trochu ekonomicky uvažující manažer, ví, že pojištění plní svoji funkci jen tehdy, je-li průběžně aktualizováno. Jenže to je právě to, co je v současné době pro leckteré firmy dost problematické. Řada podnikatelů totiž neví, jak to bude dál a co se jim do budoucna vyplatí držet a co pustit. My se snažíme našim firemním klientům vyjít maximálně vstříc a být jim nápomocní nejen odbornou radou, ale samozřejmě také operativním řešením jejich požadavků při změnách pojistných smluv. Drobní podnikatelé, kteří nemají zázemí velkých korporací, to mají v současné době nejsložitější. Musí vše, tedy i pojištění, zvažovat obzvlášť pečlivě. Tito klienti mohou u nás využívat pojištění FORTEL, které nabízí pojištění majetku, movitých věcí a odpovědnosti za újmu. Podnikatelé si mohou vybrat různé varianty, tedy rozsah pojištěných rizik. Čeho si podnikatelé u tohoto produktu hodně cení, je možnost snadno a rychle pojistnou smlouvu přizpůsobovat podle aktuálních potřeb.

Co čeká Hasičskou vzájemnou pojišťovnu v roce 2022? Nač byste se rádi zaměřili a proč?

Budeme se snažit být opět profitabilní, pečovat o uchování početného pojistného kmene v oblasti pojištění staveb, domácností a odpovědnosti u právnických i fyzických osob. Tomu napomůže i vhodná marketingová podpora. Rádi bychom rozšiřovali distribuční kanály, a více pozornosti hodláme věnovat obyvatelům venkova, což jsou naši tradiční klienti, kterým za ta léta opravdu rozumíme. I v budoucnu chceme zajišťovat neustále perfektní servis klientům a obchodním partnerům a velmi budeme dbát na kvalitu likvidace pojistných událostí a samozřejmě správné pojistných smluv. Znít to možná příliš obecně, ale náš záměr je jasný: precizovat služby tak, aby v nás pojištěné subjekty měly oporu v jakékoli situaci, tedy když se daří, i když je hůře.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Česká leasingová a finanční asociace oslavila 30 let

Jedna z našich nejstarších finančních oborových institucí, Česká leasingová a finanční asociace, oslavila 30. výročí založení. Asociace sdružuje největší tuzemské poskytovatele leasingu, nebankovních úvěrů a factoringu.

Členové ČLFA za uplynulých třicet let poskytli podnikům i domácnostem formou leasingu, úvěrů nebo factoringu 3,4 biliónu korun. Po překonání covidové krize vidí největší výzvu v pozvolném přechodu na bezuhlíkovou ekonomiku, který se neobejde bez masivních investic. „Řada firem, hlavně malých a středních, bude tyto investice realizovat prostřednictvím produktů našich členů. Jsem přesvědčená, že jim dokážou nabídnout atraktivní financování. Pozitivní roli by v tom měly sehrát i vládní podpůrné programy, jejichž možnou podobu bychom chtěli v nejbližších měsících prodiskutovat s příslušnými ministerstvy,“ řekla předsedkyně představenstva asociace Jana Hanušová.

Asociace si své kulatiny připomněla 19. října na slavnostním setkání v Praze, kterého se zúčastnili top manažeři členských společností i přední zástupci státních institucí a partnerských organizací. Gratulaci pronesl také viceguvernér České národní banky Tomáš Nidetzský.

ČLFA je nepolitické profesní sdružení, které se systematicky a dlouhodobě zabývá podporou

produktů určených k financování firemních investic i firemního provozu a k financování služeb či zboží pro domácnosti. Důraz přitom klade na dodržování obchodních zvyklostí a zásad odpovědného financování. Zastřešuje společnosti, které realizují přibližně 90 % objemu obchodů na našem nebankovním trhu. První členská schůze asociace proběhla 17. září 1991. Tehdy sdružovala leasingové firmy z celého Československa a nesla název Asociace leasingových společností České a Slovenské federativní republiky.

„Od té doby se hodně změnilo, ale původní poslání asociace přetrvává – nadále hájíme zájmy členských společností s cílem prosazovat takové legislativní a daňové prostředí, které jim umožní poskytovat kvalifikované a z hlediska klientů bezpečné financování podniků a domácností. Po celou dobu jsme respektovaným partnerem státu při řešení souvisejících otázek. Naposledy se to potvrdilo i během jednání o ochraně klientů před ekonomickými dopady covidové krize,“ konstatovala Jana Hanušová.

V době vzniku asociace nabízely členské společnosti takřka výhradně leasing. Od roku 1991 do současnosti profinancovaly prostřednictvím leasingu investice do strojů, zařízení a dopravních prostředků za 1,8 biliónu korun (měřeno výší pořizovacích cen bez DPH). Dosavadní objem leasingu nemovitostí činí 130 miliard korun.

V souladu s úpravami legislativního rámce a s přirozeným vývojem finančního trhu docházelo postupně ke změnám ve struktuře nabídky členských společností. Původně jediný produkt, leasing, začaly doplňovat a částečně nahrazovat jiné nástroje, zejména podnikatelské úvěry. Koncem 90. let asociace rozšířila svou působnost i na oblast spotřebitelských úvěrů.

Od roku 2001 poskytli členové asociace klientům prostřednictvím podnikatelských úvěrů přes 617 miliard korun a pomocí spotřebitelských úvěrů více než 620 miliard korun.

Od roku 2005 se členská základna ČLFA rozšířila o factoringové společnosti. Celková výše pohledávek, které klienti prostřednictvím factoringu postoupili na členy ČLFA, dosáhla 2,3 biliónu korun. Členské společnosti asociace jim za tu dobu formou factoringu poskytly 307 miliard. Od samého počátku leasingového trhu jsou klíčovou skupinou financovaného zboží automobily. Počínaje rokem 1991 dodnes profinancovaly členské společnosti ČLFA firmám a domácnostem 4,2 miliónu automobilů nebo jiné dopravní techniky, na které jim půjčily 1,8 biliónu korun.

Současný název, který reflektuje zmiňovaný vývoj, používá asociace od roku 2005. V souladu s konsolidací finančního trhu se vyvíjela i členská základna – od šesti zakládajících členů přes 129 členských firem na konci 90. let až po současných 39. „Mezi členy asociace najdete až



Jana Hanušová, předsedkyně představenstva ČLFA

na několik málo výjimek všechny významné hráče působící na nebankovním trhu. Přitom velkou část našich členů tvoří trošku paradoxně dceřiné společnosti bank. Také proto se můžeme srovnávat s bankovními produkty, pokud jde o jejich cenu, transparentnost a etiku podnikání. O tom, že naše produkty jsou v tomto ohledu s tradičními bankovními nástroji zcela rovnocenné, hovoří analýzy nezávislých subjektů, například organizace Člověk v tísni. Nabídka našich členů je tedy etablovanou a přirozenou součástí finančního trhu v České republice. Pro některé zákaznické skupiny, zejména malé a střední podniky, jsou produkty našich členů jen velmi obtížné nahraditelné,“ dodala Jana Hanušová. (tz)

IP mediační centrum Praha bilancuje úspěšný rok 2021



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce
s Úřadem průmyslového vlastnictví

IP mediační centrum Praha, zapsaný ústav, se od svého založení 30. listopadu 2020 úspěšně v roce 2021 etablovalo ve všech oblastech své hlavní činnosti (čtyři základní pilíře):

1. Poznatky o ochraně IP

Ústav úspěšně zprostředkovával malým a středním podnikům, jakož i vysokým školám, univerzitám, výzkumným a vývojovým organizacím, odborné veřejnosti z řad vynálezců a dalším zájemcům poznatky o ochraně duševního vlastnictví, know-how a obchodního tajemství, jakož i problematice nekalé soutěže, a způsobech alternativního řešení sporů (ADR), zejména formou mediací. Spolupracoval přitom s malými a středními podniky, vysokými školami a dalšími organizacemi, které se na činnosti Ústavu podílejí.

2. Znalostní podpora

Ústav se systematicky zaměřoval na získávání informací a podpory od WIPO, EUIPO, ÚPV v oblasti ochrany duševního vlastnictví a mediací. Úzce přitom spolupracoval také s Úřadem průmyslového vlastnictví při vyhledávání možností, jak využívání ADR metod začlenit do procesů týkajících se ochrany duševního (a zejména průmyslového) vlastnictví, a to jak v řízeních před ÚPV, tak v řízeních následných. ÚPV přitom podporoval zřizování externích ADR služeb na národní úrovni, zvyšování povědomí o službách ADR mezi uživateli systému ochrany duševního vlastnictví a posiloval aktivní spolupráci s dalšími partnery na mezinárodní, regionální a národní úrovni.

3. Přednášková a publikační činnost

Ústav zajišťoval a zprostředkovával přednáškovou činnost v oblasti alternativního řešení sporů a ochrany duševního vlastnictví ve spolupráci s Úřadem průmyslového vlastnictví, Evropským úřadem pro duševní vlastnictví, Světovou organizací duševního vlastnictví a dalšími organizacemi. Pokud jde o publikační činnost, Ústav publikoval celou řadu popularizačních článků, zejména na stránkách Prosperity, jako svého hlavního mediálního partnera, a v dalších médiích. Zájemcům o informace Ústav pravidelně předával informace také ze svých webových stránek a specializovaných informačních portálů, se kterými spolupracuje, jako jsou www.vedavyzkum.cz a www.iprosperita.cz.

4. Služby mediátorům

Ústav zprostředkovával zájemcům o činnost mediátora odborné znalosti v oblasti ochrany duševního vlastnictví a školil je pro oblast duševního vlastnictví ve spolupráci zejména s WIPO, EPO, EUIPO a ÚPV. Ústav začal organizačně a technicky podporovat provádění mediací

v oblasti ochrany duševního vlastnictví prostřednictvím proškolených mediátorů podle pravidel (ADR) IP mediačního centra Praha, a to vytvořením seznamu IP mediátorů a expertů a zveřejněním tohoto seznamu na webových stránkách Ústavu. Za tímto účelem ve spolupráci s Českou advokátní komorou a Komorou patentových zástupců České republiky proškolil první skupinu čtyřiceti advokátů-mediátorů a patentových zástupců.

Ve spolupráci s Českou asociací franchisingu proběhl také úspěšný dvoudenní kurz franchisingu pro mediátory. Kurzu se účastnili advokáti-mediátoři, patentoví zástupci a zástupci franchisingových konceptů. Byla navázána úzká spolupráce se správní radou České asociace franchisingu, která podporuje prosadit mediace do standardní nabídky pro své členy. Ústav prostřednictvím specializovaného Kurzu mediace pro patentové zástupce aktuálně připravuje tyto IP specialisty k zápisu do seznamu IP mediátorů vedeného Ústavem a ke zkouškám zapsaných mediátorů podle zákona č. 202/2012 Sb., o mediaci.

Plány na rok 2022

Dlouhodobým cílem Ústavu je podporovat ochranu duševního vlastnictví mezi malými a středními podniky, na univerzitách, vysokých školách a ve veřejných výzkumných organizacích, a to ve fázi výzkumu, vývoje a inovací, jakož i při transferu poznatků a technologií do aplikační sféry, a cíleně podporovat řešení sporů v oblasti ochrany duševního vlastnictví formou ADR metod, zejména formou mediací. Rozhodující úlohu v tomto procesu má spolupráce Ústavu s ÚPV, WIPO, EUIPO, AMSP ČR a dalšími organizacemi a odborníky v oblasti duševního vlastnictví a mediací. Ústav chce být leaderem tohoto procesu a udávat mu za podpory těchto organizací na území ČR tempo. Hodlá soustředit odborníky na nejvyšší možné úrovni kvalifikace pro oblast ochrany duševního vlastnictví a mediace v této oblasti.

Ústav usiluje o to, aby jeho jednání bylo vždy společensky užitečné, odpovědné a etické. Za tím účelem vytváří skvělý a kompetentní tým spolupracovníků, IP mediátorů a síť podporovatelů ze strany státních i nestátních institucí, České advokátní komory, Komory patentových zástupců a dalších organizací. Ústav aktivně bude i nadále zprostředkovávat odborné veřejnosti poznatky o ochraně duševního vlastnictví, know-how a obchodního



tajemství, jakož i oblasti nekalé soutěže, poznatky o alternativním řešení sporů, zejména formou mediací. Bude provádět i výzkumnou činnost ve spolupráci s vysokými školami a výzkumnými organizacemi v oblasti alternativního řešení sporů a ochrany duševního vlastnictví.

Ústav bude i nadále systematicky shromažďovat znalostní podporu zejména od Světové organizace duševního vlastnictví (WIPO), Evropské patentové organizace (EPO), Úřadu pro duševní vlastnictví Evropské unie (EUIPO) a Úřadu průmyslového vlastnictví (ÚPV). Bude také zajišťovat přednáškovou a publikační činnost v oblasti alternativního řešení sporů a ochrany duševního vlastnictví a zprostředkovávat mediátorům a dalším zájemcům odborné znalosti a školení v oblasti ochrany duševního vlastnictví.

Také bude dále rozvíjet na svých webových stránkách www.ipmediace.cz specializovaný portál, který již nyní umožňuje stranám sporu vyhledat vhodného IP mediátora uvedeného na seznamu Ústavu a požádat jej o provedení IP mediace. Ústav organizačně a technicky zabezpečuje provoz tohoto portálu a aktivně vyhledává příležitosti pro IP mediátory k uzavření smlouvy o provedení mediace.

Ústav se bude v roce 2022 aktivně podílet na akcích pořádaných EUIPO a WIPO k proškolení IP mediátorů a prosazování mediací v oblasti ochrany duševního vlastnictví. Ústav se bude ve spolupráci s ÚPV také podílet na legislativním procesu podporujícím zavedení mediací v oblasti ochrany duševního vlastnictví v rámci České republiky. Ve spolupráci s Komorou patentových zástupců České republiky, Českou advokátní komorou a dalšími profesními, zájmovými a neziskovými organizacemi bude Ústav i nadále prosazovat provádění IP mediací ve sporech s prvkem duševního vlastnictví tak, aby se tento alternativní způsob řešení sporů v oblasti ochrany duševního vlastnictví stal běžným a vyhledávaným způsobem řešení konfliktů mezi stranami.

Kontakty:

IP mediační 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 mediačního centra Praha,
zapsaný ústav

INZERCE

AKREDITACE PROVÁDÍME PRO:

- zkušební laboratoře
- kalibrační laboratoře
- zdravotnické laboratoře
- certifikační orgány certifikující produkty vč. procesů a služeb
- certifikační orgány certifikující systémy managementu
- certifikační orgány certifikující osoby
- ověřovatele výkazů emisí skleníkových plynů
- inspekční orgány
- poskytovatele zkoušení způsobilosti
- výrobce referenčních materiálů
- environmentální ověřovatele programu EMAS

www.cai.cz • www.facebook.com/akreditaceCR
+420 272 096 222 • Olšanská 54/3, 130 00 Praha 3

**ČESKÝ INSTITUT
PRO AKREDITACI, O.P.S.**

O zdraví vánočních stromů

V terénu i v laboratoři hodnotí experti z Lesnické a dřevařské fakulty MENDELU vánoční stromy. Aby byla instalace stromu bezpečná na vybraném místě, projde strom nakonec i zátěžovou analýzou. Nároky pořadatelů vánočních slavností se zpřísnily po roce 2003, kdy se zřítíl strom na Staroměstském náměstí v Praze. Experti MENDELU testují vánoční stromy v Praze, Brně a také v Kroměříži. Ke každému zpracují posudek, který vyžaduje terénní šetření v místě vzrůstu, místě instalace, laboratorní zpracování vzorků a vyhodnocení dat. Posudek v dřívější většině hodnotí jeho stav, kvalitu dřeva a skutečnost, zda je možné ho instalovat na náměstí. „Pořizujeme fotodokumentaci, měříme dendrometrické parametry, jako je výška, rozměry koruny, kmene. Šetrným způsobem odebíráme vzorek dřeva, kmen vyšetřujeme akustickým tomografem, a případně sondujeme průřez kmene mikrovrtáním,“ uvedl Ing. Jan Tippner, Ph.D., proděkan Lesnické a dřevařské fakulty MENDELU. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Noví držitelé ocenění za kvalitu v letošním roce jsou naší inspirací

Česká společnost pro jakost vyhlásila 1. prosince 2021 výsledky soutěží za kvalitu a inovace. ČSJ je nejen uznávaným vzdělávacím centrem pro získávání poznatků a šíření znalostí z oblasti systémů managementu, jejím posláním je také oceňovat organizace, které kvalitu šíří, kvalitou žijí a aktivně se zasazují o její implementaci.

ČSJ vyhláší výsledky prestižních ocenění za rok 2021 v soutěžích Ambassador kvality České republiky, Manažer kvality roku, CSR Guru, dále výsledky národního kola mezinárodní ceny inovací Quality Innovation Award, vítěze Ceny Františka Egermayera, Ceny Anežky Žaludové nebo Ceny za návrat do života. Partnerem letošního ročníku ceny Ambassador kvality České republiky je Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

Tradičně jsou ceny slavnostně předávány v rámci galavečera, který bývá součástí Dnů kvality. Ty se letos konaly online v podobě ve formě konference, která proběhla 1. a 2. prosince. Slavnostní předávání ocenění se uskuteční na jaře příštího roku.

Předsedkyně České společnosti pro jakost Elena Stibůrková při příležitosti vyhlášení výsledků uvedla: „Jsme velice potěšeni, že i v současné době jsou organizace, které si drží vysoký standard řízení a kvalitu vnímají jako svoji konkurenční výhodu i v současné nepříznivé době. Oceňujeme odvahu pochlubit se svými přístupy a novinkami v oblasti kvality, společenské odpovědnosti a inovací.“

Výsledky vyhlášených cen:

Ambasador kvality České republiky

Cena je určena organizacím, které nejen nadstandardně dbají o zajištění kvality svých produktů a služeb, ale které se navíc chovají odpovědně a aktivně napomáhají šíření a propagaci kvality. Cena určena je pro organizace bez rozdílu velikosti a sektoru.

Vítězem ceny v podnikatelském sektoru a nositelem titulu Ambassador kvality České republiky se stala pro rok 2021 společnost Kaufland v.o.s., která provozuje maloobchodní řetězec. Hodnotitelé ocenili zejména probíhající i již realizované projekty zlepšování, které mají prokazatelně pozitivní dopady na ty nejdůležitější zainteresované strany – zejména na zákazníky, na zaměstnance, na využívání lokálních dodavatelů, ale i na komunity občanů žijících v okolí prodejen. Pozitivně byly dále vnímány aktivity akcentující kvalitu potravinářských výrobků.

Vítězem ceny ve veřejném sektoru a nositelem titulu Ambassador kvality České republiky se stalo město Hranice, které leží v Olomouckém kraji. Hodnotitelé pozitivně vnímali především intenzivní oboustrannou komunikaci radnice s občany a flexibilní reakci na jejich potřeby. Radnice cílí svoje aktivity do oblasti „smart city“ s velkým důrazem na ochranu životního prostředí. Odpovědní pracovníci radnice se navíc osobně podílejí na aktivitách podporujících sdílení zkušeností a nástrojích kvality, tj. účastní se konferencí jako vystupující či jsou zapojeni do benchmarkingových aktivit.

Dalším v pořadí se stal Krajský úřad Jihomoravského kraje. Hodnotitelé ocenili jednak systematický přístup v oblastech kvality a společenské odpovědnosti a zapojení pracovníků úřadu do projektů zlepšování, včetně využívání modelu EFQM.

Další organizace přihlášené do ceny Ambassador kvality ČR nepřekonalý hranici 80 % potřebnou pro hodnocení.

K vyhlášeným výsledkům cen Ambassador kvality ČR výkonný ředitel České společnosti pro jakost Petr Koteň řekl: „Gratuluji všem oceněným organizacím, uspět v soutěži mohou jen



ti nejlepší. Organizace v rámci hodnocení dokladují aktivity na propagaci kvality, podporu inovací, uplatňování společensky odpovědných přístupů a zásad udržitelného rozvoje v podnikání. Současně byly také hodnoceny ekonomické výsledky a efektivita procesů a nastavených přístupů ke kvalitě.“

Quality Innovation Award – Mezinárodní cena inovací

Cena je vyhlášována ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu. Národním vyhláшателеm je Česká společnost pro jakost. Organizace mají možnost porovnávat svoji inovaci z mezinárodního pohledu, kdy se hodnotí především inovativnost ve smyslu míry novosti a použitelnosti v praxi, její účinnost a orientace na zákazníka. Národním partnerem ocenění je Asociace inovačního podnikání ČR.

Vítězem národního kola Quality Innovation Award v kategorii Malé a střední podniky se stala společnost z oblasti IT OKsystem a.s., softwareová společnost nabízející řešení pro systémy ve veřejné i podnikové sféře. V soutěži uspěla s inovací Checkbot, aplikace pro online monitoring. S využitím aplikace Checkbot je možné

ností je výroba a montáž těžkých horizontálních frézovacích a vyvrtávacích strojů. Společnost ŠMT a.s. byla úspěšná i v minulém ročníku. Oceněnou inovací je Vyvrtávací zařízení IWD 500 NC. Jde o novou generaci zařízení, které je schopno provádět přesné vyvrtávací a soustružnické operace.

Petr Koteň k vyhlášeným cenám dodal „Po zkušenostech z předchozích let víme, že české firmy se nebojí inovovat a přicházet s novými nápady. Věříme, že oceněné firmy z oblasti IT, stejně tak z tradičních oblastí průmyslu, například strojírenství, uspějí i v mezinárodním srovnání inovací. Výsledky mezinárodního kola soutěže Quality Innovation Award budou vyhlášeny v první polovině února.“

CSR Guru

Cena je udělována fyzickým osobám za osobní přínos pro podporu šíření myšlenek a principů společenské odpovědnosti a cílů udržitelného rozvoje.

Cenu získal, na základě nominace Asociace společenské odpovědnosti, Jiří Černý, generální ředitel družstva Ergotep, za podporu sociálního podnikání, vytváření pracovních podmínek pro

Petr Baudyš, ředitel kvality ve společnosti Penny Market s.r.o. Petr Baudyš působí v oblasti kvality a bezpečnosti potravin více než 30 let. Ve společnosti Penny Market odpovídá za oblast kvality a udržitelnosti. Konkrétně se podílí na tvorbě IT aplikací pro řešení problematiky kvality (např. pro testování kvality, pro krizové řízení), zajišťuje implementaci a zlepšování ISO 22000 pro prodejny a IFS pro sklady. Petr Baudyš aktivně vystupuje na odborných konferencích (From Farm To Fork, Kulaté stoly).

Laureáti personálních ocenění jsou podle předsedkyně ČSJ Eleny Stibůrkové pečlivě vybíráni a důsledně hodnoceni. Vždy jde pouze o osobnosti, jejichž přínos v rámci oboru má přesah i do širší odborné veřejnosti. Elena Stibůrková podotkla: „Oceněné osobnosti jsou lídry ve svém oboru a díky často celoživotnímu zapojení do odborné problematiky nám všem svým nadšením a erudiicí ukazují cestu.“

CZECH MADE

Značku ověřených a kvalitních výrobků a služeb nově získaly tyto organizace:

■ TRANSBETON s.r.o. Jde o českou rodinnou společnost se sídlem v Brně. Kromě samotné výroby betonu se věnuje také jeho dopravě a čerpání. Společnost je zároveň také jednou z technologicky nejvýspějších firem ve svém odvětví a jednou z neaktivnějších na poli inovací. Každoročně přichází na trh s novými produkty, které vyvíjí ve spolupráci s předními odborníky v odvětví. Jde o produkty v souladu s nejnovějšími trendy, kdy je důraz kladen především na ekologii. Výrobky společnosti vyhovují nejprísnejším požadavkům na kvalitu danou normami nebo samotnými odběrateli.

■ Jabor pro, s.r.o., získala jako další česká firma značku CZECH MADE. Značkou byla oceněna služba Zakázková výroba zakrytí z PVC plachet. Jabor pro je rodinnou firmou z Děčína, která má přes 25 let zkušeností se zpracováním PVC materiálů do finální podoby produktů určených zejména k ochraně před přírodními vlivy. Společnost si za dobu svého působení vybudovala silné regionální postavení v oblasti výroby autoplachet, potisku reklamou a v poslední době rovněž díky kvalitní zakázkové výrobě zakrytí pergol, altánů, restaurací, bazénů a dalších objektů, které vytváří na míru každému zákazníkovi s řadou specifických a jedinečných prvků.

■ SATTURN Holešov spol. s r.o. získala značku kvality na službu Systémová telemetrie ENCELADUS. Je to inovativní a ekologické řešení, jehož podstatou jsou obecní soustavy domovních ČOV s chytrou telemetrií, které jsou provozovány jednou odborně způsobilou osobou prostřednictvím služby ENCELADUS. Tato technologie umožňuje budování obecních soustav domovních ČOV propojených online monitoringem s možností vzdáleného řízení provozních stavů jednotlivých čistíren. Firma do současnosti instalovala v České republice telemetrii ENCELADUS do více než 400 domovních čistíren odpadních vod v 12 obcích.

■ Charita Uherský Brod je jediná nezisková organizace a současně první poskytovatel sociálních služeb v ČR, která se může pyšnit značkou kvality CZECH MADE. Ocenění jí bylo uděleno díky preciznímu splnění všech podmínek hodnocení kvality služby. Za zmínku stojí zejména příkladná pečlivost, nadprůměrně dobré zpracování potřebných dokumentů, výborná komunikace, vysoká spokojenost zákazníků, angažovanost a srdečnost všech pracovníků a také výborné výsledky z hodnocení na místě poskytování služeb. (tz)



centrálně a vzdáleným způsobem vstupovat do řízení výroby, chodu a správy robotických linek tak, že je možné předcházet neočekávaným událostem a přerušování výrobního procesu. Pokud dojde k zastavení činnosti konkrétního robota, aplikace Checkbot dokáže detekovat a přesně oznámit cílenou notifikací, o jaký druh zastavení činnosti robota jde a kde nastal. Aplikace tedy sleduje průmyslové roboty v reálném čase a umožňuje efektivně řídit prediktivní a preventivní údržbu.

Vítězem národního kola soutěže Quality Innovation Award v kategorii Velké podniky se stala společnost První brněnská strojírna Velká Bíteš, a.s. Společnost se zaměřuje na vývoj, testování a výrobu zařízení pro oblast letecké techniky a je také přední evropskou slévárnou přesného lití. Oceněnou inovací je Inovace technologií přesného lití nových typů odlitků částí turbodmychadel ze superslitin na bázi niklu. Jde o světově výjimečnou technologii přesného lití odlitků ve vakuu, která je úspěšně uplatňována na trhu mezi výrobci turbodmychadel.

Další v pořadí se v kategorii velkých podniků umístila společnost ŠMT a.s. jejíž hlavní čin-

lidi se zdravotním postižením a dlouholetou snahu o zkvalitnění života a bourání bariér u zaměstnávání lidí s OZP. Jmenovaný vybudoval sociální podnik Ergotep, který dnes zaměstnává přes 300 lidí, z toho 85 % je OZP.

Cena Anežky Žaludové

Prestižní ocenění určené osobnostem, jež se mimořádným způsobem zasloužily o rozvoj péče o kvalitu v naší zemi. Držitelem ceny byl vyhlášen Stanislav Křeček, lektor České společnosti pro jakost, garant licenčních kurzů a překladatel. Stanislav Křeček aktivně přispívá k šíření povědomí o kvalitě i tím, že rovněž aktivně vystupuje na odborných konferencích zaměřených na nástroje managementu kvality v dodavatelském řetězci automobilového průmyslu.

Manažer kvality roku

Ocenění pro fyzické osoby, jehož cílem je ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu ohodnotit výsledky manažerů kvality a ty veřejně prezentovat, a poskytnout tak následovníhodný příklad i ostatním odborníkům na těchto pozicích. Manažerem kvality byl pro rok 2021 vyhlášen

Firmy v Česku plánují investovat přes sto miliard korun do ESG do roku 2025

Ačkoliv pouze čtvrtina firem v České republice má plán, jak dosáhnout uhlíkové neutrality, 65 % z nich chce v následujících pěti letech při svém investičním rozhodování zohlednit kritéria v oblasti životního prostředí, společenské odpovědnosti a řízení firmy (ESG). To vyplývá ze zprávy HSBC With an eye to the future: ESG and Sustainable financing in the Czech Republic. Firmy podle ní plánují do roku 2025 v průměru investovat 27 miliard korun do ESG, což na českém trhu dohromady činí přes 117 miliard. Nějakou z forem udržitelného financování již využilo 37 % podniků a čtyři z deseti to mají v úmyslu.

Zpráva HSBC With an eye to the future se zakládá na datech z průzkumu Ipsos pro banku HSBC mezi třemi sty vedoucími pracovníky ve firmách v České republice s více než padesáti zaměstnanci na téma ESG a udržitelného financování. Firmy na českém trhu mají před sebou ještě dlouhou cestu, zejména při pochopení významu ESG. Ačkoliv tři čtvrtiny firem tento pojem znají alespoň podle jména, 24 % o něm zatím neví. Překvapivé i mezi velkými podniky je neznalost termínu poměrně vysoká.

Podle zprávy má pouze čtvrtina podniků plán, jak dosáhnout uhlíkové neutrality, přičemž firmy zaměřené výhradně na český trh v tomto ohledu výrazně zaostávají (7 %).

Jako důležité označila ESG téměř polovina firem (46 %) a pouze 15 % vnímá téma jako nedůležité. Význam přisuzuje tématu většina mezinárodních firem (52 %) a podniků nad 500 zaměstnanců (56 %). Mezi nejčastější důvody zájmu patří starost o životní prostředí a společnost (60 %) a splnění regulačních požadavků a očekávání (46 %). Čtvrtina firem pak uvedla, že díky ESG očekává vyšší výnosnost.

Mezi hlavní oblasti pro investice do ESG patří v Česku bezemisní energie (48 %), lepší vodohospodářská infrastruktura (42 %) a elektrifikace dopravy (33 %). Pokud jde o vlastní firemní ESG priority, firmy se zaměřují především na spotřebu elektřiny (60 %), recyklaci (56 %) a spotřebu vody (43 %), a to na úkor sociálních a správních aspektů ESG a dlouhodobě orientovaných cílů.

ESG: Konkurenční výhoda, nebo finanční zátěž?

Pandemie koronaviru zapříčinila i vyšší zájem o ESG. Na 22 % respondentů uvedlo, že jsou nyní tématu otevřenější. Zároveň si ale celé tři čtvrtiny

z nich myslí, že regulace ESG v Česku zesílí. Zatímco 65 % vnímá zohlednění těchto kritérií ve svém provozu a u svých produktů jako finanční zátěž, 62 % předpokládá, že tím získají výhodu před svými konkurenty. Většina firem pak cítí, že se o ESG zajímá veřejnost (63 %), jejich zaměstnanci (52 %) i investoři (50 %). Ze zprávy také vyplývá, že se podniky zatím neobávají negativního dopadu na financování ze strany bank, když nezohlední ESG ve svém podnikání.

Hledání partnerů k větší udržitelnosti

Při hledání partnera, který by firmám pomohl s vytvořením ESG strategie, se dotázaní nejčastěji opírají o stát (42 %), banky (33 %) a regulační orgány (20 %). Přejít k udržitelnější budoucnosti vnímají firmy hlavně jako spolupráci. Téměř tři čtvrtiny (73 %) se shodly, že k ní povede společné úsilí s dodavateli, sedm z deseti vnímá jako klíčové zapojení zaměstnanců a 60 % podnikatelská sdružení. „Tento průzkum přináší zatím nejaktuálnější informace o povědomí, názorech a vnímání ESG a udržitelného financování mezi firmami v České republice. Je povzbudivé, že místní podniky berou udržitelnost jako prioritu, zároveň má ale český trh před sebou ještě dlouhou cestu, než dokáže naplno využít potenciálu ESG,“ řekl Richard

Keery, generální ředitel HSBC v České republice. „Banky hrají zásadní roli v tom, aby pomohly klientům vytvořit jejich vlastní plán přechodu k udržitelnější ekonomice. HSBC loni oznámila, že své klienty na této cestě podpoří a poskytne jim spojení zkušeností z celého světa s hlubokou znalostí českého trhu.“

Co čeká udržitelné finance v Česku

Podle zprávy třetina firem už nějakou formu udržitelného financování využila a 40 % to v blízké budoucnosti plánuje. Respondenti využili více formu úvěru (63 %) než dluhopisu (41 %) a podobně se vyjádřili i k plánovanému využití v budoucnu. Mezi největšími překážkami zmínily podniky možné další náklady (16 %) a nedostatek zájmu. Nejméně zájmu podle očekávání projevily menší společnosti.

Jen zlomek firem pravidelně zveřejňuje informace o ESG

V Česku zatím pouze 6 % respondentů potvrdilo, že pravidelně vydávají zprávy zahrnující cíle udržitelnosti a ESG. Další tři z deseti pak uvedli, že tak činí alespoň výjimečně. Stejně tak pouze čtyři z deseti podniků v Česku zveřejňují informace o svých ESG aktivitách ve výročních, CSR či jiných zprávách. (tz)



Karlovarská Becherovka modernizuje výrobní linku, vynaloží přes 130 milionů korun

Společnost Jan Becher Pernod Ricard právě chystá jednu z největších investic do výrobních kapacit za poslední roky. Modernizace plnicí linky v továrně Becherovky v Karlových Varech umožní navýšení kapacity až o 50 % a zlepší efektivitu i bezpečnost práce. Modernizace by měla být dokončena v květnu 2022 a stát bude přes 130 milionů korun.

„Modernizaci stáček linky plánujeme již několik let. Mimo to, že obnova již byla potřeba kvůli technologické zastaralosti současných strojů, modernizace nám také dovolí navýšit kapacitu výroby až o 50 %, což nám umožní

být připraveni na očekávané oživení poptávky po období pandemických opatření a otevření nových exportních trhů,“ řekl Tomáš Bryzgal, ředitel výrobního závodu Jan Becher Pernod Ricard.

„Investice v celkové výši 5,1 milionu eur v této nelehké době je také důkazem, že skupina Pernod Ricard české Becherovce věří a podporuje její rozvoj,“ doplnil Tomáš Bryzgal.

Nyní již technologicky zastaralé stroje nahradí zcela nová plnicí linka s vyšším výkonem vybavená nejnovějšími technologiemi. Kromě vyšší efektivity přinese energeticky úspornější provoz, dokonalejší kontrolu celého procesu a zároveň ještě vyšší bezpečnost práce. „Modernizace výrobní linky neznamená, že by se měnil

počet našich zaměstnanců. Proces stáčení zůstane v principu shodný, jen bude realizován na modernějších strojích, což nám přinese mnoho zlepšení, například rychlejší přestavení strojů mezi různými láhvemi a výrobky či možnost aplikovat etikety nově ve formě samolepek,“ upřesnil Tomáš Bryzgal.

Protože dojde k výměně všech strojů plnicí linky, bude výroba po dobu dvou měsíců zcela zastavena. Proto teď jede v Becherovce výroba naplno, aby na toto období vzniklo dostatečné množství zásob. Součástí projektu je i přesun plnicí linky do nově upravených prostor současného skladu hotových výrobků. První stavební úpravy v karlovarské továrně byly zahájeny již v říjnu letošního roku. (tz)

Nový normál v práci není bez problémů, roste totiž počet podaných výpovědí, více lidí pociťuje stres a vyhoření

Studie trhu práce ukazují, že návrat do zaměstnání po covidových pauzách není tak radostný, jak se zpočátku zdálo. Roste počet podaných výpovědí a znepokojivým trendem je, že na svou práci rezignují především ženy. Možnost testování na syndrom vyhoření v rámci veletrhu práce Profesia days ukázala, že tento problém je u nás nejzřetelnější u vysokoškolsky vzdělaných zaměstnanců.

Problém s motivací, neschopnost soustředit se, rozptylování jinými činnostmi. Tyto problémy poukazují na syndrom vyhoření. Mnozí se s nimi setkávali při dlouhodobé práci z domova a doufali, že s návratem na pracoviště se situacelepší.

Průzkumy ale naznačují, že návrat na pracoviště není tak bezproblémový. Poukazují na zhoršení psychické pohody, zvýšení stresové zátěže a zvyšující se počet zaměstnanců, kteří pociťují vyhoření. Odhady odborníků říkají, že zatímco před pandemií bylo syndromem vyhoře-

ní ohroženo 20 % zaměstnanců, nyní je to více než dvojnásobek.

Koho vyhoření nejvíce postihuje

Ve vypjaté pandemické situaci doléhala extrémní zátěž zejména na zaměstnance v první linii – zdravotníky, pečovatele, učitele, terapeutky, ale i podnikatele, kteří byli v existenční nejistotě. Nutnost zvládnout nezvyklou situaci a nejen řídit, ale i motivovat tým na dálku a udržet jeho výkonnost, si vybrala daň také v řadách výkonného managementu. To potvrzují i výsledky dobrovolného testování návštěvníků veletrhu práce Profesia days, u nichž odborníci z Všeobecné fakultní nemocnice v Praze pomocí dotazníků zjišťovali, nakolik jsou odolní vůči stresovému zatížení a zda se u nich projevuje syndrom vyhoření. „U zájemců byly zaznamenány převážně mírnější projevy vyhoření, které zatím zvládají – převažovala fyzická únava nad kognitivními a emočními projevy. Překvapivé bylo, že vyhoření se projevilo převážně u vysokoškolsky vzdělaných lidí,

z pohledu profesí byly častěji zastoupené pozice manažera, učitele, obchodního zástupce, vědeckého pracovníka, právníka či personalisty,“ představil závěry zjištění PhDr. Pavel Harsa, vedoucí klinický psycholog VFN Praha.

Zvyšuje se počet odchodů ze zaměstnání

Globální průzkumy také poukazují na zvýšený počet zaměstnanců, kteří dávají v práci výpověď, přičemž jde častěji o ženy. Propočty provedené Texaskou univerzitou v USA ukázaly, že v roce 2021 každý měsíc opouští svá místa 2,5 % zaměstnanců, což v současné situaci, kdy některé obory trpí kritickým nedostatkem lidí, hraje významnou roli. To má více příčin – první z nich je to, že lidé, kteří se v době pandemie snažili udržet i na místech, které jim nevyhovovaly, se v současné době často rozhodli pro radikální řešení. U žen k tomu přispívá i faktor, že často zastávají hůře placené pozice, a zvažují, zda jim stojí za to pracovat i za cenu, že musejí například platit za hlídání dětí, úklid a další činnosti, které v souběhu s prací nezvládají.

„Navíc po návratu z hromadného home office se začal projevovat nový fenomén – větší množství lidí má problém s oddělením práce a soukromí. V rámci home office u mnohých došlo k rozvolnění vnímání pracovní doby, kdy se jim práce často přelévala do večerních a nočních hodin, dokonce přestali oddělovat pracovní dny a víkend. Objevuje se termín digitální nevolnictví, neboť mnozí přijali za své, že by měli být online prakticky neustále – a zaměstnavatel by si měli dát velký pozor, aby se to nestalo součástí jejich firemní kultury,“ řekl Michal Novák z Profesia.cz.

Wellbeing jako strategická výhoda

Minimálně zdvojnásobení počtu lidí, kteří pociťují syndromy vyhoření a nárůst množství těch, kteří opouštějí místa, je varovným signálem pro zaměstnavatele, kteří tomuto aspektu zatím nevěnovali pozornost. Progresivní firmy usilující o pověst dobrého zaměstnavatele již řadu let zpřjemňují pracovní prostředí a soustředí se na to, aby se zaměstnanci cítili na pracovišti co nejlépe. (tz)

Chytré vytápění v kamnech nedovolí topit neekologicky

Jistě jste v posledních týdnech a měsících také narazili na rozmanité diskuze, které varují všechny současně i budoucí majitele lokálních topidel před omezeními a zákazy, které jim když ne zítřka, tak v blízké budoucnosti zcela jistě hrozí. Než začnete panikařit a měnit ohledně krbů či kamen své budoucí plány, vezměte rozum do hrsti, hledejte informace u těch, kterým nejde jen o senzaci. S našimi otázkami jsme se obrátili na RNDr. Petra Dvořáka, tajemníka Cechu kamnářů ČR:

Tak jak je to tedy, budeme topit, nebo ne?

Ze všeho nejdřív je třeba zdůraznit skutečnost, že nikdo nechce a nebude zakazovat či omezovat správně fungující kamna či krby. Respektují-li jejich výrobci současně přísné účinnostní a emisní limity a topí-li v nich jejich uživatelé správně, což je v zájmu nás všech, pak je třeba zdůraznit, že jde o zdroje:

1. ekonomické (relativně nízká cena dřeva, jeho dostupnost, vysoká účinnost kamen),
2. ekologické (příznivý dopad na životní prostředí, obnovitelný zdroj energie),
3. nezávislé (fungují nezávisle na dodávce elektrické energie a dalších sítí),
4. zdraví prospěšné s pozitivním vlivem na psychiku (sálavé teplo, přítomnost živého ohně, generátor záporných iontů),
5. s výhodným faktorem neobnovitelné primární energie (minimální energetická náročnost na výrobu a dopravu energie k místu spotřeby),
6. estetické (významný středobod interiéru).

Víme, že už nějaký čas probíhá výměna starých kotlů za účinnější a ekologické. O kamnech a krbech se však tolik nemluví. Jde o jedno a totéž, nebo jde o dva různé systémy vytápění?

Velmi často dochází k pochybení, kdy se směšují věci pro nás zcela neslučitelné. Kamnář staví kamna, která slouží primárně k topení, krby, co zejména vytvářejí vizuální efekt, a sporáky určené k vaření. Kotle nejsou vůbec téma pro kamnáře, ale topenáře. Je to pro nás téměř jiný živočišný druh, i když se také zabývá tím, jak do domu přivést teplo. V případě kotlů jistojistě jde o hotový výrobek, který odborník napojí na otopný systém domu. V případě topenáře tedy jde v zásadě o velmi technicky zdatného „montéra“, který propojuje vyrobené díly a není tam zas tak moc prostoru pro kreativitu.

Jak si představit vaši práci?

Kamnář je nezřídka schopen navrhnout a postavit kompletně individuálně stavěné topidlo, přesně na základě potřeb konkrétního zákazníka, a to z hlediska optimálního výkonu: je špatně, když se v domě přetápí, stejně jako když ho nelze vytopit. Na dimenzování topidla má velký vliv dispozice domu, jeho tepelné izolační vlastnosti, to vše dobrý kamnář před tím, než se pustí do návrhu konstrukce topidla, musí vzít v úvahu, stejně jako materiály, z kterých topidlo postaví.

Kamna nemusí splňovat přísné emisní parametry?

Rakouský cech kamnářů nedávno zpracoval nezávislé srovnání kachlových kamen podle stáří a normy spotřebiče. Protože měření emisí jemných prachových částic je komplikované, jako srovnávací parametr byly stanoveny emise oxidu uhelnatého (CO), z nichž se ostatně dají emise jemných prachových částic odvodit, protože s nimi korespondují. Měření prokázalo, že objemy produkovaných emisí plynu i prachu jsou zejména u novějších spotřebičů extrémně nízké a že moderní kachlová kamna s rakouským ekologickým certifikátem mají téměř třináctkrát nižší emise než stará kachlová kamna. Tuto argumentaci potvrzují i další měření, kte-



RNDr. Petr Dvořák,
tajemník Cechu kamnářů ČR

rá prováděl Svaz výrobců kachlových kamen společně s Rakouským institutem pro stavební biologii (IBO) a která se týkala koncentrací jemného prachu v obytných místnostech vytápěných kachlovými kamny. Zjistilo se, že hodnoty těchto koncentrací se ve fázi vytápění pohybují v neškodném rozmezí 13–26 µg/m³, které de facto odpovídají pozadovým koncentracím ve venkovním prostředí. Díky výměně vzduchu jsou pak dokonce ještě nižší než před zatopením. Pro srovnání: denní imisní limit podle Českého hydrometeorologického ústavu, který doporučuje i Světová zdravotnická organizace, činí 50 µg/m³.

Znamená to, že nerozhoduje pouze druh a kvalita paliva, ale i provedení kamen, případně i krbů a sporáků?

Důvodem tak nízkých emisí je fakt, že moderní kachlová kamna se vyznačují optimální kvalitou spalování a vysokou energetickou účinností. Tyto vlastnosti jsou individuálně stanoveny pomocí počítačového programu a přizpůsobeny situacím u toho kterého zákazníka. Jinými slovy jde do značné míry o „chytré vytápění“, které vám v drtivé většině případů ani nedovolí vytápět neekologicky.

Je skutečností, že zatížení životního prostředí jemným prachem se v celé Evropě obecně již řadu let postupně snižuje a vytápění palivovým dřevem se na celkovém znečišťování ovzduší podílí pouze malou částí. Zajímavé informace prezentoval v této souvislosti Rakouský svaz výrobců kachlových kamen, podle nějž se v uplynulých 20 letech hodnoty emisí pocházejících z rakouských kachlových kamen snížily o 85 %. Dle odhadů jsou již emise všech rakouských kachlových kamen za celý rok na tak nízké úrovni, že nedosahují ani množství, které vyprodukuje během několika hodin ohňostroje o silvestrovské noci.

Média však tvrdí, že po zákazu uhlí dojde i na dřevo, tedy že se nebude smět topit v kamnech a krbech. Co je na tom pravdy?

Tohle je zásadní informace: nechystá se a nebude žádný zákaz topení v kamnech! Zákazy se týkají starých, nevyhovujících typů kotlů – a to je ale jiný příběh. Takže o kotlích my kamnáři mluvit nebudeme, nepřísluší nám to.

Vyplatí se dnes sázet na „tradiční“ technologii?

Teď však odpovídám z pohledu kamnáře. Biomasa je obnovitelný zdroj energie. Existuje mnoho druhů biomasy, ale vzhledem k tématu nás bude zajímat výhradně dřevo. O jeho obnovování se do určité míry stará sama příroda, kvůli udržení harmonie mezi čerpáním a růstem musí ale člověk vydatně pomáhat výsadbou nových stromů a péčí o ně. Dřevo je ta nejužasnější „baterie“ na světě, a pokud je dobře uskladněno, je i po tisíciletích schopno uvolnit energii, kterou do ní slunce, voda a vzduch uložily. Poměr mezi

uloženou energií a energií využitelnou pro vytápění označujeme slovem účinnost, a protože stromy rostou relativně pomalu, je velmi moudré využívat tuto dlouhé roky ukládanou energii co nejefektivněji. Moderní topidla to umí. energii uvolněnou v ohništi uloží do akumulární masy (šamoty, kachloví...) a postupně předají do vytápěného prostoru. Současná kamna a krby jsou účinné „stroje“, které šetří přírodu a smysluplně využívají dřevní biomasu.

Samotné spalování dřeva je poměrně složitý proces, který ovlivňuje řada faktorů. Zásadní roli hraje kvalita paliva, hlavně jeho vlhkost, konstrukce spalovací komory, způsob a množství přiváděného vzduchu. I to nejdokonalejší spalování dřevní biomasy produkuje vedle tepelné energie i další plynné složky a pevné částice. Hovoříme v této souvislosti o emisích, tedy o látkách znečišťujících ovzduší. Čím kvalitnější dřevo spálíme, tím menší je procento produkce nežádoucích znečišťujících látek. Mezní hodnoty přítomnosti těchto látek v procesu hoření udávají tzv. emisní limity a zdůrazňována bývá hlavně přítomnost prachových částic a oxidu uhličitého. Lokální topidla spalující biomasu jsou přitom CO₂ neutrální. Při spalování dřeva se do atmosféry uvolňuje jen takové množství CO₂, kolik z ní stromy při svém růstu získávaly.

Odkud se tedy objevila informace, že přijde zákaz topení dřevem?

Nevěřím, že toto tvrzení je autentické a doložitelné vyjádření nějakého odborníka. Musí jít o naprosto chybně převzatý text. Uměl bych si představit zákaz využívání některých neobnovitelných zdrojů energie. Ale určitě se to netýká biomasy, kterou používáme při topení v kamnech. Jen si to uvědomte: Při spalování dřeva se do atmosféry uvolňuje jen takové množství CO₂, kolik z ní stromy při svém růstu získávaly, jak jsem již uvedl. Kamnářem postavená kamna zcela jistě nejsou zdrojem emisí, o kterém by se mělo mluvit, natož si připouštět úvahy o nějakém omezování a zákazu.

S prudkým zdražováním elektřiny a zemního plynu se lidé vracejí ke kamnům a krbům. Pociťujete velký zájem? A dokážete poptávku uspokojit?

Jsem přesvědčený o tom, že nejen z důvodu zdražování cen elektřiny a zemního plynu, ale také z důvodu nezávislosti na elektrické energii by měl mít každý dům nezávislý zdroj tepla. Výpadek dodávky elektrické energie, byť jen na tři či čtyři dny v zimním období, je velká komplikace. Zejména pro rodiny s malými dětmi či někoho, kdo pracuje z domova. Poptávka stoupá

enormně, každý dobrý kamnář vám dnes potvrdí, že má objednávky i na dva roky dopředu.

Máte radu pro ty, co si nová kamna chtějí pořídit?

Rád bych upozornil na to, že nejsou kamna jako kamna. Každé topidlo, jak průmyslově vyráběné, tak individuálně stavěné, dnes musí splňovat velmi přísné parametry z hlediska účinnosti a také emisí. Pro správné pochopení problematiky limitů a jejich konkrétních hodnot, vztahujících se k jednotlivým typům topidel, je třeba rozlišit dvě základní kategorie:

Topidla průmyslově vyráběná jsou topidla, která byla navržena pro průmyslovou sériovou výrobu. Jednotlivé prototypy prošly zkušební, parametry, včetně emisních limitů, zde byly změřeny a informuje o nich energetický štítek. Pokud splňují limity dle nařízení EU, které stanoví požadavky na „ekodesign lokálních topidel na tuhá paliva“ (2015/1185), lze tyto zdroje bez jakýchkoli omezení při dodržení pokynů daných výrobcem v ČR instalovat a používat.

Kachlová/omitáná kamna individuálně stavěná jsou topidla, která staví podle svého originálního projektu kamnář. Nelze je jednoduše přenést do zkušebny, měřit a unifikovat. Proto musí být postavena tak, aby byla celá spalinová cesta v souladu s dimenzovacím protokolem, spočítaným metodou, kterou detailně popisuje norma ČSN EN 15544. Takové topidlo pak splňuje předepsané limitní hodnoty, které lze v rámci stejné kategorie topidel směle srovnat s požadavky na „ekodesign“. Výstupy výpočtu dle ČSN EN 15544 slouží zároveň jako podklad pro tvorbu energetického štítku individuálně stavěného topidla, technického listu, zprávy pro kominika apod.

Co vás přivedlo k tomuto oboru, a čím může být kamnářství prospěšné pro dnešek i budoucnost?

Jen ten kdo zná, jaké je teplo z kachlových kamen, kdo ochutnal buchty upečené v troubě sporáku ví, o co bychom přišli. Není samozřejmostí, že se stále u nás udržuje toto krásné řemeslo. A to, že jsme i u nás na naprosté špičce ve správném užívání moderních materiálů a konstrukcí topidel, které splňují nové evropské normy, je bezpochyby zásluhou členů Cechu kamnářů. Dlouhodobě usilujeme o rozvoj tohoto řemesla a také o vzdělávání svých nástupců. Zejména v podzimních zamlžených dnech či opravdové zimě snad každý ocení výhody kamen, v kterých praskající dřevo dotváří atmosféru vašeho domova.

hodně spokojených zákazníků
popřál kamnářům Pavel Kačer



Kachlový sporák, autorem je Dmytro Miško, člen Cechu kamnářů ČR

Vítáme nové zájemce o obchodní spolupráci s Vietnamem

Vietnam a Česká republika. Dvě země, dvě odlišné kultury, ekonomiky, jedna významná historická spojitost. Dějiny někdejších velmi dobrých vzájemných vztahů nesou své stopy v komunikaci Vietnamců a Čechů dodnes. Nejen v kulturní, ekonomické nebo společenské linii. Čtvrtstoletí také existuje Česko-vietnamská společnost, nejstarší a největší celostátní organizace přátelství, která se snaží oboustrannou spolupráci kultivovat, posilovat a vytvářet prostředí pro živější obchodní, kulturní nebo turistickou provázanost. Na toto téma jsem hovořila s PaedDr. Milošem Kusým, předsedou Česko-vietnamské společnosti:

Co bylo v roce 2021 stěžejní pro vaši společnost?

Tak jako i v jiných organizacích šlo především o znovuoživení naší činnosti po covidové době. Dařilo se informovat českou veřejnost o úspěších Vietnamu v boji proti covidu. Zpočátku měl Vietnam velmi malé procento nakažených. Bohužel od poloviny tohoto roku se i tam situace zhoršila. Proto naše ČVS vyzvala vládu, aby přebytné vakcíny poslala do Vietnamu i jako poděkování za pomoc Vietnamu naší republice v roce 2019. Jak asi víte, tak se tato pomoc uskutečnila.

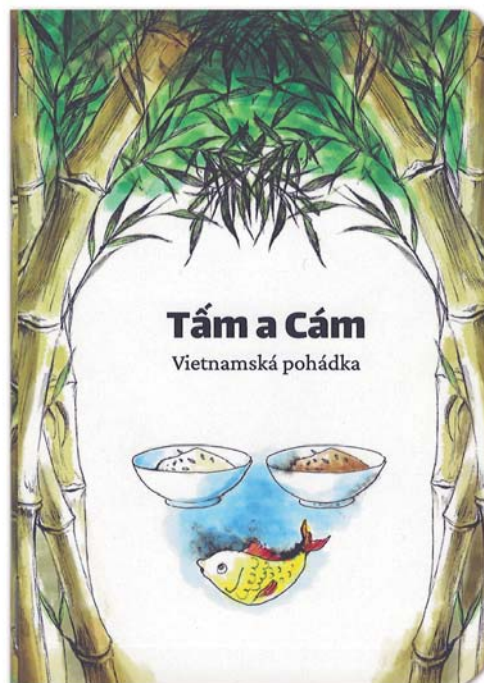
Nadále jsme podporovali rozvíjení spolupráce mezi Vietnamem a Českou republikou v oblasti kultury. Podařilo se vydat CD s vietnamskými pohádkami, které namluvili přední čeští herci. Podařilo se vytisknout vůbec první vydání vietnamské pohádky Tām a Cām, což je obdoba české Popelky. Tato pohádka byla ve Vietnamu také zfilmovaná. Velkofilm se stal velmi populární, a tak jsme prosazovali jeho uvedení v našich kinech. Vzhledem k tomu, že se situace v této věci vyvíjí docela dobře, předpokládáme, že by film mohl být uveden do našich kin koncem příštího roku. V tomto roce jsme také podpořili sbírku na pomoc povodněmi postiženým oblastem ve Vietnamu, kterou organizovalo sdružení Info-Dráček spolu s naším členem a velkým přítelem Vietnamu Zdeňkem Porkertem. Sběrka měla velký úspěch, a bylo tak možné podpořit i znovuoživení poničené školy.

Čím byste se rádi zabývali v roce nadcházejícím?

V příštím roce bychom rádi dokončili rozpracované projekty v oblasti kultury. Pokusíme se zrealizovat vydání velké sbírky vietnamských pohádek, které přeložila PhDr. Iva Klinderová, přední česká vietnamistka a překladatelka. Další oblastí našeho snažení je i podpora turistiky ve Vietnamu. Víme, že osobní zkušenost

z návštěvy Vietnamu je ta nejlepší cesta k poznání této velmi krásné a přátelské země. Proto i nadále na našich webových stránkách budeme publikovat články o krásách Vietnamu a jeho úspěších.

Jedním z důležitých úkolů bude i nadále vyvíjet aktivity k tomu, aby Česká republika výrazně zlepšila vydávání turistických a ostatních víz vietnamským občanům. Bohužel se tato problematika zpolitizovala, a to zhoršilo odstraňování různých překážek. Věříme, že nová, vznikající vláda, se bude celou situací zabývat ve prospěch nejen turistického ruchu, ale i k získání kvalitních a kvalifikovaných pracovníků z Vietnamu, které naše firmy nutně potřebují. V minulém roce jsme řešili celou řadu dotazů na možnost získat tyto lidi pro naše podniky. Dále budeme ve spolupráci s Vietnamskou ambasádou podporovat otevření přímé letecké linky Praha – Hanoj, kterou zamýšlí zprovoznit vietnamská letecká společnost Bamboo airways.



Kdo tvoří vaši členskou základnu především?

Našimi členy jsou především velcí přátelé Vietnamu a Vietnamců žijících v naší republice. Jsou to lidé s pozitivní zkušeností z různých návštěv této nádherné země. Další skupinu našich členů tvoří různé společnosti a firmy, které spolupracují s Vietnamem nebo s vietnamskou komunitou v ČR a chtějí se na naší činnosti podílet.

Nakolik jsou dnes podmínky pro rozvoj česko-vietnamských vztahů příznivější oproti těm před 30 lety? Co se změnilo a co motivuje k čilejším ekonomickým vztahům?

Podmínky pro rozvoj česko-vietnamských vztahů jsou příznivější jen v některých oblastech. Před 30 lety byla obchodní spolupráce jednosměrná, a to z naší země do Vietnamu. Příčinou byla dlouhá doba dopravy a zaostalost Vietnamu. V současné době má naše republika s Vietnamem zápornou obchodní bilanci. Tedy Vietnam k nám dováží více než my do Vietnamu (v roce 2020 to bylo o 31,6 mld. Kč více.) Souvisí to s velkým rozvojem hospodářství Vietnamu, zrychlení dopravy zboží a odbouráváním vzájemných obchodních překážek. Viz např. schválená Dohoda o volném obchodu mezi EU a Vietnamem, Dohoda o ochraně investic mezi EU a Vietnamem...

V čem jsou naše vzájemné vztahy dlouhodobě méně příznivější, je oblast vizová, jak jsem již naznačil. Umožňování vzájemných kontaktů občanům a firmám obou zemí. To před 30 lety bylo výrazně příznivější a vietnamští občané a jejich firmy bez problému získávali víza do naší republiky. Ze strany vietnamské ambasády v Praze je tato vstřícnost při vydávání víz našim občanům dlouhodobá. Vydávání víz je nejčastěji zmiňovaný problém, na který nás Vietnamci, ale i české firmy upozorňují. Domnívají se, že důvodem také může být korupce spojená s jejich vydáváním. Zajímavé je, že v ostatních zemích EU, a třeba i USA získávají Vietnamci víza výrazně rychleji. Chtějí-li navštívit příbuzné v ČR, často volí cestu do Maďarska, Polska, nebo Německa a pak přijedou k nám.

Přibývá našich firem, které exportují do Vietnamu a naopak?

Rozvoj spolupráce našich firem s Vietnamem je narůstající a naše firmy mají o tuto spolupráci opravdu zájem.



PaedDr. Miloš Kusý, předseda Česko-vietnamské společnosti

Rozhodne-li se nějaký český podnik dovážet vietnamské produkty na náš trh a potřeboval by poradit v určitých záležitostech, může se na vás obrátit? Za jakých podmínek?

ČVS dlouhodobě podporuje i vzájemnou obchodní spolupráci, a proto vítáme nové zájemce o obchodní spolupráci s Vietnamem. Českým firmám můžeme pomoci tím, že jim předáme naše zkušenosti, upozorníme je na možná rizika při podnikání, jako jsou podvodné „zprostředkovatelské firmy“, a to i vietnamské. Můžeme jim zprostředkovat konzultaci svého záměru na obchodním oddělení vietnamské ambasády apod. Většina těchto firem se stává našimi kolektivními členy, a tím se účastní veškerých našich aktivit. Firmy mohou očekávat u svých obchodních partnerů přátelský přístup, který je umocněn vděčností za dlouhodobou pomoc naší země v jejich osvobozenéckém boji a následné pomoci válkou zničené země.

Vzhledem k tomu, že Vietnam od prosince tohoto roku otvírá své první destinace pro zahraniční turisty, budou moci nové firmy Vietnam navštívit, a tak lépe rozvíjet spolupráci se svými obchodními partnery.

ptala se Eva Bříxi

Meeting Point CzechTrade po dvou letech na MSV

Na letošním ročníku Mezinárodního strojírenského veletrhu agentura CzechTrade poprvé představila své nové služby na národním stánku České republiky spolu s dalšími třinácti státními institucemi. Konala se i jedna z největších akcí agentury, Meeting Point CzechTrade, která byla po dvou letech opět postavena na osobních setkáních. Exportérům je k dispozici 35 ředitelů a ředitelů zahraničních kanceláří, kteří během jednoho dne poskytli přes 200 hodin odborných konzultací.

Kromě konzultací nabídl CzechTrade i další doprovodný program v podobě odborných a teritoriálních seminářů a prezentací aktivit agentury v rámci konferencí. „Na služby pro exportéry se díváme nově, digitálně. Komunikaci přes moderní technologie urychlila pandemie covid-19 a my nestojíme opodál. Zdigitalizovali jsme řadu tuzemských služeb a nápadů tak, aby se s nimi bylo možné seznámit na dálku a s pomocí virtuálního světa se pomyslně dotknout toho jedinečného, co české firmy tvoří a nabízejí,“ komentovala účast na MSV Martina Tauberová, náměstkyně ministryně průmyslu a obchodu pro zahraniční obchod.

Téma letošního Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně bylo Průmysl 4.0 a digitální továrna. Agentura CzechTrade byla součástí národního stánku České republiky s názvem Česká národní expozice: The Country For The Future. Experti z různých vládních agentur zde byli k dispozici zájemcům pro businessová jednání a konzultace. Součástí prezentace CzechTrade bylo 9. listopadu 2021 i tradiční Meeting Point CzechTrade, který se po dvou letech přesunul z online prostředí zpět do tradiční podoby.

„Meeting Point CzechTrade je jedna z našich největších akcí, kterou již léta pořádáme. Pro firmy je velkým přínosem, že mohou na jednom místě diskutovat celkem s 35 ředitelkami a řediteli zahraničních kanceláří. Právě tato akce může být odrazovým můstkem pro začátek úspěšného exportu do nových teritorií. V rámci Meeting Point CzechTrade registrujeme největší zájem o blízké trhy v rámci Evropské unie, silně obsazené jsou ale i velké i netradiční trhy jako USA, Turecko, Velká Británie, Brazílie či Kazachstán a Kyrgyzstán. Před začátkem bylo naplánováno 420 obchodních setkání a registrovaných 114 firem. V návaznosti na MSV budou vedoucí zahraničních kanceláří přítomni i v regi-

onech České republiky pro finalizaci jednání z MSV i další konzultace s českými exportéry,“ vysvětlil Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Na Meeting Point CzechTrade měli zástupci českých exportérů k dispozici půlhodinové konzultace s odborníky působícími po celém světě, kteří získávají bohaté zkušenosti s mezinárodním obchodem, a především znají specifika nejrůznějších teritorií. Mohli řešit své konkrétní případy, exportní příležitosti či podmínky k obchodování na daném trhu. Navzdory cestovním omezením ve světě byli osobně přítomni jak experti z blízkých trhů v rámci Evropské unie, tak i z těch vzdálenějších, jako je Latinská Amerika, Afrika či Asie. Spektrum účastníků se firem z hlediska oborů je široké, od tradičního strojírenství přes IT služby až po kosmetiku.

„Nejčastější dotazy českých exportérů k Mexiku souvisejí se stavem pandemie v zemi a cestovními omezeními. Dále je při jednáních zajímavá současná situace v průmyslových odvětvích, investice, projekty a další obchodní příležitosti v zemi. Nicméně řadu firem také zajímají velice konkrétní a specifická témata, jako je založení společnosti v Mexiku, potřebné registra-

ce týkající se jejich produktů či jak nalézt obchodního partnera. Nejvíce mají o konzultace zájem výrobci CNC strojů, lakovacích linek nebo kuličkových šroubů. Setkání byla naplánována i se společnostmi z potravinářského a farmaceutického průmyslu,“ řekla Tereza Vítková, ředitelka zahraniční kanceláře v Mexiku.

„V rámci mixu firem, které jsou na konzultace k Německu na Meeting Point CzechTrade přihlášeny, byl velký počet společností z oblasti IT. Nejvíce se zajímají o praktické náležitosti vstupu na trh, jako je založení virtuální kanceláře, pronájem coworkingových prostor nebo propojení s lokálními autoritami,“ doplnila Kristýna Kubičková ze zahraniční kanceláře CzechTrade Německo.

V rámci veletrhu CzechTrade zorganizoval dvě exportní konference. První se věnovala využití sociální sítě LinkedIn pro rozvíjení a prezentaci businessu a networkingu. Druhá, teritoriální pak nabídla vzhled do vývozu na vzdálenější trhy jako Spojené státy americké, Indie, Kazachstán a Brazílie. Silné téma také nabídla Exportní aliance Prvky pro Smart City. Ta v rámci odborné konference představila své aktivity a projekt City For The Future na odborné konferenci během veletrhu. (tz)

Příležitost nabízená restaurátérům na stříbrném podnose

Online svět nabízí gastronomickým službám, především restauracím, velkou příležitost. Díky internetu je totiž možné dříve nepředstavitelné: být blíž svým hostům, aniž by do provozovny dorazili osobně. Majitelé restaurací by neměli brát virtuální prostředí jako konkurenci, nýbrž jako výhodu a další službu zákazníkovi. Navíc poskytovat svým klientům možnost objednání a doručení jídla online se v dnešní době jeví jako nutnost. O příležitostech, které svět digitálních technologií poskytuje oboru HORECA, jsme si povídali s Vojtěchem Strnadem z digitální agentury WDF.

Pandemie zrychlila přesun podnikání do online prostředí. Jaké zásady pro úspěšné fungování v tomto prostředí dodržovat?

V online prostředí platilo vždy, i když v době pandemie dvojnásob: Rychle se adaptovat, zkoušet nové věci, hlavně nestát na místě. Jako příklad mohu uvést velmi zajímavou spolupráci s Romanem Vaňkem z Pražského kulinařského institutu, s nímž vytváříme opravdu krásný projekt, který budeme brzy spouštět. Bližší podrobnosti však zatím prozradit nemohu.

Mezi nejvíce zasaženými oblastmi byl, a stále je, právě segment HORECA. Chopil se dobře nabídky onlinu?

Zatímco segment HORECA se prakticky zastavil, digitální svět začal po krátkém šoku posilovat. Budoucnost je zkrátka v jejich vzájemném propojování. Obecně v onlinovém prostředí platí, že přivedení uživatele a jeho první nákup je pro podnikatele nejdražší, ne-li ztrátový. Získá si ho následnou péčí, informováním o novinkách, a následně se dostane do zisku tím, že uživatel u něj nákupy během roku zopakuje ještě několikrát nebo e-shop doporučí dál. Těžko to porovnávat se zákazníkem, který se u nás zastaví během pracovní pauzy na oběd. Proč tedy nedělat vše proto, abychom ho viděli znovu? Úspěšné restaurace či hotely už vědí, jak pracovat s personalizací, ať již e-mailovou formou, či komunikací na sociálních sítích.

Kde vidíte příležitosti pro další rozvoj?

Směr, kterým HORECA už léta jde, ať jsou to rezervace přes internet, online menu, či placení přes QR kód v mobilu, jen dokazuje, že digitalizace tomuto segmentu není cizí. Kde naopak vidím příležitost na rozvoj, a co digitální svět již dlouhou dobu zvládá a pracuje s tím, je analytika a personalizace svých zákazníků na základě dat. Tato data často podniky mají, ale nikdo s nimi nepracuje, přitom tyto výstupy by mohly podniky příjemně překvapit.

Jaká jsou úskalí, jak začít?

Je to souhrn navazujících kroků. Pro začátek, provozovny musí být na příchozí objednávky připraveny. Ať už personálem, dobrými vnitřními procesy, ale třeba i spolehlivým internetovým připojením. Kvalitní webová prezentace, marketing a dokonalá logistika jsou dnes již podmínkou. Pokud některý z těchto faktorů kulhá, tak se zbytečně připravujete o spokojené a dnes již velmi náročné zákazníky.

Uved'te hlavní argument, proč by restaurace měly být online?

Jaký je argument nebýt online? Ano, bezesporu reálný svět poskytuje odlišný zážitek, ale opravdu nelze najít cestu, jak ho přenést k vašim zákazníkům až domů? Trend je jasný, nemá smysl proti němu bojovat. Proč se nepřizpůsobit a nevyužít příležitost k růstu? Online objednávka je jednoduchý a pohodlný způsob, jak si rychle koupit jídlo, aplikace pro rozvoz z více restaurací si rychle získaly oblibu u lidí všech generací a úrovní příjmů. Je to příležitost dát o sobě vědět a zároveň přilákat nové zákazníky. Restauratéři mají možnost představit své menu lidem, kteří o jejich restauraci možná nikdy předtím neuvažovali. A navíc i u pravidelných hostů mají potenciál k upsellingu.

Bud'te konkrétní. Co se restaurátérům nabízí na stříbrném podnose?

Efektivní práce s daty jako velká konkurenční výhoda. S využitím dat o zákaznících a technologie strojového učení mohou provozovatelé restaurací



Vojtěch Strnad z digitální agentury WDF

lépe zjišťovat, co se uživatelům líbí, a na základě toho poskytovat „doporučení“, tedy obsah, produkty, jídla, u kterých je velký potenciál, že daného zákazníka osloví. Aby to bylo ale možné, je nejprve nutné mít aplikaci, do které se hosté přihlásí, skrze kterou vybírají, objednávají, a na základě jejich chování jim nabízet obsah. Lze použít mnoho algoritmů a modelů strojového učení. Zákazníci budou mile překvapeni, že restaurace dokáže „pochopit“ jejich preference a potřeby.

A druhá strana mince? Na co si dát v onlinu pozor?

Je jasné, že se přechod do online prostředí neobejde bez počátečních investic. Ať už do vlastních procesů, tak v případě, že budeme službu outsourcovat. Restauratéři by měli především porovnat poplatky za zprostředkování doručení a možný zisk, který jim doručení může přinést. Další nevýhodou je bezesporu ztráta možnosti budovat vztah s hostem. Restauratéři ztrácejí kontrolu nad tím, jak je jídlo doručeno. Vše má

své pro a proti. Když necháte aplikaci třetí strany pro online objednávání jídla převzít rozvoz jídel, může vám ulevit od starostí. Například nebudete muset najímat řidiče, platit za benzín a pojištění ani udržovat vozidla. Otevírají se však také proměnné, které nemůžete ovlivnit, jako například jak rychle se jídlo dostane k zákazníkovi, jak bylo s jídlem cestou manipulováno, zdvořilost řidiče a podobně.

A jak poznáme aplikaci či webovou stránku restaurace nebo hotelu s potenciálem úspěchu? Tedy, že si najde své uživatele?

Úspěšnou webovou/mobilní aplikaci poznáte poměrně rychle. Nabízí pocit lehkosti a jednoduchosti díky skvělému designu. Proto považuji za důležité zamyslet se nad celkovým dojmem, který chcete v uživatelských zanechat, ještě před tím, než začnete detailně rozhodovat o způsobu tvorby internetové prezentace.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

V Senátu byli oceněni nejlepší čeští potravináři

Již 13. ročník soutěže o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2021 a Dětská chuťovka 2021 se konal pod záštitou Stálé komise Senátu pro rozvoj venkova a ministra zemědělství Miroslava Tomana. Úspělo celkem 53 českých firem, jejichž představitelé převzali na slavnostním vyhlášení výsledků 2. listopadu v Senátu ocenění za nejchutnější potraviny vyrobené v České republice.

Značkou Česká chuťovka 2021 se tak může nově pyšnit 184 výrobků a značkou Dětská chuťovka 2021 pak dalších 16. Titulem Rytíř české chuti byl poctěn Jiří Souček, za jehož působení v pozici obchodního ředitele získaly Uzeniny BETA i díky jeho zápalu pro zavádění nových technologií a inovačních trendů při dosahování

trvale nejvyšší kvality masných výrobků již desítky ocenění Česká a Dětská chuťovka při stále rostoucí přízni zákazníků.

Česká chuťovka si jako nezávislá iniciativa potravinářských odborníků vybudovala za 13 let své existence pevné postavení mezi uznávanými značkami kvality potravin vyrobených v České

republice, a mnozí výrobci se proto do soutěže opakovaně a rádi vracejí, protože právě na vynikající chuti svých výrobků si stejně jako jejich zákazníci zakládají. Získaná ocenění Česká chuťovka a Dětská chuťovka tak pro ně znamenají i nezanedbatelný marketingový přínos. Jak opět potvrdily i výsledky letošní soutěže, rozmanitost, ale zejména kvalita a vynikající chuťové parametry potravin ucházejících se o obě značky, se rok od roku zvyšují, a spotřebitelé si tak mají opravdu z čeho vybírat. Opět se také ukázalo, že má-li potravina skutečně chutnat, musí být vyrobena z kvalitních vstupních surovin a také šetrnými postupy při respektování specifických preferencí

českého spotřebitele. Takto vyrobené potraviny pak často svou kvalitou i chutí předčí i ty nejlepší zahraniční.

Kdo si chce opravdu pochutnat, a navíc si případně srovnat své vlastní chuťové preference s verdiktem odborné či dětské poroty, nalezne seznam těch letošních, ale i v předchozích letech oceněných potravin, pyšících se značkou Česká chuťovka nebo Dětská chuťovka, jakož i další aktuální informace, na www.ceskachutovka.cz nebo www.facebook.com/ceskachutovka. K dispozici zájemcům je rovněž přehledná interaktivní Databáze vítězů České chuťovky a Dětské chuťovky www.mark-as.cz/chutovka. (tz)



Jiří Souček (vpravo), obchodní ředitel Uzeniny BETA, se stal Rytířem české chuti



Průměrný český investor zhodnotil za uplynulých devět měsíců své investice o 5,43 %

Třetí čtvrtletí se na finančních trzích neslo v duchu prudších změn. Zatímco v průběhu července a srpna podle Indexu českého investora CII750, který sestavuje Fincentrum & Swiss Life Select, posílily fondové investice zhruba o 1,5 %, v září naopak celý dosažený zisk následně „odevzdaly“. Průměrný český investor se tak nyní pohybuje na podobných úrovních zhodnocení svého portfolia jako před třemi měsíci. Vyššího zhodnocení dosahují progresivnější fondy, a to jak za třetí čtvrtletí, tak optikou celkové letošní výkonnosti.

Za uplynulé tři kvartály akciové fondy přinesly investorovi podle Indexu českého investora CII750 zisk v podobě 12,04 %. Naopak horší výkonnosti si prošly dluhopisové fondy. I v rámci této skupiny však lze najít slušné výsledky – například fondy zaměřené na rizikovější korporátní dluhopisy,“ komentoval vývoj Richard Bechník, hlavní analytik Fincentrum & Swiss Life Select.

Určitý vliv na investice měl i vývoj měn. Kurz české koruny k americkému dolaru je letos na slabších úrovních. Lehce vyšší výkonnosti tak dosahovaly fondy zaměřené na dolarová aktiva s otevřenou měnovou expozicí. Vůči euru ale koruna posílila, a to i díky rozevřajícimu se úrokovému diferenciálu. U eurových investic tak vyšší tempo růstu vykázaly podílové fondy měnově zajištěné do české koruny. Při očekávaném posilování koruny a rostoucích úrokových sazbách na domácím trhu by měl proto český investor zvážit investice do fondů zajištěných proti měnovým rizikům.

„I ve třetím čtvrtletí se upínala pozornost investorů na výkonnostní přetahování mezi růstovými fondy a fondy hodnotových akcií.

Růstovému sektoru se dařilo především v červenci. Navzdory své vysoké úrovni trh pozitivně reagoval na ohlášení nižší než očekávané červencové inflace v USA. Na optimismu trhu přidal i slušné výsledky hospodaření významných amerických společností. Akciové fondy dosahovaly zajímavých zhodnocení i v srpnu. Například nejznámější americký akciový index S&P 500 tak zaznamenal sedmý měsíční nárůst za sebou. První dva růstové měsíce ve třetím čtvrtletí ale nakonec pod tlakem vývoje ekonomiky akciové fondy v září zcela vymazaly. Negativní roli zde sehrály obavy ze zpomalování tempa hospodářského růstu, narušení odběratelsko-dodavatelských vztahů a s tím spojená rostoucí inflace. Investoři také museli čelit nejistotě ohledně možného selhání velkého čínského developera Evergrande a možnému následnému šíření růstu rizika na ostatní trhy. Září pak po delší době svědčilo spíše fondům hodnotových akcií, které ty růstové poráží i ve výkonnosti za letošní rok,“ komentoval vývoj Richard Bechník.

Paradoxně se na předních i posledních místech v Indexu českého investora CII750, který sestavuje Fincentrum & Swiss Life Select, umísťují fondy téměř výhradně z oblasti rozvíjejících se trhů. Ukazuje to na rozevřající se výkonnostní nůžky mezi jednotlivými asijskými indexy. První příčky ve čtvrtletí i celé letošní výkonnosti víceméně patří střední a východní Evropě spolu s Indií.

Mezi nejvýkonnějšími fondy nalezneme především ty, které investují do indických akcií. Tomuto regionu prospívá přívál likvidity podporovaný centrální bankou, značná veřejná nabídka nových akcií ze sektorů technologií a potravinářství či zrychlení tempa očkování zdejší populace.



Vývoj Indexu českého investora



V rámci východní Evropy dominují sektory hodnotových titulů. Zvláště finanční sektor pak těží z očekávaného rychlejšího zpřísňování měnové politiky. Dále zde máme zastoupeny i akcie energetického sektoru, díky čemuž mají za sebou strmý nárůst například ruské akcie. V rámci konzervativnějších fondů se dařilo těm, kteří v portfoliu držely rizikovější vysokoúročené dluhopisy či zahraniční protiinflační dluhopisy.

Naopak fondy čínských akcií zaostávají s výraznou ztrátou. Jejich výkonnost stáhla přísnější státní regulace, šíření varianty Delta, důsledky ničivých povodní, ale i rizika kolem čínského developera Evergrande.

Méně se dařilo i fondům kupujícím americké nebo evropské státní dluhopisy. Evropské dluhopisy čelí nečekaně zvýšené inflaci v eurozóně, která jejich výkonnost značně tlumí. Uvažované zpomalení nákupu dluhopisů Evropskou centrální bankou pak představuje pro nadcházející období negativní faktor pro dluhopisy zadluženého jihoevropského křídla. To v kombinaci s výsledkem voleb v Německu fondům evropských státních dluhopisů nemusi svědčit.

„Ve třetím čtvrtletí se nedařilo ani fondům některých cenných kovů. Propad zaznamenalo jak zlato, tak stříbro. Ještě větší pád pocítily například palladium či platina, které zasáhly problémy strojírenského průmyslu jako například útlum výroby kvůli nedostatkům čipů v automobilovém průmyslu. V rámci komodit se ale těší dobré výkonnosti fondy zaměřené na ropu. Předčily tak na krátkou dobu akciové fondy čisté energie, které naopak jasně dominovaly vývoji minulého roku. Zde ale můžeme být svědky zvratu, a to v horizontu několika měsíců,“ dodal Richard Bechník. (tz)

Pět nejvýnosnějších a pět nejméně výnosných fondů za třetí čtvrtletí a uplynulé tři čtvrtletí roku 2021

Výkonnost za Q3 2021 (v %)

1. HSBC GIF Indian Equity AC USD	14,32	1. Fidelity Funds – China Consumer A-ACC-USD	-18,54
2. Franklin India A (acc) USD	14,03	2. Templeton China A (acc) USD	-17,58
3. Schroder ISF Indian Equity A Acc	13,68	3. AS SICAV I – All China Equity A Acc USD	-14,97
4. Amundi CR Akciový Střední a východní Evropa	11,39	4. Schroder ISF China Opportunities A Acc USD	-14,79
5. Schroder ISF Global Energy A Acc	10,68	5. BGF World Gold A2 USD	-9,87

Výkonnost YTD 2021 (v %)

1. Schroder ISF Global Energy A Acc	54,12	1. BGF World Gold A2 USD	-17,72
2. Schroder ISF Emerg Europe A Acc	33,01	2. Fidelity Funds – China Consumer A-ACC-USD	-16,82
3. Conseq Invest New Europe Equity Fund Class A	30,52	3. Templeton China A (acc) USD	-13,89
4. HSBC GIF Indian Equity AC USD	28,73	4. Schroder ISF China Opportunities A Acc USD	-9,83
5. Franklin India A (acc) USD	28,48	5. BGF Latin American A2 USD	-9,23

Tabulka ukazuje na umístění fondů podle jejich výkonnosti přepočtené do české koruny.

zdroj: Swiss Life Select a Thomson Reuters

Navzdory rostoucí inflaci dál drží portfolia bez větších změn

Přestože obavy ze zrychlující inflace a vlašného postpandemického oživení ekonomiky sílí, drobní investoři v Česku i ve světě dál drží svoje portfolia bez větších zásahů. Ukázal to pravidelný čtvrtletní průzkum Retail Investor Beat společnosti eToro mezi 6000 respondenty ve 12 zemích, včetně České republiky.

Prudký růst cen v ekonomice znepokojuje podle průzkumu drobné investory čím dál více. Polovina dotázaných v Česku a 41 % investorů v dalších 11 zemích dokonce nyní inflaci označilo za svoji hlavní obavu (v minulém čtvrtletí stejně odpovědělo 44 % českých a 38 % zahraničních investorů). Řada českých drobných investorů navíc očekává, že Česká národní banka bude v boji proti inflaci pokračovat ve zvyšování úrokových sazeb. S růstem sazeb v nejbližších třech měsících počítá 39 % respondentů z Česka. Dalších 25 % si myslí, že sazby půjdou nahoru v horizontu půl roku.

Ani obavy z inflace či očekávané zpřísňování měnové politiky centrálních bank ale zatím nepřimělo většinu drobných investorů výrazně zasáhnout do skladby svých portfolií. Změny směrem k větší ochraně svých investic před růstem cenové hladiny zatím udělalo jen 44 % všech dotázaných. Samotní Češi přitom upravovali svoje portfolia ještě méně. Přístup „počkáme a uvidíme“ uplatňují dokonce dvě třetiny z nich. „Investoři musí v současné době čelit hned několika výzvám – od rostoucí inflace přes zvyšování úrokových sazeb až po pokulhávající ekonomické oživení. Ačkoli by se dalo čekat, že většina investorů v takové situaci přijme příslušná opatření a přizpůsobí svá portfolia okolnostem, naše data ukazují, že se tak zatím nestalo,“ uvedl Ben Laidler, stratég pro globální trhy ve společnosti eToro.

Důvodem, proč většina drobných investorů zatím volí vyčkávací taktiku, může být podle Bena Laidlera přesvědčení, že inflace je jen dočasná a ekonomické oživení opět postupně nabere na síle. „Přestože klíčové centrální banky světa, včetně amerického Fedu a britské Bank of Eng-

land, v poslední době zřetelně naznačily posun k ještěřším postojům, drobní investoři mají podle mě pravdu v tom, že zatím není důvod k panice,“ myslí si Ben Laidler.

Navzdory pravděpodobnému dalšímu zvyšování úrokových sazeb se dopadů politiky centrální banky na jejich portfolia v příštím čtvrtletí bojí jen 21 % českých drobných investorů. Nejčastěji mají naopak strach z inflace (50 %), stavu globální ekonomiky (36 %), výkonnosti českého hospodářství (29 %) a nárůstu veřejného zadlužení (22 %). „Řada domácností dokázala během pandemie snížit své dluhy. Volnou hotovost lidé použili na splacení kreditních karet, spotřebitelských půjček či doplacení hypoték. Díky tomu jsou teď méně citliví na zvyšování úrokových sazeb. Když připočteme růst cen nemovitostí, akcií a dalších aktiv spolu s pokračujícím zvyšováním mezd, není divu, že je teď mnoho investorů dobře odolných vůči přicházejícím rizikům,“ popsal Ben Laidler.

Výsledky průzkumu ukázaly také na posun českých drobných investorů směrem k tradičním

defenzivním sektorům. Například oblast realit nyní volí 39 % Čechů (v minulém čtvrtletí to bylo jen 36 %), energetiku pak má ve svých portfoliích zastoupeno 33 % lidí (minule 26 %). Celosvětově se investoři přesouvali také k veřejným službám (16 %, proti předchozím 13 %) či ke komoditám, energiím a výrobním materiálům.

„Na výsledcích nového průzkumu je nejzajímavější, že z něj není vidět jeden jasný směr vývoje. Celková důvěra ve světovou ekonomiku klesla, a tak jsou už místy patrné známky toho, že se někteří drobní investoři připravují na zhoršení makroekonomických podmínek. Nejvíce se to týká Američanů, Britů a Němců, naopak ve Francii, Itálii a Austrálii lidé domácí ekonomice věří více než v minulém čtvrtletí. Dá se proto čekat, že se reakce na další vývoj pandemie budou v každé zemi lišit. Celosvětové jevy, jako je inflace či narušení dodavatelských řetězců, už ale začínají mít značný dopad i na spotřebitele. V příštích třech měsících proto nejspíše mezi investory uvidíme větší shodu na očekávání budoucího vývoje,“ uzavřel Ben Laidler. (tz)

E.ON otevřel třetí ultrarychlou dobíječku elektromobilů

Společnost E.ON Energie pokračuje v rozšiřování své sítě dobíjecích stanic pro elektromobily E.ON Drive. Během října spustila osm nových dobíječek, a navíc i svou třetí ultrarychlou dobíjecí stanicí, kterou řidiči najdou u Vyškova. Do konce roku by E.ON rád atakoval hranici 200 otevřených veřejných dobíječek. Stanice staví nejen kolem hlavních dopravních tahů, ale i v menších městech, u supermarketů nebo parkovišť.

„Často slyšíme, že dobíjecích stanic je v Česku nedostatek a že cestování elektromobilem je pouze pro dobrodruhy a je nutné si jej pečlivě plánovat. Nicméně za poslední dva roky se situace natolik změnila, že cestování elektromobilem je dnes po většině území naší republiky zcela bez problémů a s poměrem devět vozidel na jeden veřejný dobíjecí bod jsme na tom velmi dobře i v kontextu více rozvinutých trhů,“ vysvětluje Martin Klíma, vedoucí oddělení Mobility Services společnosti E.ON Energie.

Výrazně k tomu přispívá i společnost E.ON, která jen v říjnu tohoto roku spustila do provozu sedm veřejných rychlodobíjecích stanic, jednu AC dobíjecí stanicí a jednu ultrarychlou do-

bíjecí stanicí. Celkem už má ve své síti 138 veřejných dobíjecích stanic, další ve výstavbě a ráda by na konci roku atakovala hranici 200 veřejných dobíječek, a do konce příštího roku dokonce 300 stanic.

Ultrarychlá stanice, kterou E.ON v tomto týdnu zprovoznil, stojí u Vyškova, a doplňuje tak už další dvě ultrarychlé dobíječky, které využívají řidiči už více než rok u Rozvadova a na Vystrkově u Humpolce. Tam E.ON spustil vůbec první ultrarychlou dobíječku v Česku před dvěma lety.

„Stejně jako předchozí dvě i tato stanice stojí u páteřního tahu, protože právě v těchto místech má smysl stavět stanice s velkým výkonem,“ upozorňuje Martin Klíma a jeho slova potvrzují i statistiky společnosti E.ON, protože využití ultrarychlých stanic neustále roste.

Za minulý rok společnost evidovala u ultrarychlé stanice ve Vystrkově 559 dobítí. Jen do konce října tohoto roku se počet téměř zdvojnásobil a takřka dvojnásobné bylo i množství odebrané energie. Podobný vývoj mají i statistiky ze stanic v Rozvadově, kde se letos nabíjelo už 542krát. Zajímavý je i poměr odebrané energie. Zatímco na Vystrkově řidiči využili letos na jedno dobítí v průměru 30 kWh, na Rozvadově dobíjeli v průměru o 10 kWh více.

Stejně jako u předchozích dvou stanic i u této dodala technologii společnost ABB. Stanice má výkon 175 kW a řidiči u ní dobíjejí své vozidlo na další cestu do deseti minut. I tato stanice je modulární a její výkon se dá navýšit podle potřeb na 350 kW, pokud to trh bude vyžadovat.

„Trendy, které můžeme vidět v západních zemích, jsou instalace více stanic na jednom místě, proto je i tento ultrafast doplněný druhou rychlodobíjecí stanicí tak, aby naráz mohly dobíjet až tři vozy. Navíc jsou dobíječky poblíž čerpací stanic, kde se řidiči mohou občerstvit,“ doplňuje Martin Klíma.

Společnost E.ON se nesoustředí při výběru lokalit jen na hlavní dopravní tahy, ale dobíječky rozšiřuje i v dalších lokalitách po celém Česku. V říjnu spustila například novou AC stanicí na brněnském letišti. Rychlodobíjecí stanice pak nově využívají také řidiči v Pelhřimově, Soběslavi a Staré Pace. V rámci spolupráce se sítí prodejen Penny fungují tři nové dobíječky u těchto marketů v Pardubicích, Dobrušce a Hořovicích.

„Všechny stanice najdou řidiči v naší aplikaci E.ON Drive nebo na webové mapě dobíjecích stanic. Stejně tak tam uvidí i aktuální obsazenost,“ přidává Helena Švejnová z oddělení Mobility Services. (tz)

Naše kavárna

M. Dyttert ředitelem Coca-Coly

Novým ředitelem pro korporátní záležitosti a udržitelnost ve společnosti Coca-Cola HBC CZ/SK, se stal Michal Dyttert.

R. Masarovič potvrzen v čele Pražské strojírny

Dozorčí rada Pražské strojírny opětovně zvolila Roberta Masaroviče do představenstva Pražské strojírny na dalších pět let. Představenstvo jej následně znovuzvolilo do funkce předsedy představenstva, se kterou je svázána i funkce generálního ředitele.

Sponzoring, charita, pomoc

Ke Dni stromů 2240 sazenic

Všechny stromy měly svátek a zaměstnanci Geis CZ jim u příležitosti jejich svátku chtěli složit poklonu. Proč? Třeba proto, že jsou to nejstarší živé organizmy na naší planetě, že čistí vzduch, snižují hluk, zlepšují kvalitu vody, brání erozi... Loni vysadili 3500 sazenic, které si spojožen rostou v okolí Ejovic poblíž Rokycan, na Krivoklátsku a v Českém krasu, a letos k nim přidali dalších 2240 kusů. Jde o douglasky, lípy, duby zimní a letní. (tz)

Lego naší legislativy

Pozor u družstevního bytu

Družstevní byty nejsou v osobním vlastnictví člena družstva, ale v nájmu, který vzniká na základě vlastnictví členského podílu v družstvu. Podmínkou účasti v družstvu i vzniku nájmu je složení členského vkladu členem družstva nebo jeho předchůdcem. Za převod členského podílu na nového člena však může družstvo požadovat administrativní poplatek. Výhodou pořízení družstevního bytu je, že jeho převod nepodléhá dani z nabytí nemovité věci. „Pokud nemáte celou částku na pořízení bytu, můžete mít problém se získáním hypotéky. Některé banky na druhou stranu financování družstevních bytů nabízejí. U některých družstevních bytů je možné jejich cenu hradit ve splátkách přímo družstvu,“ popsala Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Nesplacená anuita je splátka dlouhodobého úvěru poskytnutého družstvu. Výši anuity připočítáte k pořizovací ceně. Navíc je třeba pamatovat na to, že při převodu družstevního podílu přecházejí na nového člena družstva spolu s členským podílem i dluhy.

Členové družstva užívající byt platí v nájemném pouze účelně vynaložené náklady družstva, tedy náklady na opravy, modernizaci a rekonstrukci domu a příspěvky na tvorbu finančních rezerv pro opravy a investice. V nájemném může být placena také anuita. „Vedle zákona upravují práva a povinnosti členů bytového družstva jeho stanovy. Podle nich bývá často vyžadován souhlas družstva s dáním bytu do podnájmu. Podnájem bývá zpoplatněn, často však spíše symbolicky,“ upozornila Eduarda Hekšová.

Pro změnu stanov se vyžaduje souhlas všech členů bytového družstva. Podle zákona o obchodních korporacích je souhlas všech členů zapotřebí také pro převod vlastnického práva k družstevním bytům, budově nebo pozemkům, na kterých se nacházejí byty, jiným osobám než členům. To neplatí pro převod bytů do vlastnictví členů bytového družstva. Stanovy družstva však mohou určit zvláštní podmínky převodu do osobního vlastnictví. Některá bytová družstva se tak převodům bytů do osobního vlastnictví brání.

Družstevní podíl přechází v rámci dědictví na dědice. „Byl-li družstevní podíl ve společném vlastnictví manželů, přechází po smrti jednoho z nich na pozůstalého manžela. Jiná situace nastává v případě, že je jeden z manželů výlučným členem bytového družstva. V takovém případě jejich společný nájem zaniká, zanikne-li členství toho manžela, který je výlučným členem bytového družstva. Podle zákona nelze převod podílu nijak omezit či úplně vyloučit, pokud tedy potenciální člen přistoupí na podmínky dané zákonem i stanovami družstva a splní je,“ sdělila Eduarda Hekšová. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Z krve a popela

Jennifer L. Armentroutová



První díl návykové fantasy ve stylu knih Sarah J. Maasové. Poppy byla od narození vyvolena, aby přivedla svět do nové éry. Na ramenou jí teď leží budoucnost celého království. A když do jejího života vstoupí zlatoooký strážce Hawke, Poppyin osud a povinnost se propletou s jejími touhami a potřebami.

Dcery dvouhlavého draka

William Andrews



Příběh dívky, která skončila v japonském válečném nevěstinci. Dvaadvacetiletá Američanka Anna Carlsonová se vydává do Koreje, aby našla svoji biologickou matku. Když se dozví o její smrti, zdá se, že pátrání je u konce – dokud jí neznámá žena nepředá balíček se starožitným hřebem...

Saturnin se představuje

Miroslav Macek, Zdeněk Jirotka



Saturnin nebyl sluhou odjakživa. Už jako jinoch prožíval řadu neuvěřitelných příhod. Jak vypadaly jeho mladické eskapády? Proč se jeho matka rozhodla pro jméno Saturnin? A jak se dostal do služeb svého pána v obklopení tety Kateřiny a dalších příbuzných?

Do hrobu si to nevemu

Karel Šíp



Vážený čtenáři. Oceňuji tvůj vkus, protože tě zaujala tato knížka. Asi bys rád věděl, co uvnitř najdeš. V běhu času se mi sejdou nápady i zasuté vzpomínky, o které se chci podělit. Dočteš se třeba, jak jsem poznal Karla Gotta a co jsem o něm zatím nikomu neřekl. Představím ti i svůj názor na přistání na Marsu... Snad se u toho zasměješ v míře vrchovatě.

Hodně jsem nikde

Michael Třeštík



Ve vzpomínkách se autor nebojí přiznat k proflámaným rokům, bláznivým snům nebo životním karambolům. Z autentických detailů ze svého soukromí vytvořil poutavý obraz totalitního bezčasí, divokých devadesátek i pandemického období. Do světa literatury vstoupil románem Zdi tvé. Nyní s odstupem času a nadhledem líčí, jaké zdi na své cestě zdolal a zdolává dál.

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

Tajemství řeči těla –

Gesta, která prozradí více než slova

Joe Navarro

Co si o vás opravdu myslí váš šéf? Má o vás váš potenciální partner či partnerka skutečně zájem? Proč si lidé sahají na krk, když se dozvědí nepřijemnou novinu? Co znamená, když si ženy při telefonování hrají s vlasy? Proč lidé dělají to, co dělají?

Není lepší způsob, jak porozumět svým přátelům, partnerům či kolegům, než se seznámit s nejdůležitějším prostředkem naší komunikace – s řečí těla. S její znalostí dokážete odhalit skutečné záměry a pocity druhých lidí. Nejen takové, které před vámi úmyslně skrývájí, ale dokonce i ty, kterých si sami nejsou vědomi. Joe Navarro je bývalý expert FBI na verbální komunikaci v oddělení kontrarozvědky a boje s terorismem a autor světového bestselleru Jak prokódnout druhé lidi. Prostřednictvím této praktické příručky vám umožní pohled do zákulisí lidského chování. V kapitolách rozdělených podle jednotlivých částí lidského těla – od hlavy až po chodidla – odhalíte skryté významy více než 400 vědomých i nevědomých projevů řeči těla.



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

Rytmus roku

Hanka Zemanová

Nejkrásnější, nejvýpravnější a dlouho očekávaná kniha Hanky Zemanové, autorky bestsellerů o zdravém jídle a životě v souladu s přírodou. Je to bez nadsázky kniha nejen pro celý rok, ale i pro celý život. Po úspěšné Biokuchaře a Bio-Abecedáři, kterých se prodalo přes 75 000 kusů, přichází autorka s celoročním průvodcem, v němž se dozvíte, jak nás příroda svými sezónními a lokálními dary každý měsíc posiluje a léčí. Publikace nabízí mnoho inspirace, jak sladit zdravý životní styl s ročním obdobím, jak přirozeně posilovat imunitní systém správným výběrem sezónního jídelníčku, jak zpracovávat lokální superpotraviny a jak připravovat léčivé čaje, výživná jídla a elixýry z darů naší přírody. Mezi „superfoods“, které máme přirozeně k dispozici, Hanka zařadila i dostatečný spánek v úplné tmě, práci s půdou, přirozený pohyb na vzduchu a na slunci či vzájemné doteky. Titul je vyústěním autorčiny tvorby a mnohaletých zkušeností ze života na venkově. Hanka Zemanová na knize spolupracovala se třemi lékařkami zaměřenými na středoevropské léčivé jídlo a byliny, tradiční čínskou medicínu, ájurvéd a antroposofii.

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

Špatný příjem TV? Věnujte pozornost vhodné anténě a její správné instalaci i směřování

Máte potíže s kvalitním příjmem televize? Zaznamenáváte rušení či výpadky? Z dat Českého telekomunikačního úřadu vyplývá, že častější než chyba způsobená vnějším rušením či chybou na straně poskytovatele je problém u televizního diváka samotného. Před tím, než budete případně potíže řešit stížností či reklamací, byste měli svou pozornost věnovat zejména anténě, její vhodnosti pro danou lokalitu, funkčnosti, stáří, stavu, správnému směřování a polarizaci. Závady také často bývají na anténním svodu či zesilovači.

Z 602 stížností na rušení příjmu DVB-T2 v prvním pololetí roku 2021 byla v 376 případech (62,5 %) shledána závada/problém na straně diváka. Často je problém na straně antény, anténního svodu či anténního zesilovače (ve více než polovině případů závad na straně diváka): buď vůbec nefungují, nebo je anténa nevhodně směřovaná či polarizovaná, či jde o nevhodnou anténu jako takovou. Příčiny špatného příjmu TV signálu na straně diváka pak doplňují závada TV přijímače nebo TV rozvodu, případně příjem nevhodného kanálu. Oproti tomu nekvalitní televizní signál v místě příjmu byl identifikován jen ve 41 případech (6,8 % ze všech vyřešených případů). Příčinou bylo nedostatečné pokrytí v místě příjmu, degradace signálu vlivem odrazů a vícecestné šíření.

Z výše uvedeného jasně vyplývá, že vhodný, kvalitní, správně instalovaný anténní systém a správné směřování a polarizace antény jsou zásadní pro kvalitní televizní příjem, a právě v této oblasti nejčastěji technici Českého teleko-

munikačního úřadu nacházejí nedostatky. Vplatí se tedy výběru a instalaci televizní antény věnovat dostatek pozornosti.

Problémy a závady úzce souvisejí s kvalitou samotné antény. Častou závadou jsou nefunkční, zkorodované nebo ulámané prvky antény, případně staré koaxiální kabely, které jsou nevhodné pro aktuálně využívané kmitočty. Koaxiální anténní svody vystavené UV záření ztrácejí své požadované vlastnosti ještě dříve než vlastní antény. Rovněž životnost zesilovačů je ve venkovním prostředí omezena.

Problém s televizním příjmem může být způsoben přímo i použitím nevhodného typu antény pro danou lokalitu. Obvykle jde o aktivní antény v plastovém krytu pro vnitřní nebo venkovní použití, kdy je zisk pasivní antény nahrazen ziskem zesilovače. Spotřebitel si často zakoupí nevhodný typ antény kvůli kompaktním rozměrům. Mohou být také inzerovány jako vhodné pro DVB-T2 příjem. Nicméně kvalita takovýchto antén nemusí být v některých případech dostatečná a jejich použití je vhodné pouze v místech, kde je velmi dobrý televizní signál a kde nejsou přítomny další rušivé signály.

Použití pokojových antén je navíc problematické, protože pole signálu je ve vnitřních prostorách značně nehomogenní a je ovlivněno pohybem osob v místnosti. Vhodnějším řešením je použít kvalitní venkovní anténu např. typu Yagi, logaritmicko-periodickou anténu, nebo typu síto a anténní zesilovač, pokud je to nutné pro danou instalaci. Typ antény se volí podle konkrétních příjmových podmínek. Např. směřovost a vyšší zisk nám zajistí víceprvková anténa typu Yagi, oproti tomu antény typu síto se ho-



foto Pixabay

dí do míst, kde je nehomogenní pole přijímaných signálů.

Častým problémem je také nevhodné směřování antén. Na mnoha místech lze přijímat signál identických multiplexů z více vysílačů na stejném kanálu. Diváci často mívají antény směřované na vzdálený vysílač, protože v době analogového či DVB-T vysílání jim příjem takto bez problémů fungoval a neměli potřebu směřování antény měnit. V některých případech mají sice anténu směřovanou správně, ale zase kvůli nevhodně zvolenému typu antény, s příliš širokou směrovou cha-

rakteristikou, dojde ke stejnému efektu příjmu stejného multiplexu z různých vysílačů.

Závěrem je možno uvést, že Český telekomunikační úřad ve většině případů doporučuje, aby se laik nepouštěl do instalace anténního systému vlastními silami, ale objednal si realizaci anténního systému odbornou firmou. Kromě toho, že dojde k výběru vhodné antény a správné instalaci celého systému, je to důležité i pro správné nastavení aktivních prvků, které nezpůsobí následné rušení jiných radiokomunikačních služeb.

(red) ■■■

INZERCE

NOVÝ KONCEPT PRO DOMY VE STANDARDU 2020

BUDOVY S TÉMĚŘ NULOVOU SPOTŘEBOU ENERGIE JAKO AKTIVNÍ PRVKY ENERGETICKÉ SOUSTAVY
BUDOUCNOST JE ELEKTŘINA

FOTOVOLTAIKA

SPOLUPRÁCE
S CHYTROU SÍTÍ

BATERIE

ELEKTRICKÉ VYTÁPĚNÍ
A PŘÍSTROJE

www.fenixgroup.cz / koncept-2020

