

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.

Dostal jsem cenu za to, co mě baví

Každý, kdo se jako profesionál zabývá kvalitou, vám řekne, jak je jeho obor košatý, a že se o něm dá vyprávět nebo psát od rána do večera. Úplně opačně to však vnímá zákazník, uživatel, spotřebitel. Pro něj znamená kvalita jediné slovo pochvaly, uznání. Jednoznačný přívlastek potravině, která mu chutná, službě, již rád a opakovaně využívá, kvalitou označuje to, co mu vyhovuje, co si oblíbil, co má rád. Roli hraje jak rozum, tak srdce. Kvalita, to je totiž také vztah. K člověku, obchodníkovi, ke zboží denní potřeby nebo třeba ke kousku lesa, zahrady, rodinnému lékaři. Kvalitu nezkoumá, přesvědčen tak či onak je hned. Oceňovat výjimečné osobnosti za prosazování kvality v nejrůznějších rovinách života profesního i soukromého se již dávno rozhodla Česká společnost pro jakost. Ocenění se jmenuje Manažer kvality České republiky a za každý rok je může získat jeden jediný člověk. Za svou výjimečnost, systematický přístup, výsledky, průkopnické metody práce, inspirativní kroky, jimiž naviguje ostatní. Loni byl titul udělen Ing. Petru Baudyšovi, vedoucímu oddělení kvality ve společnosti PENNY Market s.r.o.



Ing. Petr Baudyš, vedoucí oddělení kvality PENNY Market s.r.o.

Ke konci loňského roku jste získal ocenění, které v této zemi nosí výjimečné osobnosti, stal jste se Manažerem kvality. Rekapituloval jste při této příležitosti milníky na své profesní dráze?

Ano, při každé významné příležitosti jako je tato, má člověk na chvíli možnost se zastavit a ohlédnout se zpět. Já řeším kvalitu po celou svoji profesní dráhu, a to z různých úhlů pohle-

Vždy mě bavilo pracovat s lidmi, snažit se pomáhat, hledat různá řešení ve složitých situacích. Zároveň se snažím různé věci či zavedené pořádky zlepšovat a zkoušet ty nové a neotřelé.

du: měl jsem vlastní firmu, pracoval jsem ve státní správě a teď působím již ve druhém obchodním řetězci.

Mám štěstí a jsem velmi rád, že moje práce je pro mě koníčkem. Rád také neustále zkouším a ochutnávám nové věci, což, předpokládám, k manažerovi kvality patří. Takže jsem vlastně dostal cenu za to, co mě baví. Což může říct asi málokdo.

Kdy jste o kvalitě jako nadřazené množině všem oborům začal přemýšlet jako o systémové záležitosti?

Vždy mě bavilo pracovat s lidmi, snažit se pomáhat, hledat různá řešení ve složitých situacích. Zároveň se snažím různé věci či zavedené pořádky zlepšovat a zkoušet ty nové a neotřelé. Nikdy jsem nad věcmi příliš filozoficky

nehloubal, raději jedním instinktivně tak, jak mi velí srdce.

Jak dlouho pracujete pro PENNY? A vždy jste se zabýval právě kvalitou?

V PENNY působím šest let a po celou dobu mám na starosti kvalitu a také udržitelnost. Rád bych však zdůraznil, že kvalita v obchodním řetězci je velmi široký pojem. Není to zdaleka jen o složení výrobku. Pokud má zákazník každý den dostat čerstvé, chutné zdravotně nezávadné zboží, ve stejné, nebo lepší kvalitě než u konkurence, a k tomu za nižší cenu, předchází tomu celý komplex činností. A to se bavíme o jednom konkrétním výrobku. Zákazník samozřejmě očekává nejen to.

pokračování na straně 6

Za levnějším CNG se jezdí k innogy

Dramatický nárůst cen plynu způsobuje také přesuny zákazníků na CNG trhu. Podobně jako u dodavatelů energií také provozovatelé CNG stanic, kteří nakupují plyn za aktuální tržní ceny, museli CNG u svých stanic zdrazit výrazně více než konkurenti, kteří nakupují plyn postupně a s větším časovým předstihem. Motoristé se kvůli tomu přesunuli k plničkám s nižší cenou. To potvrzuje rostoucí zájem o tankování CNG v síti innogy v závěru loňského roku.

Celkově i díky tomuto trendu posledních měsíců innogy hlásí meziroční nárůst prodejů CNG o téměř 14 %. Ve srovnání s výsledky roku 2020 se výtoč v síti plniček innogy zvýšil o skoro 1,5 miliónu kg na celkových 12,1 miliónu kg CNG.

„Nárůsty ve výtočích jsme viděli od září, kdy se začaly projevovat vyšší ceny u konkurence. Řada provozovatelů CNG stanic nakupuje zemní plyn obdobně jako provozovatelé klasických čerpacích stanic, tedy například na měsíc dopředu. V minulých letech se tato strategie nákupu zemního plynu vyplácela, situace se však vloni s rostoucími cenami obrátila a těmto hráčům se nákup komodity výrazně prodražuje. My jsme díky silnému zázemí skupiny innogy a také aktivnímu řízení nákupu plynu zvládli turbulentní situaci lépe a můžeme motoristům nabídnout atraktivnější cenu,“ uvedl Zdeněk Kaplan, CEO innogy Energo.

Na trhu lze pozorovat dříve nevídané rozdíly v cenách. Na mnoha stanicích se v současnosti cena CNG pohybuje běžně okolo 60 Kč/kg a na některých stanicích šli provozovatelé s cenou ještě výš. Průměrná cena na plničkách innogy je nyní na úrovni 38 Kč/kg. „Zákazníci logicky vyhledávají stanice s nižší cenou a neváhají ujet i větší vzdálenost, aby natankovali levněji u innogy,“ dodal Zdeněk Kaplan.

V loňském roce se innogy také podařilo výrazně navýšit podíl obnovitelné složky – biometanu. „Překročili jsme hranici pěti miliónů kubiků biometanu. BioCNG tak už tvoří téměř polovinu prodaného objemu u našich stanic. Podíl biosložky chceme letos opět navýšit. Reagujeme na rostoucí poptávku firemního sektoru po čisté mobilitě. Stále více firem chce podnikat udržitelně a v rámci svých firemních vozových parků nakupují také CNG auta. S bioCNG pomáháme našim zákazníkům efektivně plnit jejich ekologické cíle,“ řekl manažer čisté mobility Jan Kolečko. (tz)

Najdete uvnitř listu

	Kde české malé a střední firmy nejčastěji chybují, když žádají o úvěr	3
	123kurýr/123kuriér je zpestřením českého balíkového trhu	5
	První setkání s IP mediátorem	8
	SYMA, konference nejen o kvalitě	9
	Variabilní hnojení jako cesta k úsporám peněz i vyšším výnosům	10

Danone završilo akvizici společnosti Nutricia

Společnost Danone a společnost Nutricia v České republice a na Slovensku od ledna tohoto roku vystupují pod společným názvem Danone. Završila se tím plánovaná transformace a od 1. ledna 2022 společnost Danone převzala pod svůj management podnikání v oblasti kojenecké a klinické výživy, včetně lokálních aktivit a obchodních divizí společnosti Nutricia i po právní stránce. Fúze společností je dalším plánovaným krokem transformace Local First.

V listopadu společnost Danone oznámila svůj globální plán restrukturalizace a reorganizace. Ústřední myšlenkou je zefektivnění řízení podnikání, s jedinou obchodní jednotkou v každé zemi, kde působí. Vzhledem k národní blízkosti České a Slovenské republiky vytvářejí tyto země jeden celek. Všechny podniky a kategorie produktů Danone jsou zastoupené na lokální úrovni jednou společností, která má větší autonomii při rozhodování. Díky tomu se lokální trhy a po-

třeby spotřebitelů dostávají ještě víc do popředí. Od října 2021 je ředitelem Danone a.s. v České republice a Danone s.r.o. na Slovensku Marián Jánoš a sloučení bylo posledním krokem celého procesu. Danone chce deklarovat, že se i nadále bude zabývat distribucí a rozvojem mléčných a rostlinných produktů portfolia Danone, stejně tak i výrobků dětské a klinické výživy bývalé společnosti Nutricia.

„Jde o velmi důležitý krok v historii společnosti Danone v České a Slovenské republice, protože můžeme pokračovat v naší misi jako kompaktní jednotka. Strategická rozhodnutí jsou více přijímána s ohledem na místní prostředí a specifika. Lokální manažerský tým má větší zodpovědnost za politiku v oblasti kategorií, značek a inovací. Jsem rád, že můžu být součástí tohoto týmu s většími místními kompetencemi,“ uvedl Marián Jánoš, ředitel Danone pro Českou republiku a Slovensko. A dodal: „Globální odborné týmy budou mít poradní a podpůrnou úlohu pro efektivní fungování lokálního managementu, což zkrátí rozhodovací

proces, urychlí digitalizaci, a tím zvýší konkurenceschopnost a efektivitu společnosti.“

Kontinuita podnikání a fungování společnosti Danone je zachovaná plynule i v rámci nové struktury. Hlavním cílem je vyvíjet řešení výživy ve formě produktů založených na výzkumu, které budou pozitivně formovat životy spotřebitelů. Portfolio produktů společnosti Danone v současnosti zahrnuje známé produktové řady jako Activia, Actimel, Danette, Fantasia, Alpro či Provamel, a nyní i produkty dětské a klinické výživy Nutrilon, Hami, Nutridrink, Nutrison, Cubitan, Neocate a další.

Společnost Danone je největším světovým výrobcem čerstvých mléčných výrobků, produktů na rostlinné bázi a světovou dvojkou v kategorii dětské výživy a balených vod.

Danone v současnosti vlastní nejrozsáhlejší sbírku fermentačních bakterií na světě. Hlavním cílem Danone je přinášet zdraví prostřednictvím jídla co největšímu počtu lidí, téměř 90 % prodejů Danone je v současnosti realizovaných v kategoriích zdravých výrobků. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 14. března 2022

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka

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

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií

www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz

a www.freshtime.cz

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

Pavel Kačer, redaktor

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

Kateřina Šimková, 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 2022 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

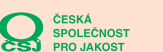
■ se společností
NEWTON Media a.s.



■ 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



www.madambusiness.cz



www.freshtime.cz

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

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

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

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

S tužkou za uchem

Zákon času

Když jsem před čtyřmi desítkami let absolvoval vysokou školu, mohl jsem nabýt dojmu, že si odnáším s sebou potřebné vědomosti ke svému povolání. Dnes vidím, jak jsem se mylil. Ano, získal jsem studiem určitý pojem o oboru a naučil se metodiku učení, tedy jak s co nejmenším úsilím ovládnout potřebnou sumu znalostí. Možná jsem si vytvořil solidní základ k budování profesní kariéry, jíž jsem se pak celý život věnoval. Za uplynulá čtyři desetiletí se však proměnil celý svět. Z analogu konce sedmdesátých let minulého století vznikl stále složitější digitální systém. A nám všem nezbylo než kráčet s dobou. Naučit se pracovat s počítači, s mobily a sociálními sítěmi, myslet a jednat na úplně jiné úrovni. Moji generaci zasáhla technologická revoluce ve středním věku a neznamena-la pro ni jinou volbu, než se jí přizpůsobit. Starším kolegům přinesla dilema – buď se rychle učít nové věci, nebo to nějak „doklepat“ do penze. V současnosti se tento tlak nijak nezmenšil, naopak potřeba za pochodu se vzdělávat klade na člověka stále větší nároky. Zákon času je neúprosný. Prověřuje naše schopnosti, a jak se říká, nastává abychom v něm také poznali, jací vlastně jsme.

Pavel Kačer

Zaujalo nás

The Royal Capital Club a klubové investování

Investiční platforma The Royal Capital Club, za kterou stojí královské a další významné rodiny nejen z Jižní Asie, ve spolupráci s mezinárodní investiční skupinou IC Group nabízí možnosti prestižního klubového investování. The Royal Capital Club vybírá nejvhodnější investiční příležitosti a bankovní produkty napříč světovými finančními trhy a disponuje unikátními investičními produkty podle individuálních přání každého člena. Investice do fondů či bankovních institucí jsou určeny těm, kteří hledají prestižní možnosti na několika kontinentech s důrazem na dodržování tradičních hodnot ve spojení s fintech řešeními. (tz)

Mediální partnerství v roce 2022

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

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vičková**, poradce v oblasti sociálního dialogu
- **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
- **PaeDr. Petr Paksí, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Michal Hanáček**, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Virtuální sestra Emmy přináší revoluci ve zdravotnictví

Virtuální sestra Emmy ulehčuje práci, a především šetří čas ve více než dvou stech ordinacích po celé České republice a její služby už využilo více než 60 000 pacientů. Emmy v ordinacích pomáhá s běžnou administrativou. V současnosti odbaví až 1000 požadavků denně přímo od pacientů. Eliminuje tak desítky telefonátů denně, a pokud je potřeba, telefonát i sama vyřídí. Pacienti s akutními stavy se tak díky ní nemusí obávat, že se budou hodiny marně snažit dovolat na přetížené telefonní linky lékařů. Emmy vytvořila skupina šesti lékařů pod vedením MUDr. Ondřeje Sobotky.

„Při své práci praktického lékaře jsem se vždy snažil maximálně využít moderní technologie a hledat efektivní způsob vedení praxe. Narážel jsem při tom na nedostatečnost a neflexibilitu stávajících medicínských softwarů a nevhodnost otevřených řešení. Emmy je pro mě realizací, jak tuto mezeru vyplnit,“ popsal MUDr. Ondřej Sobotka, zakladatel a vedoucí lékař Emmy, www.sestraemmy.cz.

Tým českých praktických lékařů a vývojářů měl už od začátku celého projektu jasný cíl, pomoci ordinacím zjednodušit a urychlit administrativu tím, že tuto zdoluhavou práci přenesou na software, který zvládne pracovat efektivně a samostatně. Výsledkem je sestra Emmy, která se dokáže postarat o komplexní komunikaci s pacienty během pár minut. Vyřídí žádost o recept, objednání na prohlídku či jen rychle a bezpečně předá informace. Díky nové technologii hlasového robota navíc nyní zvládne pracovat i s telefonáty s pacienty. Sestrám a lékařům tak dokáže ušetřit až dvě hodiny denně.

Software, který vytváří Emmy, byl vyvíjen na základě připomínek od lékařů pilotních ordinací, kteří se v druhé polovině roku 2020 do

projektu zapojili, a pomáhali tak modelovat finální podobu sestry Emmy. „Tyto ordinace se následně rozhodly investovat do Emmy nejen svůj čas, ale i finance. Tím dokazují, jak moc nástroj, jako je Emmy, ordinacím chyběla,“ řekl MUDr. Ondřej Sobotka.

Význam virtuální sestry Emmy ukázal především poslední rok, kdy ordinace praktiků a pediatrů čelily náporu pacientů s onemocněním covid-19 a požadavky na očkovaní. Právě rok svého fungování oslavila Emmy novou funkcí, díky které se mohou pacienti objednávat na posilující dávky očkování. „Po cestě ze školení jsem při cestě vlakem jen tak mimochodem objednal 40 pacientů na očkovaní. Pecka! Před dvěma lety sci-fi!“ pochválil možnost oslovit pacienty prostřednictvím SMS lékař využívající Emmy ve své praxi u Brna, MUDr. Ivo Nečesánek. Celý proces je díky Emmy jednodušší a rychlejší.

Emmy je možné nasadit na dálku, a to zhruba do jedné hodiny. Software je připravený pracovat v každé ordinaci, a proto není nutné se bát dlouhého nastavování a tvoření automatických odpovědí či dotazníků pro pacienty. Jediné, co je potřeba, je vybrat si z nabídky už připravených šablon, které jsou pro danou ordinaci vhodné, a v systému je lze začít okamžitě využívat v komunikaci s pacienty. Základní balíček služeb virtuální sestry si ordinace může pořídit už od 990 Kč za měsíc, což je pro ordinaci, ve srovnání se sestrou na částečný úvazek, jen malý náklad navíc.

Stejně tak je komunikace se sestrou Emmy jednoduchá a intuitivní pro pacienty, a to i pro starší ročníky. „Hodnocení činnosti virtuální sestry Emmy je velmi jednoduché. Za krátkou dobu jejího využívání plní všechno, co bylo potřeba z hlediska péče o můj zdravotní stav. Z toho důvodu jsem přesvědčen, že i nadále bude plnit úkony, pro které byla vytvořena,“ podělil se o svou zkušenost seniorský rekordman, 93letý pacient ZL z Kralup nad Vltavou. (tz)

Raiffeisen Broker nabízí výhodné pojištění

Raiffeisen – Leasing rozšiřuje své služby o nabídku pojišťovacího makléře. Prostřednictvím dceřiné společnosti Raiffeisen Broker zajistí atraktivní pojištění aut, majetku, pojištění odpovědnosti a další produkty. Pro klienty, kteří si jej zřídí v rámci financování, je kromě výhodných sazeb k dispozici i možnost rozložení plateb do splátek. „Spolupracujeme se všemi významnými pojišťovnami nejen na českém trhu. Díky tomu dokážeme zajistit optimální skladbu pojistného produktu, aby co nejlépe pokrývala potřeby klienta, tedy i menší firmy či fyzické osoby,“ vysvětlila Zuzana Matěchová, jednatelka Raiffeisen Broker. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
partner:**



partneři plus:



E.ON ENERGY GLOBE



partneři:



odborní partneři:



Kde české malé a střední firmy nejčastěji chybují, když žádají o úvěr

fin4Business

I v současné době řada tuzemských firem usiluje o získání úvěru. Ať již na provoz, investice, speciální projekty, nebo developer-skou výstavbu. Smělé plány jistě dělají velké podnikatele, ale ne vždy před bankou či jinou finanční institucí obstojí. V čem nejčastěji žadatelé chybují, přiblížil Ing. Pavel Ráliš, MBA, zakladatel značky fin4Business:

Povědomí podnikatelů o tom, jak vůči finančním institucím vystupovat, se v poslední dekádě neustále zvyšuje. Stejně tak jsou sofistikovanější metodiky, jež slouží poskytovatelům k prověření bonity klientů. Někdy se však může stát, že představa žadatele o možnostech, které mu bankovní či jiný ústav může nabídnout, se s hodnocením rizik neshoduje. To však není důvod odcházet od jednacího stolu. Finanční instituce jsou rozvoji podnikání otevřené. Podnikatelé by se neměli bát s nimi komunikovat a detailně prozkoumat své možnosti. Dokonce, i když se předmět financování změní nebo není dostatečně definován, lze najít společnou cestu, která se ukáže jako výhodnější a vzhledem k potřebám klienta zajímavější. Do hry může vkročit jiný a vhodnější způsob financování nebo faktor času. Příklad: firma má v plánu získat investiční úvěr na nákup nového stroje nebo nemovitosti. Nakonec investici zrealizuje z vlastních zdrojů. Po finančním ústavu si pak přeje vynaložené prostředky refinancovat. Ani takové situace nejsou výjimkou. Jsou řešitelné. Přesto by měl být klient velmi obezřetný, aby vůči bance vystupoval seriózně a zbytečně si v žádosti o finanční prostředky neuškodil.

Zmatky v dokumentaci

Podnikatelé občas tápou v tom, které dokumenty pro banku nebo jinou organizaci přichystat. Je jich celá řada. V prvé řadě jde o identifikaci podnikatelského subjektu, jež se dokládá aktuálním



Ing. Pavel Ráliš, MBA, zakladatel značky fin4Business

výpisem z obchodního rejstříku. Dále popisem podnikatelského záměru, jehož nezbytnou součástí je i business plán, jenž bývá obvykle zpracováván na dobu požadované délky financování, u delších splatností pak minimálně na pět let. Klient dále dokládá předběžné účetní výkazy za daný rok, v němž firma o úvěr žádá, a dva roky zpět. Nedílnou součástí jsou informace o předmětu zajištění a potvrzení dokládající bezdlužnost.

Nevyřešené závazky

Přítěží při žádostech o financování bývají nevyřešené závazky vůči finančnímu úřadu, České správě sociálního zabezpečení a zdravotním pojišťovnám či negativní záznamy v bankovních a nebankovních registrech. Vždy platí zásada, že pokud klient nějaké nevyřešené závazky má, měl by je aktivně zvládat například formou dohodnutého splátkového kalendáře.

Podnikatelský záměr

a vágní představa o budoucnosti

Klíč k tomu, aby byl podnikatel bankou vnímán jako důvěryhodný partner, je zejména kvalitně

zpracovaný podnikatelský záměr a precizně vyhotovený business plán. Počítají se ale též úspěšně realizované projekty v minulosti a „neposkvřněná“ historie žadatele. Nejčastěji se lze setkat s případy, kdy klient není schopen reálně vyhodnotit svůj podnikatelský záměr nebo do banky přichází pouze se záměrem, který je formulován poměrně vágně a není nikterak podložen z hlediska budoucích výnosů a nákladů. Tento aspekt je pro banku nebo jinou instituci nutné formulovat jasně, přehledně, a je také třeba dbát právě na pohled do budoucnosti, a počítat i s případnými komplikacemi. Zde je potřeba stát rovným nohama na zemi, nechat hovořit fakta, nikoli domněnky. Na základě toho finanční instituce vyhodnotí, zda bude klient schopen úvěr následně splácet, případně odkud bude moci zdroje na splácení čerpat.

Zajištění jako nejčastější obtíž pro malé a střední firmy

Mnohé malé a střední podniky na rozdíl od těch velkých nedisponují dostatečným zajištěním. Není to však vždy pravidlem. Tak například developerský nebo investiční úvěr bývá zajištěn v naprosté většině předmětem financování. Standardní výše úvěru se pohybuje v rozpětí 70–80 % hodnoty zajištění. Vlastní zdroje bývají obvykle na úrovni 20–30 % výše investice. To je atraktivní matematika. V lepších případech lze dosáhnout až 90% financování, v horším nebyvá výjimkou úvěr v hodnotě 50 % investice. Na to musí být podnikatel připraven a vždy by měl počítat s horší variantou. Obzvláště ostře je to vnímáno tehdy, když nápad sám a business plán nesou známky vyššího, přesto přijatelného rizika. Řada podnikatelů do banky míří také se zajištěním, resp. zástavou, která není akceptovatelná, nebo má mnohem nižší hodnotu, než se žadatel domnívá. I přesto, že slova bankéře mohou zasáhnout srdce žadatele a dotknout se jeho citů, rád bych varoval, že emocionální pouto k zástavě její reálnou tržní hodnotu skutečně nezvedne, proto je třeba se omezit na fakta. Banka příliš dobře nevnímá ani to, když je

klient ochoten přistoupit k osobnímu ručení za poskytnutí úvěru.

Jak si zavřít cestu k finančním prostředkům

Existují ale faktory, kterými si žadatel cestu k úvěru může nejen značně zkomplikovat, ba dokonce znemožnit. Neplnění dohodnutých podmínek je první z nich. A to v nejširším slova smyslu. Od opožděné splátky v minulosti až po zdlouhavé dodávání dokumentace. Pokud v dohodnutém termínu nelze dokumentaci dodat, je zásadní komunikace s bankou a proaktivní přístup klienta. Pro banku je rovněž varovným signálem, pokud doložené podklady neodpovídají deklarované skutečnosti nebo se stanoviska a údaje v dokumentaci neustále mění. Podnikatelský záměr lze v nějaké míře upravit, doplnění je běžné také u business plánu. Auditované účetní doklady by však měly být definitivní. Přesto není ojedinělé, že bankéř k položkám účetní rozvahy nebo výkazu zisků a ztrát vznesl dotazy. A zde je ze strany žadatele klíčová otevřenost a rychlá reakce. Cokoli, co realitě odporuje, ať už pozitivně, či negativně, banka bude vyhodnocovat jako určité riziko. Pakliže se v průběhu procesu hodnocení objeví závažné skutečnosti, o nichž klient finanční instituci neinformoval a které znemožní úvěr poskytnout, bude to na žadatele vrhat nepříjemný stín podezření, a to i pro žádosti budoucí. Záporný vlastní kapitál společnosti může naděje na financování rovněž rozpustit.

A když to firma už sama nezvládne

Čím dál více se vyplácí před komunikací s finanční institucí využít zkušeného poradce, který firmě s veškerou administrativou pomůže, a to na základě letitých zkušeností ze styku s úvěrovým trhem. Klienta tak provede celým procesem rychle a bez zbytečných komplikací. Co se klientovi zdá velmi složité, poradce má takřkajíc v malíčku, a cestu k úvěru tím velmi dokáže usnadnit. Každá instituce má svůj úzus, který na první ani druhý pohled pro žadatele nemusí být zřejmý. (red)

Slavia pojišťovna je i nadále zajištěna u renomovaných subjektů

Tak, jako klienti uzavírají smlouvy s pojišťovnami, ty zase podepisují další smlouvy se zajišťovnami. Smyslem tohoto procesu je hladká likvidace škod i v případech, že jsou extrémně velké a často např. spojené s obrovskými přírodními kalamitami. Dobře zajištěná pojišťovna totiž svým klientům garantuje, že ji nikdy finance nedojdou, vždy dostojí svým závazkům a klientovi škodu zaplatí. Slavia pojišťovna je standardně zajištěna u renomovaných a kapitálově velmi silných zajišťoven.

„Také pro letošek jsme uzavřeli zajištěné smlouvy pro snížení úpisovacího rizika na úrovni všech významných pojištých odvětví,“ vysvětlil manažer pro řízení rizik Slavia pojišťovny Štefan Lesňák. „Svá rizika standardně snižujeme spolu-

prací s renomovanými zajišťovacími partnery s vysokým ratingem a diverzifikací jednotlivých zajištých expozic, mezi nimiž jsou např. Swiss Re, VIG Re, SCOR nebo Everest Re,“ doplnil. Na každé nové období se ve Slavii zajišťovací program

aktualizuje a na základě podrobných analýz dochází k jeho úpravám. Pojišťovna tak už např. vyměnila kvůli garanci nižšího operačního rizika zajišťovacího brokera. Její zajišťovací panel totiž musí být nezníčitelný. Slavia spolupracuje výluč-

ně se zajistiteli s ratingem A nebo vyšším. Stejně tak někdy dochází i ke změně vedoucích zajišťovacích smluv a rozšíření počtu společností na zajišťovacím programu o nové mezinárodní zajišťovací brokery. Slavia třeba spojila své síly s druhým největším zajišťovacím brokerem na světě Guy Carpenterem a letos se na jejím panelu zajišťovatelů objevila společnost Santam, která podle Standard & Poor's disponuje ratingem AA-. Díky vysoké úrovni zajištění Slavia garantuje sto procentní jistotu všem svým klientům. (tz)

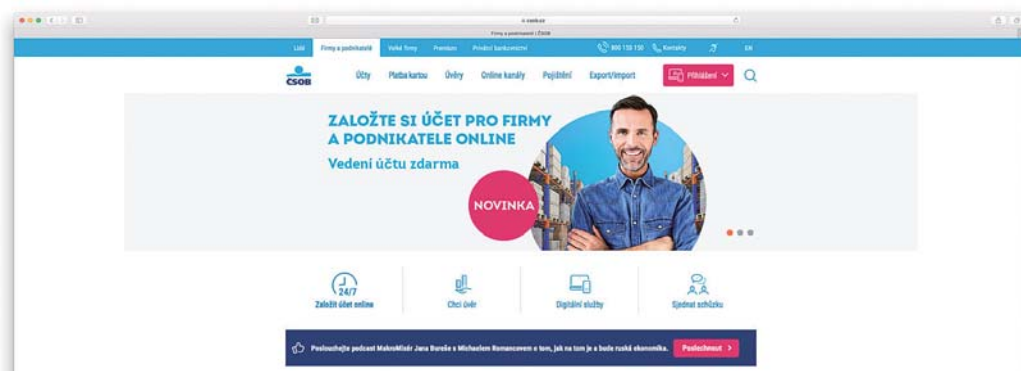
ČSOB umí jako první otevírat účet firmám online

První bankou v Česku, u které si firmy mohou otevírat účet rychle, jednoduše a pohodlně online, se stala ČSOB. Služba byla spuštěna počátkem roku v tzv. pilotním provozu. Od 1. února je veřejně dostupná.

„Jsme první banka v České republice, která umí otevírat online účet pro všechny podnikatelské subjekty, tedy jak fyzické osoby podnikatele, tak nejnověji i firmy,“ uvedl Pavel Prokop, výkonný ředitel firemního bankovníctví ČSOB. Zatímco založení online účtu pro podnikající fyzické osoby zvládají, včetně ČSOB, čtyři banky, otevíření účtu vzdáleně pro firmy žádá jiná další banka v Česku neumí. ČSOB tak prostřednictvím tohoto inovativního digitálního řešení určuje tempo na trhu firemního bankovníctví.

Účet se zakládá z webových stránek ČSOB. Ke sjednání jsou potřeba dva osobní doklady a identifikační údaje o firmě. „Vyplnění žádosti zabere zhruba pět minut. Firma má pak účet dostupný zpravidla do druhého pracovního

dne, ale máme klienty, kterým jsme účet zřídili ten samý den,“ sdělil Pavel Prokop. Založení firemního účtu online je plně v souladu se všemi regulačními požadavky. Formulář žádosti je napojený na obchodní rejstřík, takže se po za-



dání IČO žadatelé doplní všechny údaje o společnosti (např. název, sídlo, vlastníci apod.), což mu významně ulehčuje vyplnění formuláře.

Kromě účtů firemním klientům ČSOB v rámci procesu zakládá i elektronické bankovníctví ČSOB CEB, ČSOB Identitu a platební kartu. Vedení účtu je zdarma. K uzavření smlouvy dochází vzdáleně prostřednictvím zaslání 1 Kč platby pro ověření identity žadatele. „Usilovně pracujeme na využití bankovní identity, to je naše hlavní priorita dalšího rozvoje,“ doplnil Pavel Prokop.

S firemním účtem dále klient získá možnost aktivovat si Virtuální pobočku. Ta nabízí zabezpečenou komunikaci mezi klientem a bankou, včetně plně elektronického podepisování smluv. Požadavky tak lze vyřizovat bez zbytečného otálení a ušetřit čas a peníze. (tz)

Mizí předsudky o agenturním zaměstnávání

Personální agentury prošly, tak jako celá ekonomika, v uplynulých dvou letech zatěžkávací zkouškou. Jak zvládly svou roli, v čem jsou dnes jiné a kam směřují, nejen o tom jsme hovořili s Jackem Kowalakem, ředitelem české pobočky personální agentury Randstad.

Jaké způsoby vyhledávání nové práce Češi volí nejčastěji?

Způsoby hledání nové práce každoročně mapujeme v našem průzkumu Employer Brand Research, který probíhá ve 34 zemích světa a přináší celkově zajímavý vhled do toho, co zaměstnanec nejvíce motivuje a co je pro ně při výběru zaměstnavatele důležité. Dle jeho výsledků hledalo v roce 2021 nejvíce českých zaměstnanců (43 %) práci na pracovních portálech. Téměř stejný počet dotázaných (39 %) zjišťoval informace o pracovních příležitostech u svých přátel a známých a dal na jejich osobní doporučení, 26 % respondentů nahlíželo na firemní stránky, 19 % oslovilo pracovní agentury, což je oproti předchozímu roku mírný nárůst, a 18 % poptávalo zaměstnání pomocí sociálních médií.

Proč jsou personální agentury oblíbené, co mohou proti jiným metodám nabídnout?

Pro firmy bývá využití služeb personální agentury výhodné v mnoha směrech. Rozšiřují se jimi možnosti, když se zaměstnavatelům samotným nedaří místo obsadit. Nespornou výhodou představují především dlouholeté zkušenosti a také databáze vhodných kandidátů. Firmy

mohou požadovat například vyšší flexibilitu pracovní síly, nezanedbatelná je úspora nákladů na nábor pracovní síly a související agendu.

Co se týče kandidátů, hledání práce na ně kladé dost velké nároky. Musí dobře napsat životopis, připravit si motivační dopisy, procházet nejrůznější weby s pracovními nabídkami a neustále si udržovat přehled o nabídce a poptávce na pracovním trhu. Když postoupí do další fáze přijímacího řízení, musí se důkladně připravit na osobní pohovory. Už to obnáší dost důvodů k tomu si hledání práce usnadnit a využít personální agenturu. Ta často může nabídnout i pracovní příležitosti, které se na webech s pracovními inzeráty neobjevují, pomůže připravit kandidáta na pohovor. V neposlední řadě poradí, jak se na pracovním trhu ocenit, když přijde řeč na požadovanou mzdu. Další možností je, že kandidát hledá flexibilní práci, chce třeba vystřídat více možností, a agenturní zaměstnání mu toto může nabídnout.

Které profese nejčastěji poptáváte? A můžete skutečně uspokojit většinu zájemců o zaměstnání a pracovní sílu?

Momentálně jde o všechny profese napříč celým trhem – od IT specialistů přes technické profese, pracovníky v marketingu, administrativě či retailu až po skladníky a operátory výroby. V současné situaci na trhu práce nabídka převyšuje poptávku. Jednoznačně můžeme uspokojit všechny zájemce o práci – kdo pracovat chce, ten si dnes práci bez problému najde. Trochu horší už bývá uspokojit firemní klienty, kteří hledají vhodné talenty na volné místo. Abychom jim vyšli vstříc, nabízíme různá řešení, ať už jde o získání nového



Jacek Kowalak, ředitel české pobočky personální agentury Randstad

zaměstnance na stálý pracovní poměr, nebo třeba jen zapůjčení pracovníků na nějakou dobu, či zajištění pracovní síly ze zahraničí.

Změnil se přístup lidí a metody agenturní práce během posledních dvou let?

Rozhodně ano. Přešli jsme více do online prostředí, a to jak při pohovorech s kandidáty tak i při organizování schůzek s firemními klienty. Nicméně pokud je to možné, stále preferujeme osobní kontakt. Vedle toho se snažíme pomocí digitalizace zkracovat procesy a snižovat administrativní zátěž. Nově využíváme například různé online aplikace jako chatboty v rámci nábory nebo aplikace do chytrých telefonů pro sledování docházky. Přístup lidí k agenturám se také mění.

Postupně mizí předsudky o agenturním zaměstnání, které tu dříve panovaly. V covidové době, kdy někteří lidé přišli o práci doslova ze dne na den z důvodu státních restrikcí, díky nám velmi rychle našli nové uplatnění, mnohdy jen v řádu několika málo dní. To pro ně v danou chvíli byla samozřejmě velmi pozitivní zkušenost.

Dokážete předvídat vývoj oboru? Bude pokračovat trend rozvoje digitálních technologií, nebo bude úloha lidského faktoru stále nezastupitelná?

Náš obor se určitě bude dál rozvíjet. V době pandemie se ukázalo, že agenturní zaměstnávání může velmi rychle a flexibilně pomoci při výpadku pracovní síly. Díky tomu očekáváme do budoucna ještě větší zájem a oblibu této služby, jak ze strany firem, tak i uchazečů. Co se týče digitálních technologií, ty se budou v oboru lidských zdrojů, a tedy i v naší práci, objevovat čím dál více. Hlavní místo vidím v oblasti administrativy, kde nahradí a zrychlí rutinní operace. V některých zemích, například u našich sousedů, při nástupu stačí, když nový zaměstnanec podepíše jeden papír a může začít pracovat. V České republice zatím máme s administrativou víc práce, bývá složitější. Digitalizace pomůže některé procesy urychlit, zefektivnit, a snížit tak související náklady. V budoucnu také budeme využívat různé aplikace, které zrychlí proces nábory. Jak jsem již zmiňoval, i my jsme se v poslední době u této agendy ve velké míře přesunuli do online prostředí, byť stále preferujeme vidět kandidáty osobně.

hodně úspěchů popřál Pavel Kačer

Moderní kanceláře jsou nabitě chytrými a zelenými technologiemi

Jak vypadají nejmodernější kancelářské budovy a kam směřují hlavní trendy? Ekologie a moderních technologií jsou a budou plné. Navíc stále větší roli hrají veřejné prostory, které vytvářejí.

Nejmodernějším kancelářským budovám vládne trend ekologie a smart řešení. Mají zelené střechy i fasády a chytrá řešení pomáhají s topením, klimatizací a co nejefektivnějším využíváním zdrojů. Jsou více soběstačné a šetří energii. O takové budovy je zájem a zaměstnavatelé i zaměstnanci je oceňují. „Kombinací chytrých a zelených budov vznikají efektivně fungující kancelářské i průmyslové celky. Výsledkem takto promyšlených budov jsou udržitelné pracovní prostory vyladěné do posledního detailu, čímž nabízejí uživatelům obrovskou škálu výhod,“ řekl Michal Novák ze společnosti Profesia.cz.

Příkladem inspirativní kombinace smart a green přístupu je třeba kancelářská budova AFI Karlín Butterfly. Byla navržena jako inteligentní budova s jasným ekologickým cílem níže

ké energetické náročnosti a snahou poskytovat vysoký vizuální a fyzický komfort svým uživatelům a návštěvníkům. Dynamiku AFI Karlín Butterfly podporují její fasády, jež proměňují stavbu v živý organismus, který roste a mění se v čase. Zároveň budovu izolují a produkují do okolí kyslík. Vertikální zelené zahrady také zlepšují akustické podmínky v okolí. Technicky je fasáda tvořena několikavrstvým závěsným stěnovým systémem složeným z vysoce kvalitního trojitého zasklení s pokovenou vrstvou, vnějších elektricky ovládaných textilních žaluzií, kovových izolovaných panelů a více než



40 000 živých rostlin s automatickým zavlažováním. Smart technologie jsou také využívány v energetickém managementu k systematicky efektivnímu nakládání s energiemi. „Vše začíná již od prvního návrhu a kombinace vhodně zvolené orientace budov. Ta spolu s využitím nejmodernějších technologií pomáhá energeticky šetrnému udržování optimální teploty, tedy topení a klimatizace, a zároveň přísunu čerstvého vzduchu. To pak zajistí kvalitnější a zdravější prostředí uvnitř budov,“ uvedl Ondřej Mareček z SSI Group. V moderních kancelářských budovách lze chytré řešit také správu prostor a úklid. Tyto úkony pak neprobíhají podle předem daného rozpisu, ale mohou být automatizovány na základě aktuálního počasí, počtu pracovníků a návštěvníků. V kuchyně, na chodbách či v zasedací místnosti, kde se lidé často střídají, je tak intenzita úklidu jiná než v kanceláři, kde zaměstnanci aktuálně pracují na home office či jsou na dovolené. A pokud prší, jsou pracovníci úklidu častěji nasměřováni do vstupních prostor. „V současné době se také pracuje na řešení, které bude umět propojovat veškeré procesy spojené s úklidem do

jedné platformy – cílem je v jednom funkčním systému kombinovat pracovníky úklidu, autonomní stroje, inteligentní plánování a využití dat,“ vysvětlil Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

Vidíme již v praxi, jak vznik nových kancelářských budov pomáhá rozvoji lokality. Restaurace, bistra, obchody a odpočinkové prostory neslouží jen zaměstnancům, ale vytvářejí společný prostor dané lokality. „Ještě před pěti či deseti lety končil veřejný prostor dveřmi budovy. Dnes se firmy stále více snaží kvůli svým zaměstnancům i celé komunitě propojovat prostor pro práci, setkávání a odpočinek. Vše se tak přirozeně kloube v jeden celek, který přináší větší užitnou hodnotu i širšímu okolí kancelářských budov,“ podotkl Ondřej Mareček.

Budova Butterfly Karlín přináší také příklad veřejného prostoru, který propojuje kancelářskou budovu s okolním světem. Je obklopená čtyřmi tematickými zahradami: sever (zima), jih (léto), východ (jaro) a západ (podzim). Ty jsou veřejně přístupné a lákají k sobě návštěvníky a iniciují dialog mezi budovou, čtvrtí a lidmi žijícími a pracujícími v sousedství. (tz)

PENNY cílevědomě snižuje spotřebu energie

PENNY snižuje spotřebu energie rychleji, než plánovalo. Od roku 2014 ve svých prodejnách snížilo spotřebu elektrické energie o 13 %, v rámci svých distribučních center pak o 25 %. Celkově pak klesla jeho uhlíková stopa o polovinu. PENNY tak plní, co slíbilo, když si před deseti lety stanovilo dva hlavní cíle, a to snížit do roku 2022 spotřebu energií o 9,3 %, a zároveň snížit emise CO₂ o 23 %.

Na pokles energetické náročnosti prodejen má největší podíl modernizace celé obchodní sítě. Tu začalo PENNY v roce 2017 a bude dokončena letos. „V rámci přestavby každé prodejny vyměňujeme prakticky všechna elektrická zařízení.

Dochází k výměně světel za LED svícení, a to jak vnější, tak vnitřní. Instalujeme nejmodernější chladicí a mrazicí boxy, loni jsme instalovali na desítkách prodejen solární technologii, využíváme zpětné odpadní teplo z mrazicích a chladicích techniky, a u nových prodejen navíc i tepelná čerpadla, a tak dále. Od roku 2020 rovněž nakupujeme ze 100 % zelenou energii,“ popsal Václav Šíma, vedoucí stavebního oddělení PENNY.

Pouze v případě instalace LED osvětlení ve všech prodejnách jde o úsporu takového množství elektrické energie, kterou spotřebuje více než 500 českých domácností žijících v bytě 3+1. Solární technologie pak pokrývá u každé prodejny až 40 % její celkové spotřeby. „Udržitelnost a ochrana životního prostředí je nejen pro celou skupinu REWE, ale i pro nás v České

republice, jednou z nejdůležitějších oblastí. Uvědomujeme si, že naše činnost má dopad na životní prostředí, a právě proto je naším cílem tento dopad nejen snižovat, ale současně se snažíme dávat i něco navíc. Kromě dlouhodobého programu energetických úspor tedy doporučujeme výsadbu nových stromů v rámci projektu Sážíme budoucnost, vracíme včelstva do přírody nebo pomáháme uklízet v rámci projektu Uklidíme Česko,“ vyjmenoval aktivitu PENNY pro zlepšení prostředí, ve kterém žijeme, generální ředitel Jens Krieger. V rámci hospodaření s energiemi je PENNY už od roku 2017 držitelem certifikace ISO 50001, která potvrzuje plnění mezinárodních standardů hospodaření s energiemi. Věnuje se také vzdělávání zaměstnanců v rámci projektu Energe-

tického managementu. „Vnímáme, že je potřeba zvyšovat obecné povědomí o tom, jak se chovat hospodárně a šetrně. Přitom stačí tak málo, a to nejen v práci, ale i doma. Vypínat nepoužívané spotřebiče, třeba po odchodu z kanceláře počítač, klimatizaci, nebo i lampičku, zkrátka zbytečně nesvítit, hlídat námrazu, jak doma v lednici, tak i v prodejnách v chladicích boxech či hlásit závady na vybavení,“ podotkl Václav Šíma. Nejenže jde o ekonomický přínos, ale je spočítáno, že kdyby každá domácnost v České republice ročně ušetřila 54 kWh, pak by bylo možné odstavit 1,5 bloku klasické uhelné elektrárny. A kdyby to udělaly všechny domácnosti v Evropě, nemuselo by existovat 91 uhelných elektráren nebo 1,4 bloku jaderné elektrárny. (tz)

123kurýr/123kuriér je zpestřením českého balíkového trhu

Začínat s budováním kurýrní firmy na českém trhu, který se vyznačuje širokou nabídkou a vysokou úrovní služeb v této oblasti, není jednoduché. Přesto mají odesílatelé v České republice od loňského roku možnost zvolit si pro přepravu balíkových zásilek další společnost. Své služby nově nabízí firma 123kurýr, člen česko-slovenské skupiny 123kurýr/123kuriér.



123kuriér je na Slovensku etablovanou balíkovou službou. Za touto společností stojí pouze slovenský kapitál a management. To je výhoda, protože všechny procesy a rozhodování probíhají velmi rychle, navíc s důvěrnou znalostí česko-slovenského trhu. Proto také od rozhodnutí o vstupu do Česka a rozšíření přepravní sítě na česko-slovenský formát uběhlo pouze několik měsíců. Vznikla skupina 123kurýr/123kuriér a během velmi krátké doby se rozběhl český národní přepravní systém. Propojením sítí na podzim loňského roku tedy začala fungovat nadnárodní přepravní síť, která aktuálně zahrnuje 17 plně vybavených poboček, tři překladiště (hub), přepravní flotilu, a v neposlední řadě také profesionální a kvalitní pracovní tým. Přinášíme rozhovor s Ing. Radomírem Fialou, regionálním provozním ředitelem skupiny pro Českou republiku.

Jaké služby aktuálně 123kurýr nabízí českým zákazníkům?

Naší ambicí je zajišťovat balíkovou logistiku „pro všechny“, tedy v oblasti B2B (doručování zásilek mezi firemními klienty), B2C (doručování firemních zásilek na soukromé adresy), D2C (doručování zásilek výrobce přímo koncovému zákazníkovi) a C2C (doručování zásilek mezi soukromými osobami prostřednictvím e-shopu pro nákup přepravy balíků). V České republice jsme doposud poskytovali hlavně služby v oblasti B2B a B2C. Aktuálně ale spouštíme e-shop pro nákup přepravy, takže začínáme obsluhovat i segment C2C. Naším plánem je ve velmi krátké době poskytovat komplexní služby se stejným servisem v celé síti.

Co bylo podle vás nejzásadnější, respektive nejdůležitější pro úspěšný vstup nové firmy na český balíkový trh?

Naší výhodou je to, že na Slovensku je 123kuriér zavedenou firmou, takže rozšíření do Česka bylo pro nás jednodušší. Česko a Slovensko vnímáme jako jeden prostor k podnikání. Ale je jasné, že postavit síť v tak krátké době reprezentuje velké investice a značné úsilí. No a samozřejmě první věcí, na kterou jsem se zaměřil, byla nutnost postavit dobrý provozní tým, a přesvědčit dopravce a nové zaměstnance, aby do toho s námi šli. Aktuálně má společnost plný stav a téměř nulovou fluktuaci zaměstnanců.

Řada poskytovatelů balíkové logistiky omezuje parametry zásilek, ať už jde o rozměry, hmotnost, ale také sortiment přepravovaného zboží. Je to logické, protože přepravní systémy a automatizované třídění vyžaduje unifikaci zásilek a specifikaci jejich balení tak, aby nedocházelo k jejich poškození nebo problémům s automatickým načítáním informací o zásilce. Týká se to i vašich služeb?

U nás, a to je výhoda toho, že si stavíme vlastní systém s ohledem na specifikaci přepravovaných balíků, můžeme přepravovat i takové zásilky, které ostatní balíkovky už brát nemohou. Samozřejmě i my jsme omezeni provozně, nepřpravujeme nebezpečné látky či tlakové bomby, pyrotechniku, zboží lehce podléhající zkáze a podobně, ale opravdu se snažíme vyjít zákazníkovi maximálně vstříc.

Vysoká úroveň české/slovenské balíkové logistiky se vyznačuje také rychlostí doručení (běžně v 24hodinovém režimu), velmi rozmanitými možnostmi ve způsobu dodání a informačním servisem pro odesílatele i příjemce balíků. Softwaru a zákaznické aplikace balíkových služeb umožňují zadávat, sledovat a ovládat cestu balíku doslova v přímém přenosu. Co v tomto směru nabízí 123kurýr?

Náš vlastní SW, respektive zákaznická aplikace ATOL, je uživatelsky velmi příjemná, jednoduchá a přehledná. Zákazník se v ní rychle orientuje. Zkrátka je vidět, že vývoj a stavba vlastního SW je pro balíkovou logistiku nejlepší. Samozřejmě vylepšit a rozšiřovat další možnosti lze u každého SW, náš nevyjímaje.

Čas a stálá kvalita dodání zásilky je důležitou konkurenční výhodou. Pro nás jako vznikající firmu bylo hlavně důležité postavit síť se strategicky rozmístěnými pobočkami tak, abychom mohli zajistit efektivní přepravu v režimu 24 hodin. To se nám povedlo. Dnes máme v celém česko-slovenském systému 17 poboček, v Praze, Brně a slovenských Turanech provozujeme překladiště (hub). Přepravu zásilek v 24hodinovém režimu nabízíme skutečně v rámci celé sítě, to znamená po celém česko-slovenském území.

O získání zákaznického portfolia rozhoduje ve velké míře právě kvalita doručování zásilek a úroveň zákaznického servisu. Co je vaší předností, a hlavně, chystáte v této oblasti nějaká zlepšení?

Naší předností je prozákaznická orientace, vysoká flexibilita a tah na zlepšování kvality doručení. 123kurýr jako novou firmu, která se prosazuje na českém trhu, čeká celá řada změn a rozšíření služeb tak, aby rostla její konkurenceschopnost. Máme před sebou obrovský kus práce, například nastavení doručovacích oken. Je jasné, že tento servis mít musíme, ale pokud budu upřímný, jsem rád, že zatím rozvažíme

bez informace o přesném času doručení. V dnešní uspěchané době a přeplněných silnicích nejsou naši kurýři vystaveni stresu, že něco nestíhají a plán rozvozu můžou sestavit sami. Tím, že jsme nyní spustili e-shop s přepravou balíků pro segment C2C, se už budeme muset na zavedení časových oken ale zaměřit.

Další věcí, kterou připravujeme, je zprovoznění balíkových center. Ta se na Slovensku již rozjíždějí. Zákazník si v nich může zásilku nejen vyzvednout, zaplatit dobírku, ale také podat zásilku, a to za asistence proškoleného personálu.

Co vás jako profesionála se zajištěnou budoucností vedlo k tomu, abyste se pustil do tak náročného, a řekněme si, v počátku i nejistého práce?

V logistice pracuji na různých pozicích již téměř 20 let, to znamená, že 123kurýr mi dává možnost zúročit moje zkušenosti. Také jsem si za ty roky na určitou míru stresu a improvizace „vytvořil závislost“, takže takzvaný zdravý stresík mi dělá dobře. Ale když to shrnu do tří bodů, je to takhle: Za prvé cítím velkou výzvu budovat něco úplně nového, za druhé jsem přizval své bývalé kolegy, se kterými nám jde práce lépe od ruky a se kterými se mi skvěle spolupracuje, a za třetí přesvědčovací schopnosti provozního ředitele skupiny Martina Vranka a potažmo majitele pana Miloše Melníka jsou opravdu vynikající. Už nyní mohu říct, že v Česku máme dobrý tým. Nedávno jsme absolvovali společné školení a ze všech našich zaměstnanců mám dobrý pocit. Pevně doufám, že to tak bude i nadále. Věci, o kterých mluvím, vyžadují značné investice a jsou provozně náročné. Při takovém enormním rozvoji, kterým skupina 123kurýr/123kuriér prochází, není možné, aby se nesetkala s problémy a neřešila jednotlivé chyby, to je jasné. Důležité je umět rychle reagovat a společně najít inovativní řešení. To se nám daří. Myslím, že jsme skvělým zpestřením na současném českém balíkovém trhu.

připravil Pavel Kačer



Technologie nám budou brzy plánovat schůzky i běžnou agendu

Rozpoznávání obličeje a hlasu, rozšířená realita či automatické překládání hovoru do více jazyků bude v blízké budoucnosti stále rozšířenější. Běžné bude i plánování pracovních schůzek a aktuální spolupráce na základě strojového určení.

V poslední době se zásadně mění pracovní prostředí a také formy komunikace a spolupráce. Místa, ve kterých pracujeme, dnes nezahrnují pouze klasickou kancelář, ale i domácí kancelář, coworking nebo kavárnu. Mění se i prostory určené pro jednání ve firmách. „Máme možnost pracovat vzdáleně téměř odkudkoliv. Trendem

je zmenšování konferenčních místností a obecně prostor pro týmovou práci. Technologie jako videokonference a bezdrátové sdílení obsahu začínají být běžně používány v dalších firemních prostorách, a ne pouze v zasedacích místnostech při důležitých jednáních,“ řekl Andrej Hronec, zástupce společnosti Lifesize v ČR.

Oblast video technologií se neustále vyvíjí. Zapojení nových technologií přinese v blízké budoucnosti další možnosti – například souběžný překlad probíhající konverzace do více jazyků. Videokonference díky vylepšení AI technologií, rozšířené realitě, automatickým jazykovým překladům a sledování výrazu obličeje. „Lidé jsou technologiemi moderní doby

zhýčkaní a mají vysoká očekávání. V budoucnosti uvidíme, jak budou přední společnosti řídit videokulturu, která umožní efektivně pracovat každému zaměstnanci na jakémkoliv zařízení,“ doplnil Andrej Hronec.

Využití jazykového ovládání, například Siri, Alexa nebo Cortana, které se stalo rychle populární, vyvolalo zájem také o automatizaci a robotická řešení v business prostředí. Video a audio technologie budou v budoucnosti rozpoznávat obličeje a hlas, automaticky generovat shrnutí schůzek, vytvářet inteligentní poznámky nebo jazykový překlad. Obrovskou roli však bude hrát bezpečnost. Firmy totiž hledají způsob, jak využívat moderní technologie, aniž by

se vystavovaly nebezpečí cloudových útoků. Vzestup AI (umělé inteligence) a machine learning (strojového učení) nabízí zjednodušení způsobu komunikace z pohledu koncového uživatele. IT administrátorům zase pomáhá při monitorování sítí a koncových bodů pro zvýšení spolehlivosti a výkonu. Ideální praxe musí kombinovat to nejlepší z obou světů a přinášet ty nejlepší možnosti budoucího fungování. „Technologie založené na cloudu nám dávají přístup k obrovskému množství dat. Klíčem k úspěšné integraci AI do běžného efektivního fungování je ale přístup, který nebude upozadovat lidský faktor před technologiemi,“ shrnul Jaroslav Blažek z Accenture ČR. (tz)

Eaton již deset let vyvíjí nejmodernější produkty a technologie v Roztokách u Prahy

Eaton, přední globální společnost v oblasti distribuce elektrické energie, letos oslaví 10. výročí otevření svého Eaton Evropského Inovačního centra (EEIC) v Roztokách u Prahy. Cílem centra je vyvíjet technologie a produkty, které na globální úrovni pomohou s rozvojem konceptu udržitelné budoucnosti a dalších inovativních přístupů pro efektivnější a bezpečnější řízení spotřeby elektrické energie. „V Roztokách vyvíjíme špičkové produkty a technologie, které nám pomohou řešit složité energetické otázky budoucnosti. Pracujeme také na projektech zabývajících se úsporou paliva, funkční bezpečností a inteligentními prvky,“ řekl Luděk Janík, Site Leader EEIC.

Tým prvotřídních inženýrů a výzkumných pracovníků z více než dvaceti zemí světa se z původních šestnácti členů rychle rozrostl na současných 170 a plánuje se jeho další rozšíření. „Jsme velice hrdí na to, že se nám daří pro Roztoky získávat ty nejlepší talenty a zkušené inženýry z celého světa. To nám dává možnost přicházet se skutečně inovativními nápady a pro určité produktové oblasti být v popředí inovací,“ pokračoval Luděk Janík. Ve výzkumném centru v současné době působí více než deset výzkumných týmů, které kromě vlastní expertizy využívají hlavně možnost mezioborové spolupráce, která je pro vývoj moderních produktů nezbytností. Úspěchy EEIC jasně dokazuje skutečnost, že za svoji existenci požádalo



centrum již o více než šedesát patentů a deset z nich skutečně získalo. Šlo hlavně o patenty za projekty z oblasti automobilového průmyslu, spínání a jištění silové elektřiny a průmyslové automatizace.

EEIC je jedním z šesti hlavních inovačních center společnosti Eaton na světě a jediným takovým centrem v Evropě. Další najdeme ve Spojených státech amerických, v Indii nebo v Číně. Kromě řešení pro budoucnost spolupracovalo EEIC také na mnoha projektech, jejichž využití se již přesunulo z vývoje do praxe a které jsou využívány po celém světě. Jako příklad lze uvést systém pro chytrou domácnost xComfort nebo přístroje AFDD, které jsou určeny pro detekci výskytu oblouku v elektrické instalaci.

Dekáda inovací

EEIC vzniklo v roce 2012 a již o rok později přihlásilo svůj první patent, který také získalo. Šlo o patent z oblasti řešení pro automobilový průmysl. „Pro nás mělo získání tohoto patentu

vlastně takovou symbolickou hodnotu. Byl to náš první patent a zrovna v oblasti, která se váže k samotným počátkům naší společnosti. Ta v roce 1911 vznikla právě jako dodavatel řešení pro rychle se rodící automobilový průmysl,“ vysvětlil Luděk Janík.

Roztocký tým se rok po otevření centra rozrostl na více než padesát osob a v roce 2015 se přestěhoval do nově postavené budovy. Ta inženýrům nabízí kvalitní zázemí pro výzkum a vývoj, včetně moderních laboratoří vybavených veškerou nezbytnou technikou. Výzkumné týmy se tak mohou plně soustředit na vývoj nejmodernějších produktů a technologií pro elektrické, automobilové, letecké a IT systémy nové generace. Zaměření centra se postupně rozšířilo o další nové oblasti, které zahrnují především výkonovou elektroniku, software, elektroniku a řízení, modelování a simulace elektrických obvodů. „Snažíme se maximálně investovat do vybavení, které naše týmy potřebují pro svoji práci. V roce 2018 jsme navrhli a spustili nejvýkonnější superpočítač společnosti Eaton, který

nám pomáhá vyvíjet zásadní komponenty jako elektrické jističe, pojistky nebo rozváděče odolné před zkraty,“ uvedl Luděk Janík.

EEIC je od svého vzniku velmi aktivní v oblasti spolupráce s prestižními partnery z akademického světa. Aktivně spolupracuje kromě ČVUT také s Brněnskou technickou univerzitou, Českým institutem informatiky, robotiky a kybernetiky (ČVUT), Regionálním inovačním centrem elektrotechniky při Západočeské univerzitě, Masarykovou univerzitou a RWTH Aachen University. V rámci těchto partnerství se EEIC zapojilo do několika významných inovačních projektů podporovaných vládou České republiky a také získalo financování od Evropské unie. „V této oblasti se věnujeme hlavně projektům pro Průmysl 4.0, vývoji rozváděčů bez použití nebezpečného skleníkového plynu SF6, nové generaci elektrických jističů, mikrosíť a různým platformám pro využití v globálním posunu k elektrifikaci dopravy,“ vysvětlil Luděk Janík.

Udržitelná budoucnost

EEIC v současné době zaměstnává 170 odborníků a do roku 2025 plánuje jejich počet zvýšit na 275. Jejich hlavním úkolem bude práce na projektech, které jsou důležité pro udržitelnou budoucnost a přechod na nízkouhlíkovou ekonomiku, která bude jasně definována decentralizovanou výrobou elektrické energie, elektrifikací a digitalizací rozvodu energie. „Budeme se zaměřovat na vyvíjení nových přístupů, současně ale bude naším úkolem také vylepšování stávajících produktů společnosti Eaton tak, aby byly efektivnější a odpovídaly zásadám udržitelného rozvoje,“ uzavřel Luděk Janík. V EEIC v současné době vzniká nové oddělení pro Energetický přechod a digitalizaci. To se bude věnovat projektům v oblasti začleňování budov pro proces energetického přechodu skrze využívání obnovitelných zdrojů energie, infrastruktury pro elektromobily a zařízení pro ukládání energie. Plánuje se také rozšíření týmu pro eMobilitu a letectví. (tz)

Dostal jsem cenu za to, co mě baví

dokončení ze strany 1

Chce, aby byly prodejny čisté, zboží bylo správně označené, případně aby mu byli schopní poradit prodáváči či prodavačky. Nemačnou část činností v oblasti kvality tvoří také komunikace se státní správou, řešení řady kontrol ze strany státních orgánů, nebo auditů u dodavatelů.

Jakost potravin a jejich bezpečná konzumace je dnes velké téma stejně jako například zdravé stravování. Nezabýváme se těmito otázkami až nadmíru? Nejsme posedlí tím, co je zdravé, a co ne, co jíst, a co vynechat? Nebo je naopak k řešení ještě mnoho problémů?

Máte pravdu, že jídlo je pro nás čím dál tím víc důležité a u někoho to může téměř až hraničit s posedlostí. Z mého pohledu je ale dobré, že se zajímáme o to, co jíme, kde a za jakých podmínek se dané produkty vyrobily nebo vypěstovaly. Zdravé stravování je základem spokojeného života, a proto je dobré stále se snažit zlepšovat ať již složení, nebo naše stravovací návyky. Osobně jsem ale odpůrcí extrémů – jíst nebo nejíst určité potraviny, pokud nás k tomu netlačí zdravotní stav, není z mého pohledu rozumné. Člověk by se měl stravovat pestře a vyváženě. Myslím si, že geografická poloha naší země je ideálním základem pro pestré stravování založené na kvalitě, ne kvantitě.

Na druhé straně změněný přístup řetězců například k lokálním výrobcům a dodavatelům je znát a spotřebitel je spokojenější než kdysi. Jaká je strategie PENNY v tomto směru? Co nového jste pro tento rok připravili?

Pro nás to není nic nového. Naše dlouhodobá obchodní strategie je celých 25 let, kdy působíme na českém trhu, založená na podpoře českých a lokálních výrobců. Snažíme se být dobrým sousedem nejen našim zákazníkům, ale také dodavatelům. Proto v celé řadě segmentů nabízíme zboží z velké části nebo zcela od českých dodavatelů. Například většina produktů našich privátních značek Boni nebo Dobré maso je českých. Ve všech 400 obchodech po celé republice máme zboží od lokálních dodavatelů. Ti dodávají často jen do dvou či tří PENNY prodejen v daném městě či nejbližším okolí. Kromě podpory lokálních dodavatelů tak zákazník dostává zboží od výrobců, které zná a má jejich výrobky rád.

Výrazně prosazujete udržitelné podnikání. Co vše si můžeme pod jeho taktovkou ve spojitosti s vaší značkou představit?

To by mohlo být téměř na samostatné vydání Prosperity! Když se budu snažit být hodně stručný, tak základem jsou již zmiňované výrobky od lokálních dodavatelů. Zabýváme se

také jejich složením nebo obalovými materiály.

Dále je důležité i to, kde dané výrobky našim zákazníkům prodáváme. Proto na našich prodejnách instalujeme ekologické osvětlení, šetrné chladičové zařízení, solární panely nebo využíváme ze sta procent zelenou energii.

Již jsem zmiňoval, že naším cílem je být dobrým sousedem všude tam, kde působíme. A tak v rámci iniciativy Sážíme budoucnost vysazujeme stromy, uklízíme Česko, bojujeme proti plýtvání potravinami, podporujeme Potravinové banky nebo seniory.

Dost energie a času věnujete osvětě zákazníků. Jak reagují?

Problematická udržitelnosti zákazníci stále více zajímá. Bavili jsme se již o stravování či zdravém životním stylu – což je také otázka udržitelnosti. Zákazníci ale zajímá i místo, kam chodí nakupovat, nebo jak se obchodník chová ke svému okolí. Kvalita a udržitelnost jsou z mého pohledu spojené nádoby, které by měly reflektovat potřeby spotřebitelů a plnit jejich očekávání.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Trh s energiemi připomínal dlouhé roky divoký západ

V České republice se podle informací Ministerstva průmyslu a obchodu kvůli krachu dodavatelů ocitlo 15 % zákazníků v režimu Dodavatele poslední instance (DPI), což je nejvíce v celé Evropě. Proč jsme dopadli nejhůř z celé Evropy? Odpovídal Ondřej Doležal, jednatel poradenské a dodavatelské společnosti Students for People:



Ondřej Doležal, jednatel poradenské a dodavatelské společnosti Students for People

Čím se vyznačuje náš trh s energiemi?

Český trh s energiemi je specifický v tom, že byl dlouhá léta téměř bez pravidel. Ochrana zákazníků byla na nule a jen velmi pomalu se věci zlepšují. Proti energošmejdům se zde formou prohlášení bojuje již hodně dlouho, reálně se ale nic moc nestalo. Až senátní úprava novely z podzimu minulého roku dala tuzemským spotřebitelům naději, nicméně vyhráno ještě zdaleka není. Ale abych odpověděl na otázku. Dopadlo to tak proto, že zdejší prostředí dlouhé roky připomínalo spíše divoký západ. Žádné regulace, nulová ochrana zákazníků, kteří byli často vystaveni naprosto tristnímu jednání.

Proč tomu tak podle vás bylo?

Ještě minulý rok jsme všichni četli o tom, že novela energetického zákona, tak jak ji předložili poslanci, nás všechny spasí a vyřeší energošmejdy. To bohužel nebyla pravda a máme o tom konkrétní důkazy. Původní návrh novely do-

konce některá práva odběratelů ještě více omezoval. Víme také o tom, jak někteří velcí dodavatelé psali poslancům, že přijímat senátní úpravu zákona, která významně posílila práva odběratelů, je zbytečné a nesystémové. Takže jednoduše existovaly tlaky na to, aby se ochrana zákazníků neřešila, a naopak ještě zmenšila. Jenže pak přišlo trvalé zdražování energií na evropských trzích, riskantní strategie se přestala některým dodavatelům vyplácet a jednoduše to zabalili. Typický je příklad Bohemia Energy. Ale zde si řekneme, že tento hazard s klíčovou surovinou byl zcela legální. Z nějakého důvodu u nás v rámci energií je možné něco prodávat, ale reálně to nemít. A to způsobilo celý tento doslova šílený problém.

Dnes se ale opět objevují hlasy, že zákon není dostatečný v ochraně spotřebitelů a že potřebuje další novelizaci...

Ochrana dostatečná není, to je jasné. Zároveň není stále vyřešená role Energetického regulačního úřadu a nyní se volá po zvýšení jeho kompetencí. Je zajímavé, že minulý rok, když se připravovala novelizace energetického zákona, ERÚ si o žádné zvýšení kompetencí neřeklo. To musel udělat až Senát ČR v rámci našich připomínek. Až tragédie mnoha stovek lidí ukázala, že ERÚ je bezzubý úřad, který se bojí odpovědnosti.

Minulý rok jste se právě na senátní úpravě zákona také podílel. Jaký by dnes byl stav, kdyby Senát energetický zákon vůbec neupravoval?

Námi navrhované úpravy byly jednoznačně proklientské, spouště zákazníků na českém trhu to reálně pomáhá. Možná trochu velkoduše prohlásím, že naše pracovní skupina zachránila tisíce klientů, a ti to ani neví. Ale upřímně, ten zákon potřeboval mnohem větší změny, ale když se o to v celé republice snažilo jen pět lidí, v podstatě proti všem, tak i to něco málo byla ohromně velká výhra. To něco vylepšilo postavení zákazníků o 500 %, ale bohužel pětikrát více z ničeho je pořád skoro nic. Sedmnáct let ten trh nikdo nereguloval, sedmnáct let to nikoho nezajímalo, a proto je to taková katastrofa. Kdokoliv se může podívat na naše mediální vystupování, v podstatě od roku 2013. Já tady osm let

říkám, že je potřeba to změnit. Vytyčit hřiště, na kterém se bude hrát.

Jak tedy vnímáte současné návrhy na usměrňování dodavatelů a volání po potřebě energetický zákon novelizovat?

Upřímně moc nevím, jak odpovědět. Před sedmi měsíci představitelé ERÚ říkali, že ochrana zákazníků je dostatečná, že jim novela zákona dá nástroje pro efektivní regulaci trhu. Kdokoliv se ale podívá na připomínky ERÚ k novele energetického zákona z minulého roku, tak tam moc bodů k lepší ochraně nebylo. Nyní najednou všichni vědí, co je třeba zlepšit a volá se po změně. Kde tihle odborníci byli před půl rokem? Tomu říkám rychlý obrat. Bohužel trochu pozdě. My jsme upozorňovali, psali e-maily, volali. Nakonec se nám podařilo dostat se k předsedovi Senátu Miloši Vystrčilovi, kde jsme mu za dvacet minut vysvětlili hlavní problémy lidí, ukázali příklady chování dodavatelů k zákazníkům. Po patnácti minutách pan předseda řekl, že se to musí změnit, a následně pro potřebné úpravy zvedli ruce všichni senátoři přítomní na daném jednání. Tedy změny k lepšímu je možné realizovat, jen chtít a vytrvat. Prohlášení jsou dobrá, volání po změně také, ale až konkrétní činy dokážou situaci změnit. ERÚ tvrdí, že nebyla politická vůle, já, kluk z ulice, jsem přesvědčil předsedu Senátu Miloše Vystrčila o nutnosti změny za 20 minut. Energetika ale bohužel není motocykl, a tudíž jakékoliv změny se projeví v dlouhodobějším horizontu. Českou energetiku bych nyní přirovnal k Titaniku, víme, že nabouráme. Chceme něco dělat, ale nejde to.

Ovlivní nynější události na Ukrajině nějak cenu energií? Mají se čeští zákazníci bát dalšího zdražování?

Myslím, že pár dodavatelů zkolabuje, zejména ty firmy, které nabízely klientům ceny dle SPOTových cen. To má potenciál zrušit energetický trh, jak jej známe, to říkám od října. Zkrátka se stalo to, že dodavatelé energií zase prodávali něco, co neměli nakoupeno. Zákazník tedy dostal cenu elektřiny třeba 3000 Kč za MWh, protože si dodavatel myslel, že se trh „otočí“ a nakupovat po dnech se brzy začne vyplácet. Jenže cena stoupala a hodně firem nakupovalo za 6500 Kč/MWh, ale prodávaly za 3000 Kč/MWh. Když bylo mož-

né koupit za 2800 Kč, tak to neudělali a začali zase spekulovat. Připomínám, že opět legálně.

A co se podle vás bude teď dít?

Nyní se stalo to, že dodavatelům vzrostla cena až na 10 000 Kč/MWh, ale zálohy vybrali jen na cenu 3000. No a teď musí skládat jistiny a zajišťovat své otevřené pozice, na což ale nemají peníze. To je položí, a bohužel to vezme i ty firmy, které nakoupeno měly, protože trh s energiemi je velmi provázaný.

V říjnu jsem říkal, že dodavatelé energií musí dostat finanční zajištění, aby mohli elektřinu a plyn po skupině Bohemia Energy nakoupit. Jistiny za nákup a další věci byly v součtu kolem dvou miliard, ale žádná banka dodavateli energií nechtěla půjčit. Tudíž to ty firmy nenakupovaly, ale zákazníci získávat chtěly. Proto šly na krátkodobý trh, protože tam jsou jistiny o něco menší.

A to souvisí hned s dalším problémem. Pokud plyn nakupujete „na krátko“ po měsících nebo kvartálech, tak nemusíte platit takzvanou strukturalizaci. Zkrátka, plyn nemusí být v zásobníku, protože zemní plyn teče přímo ke klientovi. Proto je v těch zásobnících tak málo, dodavatelé nemuseli mít část objemu z toho prodaného množství v zásobníku. Konkrétně tam chybí část spotřeby plynu pro milión klientů. To ceně samozřejmě nepomůže.

Takže budou následovat další krachy dodavatelů?

Ano. Někdo měl dodavatelům už na podzim říct, hele, teď tu energii kupte od ledna za 2300 Kč/MWh a prodávejte to za 2600 Kč, naše elektárny nebudou chtít jistiny atd. Čekal jsem, že se toho chopí v první řadě polostátní firmy, že najdou nějakou celospolečenskou odpovědnost, že lidi nějak podrží. Nestalo se. Marže 1500 Kč/MWh pro ně nebyl v jeden moment žádný problém a toho se chytli i ti ostatní. V zájmu akcionářů se nešlo chovat netrzně, a tak máme nyní lidi na SPOTech, kde ani neměli být, a k tomu tam jsou i velké průmyslové fabriky. Tyto subjekty pocítí zdražení okamžitě a mnoho dodavatelů těchto zákazníků zkrachuje. To je z mého pohledu nevyhnutelné.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

Koupit nemovitost v zahraničí zvažuje čím dál více Čechů

Dramatický růst cen nemovitostí spolu s obavou o znehodnocení peněz vinou inflace vede stále větší počet Čechů k tomu, aby se poohlédli po investici do nemovitosti v zahraničí. Koupí nemovitosti v zahraničí zvažuje téměř 30 % Čechů. Vyplývá to z aktuálního výzkumu Asociace českých stavebních spořitelů mezi lidmi ve věku 18–65 let s čistým příjmem domácnosti vyšším než 60 000 Kč.

Najít v České republice vhodnou rekreační nemovitost za příznivou cenu se pomalu stává hledáním příslovečné jehly v kupce sena, a tak se Češi obracejí do zahraničí. V rámci Evropské unie je totiž koupě nemovitosti stejně snadná jako doma. Koupit nemovitost mimo ČR zvažují v současné době tři z deseti Čechů (v domácnostech s příjmem nad 60 000 korun). Vlastnictví zahraniční nemovitosti přitom již dávno není otázkou společenské prestiže – tou je jen pro 13 % dotázaných. „Většina dotázaných – téměř 60 % – považuje nákup zahraniční nemovitosti za alternativu k české chalupě, která jim umožní relaxovat ve vlastním v atraktivních zahraničních lokacích. A samozřejmě je to pohledem Čechů i dobrá investice, která slibuje v delším časovém horizontu zhodnocení vložených

prostředků. Uvažuje tak 50 % dotázaných,“ řekl Jiří Šedivý, tajemník Asociace českých stavebních spořitelů.

„Úvěr ze stavebního spoření nelze podle zákona použít na financování nákupu nemovitosti v zahraničí. U stavebního spoření však není omezeno, jak střadatelé s naspořenými prostředky naloží. Většinou je nicméně využívají ke zvelebení svého bydlení – ať již trvalého, nebo i rekreačního. Úspory tak lze použít i na pořízení, úpravy nebo vybavení nemovitosti v zahraničí,“ uvedl Jiří Šedivý.

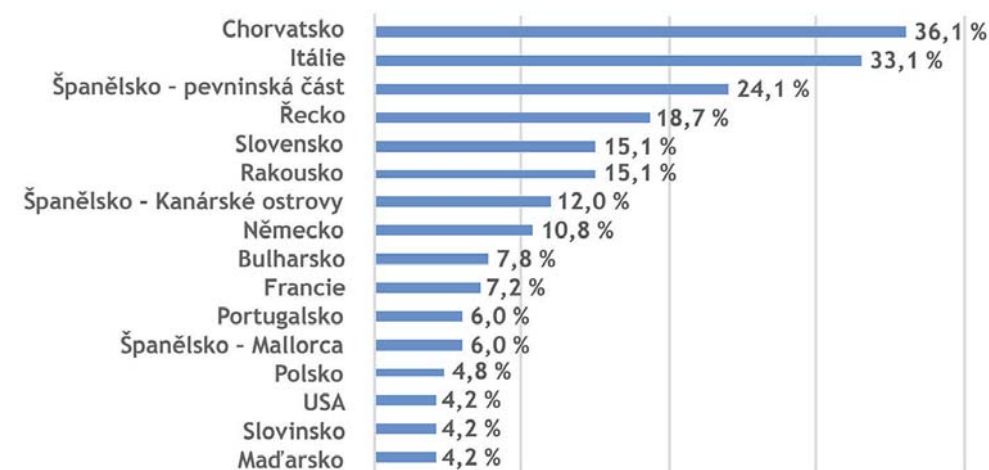
Růst cen českých nemovitostí nabral na rychlosti – podle dat Eurostatu, statistického úřadu Evropské unie, byl loni ke konci třetího čtvrtletí zaznamenán největší meziroční nárůst cen nemovitostí v EU právě v Česku (+22,0 %), které následuje Litva (+18,9 %), Estonsko (+17,3 %) a Nizozemsko (+16,8 %). Naopak nejpomaleji rostly ceny nemovitostí na Kypru (+2,2 %), v Itálii a Španělsku (po 4,2 %). Nepřekvapí, že právě země slibující relax v teple a u moře se současně relativně nízkými cenami nemovitostí lákají podle výzkumu AČSS Čechy k nákupům nejvíce. Mezi těmi, kteří o této koupi uvažují, je největší zájem o Španělsko (42 %, z toho 24 % o pevninskou část, 12 % o Kanárské ostrovy a 6 % o Mallorcu), následované Chorvatskem (36 %) a Itálií (33 %). „Když jsem si pořídil

menší startovací byt z úvěru ze stavebního spoření. Později, když jsem si mohl dovolit větší byt, jsem ten původní, pořízený ze stavebka, prodal. Uvažoval jsem, že volné peníze použiji k nákupu investičního bytu, ale v Česku se mi nepodařilo za danou hotovost nic rozumného pořídit. Podíval jsem se proto na realitní servery v okolních zemích a zjistil, že jsou zde k máni byty za stále příznivé ceny. Koupil jsem si tak místo chalupy

víkendový byt v česko-německém příhraničí – jen na opačné straně hranic,“ říká Michal Prášek, který si pořídil byt na Budyšínsku v Německu.

Výzkum Asociace českých stavebních spořitelů proběhl v únoru 2022 na reprezentativním vzorku 525 respondentů české populace ve věku 18–65 let s čistým příjmem domácnosti nad 60 000 Kč. Výzkum se uskutečnil pomocí Instant Research IPSOS. (tz)

Ve které zemi zvažujete si pořídit nemovitost?



První setkání s IP mediátorem



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

IP mediace probíhá na základě Pravidel ADR IP mediačního centra Praha, zapsaný ústav, která jsou dostupná na www.ipmediace.cz. Každá strana spolupracuje s IP mediátorem v dobré víře tak, aby mediace probíhala co nejefektivněji, přičemž strany mohou mediaci kdykoli a bez jakéhokoli odůvodnění ukončit. IP mediátor provází strany během celé mediace, po jejíž každé fázi může podávat stranám písemné zprávy o jejím průběhu, aby usnadnil komunikaci mezi stranami, a pomohl jim tak získat celkový přehled o stavu mediačního jednání. Dojde-li v průběhu mediace k převodu práv, která jsou předmětem mediace, účinky zahájení mediace trvají. Strana sporu, která svoje práva převedla, je povinna tuto skutečnost druhé straně konfliktu bez zbytečného odkladu oznámit.

Jednotlivé fáze IP mediace podle shora uvede-
ných pravidel ADR jsou:

1. Úvodní vyjádření IP mediátora;
2. Shromáždění faktů a výměna názorů stran;
3. Prozkoumání zájmů stran;
4. Výběr možných řešení a jejich hodnocení;
5. Ukončení mediace.

Pokud jde o první fázi IP mediace, označujeme ji také jako první setkání s IP mediátorem. Obsahem této první fáze je úvodní vyjádření (slovo) IP mediátora, kdy se IP mediátor stranám představí, vysvětlí jim proces IP mediace a roli, kterou IP mediátor v rámci mediace zastává. V rámci této fáze se IP mediátor také domluví se stranami na základních pravidlech, která budou strany při mediaci dodržovat. Cílem této první fáze je vytvořit pocit vzájemné důvěry, nastolit pozitivní ovzduší pro mediaci a dohodnout základní pracovní a společenská pravidla, za kterých bude IP mediace probíhat.

V této souvislosti je vhodné zmínit, že IP mediátoři pracují zásadně v kancelářích, které jsou vhodným způsobem vybaveny pro vedení mediace (o vedení mediace způsobem online se zmíním v některém z dalších příspěvků). Kancelářský prostor IP mediátora se standardně skládá z předšálí (čekárny, recepcie), toalet, vlastní mediační místnosti a další samostatné místnosti vhodné pro tzv. oddělená jednání. Samozřejmostí je základní kancelářské vybavení, tj. počítač, tiskárna, kopírka, skartovačka, dále tabule (nejlépe flipchart s papíry) a listy nebo magnety na přichycení popsaných papírů. V mediační místnosti se nachází jednací stůl (nejlépe kulatý), u kterého sedí strany a IP mediátor. Na stole by měla být voda a příslušný po-



čet skleniček, dále poznámkový blok a tužka pro každou ze stran. Počet židlí by měl být dostatečný i pro případné právní zástupce či poradce stran. Strany sedí vždy po straně IP mediátora v pomyslném trojúhelníku. Právní zástupci a poradci stran sedí v druhé řadě za klientem. Znalci, IP experti a další odborníci, kteří byli k mediaci přizváni, sedí v čekárně a dostaví se až na vyzvání IP mediátora a se souhlasem stran k poskytnutí svého odborného stanoviska. Mohou sedět vedle IP mediátora nebo na jiném vhodném neutrálním místě. Flipchartová tabule se nachází za IP mediátorem tak, aby na ni IP mediátor mohl v průběhu mediace operativně činit poznámky a zapisovat důležité poznámky, zejména témata mediace a návrhy řešení.

Je obvyklé, že strany na mediaci přicházejí každá zvlášť, v obchodních a IP věcech obvykle se svými právníky a dalšími specialisty, např.

patentovými zástupci, znalci apod. IP mediátor je proto na takovou situaci připraven, uvítá každou stranu zvlášť a seznámí ji s prostorem a zázemím, vč. toalet, nabídne možnost občerstvení (káva, voda, čaj apod.) a má připravený dostatečný počet židlí, poznámkové bloky a tužky. Stranu obvykle posadí rovnou na určené místo, kde se může v klidu připravit na jednání. Důležité však je, že IP mediátor se stranou již dále nehovoří, zejména ne o předmětu sporu, a vyčká na příchod další strany, u které pak postupuje stejným způsobem.

Poté, co jsou strany na svých místech, IP mediátor zaujme své místo mezi stranami u jednacího stolu a opětovně všechny přítomné přivítá. Vyzdvihne přitom zejména jejich zájem o mediaci a ocení jejich snahu pokusit se vyřešit vzniklý konflikt tímto způsobem. IP mediátor poté vysvětlí svoji roli v mediaci a vlastní průběh mediace tak, aby strany rozuměly všemu, co IP mediátor říká, jakým způsobem povede mediační jednání. Nezapomene také na základní pravidla pracovního a společenského průběhu mediace (doba trvání mediace, vzájemné oslovování, přestávky, vypnuté mobilní telefony, prostor pro vyjádření stran, písemné poznámky). Po každé části pravidel se IP mediátor ujistí o tom, že strany všemu rozuměly, a je-li potřeba, tak pravidla upřesní, doplní či zopakuje.

Typicky proto IP mediátor začíná první setkání se stranami svým ústním projevem, ve kterém přivítá všechny přítomné a ocení, že se postavili a že mají zájem vyřešit svůj spor mimo soudně za účasti IP mediátora. Objasní stranám svoji roli, průběh mediace a domluví se na pravidlech. Dbá na to, aby strany všemu rozuměly a věděly, kdy a jak v průběhu mediace reagovat na slovo IP mediátora, vyjádření protistrany apod. Vždy se ujistí, že strany všemu rozumí. Pokud jde o roli IP mediátora, zdůrazní především svoji nezávislost (neutralitu) s tím, že není soudcem ani rozhodcem. Je zde od toho, aby stranám pomohl hledat vyhovující řešení. Bude stranám pomáhat při výměně jejich názorů, bude klást doplňující otázky a popisovat situaci. Bude také dbát na dodržování vymezeného času (obvykle tři hodiny na jedno mediační setkání). Jednotlivé důležité informace bude zapisovat na flipchart. Úkolem IP mediátora je, aby každá strana měla svůj prostor se vyjádřit, vyslovit svůj názor, sdělit svá očekávání a zkušenosti. IP mediátor bude strany podporovat v hledání vyhovujícího řešení s tím, že za vyřešení sporu a za obsah dohody od-

povídají strany samy. IP mediátor se vždy po každém úseku svého sdělení ujistí o tom, že mu strany rozuměly.

IP mediátor poté přistoupí k popisu průběhu mediace. Vysvětlí přitom všechny své kroky a fáze mediace. V první fázi mediace hovoří stany výhradně k IP mediátorovi, a to postupně každý zvlášť, a popisují IP mediátorovi, jak situaci vnímají (druhá strana si mezitím činí poznámky). První začne hovořit iniciátor mediace. IP mediátor si v průběhu projevu stran činí poznámky a vybírá témata mediace, která potom se souhlasem stran zapíše na tabuli. Jde o důležitou fázi IP mediace, kterou nelze přeskočit, protože určuje vlastní předmět (téma) mediace. Teprve v dalších fázích mediace hovoří strany mezi sebou, aby si vyjasnily, jak situaci nyní po vyjádření každé strany chápou. Teprve v závěrečné fázi budou strany navrhnout a vybírat nejvhodnější řešení, které bude obsahem jejich mediační dohody. IP mediátor přitom zdůrazní, že přestože jsou strany zatíženy svými minulými zkušenostmi, které vedly ke sporu, budou společně hledat řešení, která se budou týkat budoucnosti.

IP mediátor také připomene, že v průběhu mediace může nastat situace, kdy bude třeba vést oddělená jednání se stranami. V takovém případě se strana odebere do místnosti pro oddělená jednání a IP mediátor vede samostatné jednání pouze s jednou stranou. Ujistí však přitom obě strany sporu o tom, že nic z toho, co mu bude sděleno během odděleného jednání, nebude bez jejich souhlasu sděleno druhé straně. Nezapomene dále na to, že mediace trvá obvykle tři hodiny, a proto bude dodržovat tento čas, včetně krátké přestávky. Ujistí také strany o tom, že pokud nebudou považovat mediační jednání za užitečné, mohou mediaci kdykoliv ukončit. Opětovně se ujistí o tom, že strany všemu rozuměly. Teprve potom IP mediátor přistoupí k projednání pravidel mediačního jednání. Ale o tom zase příště.

JUDr. David Karabec, MPA, LL.M., advokát
ředitel IP mediačního centra Praha,
zapsaný ústav

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

Jak na netu (ne)naletět na nabídky „pomoci“

Zatímco obecná kriminalita podle statistik Policie ČR meziročně poklesla, kyberkriminalita stále narůstá – počet hackerských útoků podle jejich údajů vzrostl o 45 %. I když se naší republiky nevyhýbají ani globální útoky, stále více podvodů zneužívá známé lokální značky nebo události. Důvěru obětí podvodníci získávají často i tím, že vlastně nabízejí pomoc. Pozor na tyto čtyři nabídky, které hackeři a šmejdi v poslední době stále častěji využívají pro své obohacení.

Trik 1: Zjednodušte si život s QR kódy

S nutností bezkontaktních operací množství QR kódů kolem nás skokově narostlo a potkáváme se s nimi takřka na každém kroku – od obalů některých výrobků přes informační panely o kulturních nebo jiných památkách a akcích až po možnost snadného placení mnoha služeb. Jak snadné je s QR kódy zjišťovat informace nebo platit, tak snadné je naletět podvodníkům. Zejména u těch volně dostupných ve veřejném prostoru je třeba být obezřetný. Nedávno se například objevily informace o jednoduché a účelné metodě podvodu, kdy útočníci v USA přelepovali QR kódy na parkovacích automatech podvodnými.

„Na možné zneužití QR kódů je třeba dávat pozor i v souvislosti s covidovými informacemi. Hackeři často nahrazují legitimní QR kódy

podvodnými variantami, které po naskenování otevrou škodlivou URL adresu nebo se pokusí stáhnout malware. Uživatelé si musí uvědomit, že QR kód je jen rychlý a pohodlný způsob, jak se dostat na příslušné webové stránky a ve většině případů není ani patrné, kam odkaz skutečně vede,“ varoval Ondřej Ševeček z Počítačové školy GOPAS.

Trik 2: Nabíječky k volnému použití

Baterie telefonu je vybitá, ale powerbanka i nabíječka leží doma. Není třeba ztrácet hlavu, na řadě míst, například v nákupních centrech, lze totiž využít veřejné nabíječky. Jenže právě to není úplně bezpečné. Jednak nemusí takové zařízení být v dobrém technickém stavu, takže může přístroj poškodit, dalším nebezpečím je tzv. juice jacking. Cokoliv, co připojíte k vašemu zařízení přes USB, totiž může být navrženo tak, aby se snažilo na zařízení zaútočit – nasadit malware, krást data.

„Nezapomínejte na to, že USB port může kromě nabití telefonu přenášet i data. Připojit se k neznámému USB kabelu je proto velmi riskantní,“ vysvětlil Ondřej Ševeček a dodal: „Bezpečné je používat vlastní nabíječku, kterou zastrčíte do obyčejné zásuvky, nebo přenosnou powerbanku. Pokud ale přece jen potřebujete využívat veřejné USB porty, pořídte redukci v řádu stokorun, někdy nazývanou USB kon-
dom. Ta jednoduše řečeno zablokuje transfer jakýchkoli dat přes kabel, a přenáší se tak pouze elektrina.“

Trik 3: Klamné varování: „Pozor, útočí na vás hackeři“

Telefonátů s různými „výhodnými“ nabídkami je mnoho, ale co když zavolá někdo jménem softwarového giganta nebo známé antivirové značky, že vás chtějí varovat, protože zaznamenali, že jste terčem hackerského útoku? Obět si postupně předává několik „odborníků“, kteří se ji snaží přesvědčit, aby se propojili nejlépe přes TeamViewer nebo jiný nástroj, který poskytne vzdálený přístup k počítači. Pak se ji pod záminkou otestování přístupu snaží přesvědčit, aby se zkusila připojit do firemního systému, online bankovníctví, do svých účtů na sociálních sítí apod. Cílem bývá odchytní přístupové údaje, a ty pak zneužívá k přímému získání financí nebo vydírání. Ale na zpřístupněném počítači mohou útočníci napáchat i horší škody – například nainstalovat škodlivý software, stáhnout „zapamatovaná“ hesla, nebo se dokonce probourat pod získanou identitou do firemní sítě.

„Lidé by měli být obezřetní vždy, když po nich někdo po telefonu nebo e-mailem chce citlivé údaje, případně pokud je nějaká výhodná nabídka směřuje na stránky, na nichž mají takové údaje vyplnit,“ řekl Michal Merta, ředitel Cyber Fusion centra společnosti Accenture, a dodal: „Pustit si vzdáleně do počítače zcela neznámou osobu, byť se ohání tím, že chce účelně pomoci, je pak vyložený hazard, když se domníváte, že vše nastavíte tak, aby žádné zá-
sahy nešly provést. Podvodníci mají často dob-

ře propracovaný systém otázek a požadavků, který odpoutá pozornost oběti.“

Trik 4: Pomůžeme vám vyřešit platbu cla

Další typ podvodů využívá legislativní změnu u zásilek posílaných ze zahraničí, která přinesla nutnost platit DPH i u těch s malou hodnotou. Lidé zvyklí nakupovat v zahraničních e-shopech by tak mohli být snadno „nachytáni“ zprávou, která po nich požaduje doplacení drobné částky. V zaznamenaných případech se podvodníci vydávali za Českou poštu, Celní správu nebo další známé subjekty. Adresáti pak byli nejčastěji přeměřováni na stránku, kde měli vyplnit údaje o platební kartě, ze které posléze začaly pravidelně odcházet drobné částky jako platby neexistujícím e-shopům. Jiný typ útoku se snažil adresáty přimět k vyplnění podrobných údajů k platební kartě, včetně data platnosti a CVC/CVV kódu. Ty pak bylo možné zneužít k placení za zboží a služby na internetu.

„Fingované zprávy od dopravců a prodejců jsou trikem, jehož využití narostlo s pandemií, kdy lidé hromadně nakupovali online. Zpravidla jsou požadovány nízké částky, což zvyšuje šanci na jejich neprodlané zaplacení. S krádeží, která souvisí s nakupováním nebo platbou v e-shopu, má v ČR podle průzkumu společnosti ESET zkušenost asi 8 % zákazníků a dá se očekávat, že počty těchto typů útoků spíše porostou,“ doplnil Martin Pejzar z BNP Paribas Cardif. (tz)

SYMA, konference nejen o kvalitě

SYMA je konference zaměřená na systémy managementu a po dlouhé době bude první příležitostí osobně se setkat na akci tohoto druhu. Konference, jak již název napovídá, je určena všem příznivcům kvality, systémů managementu a moderních trendů v řízení. Letošní ročník se uskuteční ve dnech 4. a 5. dubna 2022 v kongresovém hotelu Clarion v Praze. Program je rozložen rovnoměrně do dvou dní. Mimo plenární zasedání, které se rozprostře do obou dnů, čeká účastníky konference i jednání v odborně zaměřených sekcích. Nosnými tématy a v současnosti diskutovanými oblastmi jsou automobilový průmysl, informační technologie, personální řízení nebo environment a bezpečnost práce.

Na úvod konference zazní vystoupení zástupce automobilky Škoda Auto Milana Dufka na téma Kvalita jako klíčová kompetence firmy? Jaká je role systému kvality v transformaci automobilového průmyslu, zda jsou naše procesy a postupy vhodné pro budoucí produkty a zákazníky, kdo je vlastně koncový zákazník a jestli zvládneme vše se současným stavem znalostí a kompetencí? To jsou jen některé otázky, které v současnosti řeší automobilový průmysl a na které zazní na konferenci odpovědi.

Jaké dopady bude mít legislativa EU v rámci Green Deal na automobilový průmysl? V rámci plnění závazku Evropské unie stát se klimaticky neutrálním kontinentem do roku 2050 Evropská komise postupně předkládá legislativní návrhy s dopadem na řadu oblastí a sektorů, od energetiky po produkci automobilového průmyslu. Vystoupení Lucie Krčmářové ze Sdružení automobilového průmyslu se zaměří na aktuální stav projednávání vybraných návrhů a možné dopady na automobilový průmysl.

Největší pozornost účastníků konference bude věnována sekcím zaměřeným na automobilový průmysl. První z nich Automotive I. se zaměří na právní požadavky a nové technologie vozidel a spolupráci v dodavatelském řetězci. Neustálý pokrok v oblasti vědy a techniky vyvolává potřebu definování nových technických

požadavků kladených na výrobce automobilů a na jejich dodavatele. Sekce přinese přehled o vývoji technických požadavků v automobilovém průmyslu, nastíní trendy v oblasti požadavků na kompetence auditorů v řetězci automobilového průmyslu, přehled aktuálních standardů VDA a praktický příklad spolupráce automobilky s přímo nominovaným dodavatelem. Těšit se můžete na vystoupení zástupců společností TÜV SÜD Czech, Škoda Auto, Robert Bosch a České společnosti pro jakost.

Druhá sekce orientovaná na automobilový průmysl Automotive II se bude věnovat metodám a nástrojům managementu kvality. Nezbytným předpokladem konkurenceschopnosti a zachování kontinuity organizací je znalost a uplatňování aktuálních postupů, metod a nástrojů plánování, řízení, prokazování a zlepšování všech činností. Sekce představí vybrané postupy a metody uplatňované v dodavatelských organizacích nejen v rámci řetězců automobilového průmyslu. Účastníci budou seznámeni s nástrojem pro hodnocení stavu náběhu



nových projektů (PAN), se specifickým nástrojem řízení fyzikálního prostředí a infrastruktury výrobních a montážních závodů zpracovávajících díly citlivé na elektrostatický výboj (ESD), s novou publikací VDA řešící postupy aplikované v rámci analýz systémů měření a s příkladem, jak efektivně zorganizovat činnosti údržby.

Jaká témata jsou letos diskutována v oblasti Informačních technologií? Nikoho nepřekvapí,

že počítače a informační technologie jsou dnes nedílnou součástí výrobních procesů, a proto nás zajímá jejich implementace, kvalita a zranitelnost. V IT sekci bude pozornost věnována certifikaci TISAXu, zamyslíme se nad možnostmi měřit kvalitu IT a pozornost bude věnována i nejslabšímu článku informační bezpečnosti – člověku.

Sekce pro personalisty bude mít podobu workshopu s manažery a personalisty věnované skupinové spolupráci, včleňování mladých zaměstnanců-absolventů do sebraných týmů, tvorby týmů, sdílení know-how, spolupráci zkušených s méně zkušenými a vzájemné obohacování nebo generační obměnu.

V sekci Environment a bezpečnost práce se zaměříme na aktuální právní požadavky v oblasti životního prostředí a bezpečnosti práce. Vystoupí odborníci pro oblast BOZP, zástupci České společnosti pro jakost a společnosti Regartis.

Na vlně úspěchu, to je název poslední ze sekcí na konferenci SYMA. U kulatého stolu budou diskutovat manažeri společností Albert Česká republika, Kaufland Česká republika, Dopravní podnik hl. města Prahy, Sattarn Holešov a Jabor pro. Hovořit budou o využití ocenění firem v marketingu a dalším rozvoji organizace, o motivaci k zapojení do soutěží a náročnosti posuzování, o klíčových aktivitách v oblasti odpovědného chování a udržitelnosti a jak mohou pomoci organizaci inovace.

Mimo získání zajímavých odborných informací se budou moci účastníci konference odreagovat při slavnostním galavečeru, který se uskuteční první den konference ve večerních hodinách. Na programu je mimo společenského setkání a neformálních diskusí slavnostní předání ocenění za kvalitu organizací, které se umístily v soutěžích vyhlášených Českou společností pro jakost v roce 2021.

Bližší informace o programu, jednotlivých vystupujících a jejich příspěvcích najdete na webových stránkách konference syma.csq.cz/.

David Kubla,
manažer komunikace
České společnosti pro jakost

Oplatková klasika
v biokvalitě
a z celozrnné mouky

Plněným oplatkám se tak trochu „podívali na zoubek“ v Biopekárně Zemanka a jejich recepturu upravili i pro výletníky, kteří mají rádi kvalitní suroviny a za kamaráda do batohu si nevyberou jen tak někoho.

Oplatky jsou vyráběny z celozrnné mouky z pšenice jednozrnky, což je prapůvodní druh pšenice. Tato prapšenice nebyla jinak šlechtěna a od moderní pšenice se liší tím, že má nižší množství lepku, je výživnější, obsahuje vyšší podíl vlákniny a velké množství bílkovin. Její zrna má navíc nasládlou oříškovou chuť, a v oplatkách je tak možné použít méně cukru. Ten je samozřejmě třtinový a stejně jako všechny ostatní suroviny používané pro výrobu oplatek i náplně, je v biokvalitě. Zákazník si může vybrat z několika druhů: citronová, lískooříšková, kokosová, probiotická, v čokoládě s probiotiky a kokosová v čokoládě. (tz)

Papelote a udržitelnost

Není papír jako papír, vědí v papelote, papírnictví, které od svého vzniku před více než deseti lety kladé stejný důraz na vzhled a funkčnost produktů jako na jejich dopad na životní prostředí. Proto používá papír od prověřených výrobců, například švédských Arctic Paper Munkedals, jejichž hladivý papír Munken s nejnižší možnou ekologickou stopou najdete ve více než třiceti výrobcích.

Mezi evropské udržitelné špičky se řadí švédská papírna Arctic Paper Munkedals, která v dubnu 2021 získala jako první papírna na světě na celou svou produkci prestižní certifikát Cradle to Cradle.

Arctic Paper Munkedals stojí uprostřed malebné přírody jihošvédského fjordu Gullmars, ve které se papír vyrábí od počátku 19. století. Celulóza, kterou v Arctic Paper Munkedals používají, pochází ze dřeva certifikovaného v programech FSC či PEFC, tedy z šetrného lesního hospodářství zajišťujícího důstojné podmínky jak přírodě, tak lidem, kteří zde pracují.

Papelote ze švédské papírny odebírá Munken, kvalitní papír s výjimečně hebkým povrchem bez chloupků a nerovností. Díky vynikajícím absorpčním vlastnostem se na něj píše skoro samo a nemusíte se bát, že se vám propije inkoust z plnicího pera. Munken je nejen luxusní, ale zároveň univerzální, hodí se také na propisky nebo obyčejné tužky. (tz)

INZERCE

SYMA 2022
SYSTÉMY MANAGEMENTU KONFERENCE

4.–5. dubna 2022
Clarion Congress Hotel Prague, Freyova 33, 190 00 Praha 9 – Vysočany

Motto konference – Kvalita křížem krážem

Zveme Vás na 24. ročník konference SYMA Systémy managementu. Konference je určena všem zájemcům o novinky z oblasti systémů managementu a absolventům kurzů a držitelům certifikátů České společnosti pro jakost. SYMA Vám nabídne nové informace z oboru kvality, sdílení zkušeností našich partnerů, členů i zákazníků.

Součástí programu bude i slavnostní galavečer, na kterém budou předány ocenění vítězům cen vyhlášených Českou společností pro jakost.

Témata sekcí:

- Automotive
- IT
- EMS a BOZP
- Lidé
- Na vlně úspěchu

Program konference a možnost přihlášení najdete na webu konference <https://syma.csq.cz/>

Variabilní hnojení jako cesta k úsporám peněz i vyšším výnosům

Hnojiva, která loni skokově zdražila, staví české zemědělce před začarovaný kruh. Pokud budou hnojit ve stejném množství jako doposud, mohou počítat s prodražením až o stovky tisíc korun. Pokud hnojiva kvůli úsporám omezí, může se to dotknout úrody a výnosů. A opět tedy přijdou o peníze. Změnit to chce brněnský startup Agdata, který na trh vstupuje s vlastní značkou Agdata Vari. Jejím cílem je jednoduchý – zajistit, aby ani kilogram hnojiva nepřišel nazmar.

Ještě před koncem roku byli čeští farmáři plni optimismu a očekávali, že cena hnojiv po skokovém zdražení opět klesne. Jenže teď – jen pár týdnů před jarním hnojením, které je klíčové pro kvalitu letošní úrody, je jasné, že se tak nestane. Už vloni v meziročním srovnání ceny vzrostly asi o 150–200 % podle směsi. S ohledem na ceny fosforu, a především dusíku, se prudký růst nevyhnul ani nejdůležitější NPK směsi. A nyní došlo k dalšímu skokovému zdražení, opět takřka o dvojnásobek.

Za hnojiva zaplatí velké farmy až milión navíc

Pro farmu o rozloze 1000 hektarů s obvyklým zaměřením – tedy pěstující obilí, popřípadě brambory nebo cukrovku – může znamenat zdražení o stovky tisíc korun. U těch největších farem o několika tisících hektarech se pak bavíme přímo o miliónech, které musí zemědělci vydat za hnojiva navíc. Což je důvod, proč stále více řeší, které bloky případně z hnojení vypustit, anebo přímo upravují své osevní plány.

„K nejnáročnějším na hnojiva patří řepka a potravinová pšenice. Ty jsou však v tuto dobu už zaseté, takže zahnojit je z jara bude nutné tak jako tak,“ zmínil Lukáš Musil, akreditovaný zemědělský konzultant a obchodní ředitel startupu Agdata. „Travní porosty můžete z plného hnojení pro jednu vypustit. Ale u zasetých plodin by to znamenalo nižší výnosy, a tím pádem propady v celé ekonomice hospodaření. Je to zkrátka začarovaný kruh, který má jediné řešení – hledat efektivní úspory, a naopak zajišťovat co největší výnosy.“

Systémy si na sebe obratem vydělají

I to je důvod, proč se letos začíná ve velkém prosazovat takzvané variabilní hnojení. To na základě znalosti půdních profilů i vlastností jednotlivých plodin pečlivě dávkuje množství hnojiva. Ze všech součástí precizního zemědělství se tak pravděpodobně právě variabilní hnojení stane pod tlakem okolností nejrozšířenějším postupem.



Samostatný produkt proto připravil také startup Agdata, největší digitalizátor českých farem. Svůj komplexní systém rozšířil o nadstavbu Agdata Vari, určenou právě pro variabilní hnojení. Pilotní projekt přinesl slibné výsledky – minimálně 10% úsporu hnojiv směsí (v případech problematických půdních profilů však klidně násobně více), a hlavně vyšší výnosy a s nimi i tržby. A to až o pětinu.

„V celkových sumách se bavíme o desítkách, nebo dokonce stovkách tisíc korun, které farmáři ušetří, respektive zvýší výnosy. Pochoptitelně nejsme schopni tlumit kompletní dopady zdražování hnojiv, na druhou stranu tento postup zachová farmě konkurenceschopnost,“ vysvětlil Lukáš Musil. „Jinými slovy – kdo letos na variabilní hnojení nepřejde, těžko obstojí v ekonomice proti farmám, které dokážou být v této složité situaci o desítky procent nákladově efektivnější.“

Agdata Vari spojí data z družic, senzorů i sond, další úsporu najde v datové přesnosti

Agdata Vari staví na kombinaci dat ze satelitního snímkování, půdních senzorů a meteostanic. Multispektrální družicová data jsou základem pro vytvoření aplikačních map, které rozdělí konkrétní půdní blok na tzv. management zóny s různým výnosovým potenciálem a pro něj určenou nejvhodnější dávkou hnojiv.

Družicové multispektrální podklady zajišťuje hned několik poskytovatelů, včetně skupiny evropských družic Sentinel. Kromě vegetačního indexu NDVI, měřícího zdraví porostu, dokážou vyhodnotit také pokrytí parcely listovou plochou, vyhodnotit aktivitu rostlin na základě jejich fotosyntézy a monitorovat vlhkost porostu pomocí indexu NDMI nebo zamokřená místa pomocí indexu NDWI.

S měřeními pak pracuje systém Agata, ve kterém se setkávají veškerá data potřebná pro řízení farmy – tedy nejen detailní informace o půdních blocích, pěstovaných plodinách, měření ze sond, ale také třeba stavy skladů, pohyb pracovníků nebo pachtovní smlouvy. Farmáři pak mohou každý den v reálném čase sledovat aplikované množství hnojiv nebo přípravků na ochranu rostlin s přímým průmětem do ekonomiky podniku.

„Agdata Vari tak není izolovaný nástroj, ale součást bohatého ekosystému pro podporu denního řízení farmy. Síla úspor je totiž skrytá v detailu. Čím více dat máte pro posouzení celého zahnojovacího procesu, tím efektivnější budete. Zejména u velkých farem přinese právě tento detail další úspory v řádech desítek procent,“ sdělil Lukáš Musil.

Významná část obratu

Agdata se chtějí se svou službou Vari už brzy stát dominantním hráčem. Jen letos by mohly služby

spojené s variabilním hnojením přinést velké množství nových zákazníků a zároveň se podílet na zásadně větším podílu obrátu u klientů stávajících.

O služby je už nyní násobně větší zájem než loni. Agdata do ní proto hodlají dále investovat a vyvíjet nové typy hardwaru – především půdních sond, které by přinášely další zpřesňující data.

„Jsme na dvojnásobku loňských čísel. Poprvé navíc vidíme, že za technologiemi jako za spásou přicházejí konzervativní zemědělci, pro které byly senzory donedávna ještě sprosté slovo a vyhozené peníze. Mezi farmáři zkrátka panuje pocit, že vysoké ceny jsou nový standard, se kterým je třeba se co nejrychleji sžít,“ argumentoval Lukáš Musil. „Je to pro nás navíc velká šance i v rámci zahraniční expanze. V podstatě nikde jinde v Evropě neexistuje tak komplexní systém s vlastním hardwarem, který je navíc finančně dostupný pro farmy všech velikostí. Poptávky máme dokonce i z jiných kontinentů – například Jižní Ameriky.“

Jaká data dodávají družice

■ **Vegetační index (NDVI)** – Jde o empirický vzorec, který byl vytvořen pro odlišení zeleně od ostatních druhů povrchu na základě odrazivých vlastností vegetace. Hodnota výsledku NDVI se bude pohybovat mezi -1 a 1. S vyššími hodnotami vzrůstá pravděpodobnost, že má oblast hustý pokryv zelené vegetace.

■ **Index vody (NDWI)** – normalizovaný diferenční vodní index měří obsah vody uvnitř listů vegetace a hodnotí vodní stres rostlin. K jeho výpočtu se využívá dvou blízkých infračervených pásem (NIR) umístěných přibližně v 0,86 μm a 1,24 μm, což je vlnová délka v okolí absorpčního pásu vody. NDWI nabývá pozitivních hodnot pro zelenou vegetaci a negativních hodnot pro suchou vegetaci. Může být využit jako doplňkový index k NDVI.

■ **Index vlhkosti (NDMI)** – zpřesňující index, který kromě měření pomocí infračervených pásem (NIR) pracuje také s krátkovlnnými infračervenými kanály (SWIR). Kombinace NIR a SWIR odstraňuje odchylky vyvolané vnitřní strukturou listů a obsahem sušiny listů, což zlepšuje přesnost při získávání obsahu vegetační vody.

■ **Plocha listů (LAI)** – definuje se poměr listové plochy a půdorysné plochy – tedy zjednodušeně to, jakou plochu půdy rostlina svými listy zakrývá.

■ **Poměr záření pohlceného fotosyntézou (FAPAR)** – měření podílu fotosynteticky aktivního záření pohlceného vegetací v rozsahu vlnových délek 400–700 nm. (tz)

CzechTrade má krizové poradenství pro firmy vyvážející na Ukrajinu a do Ruska, pomůže i s přesunem na jiný trh



Agentura CzechTrade spustila krizové poradenství pro české firmy, které vyvážejí své produkty na Ukrajinu a do Ruska. Součástí tohoto poradenství je analýza výchozí situace firmy a příprava náhradního exportního plánu. Poté, co válka na Ukrajině zkomplikovala obchodní styky s oběma státy, se snaží tuzemští vývozci najít pro své výrobky náhradní odbytiště. Na ruském a ukrajinském trhu operují stovky firem, jejichž celkový objem exportu představuje 128 miliard korun. I když jde pouze o 2,6 % celkového českého exportu, pro mnohé firmy jsou tyto trhy klíčové, anebo dokonce existenčně důležité.

Cílem krizového poradenství je pomoci firmám analyzovat výchozí situaci a výpadky exportu do Ruska a na Ukrajinu. Následně CzechTrade připraví pro firmy exportní plány do náhradních zemí s ohledem na jejich výrobní zaměření a požadavky. CzechTrade svůj záměr poprvé představil na semináři Ministerstva průmyslu a obchodu. Ten se konal 2. března a bylo na něm přítomno 300 firem, kterým byli na místě k dis-

pozici i externí konzultanti CzechTrade. „V poskytování aktuálních informací českým exportérům a pomoci hledat firmám individuální řešení budeme pokračovat. Uspořádáme pro ně další semináře, které by se měly konat každý týden,“ řekl ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela a dodal: „Na webu MPO máme dále rozcestník s průběžně aktualizovanými informacemi pro české exportéry postižené ruskou agresí

proti Ukrajině a podnikatelé mohou vyhledat podporu také na lince 1212.“

Ruská invaze na Ukrajinu, která začala 24. února, způsobila přerušení obchodních styků mezi Českou republikou a oběma válčícími zeměmi. Pro některé české firmy však představovaly Rusko a Ukrajina významné exportní trhy a jejich výpadek na ně teď má značný dopad. „I když se propad českého exportu na Ukrajinu a do Ruska může z hlediska celkových čísel pohybovat v úrovni nízkých jednotek procent, pro určité konkrétní firmy to mohou být desítky procent se zdrcujícím dopadem na jejich fungování. A právě takovým firmám se CzechTrade snaží službou Krizové poradenství pomoci,“ vysvětlil Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

V loňském roce spolupracoval CzechTrade s 85 českými firmami působícími na Ukrajině nebo v Rusku. Spolupráce probíhá skrze zahra-

niční kanceláře agentury, které však v reakci na aktuální situaci přerušují svou činnost. Pobočky v Kyjevě a Jekatěrinburgu jsou již uzavřeny a brzy bude přerušen provoz i na moskevském zastoupení. V případě potřeby však CzechTrade firmám zprostředkuje pomoc.

Ruská federace je pro Českou republiku významnou exportní lokalitou. V roce 2021 byla 13. v pořadí vývozních destinací pro české firmy. Podle dat Ministerstva průmyslu a obchodu činila hodnota exportu více než 93 miliard korun. Ve stejném roce bylo Rusko šestým největším importérem do Česka. Celkový obrát zahraničního obchodu s Ruskou federací se loni vyšplhal na více než 230 miliard korun.

Ukrajina je v pořadí zemí pro český export na 20. místě, jako importér je 22. Stejně pozice pak dosahuje i v pořadí obrátu zahraničního obchodu, jehož hodnota činí přibližně 75 miliard korun. (tz)

Firmy chtějí letos zvyšovat ceny, dovolit si to však mohou pouze některé sektory

V roce 2021 předstihly vstupní ceny v mnoha sektorech ceny maloobchodní. Jde o výsledek výpadků v dodavatelských řetězcích, silného nárůstu poptávky, omezení v dodávce komodit a o nárůst bezpečnostního doplňování zásob. Vysoké hotovostní zůstatky (v Evropě převyšují předkrizovou úroveň o 690 miliard euro, v USA dokonce o více než 765 miliard amerických dolarů), vzrůstající ziskovost a kapitálové výdaje napomáhají většině společností v USA a v eurozóně zmírňovat nárůst vstupních cen.

Avšak pouze 40 % sektorů na obou stranách Atlantiku zaznamenalo rychlejší nárůst maloobchodních cen, v porovnání s cenami velkoobchodními. Oproti tomu v eurozóně v dlouhodobém výhledu zažilo rychlejší nárůst maloobchodních cen oproti těm velkoobchodním 53 % sektorů (včetně automotive, sportovního zboží i farmacie), v USA podobný fenomén zaznamenalo pouze 25 % společností. „Data z našich průzkumů realizovaných ke konci roku ukázala, že většina firem plánuje zvýšení cen, avšak reálně má schopnost přenést vyšší vstupní ceny pouze hrstka z nich. Především jde o naftařský sektor, leteckou dopravu, sektor textilní a dílčí sektory výroby potravin. Některé sektory by navíc mohly zvyšování cen čelit i navzdory slabnoucí poptávce,“ upozornil Jakub Cerman, Risk Director Euler Hermes.

V reakci na výpadky v dodavatelských řetězcích firmy od roku 2021 navyšují své kapitálové výdaje, aby se vyhnuly promarněným prodejním

příležitostem. Tento efekt se promítl do zvětšení skladových zásob. Navíc zadržovaná poptávka v roce 2021 řadě firem pomohla ochránit či přímo zvýšit obchodní marže. Celkově tedy základní scénář počítá s tím, že letos bude mít většina sektorů v eurozóně i v US oproti loňsku větší ziskovost.

Z hlediska profitability se nejpalčivější otázkou stává, které z firem budou schopny vykompenzovat vyšší mzdové náklady (+ 4,7 % v US a + 2,5 % v eurozóně), nárůst úrokových sazeb (+75 bazických bodů v US a +25 bazických bodů v eurozóně) i vyšší ceny ropy. „Naše analýzy například počítají s tím, že v roce 2022 se průměrná cena za barel ropy typu Brent vyšplhá na 81 dolarů. Především však vidíme silnou ziskovost sektorů stavebnictví, strojírenství a zařízení v US, v eurozóně profitabilita poroste především v sektoru zařízení domácností. Naopak ztráta ziskovosti pravděpodobně postihne evropské sektory kovů, kterým se loni dařilo velmi dobře. Na vině jsou především vyšší náklady za ceny energií,“ vysvětlil Jakub Cerman.

S inflací, která zůstane velmi výrazně nad 2 % až do druhé poloviny roku 2023, mají firmy dostatek prostoru, aby ustály zpřísnování měnové politiky: předchozí cykly ukázaly, že nejvíce citlivé na zvyšování klíčových úrokových sazeb o 100 bazických bodů jsou Spojené státy, Spojené království a Itálie. Kvůli rostoucím úrokovým sazbám budou v US nejvíce zasaženy sektory energetiky a dopravy.

Pokud by však ceny komodit, mezd či úrokových sazeb stoupaly směrem vzhůru rychleji, než analytici očekávají, je pravděpodobné, že nej-

Změny v korporátních ziskových maržích v roce 2022

US i eurozóna, základní scénář Euler Hermes



ohroženějšími sektory z hlediska tlaku na likviditu a ziskovost se v US stane stavebnictví, energetika, kovovýroba a doprava. Sektor dopravy je navíc v první linii šoku, i co se týče tlaku na vzrůstající mzdy – a to jak v USA, tak v eurozóně. V Evropě jsou na tom podobné sektory software a IT a dále odvětví elektroniky v USA. Zrychlování tempa růstu mezd pravděpodobně

bude letos tlačit nahoru korporátní nákladovou základnu. Přestože se očekává výrazný nárůst mzdových výměrů v USA (4,7 %), ve Francii (2,5 %) a v Německu (2,6 %), rysují se další omezené proinflační tlaky, protože zrychlování cen ve druhé polovině roku 2022 pravděpodobně zpomalí a nárůsty produktivity zůstanou limitované, a to především v eurozóně. (tz)

Služba odvozu firemních zákazníků Bolt Business představuje novou funkci

Uživatelé Bolt Business mohou nyní využívat službu hromadné fakturace, která firmám sníží byrokracii i náklady a jejich zaměstnancům usnadňuje každodenní používání platformy Bolt.

V rámci služby Bolt Business nyní mohou české firmy fakturovat všechny cesty uskutečněné prostřednictvím služby Bolt za určitý měsíc najednou, a to bez ohledu na počet zaměstnanců, kteří ji využívají. Firmy tak ušetří čas strávený administrativou těchto výdajů, například nemusí vést denní knihu jízd. Funkce Komentovat před jízdou navíc umožňuje přiřadit konkrétní

jízdy k dílčím projektům nebo druhům činností. Souhrnnou fakturaci lze jednoduše nastavit přes webový portál Bolt Business.

Služba Bolt Business je v současné době dostupná ve více než 20 zemích s tím, že i fakturace jízd v zahraničí vždy probíhá v měně, kterou má firma nastavenou jako výchozí. Její další velkou výhodou je okolnost, že může zahrnovat také síť sdílených elektrických koloběžek Bolt. Na kratší vzdálenosti jsou totiž koloběžky ideální jako mimořádně rychlý způsob dopravy v městském provozu, který je navíc oproti odvozu automobilem pro zaměstnavatele finančně výhodnější a pro městské ovzduší přírodnější.

„Využití služeb platformy Bolt místo vlastního vozového parku je nákladově flexibilnější a výhodnější. Firma platí jen za uskutečněné jízdy, nenese náklady na údržbu služebních vozů, neplatí leasing ani nemusí řešit parkování. Naše analýzy ukazují, že využíváním platformy namísto provozování vlastních služebních vozů firmy ušetří téměř v 90 % případů. Dokonce je tomu tak i u služebních cest obchodních zástupců, kteří neustále jezdí ke klientům. Mimo to je využívání služeb mobility mnohem ohleduplnější k životnímu prostředí, což je důležitým faktorem pro čím dál více firem,“ řekla Soňa Stloukalová, country manažerka Bolt pro Českou republiku.

Obliba služby Bolt Business u českých firem stoupá, loni počet jízd jejím prostřednictvím meziročně narostl o 141 %. Nejvíce jízd se uskutečnilo mezi osmou a desátou hodinou dopolední, zaměstnanci tedy s Boltem jezdí hlavně na první schůzky dne. Konkrétně v Praze patří mezi nejčastější destinace hlavní nádraží a letiště, což naznačuje, že po dvou letech pandemie opět stoupá meziměstské služební cestování.

Pro využívání služby Bolt Business se stačí jednoduše zaregistrovat vyplněním krátkého formuláře na business.bolt.eu, kam bude uživatel aplikace Bolt přeměrován ze svého osobního profilu. (tz)

Češi si loni na nové osobní auto půjčovali v průměru 306 821 korun, o 13,5 % více než v roce 2020

Průměrná výše úvěru nebo leasingu na nový osobní automobil loni vzrostla. Vyplyvá to ze statistik České leasingové a finanční asociace. Zatímco v roce 2020 si domácnosti od členských společností asociace půjčovaly na nový osobní vůz v průměru 270 356 korun, loni to bylo 306 821 korun. Meziroční nárůst tak dosáhl 13,5 %.

Celkem členské společnosti ČLFA v loňském roce poskytly domácnostem na financování nových osobních automobilů 3,85 miliardy korun, o 7,8 % méně peněz než v roce 2020. Počet profinancovaných nových osobních vozidel určených pro privátní klientelu klesl o 18,8 %. Ve firemní sféře činila v roce 2021 průměrná výše leasingu nebo úvěru na nový osobní vůz 625 259 korun, o rok dříve to bylo 586 530 korun. To představuje meziroční růst o 6,6 %. Podniky si loni od členů

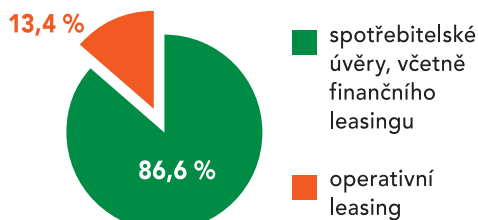
ČLFA půjčily na nová osobní auta 25,2 miliardy korun, tedy o 17 % více než v roce 2020. Počet profinancovaných nových firemních osobních vozidel meziročně vzrostl o 9,8 %. „Zvyšování průměrné výše leasingu nebo úvěru je způsobeno

no zdražováním nových osobních vozidel. Můžeme očekávat, že v letošním roce bude tento trend pokračovat. Na vině je vysoká inflace, pokračující nedostatek některých dílů, zejména polovodičových čipů, ale také tlak evropských

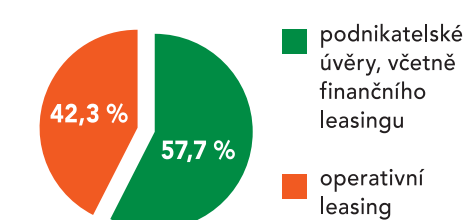
úřadů na nízkoemisní provoz automobilů i na povinnou instalaci pokročilých bezpečnostních asistentů do vozidel. To všechno se promítá do jejich cen,“ řekl Jaroslav Krutílek, generální tajemník ČLFA.

Pokud jde o produkty, kterými zákazníci financují nové osobní automobily, loňský rok potvrdil, že mezi domácnostmi je nadále nejoblíbenější spotřebitelský úvěr, který co do počtu uzavřených smluv dosáhl podílu na trhu na úrovni 86,6 %. Podíl operativního leasingu v roce 2021 v této zákaznické skupině činil 13,4 %. Ve firemní sféře byl podíl operativního leasingu 42,3 %. Na 60 % podniků, které volí operativní leasing, využívá jeho nejvýspější formu, tedy full-service leasing, jenž poskytuje komplexní péči o vozidlo. Prostřednictvím produktů členů ČLFA bylo financováno 25,3 % všech nových osobních aut prvně registrovaných v České republice v roce 2021. (tz)

Podíl produktů určených na financování nových osobních aut pro domácnosti v roce 2021 podle počtu nově uzavřených smluv



Podíl produktů určených na financování nových osobních aut pro firmy v roce 2021 podle počtu nově uzavřených smluv



Online prodej módy roste dvakrát rychleji než retail

Více než polovina e-shopistů hlásí za minulý rok stejný i vyšší tržby než v prvním roce pandemie. Spousta z nich díky koronaviru optimalizovala procesy, ale také bojovala s vyšší konkurencí, nárůstem cen oblečení a nepředvídatelností pandemické situace. Jak to bude na módní e-commerce scéně vypadat letos? GLAMI vydal přehled české módní e-commerce v roce 2021 a přináší následující informace.

Celých 59 % módních e-shopů uzavřelo rok 2021 se stejnými až vyššími meziročními tržbami, křivku vývoje obrátů tradičně ovlivnila aktuální situace. Trend byl výrazný hlavně v první polovině roku, a především v březnu, kdy plošná protipandemická opatření omezovala kamenný prodej. V druhé polovině roku již sezónnost více kopírovala roky předchozí. Předvánoční sezóna byla jako obvykle nejsilnějším obdobím roku a oproti roku 2020 s rekordním listopadem byla tentokrát stabilněji rozprostřena do delšího časového období. Dokonce zasáhla i déle do prosince, což bylo pravděpodobně dáno důsledkem víkendového Štědrého dne.

Online nákup módy roste dvakrát rychleji než retail, podíl mají starší spotřebitelé

I v minulém roce vzrostl online prodej módy, doplňků a obuvi meziročně dokonce o 8,44 % na 33,7 miliardy Kč. Offline prodej oproti tomu zakončil rok s nárůstem 4,44 %. „Zájem o nákupy na internetu neustále roste a získává nové zákazníky převážně ze starších věkových skupin. E-shopisti zvyšují investice napříč prodejními kanály a spíše než do kamenných obchodů investují do e-shopů a online distribuce,“ uvedl Ján Kešelák, Chief Revenue Officer v GLAMI. Předpokládá se, že trh módní e-commerce v letošním roce poroste o 11,47 %, přičemž se odhaduje, že obrát dosáhne 37,5 miliardy Kč.

Online už generuje třetinu obrátu módního průmyslu

Celý trh s módou zakončil rok o 5,8 % silnější, s celkovými tržbami přes 97 miliard Kč. Podíl onlinu byl v roce 2021 už 34,6 % a v dalších dvou letech se očekává růst módy jako takové

i podílu nákupů na internetu. „Na vývoj bude mít ale zásadní vliv jak situace pandemická, tak ekonomická. Nárůst inflace a s ní spojené změny na trhu a změny v chování zákazníků jsou dle našeho průzkumu jednou z hlavních obav e-shopistů,“ popsal situaci Ján Kešelák s tím, že problémy způsobené nárůstem cen v roce 2022 předpokládá polovina majitelů e-shopů.

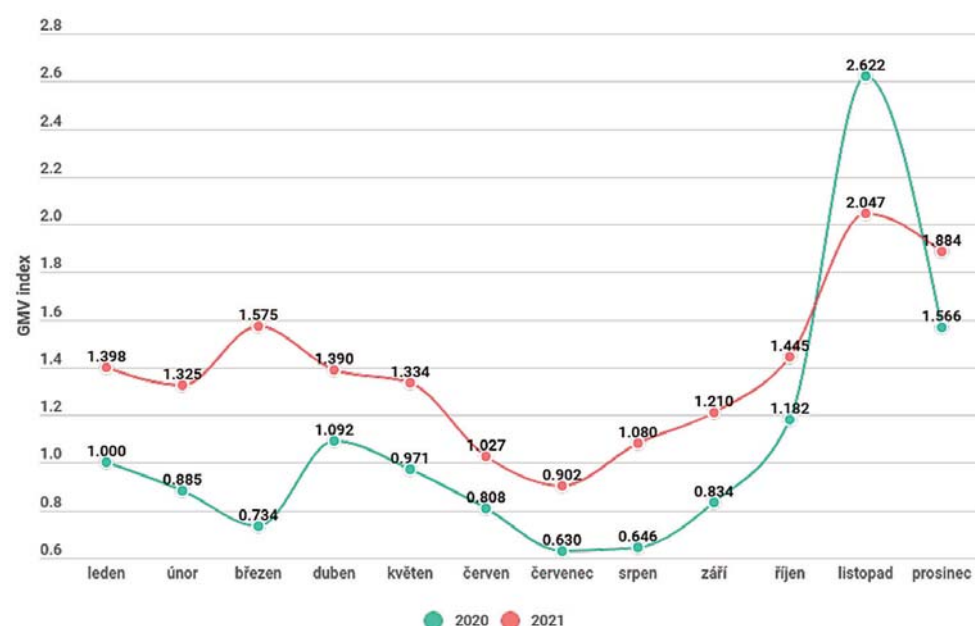
Podle ČSÚ meziročně vzrostly ceny oděvů o 13,3 % a obuvi o 12,6 %. Zvýšení cen bylo patrné především ve druhé polovině roku, což potvrzují i data GLAMI. „Nárůst cen nelze zatím považovat za celoplošný, zasáhl různé kategorie odlišně. Hodnota objednávky v kategorii bundy a kabáty stoupla například o 26 %, pánské tenisky o 16 % a šaty o 13 %,“ vysvětlil Ján Kešelák a doplnil, že mnoho kategorií vykazuje buď mírný nárůst cen (dětské oblečení, dámské plavky), či pokles (pánské hodinky, dámské kalhoty).

Do roku 2022 s lepšími procesy, ale i navýšením cen zboží i výdajů na marketing

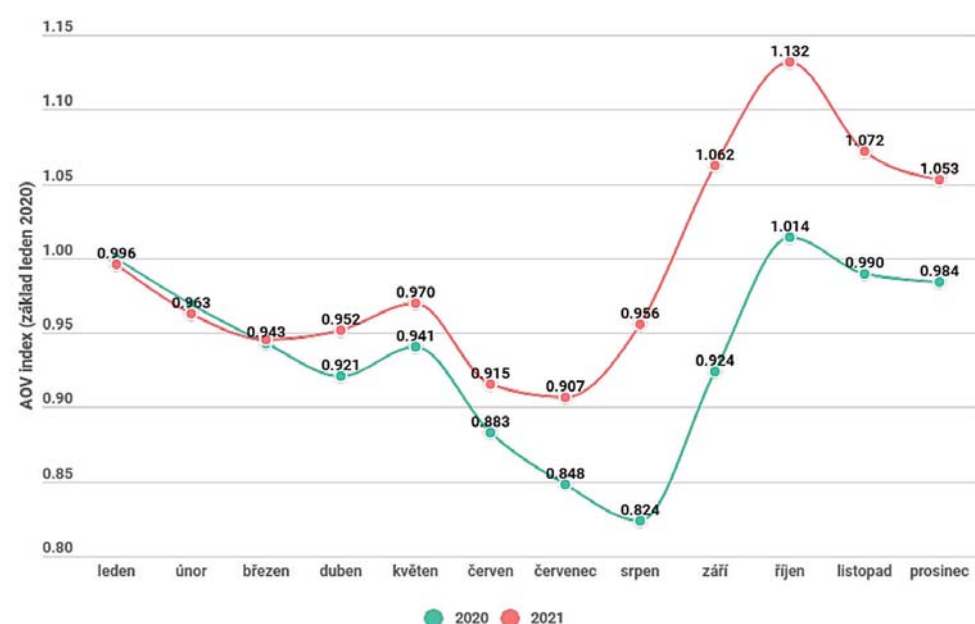
Kromě inflace hodnotí majitelé e-commerce firm jako největší výzvy roku 2021 vzrůstající konkurenci (pro 39 % partnerů GLAMI byl největší výzvou boj o zákazníka), rychlé změny chování a preference zákazníků dané nepředvídatelnou situací (36 %), snížení marží tlakem na slevy (36 %) i vyšší investice do reklamy (33 %). Právě zvýšené náklady na reklamu považují více než dvě třetiny e-shopistů za největší výzvu pro rok 2022. Celých 44 % e-shopů uvedlo, že je pandemie donutila optimalizovat firemní procesy a najít nové způsoby marketingové komunikace, dalších 41 % ale nedosahuje kýžených výsledků. Může jít o maloobchodníky, kteří kombinují online a offline prodej.

Zmíněná inflace a její promítnutí do cen oděvů by se měla projevit v druhé polovině tohoto roku, o 11–15 % plánuje zvýšit ceny třetina online prodejců módy. „Rostoucí ceny mezinárodní dopravy a problémy v řízení zásob ovlivní hlavně globální značky, což může znamenat šanci pro lokální hráče na trhu s módou. Ani ti však nemají úplně vyhráno, jelikož problémy se promítnou v celém odvětví,“ doplnil Ján Kešelák. (tz)

Index tržeb napříč e-shopy GLAMI.cz



Index průměrné hodnoty objednávky napříč e-shopy GLAMI.cz



Automobilist má první kamenný obchod v Česku

Startup Automobilist, známý svými uměleckými díly oživujícími klíčové okamžiky z historie i současnosti motorsportu, oficiálně otevřel první kamenný obchod v Česku. V obchodním centru Palladium Praha si mohou návštěvníci prohlédnout tištěné produkty, které vznikají ve spolupráci s největšími světovými značkami. Tým kolem Pavla Turka, Jana Rambouska a Petra Milerského zároveň odhalil nejnovější fine art print zachycující nejslavnější vítězství legendárního pilota F1 Ayrtona Senny.

Obchod v prvním podzemním podlaží OC Palladium Praha byl oficiálně otevřen v pátek 11. února za účasti CEO Automobilist Pavla Turka, kreativního ředitele Jana Rambouska, experta na NFT Dominica Rice a dalších zástupců společnosti, která chce jít naproti svým fanouškům a sběratelům umění v Česku.

Již v roce 2021 Automobilist začal provozovat vůbec první kamenný obchod ve velképém mnichovském areálu Motorworld. V plánu je expanze i do dalších zemí, klíčovými trhy jsou pro společnost zejména Velká Británie a USA.

„Naše produkty distribuujeme do téměř 80 zemí světa z centrály v pražských Holešovicích. Proto nám přišlo logické, abychom se dostali blíže i k českým zákazníkům díky kamennému obchodu, který bude na dobře dostupném

místě v centru hlavního města. Na návštěvníky čeká ochutnávka našich děl a možnost proniknout do unikátní technologie, díky níž díla vznikají,“ řekl Pavel Turek, CEO Automobilist.

V rámci otevření obchodu byl odhalen nejnovější fine art print – rozměrný obraz, na

němž tým špičkových grafiků v čele s Janem Rambouskem pracoval v loňském roce. Za podobnými díly, jimiž Automobilist proslul, je několik tisíc hodin práce.

„Jde o momentku z Velké ceny Portugalska v roce 1985 v Estorilu, kde Brazilec Ayrton Sen-

na získal svůj první a asi nejslavnější triumf v kariéře. Na vizuální zajímavosti dodává obrazu Sennův zlatočerný monopost a velmi hustý déšť, který při závodě panoval. To všechno uvidí návštěvníci na fine artu v nejvyšším možném rozlišení,“ přiblížil dílo Jan Rambousek. Obraz dostal název Where It All Began a je pokračováním kolekce uměleckých plakátů s legendárním Ayrtonem Sennou, která byla představena před Vánoci. Procenta z prodeje putují Sennově nadaci, která se zabývá vzděláváním brazilských dětí a mládeže.

Společnost Automobilist svými uměleckými díly probouzí k životu a v bezkonkurenčním rozlišení zachycuje významné okamžiky z historie i současnosti motoristického sportu. Díla jsou dostupná jak v tištěné verzi, tak jako tzv. NFT, tedy sběratelské tokeny obchodovatelné kryptoměnami. Vizí je v blízké budoucnosti poskytnout globální komunitě unikátní zážitky ze světa motorsportu, online her nebo digitálně-fyzické zážitky, které zprostředkuje systém Web3.

Většina děl vzniká díky oficiálním partnerstvím, třeba s Formulí 1, MS v rallye (WRC), ACO 24H Le Mans a s automobilovými značkami, k nimž patří Mercedes, Aston Martin, McLaren nebo Maserati. Automobilist provozuje oficiální Print Store pro seriál F1, vytrvalostní závod 24H Le Mans a WRC. V roce 2021 společnost prodala 31 000 digitálních a fyzických produktů na 75 trzích světa. (tz)



Průměrná doba nákupu potravin se zkracuje, klesá i četnost návštěv obchodů

Průměrný nákup potravin českého spotřebitele je co do počtu položek větší než v minulosti. Lidé zároveň podle českých obchodníků míří do prodejen méně často a snaží se zkracovat i dobu samotného nákupu. Zejména mladší a střední generace totiž ráda využívá svůj čas co nejefektivněji a nakupování ho věnuje jen nezbytné minimum. Zároveň však zákazníci vyžadují, aby měla prodejna dostatečně široký sortiment a moderní vzhled. Především české obchody proto musejí přistupovat k modernizaci.

Data českých obchodníků za poslední dva roky ukazují, že tuzemští spotřebitelé míří za nákupy v průměru méně často než dříve. Zároveň se ale postupně zvětšuje jejich nákupní košík. „Jsou to spojené nádoby. Pro menší prodejny to znamená hned dvě výhody. V prvé řadě je to nárůst tržeb, a tedy ekonomicky stabilnější provoz. Za druhé to znamená nutnost obsloužení menšího počtu zákazníků, kteří však mají větší nákup,“

sdlil předseda Družstva CBA Roman Mazák s tím, že takový stav je pro prodejny efektivnější. Nevyžaduje totiž vysoký počet pracovníků v prodejně a ve finále se může pozitivně promítnout i do cen zboží.

Trend nižší intenzity nákupů spojený s vyššími útratami spotřebitelů potvrzují i data společnosti Nielsen z loňského srpna. Podle nich se od léta 2020 snížila intenzita nákupů zhruba o 7 %, o necelých 11 % však v souvislosti s tím narostla průměrná útrata. Podle Romana Mazáka se v posledních letech zkracuje i samotná doba nákupu. „Na první pohled to nemusí jít dohromady s větším nákupním košíkem, nicméně tento trend jsme pozorovali už před nástupem pandemie. Už tehdy zákazníci své nákupy postupně urychlovali, aby na prodejně strávili minimum času, covid toto pouze akceleroval a přidal o důvod víc – strach z nákazy,“ uvedl Roman Mazák. Jeho pohled týkající se období před pandemií částečně podporují i průzkumy. Podle dat společnosti GfK z roku 2018 se totiž k co nejrychlejšímu nákupu klonilo 14 % spotřebitelů.

Podle menších obchodníků zákazníci více než v minulosti berou čas jako velmi vzácnou komoditu. Čím méně ho stráví na prodejně, tím více ho využijí pro sebe či pro práci. „Právě proto jdou v posledních pěti letech nahoru prodejny, které se nacházejí do deseti kilometrů od nákupních center a které jsou zároveň v blízkosti bydliště. Pozorujeme tu setrvalý nárůst zákazníků, zejména pak těch, kteří nechtějí jezdit až do obchodního střediska, a naopak chtějí nakoupit v co nejkratším čase na menší prodejní ploše,“ doplnil Roman Mazák. Jeho slova potvrzují i data společnosti GfK. Podle nich je totiž pro více než dvě třetiny českých spotřebitelů klíčovým kritériem pro výběr prodejny její vhodné umístění. Celá pětina respondentů si pak vybírá ty obchody, do nichž se dostane rychle a snadno.

Faktor maximální úspory času a jeho efektivního využití je nejvíce znát u zástupců střední a mladší generace. Tito spotřebitelé však zároveň vyžadují, aby byla prodejna vizuálně atraktivní a moderně vybavená. „Pokud dnes české prodejny chtějí u této klíčové skupiny zá-

kazníků uspět, musejí přistoupit k modernizaci. Pokud budou vypadat jako před třiceti lety, nebudou mít šanci se kvůli nedostatku zákazníků do budoucna uživit. Mladší a střední generace spotřebitelů si najde atraktivnější konkurenci,“ sdělil Roman Mazák.

Ačkoliv se u zákazníků v posledních letech objevuje snaha své nákupy urychlit, neznamená to, že by lidé rezignovali na možnosti výběru v rámci sortimentu. Podle Romana Mazáka lidé chtějí i v menších prodejnách mít možnost si vybrat, a to až z 5000 položek. Díky tomu tak nepotřebují dojíždět nebo docházet na nákup například do vzdálenějšího supermarketu. Předseda Družstva CBA v tom také vidí šanci pro tuzemské prodejny. Ty šíří svého sortimentu předčí diskontní zahraniční provozovny, u nichž se počet položek pohybuje okolo 2000. Podle něj tak ve finále oba tyto formáty mohou koexistovat v těsné blízkosti, přičemž tuzemská širokosortimentní prodejna na tom bude ve většině případů ekonomicky lépe. Zákazník si do ní totiž díky většímu výběru najde cestu častěji. (tz)

První vlašťovky supermarketu budoucnosti v ČR

Svět nakupování jde stále dopředu. Vstupují sem stále více technologie, které pomáhají k nákupům formou, jež dříve nebyla možná nebo k větší péči o zákazníka. Dobrým příkladem využití nejmodernějších technologií pro nákupní zážitek je Supermarket budoucnosti. Jeho malá varianta nyní otvírá i v ČR, konkrétně ve Strakonici a v Českém Krumlově.



Supermarket budoucnosti vytvořila také společnost Accenture spolu s největším italským řetězcem supermarketů Coop Italia. Hlavním principem je propojení fyzického světa s digitálním. Celek obchodu budoucnosti pak vytváří atmosféru místních trhů pod širým nebem úzce propojenou s inovativními digitálními řešeními. Díky nim má zákazník ihned po ruce užitečné informace o výrobcích, a zároveň také zlepšují orientaci v obchodu.

„Když spotřebitel vezme do ruky určitý produkt nebo na něj jen ukáže, senzory v regálu to poznají a na displejích se objeví rozšířené informace o daném zboží. Od těch základních, jako jsou složení, původ, alergeny nebo kalorická hodnota, až po dopad na životní prostředí formou tzv. uhlíkové stopy,“ vysvětlil Martin Šrůma, Strategy & Consulting Manažer ve společnosti Accenture. „Například při nákupu hovězí-

ho masa tak má každý možnost vidět přesně o jakou část jde, mapu a fotografii pastvin. Stejně tak mu aplikace nabídne vhodnou úpravu, možné recepty a odkaz do dalších sekcí obchodu, kde mu k danému masu doporučí tu nejlepší omáčku či ideální víno,“ dodal.

Zákazníci také mají možnost individualizovat svou nabídku – prostřednictvím aplikace mohou nahrát do profilu své preference, tedy například alergeny, dietu nebo oblibu určitého typu vína. Aplikace je potom může po prostoru

navigovat a nabízet jim zboží a slevy na míru. „Člověk se nesmí při nakupování nudit. Nákup pro něj musí být co nejpříjemnější a bez zbytečného plýtvání časem. K tomu je individualizace nákupu ideálním prostředkem,“ poznamenal Ruslan Skopal, spolujednatel obchodů Trenýrkárna.cz a značky Styx.

Samoobslužné prodejny v ČR

V ČR se nyní nově objeví první obchody fungující 24 hodin, sedm dní v týdnu a s možností plně samoobslužného prodeje. Skupina COOP zde takto uvede minivariantu obchodu budoucnosti, která již úspěšně funguje ve Skandinávii.

První automatický obchod najdete ve Strakonici. Přes den bude prodejna otevřena ve stejném režimu jako dosud, v nočních otevřených hodinách pak bude plně automatizovaná. Podmínkou pro nákup v plně automatizovaném režimu bude prokázání se pomocí bankovní identity a možnost nákupu se speciální aplikací. Prostor obchodu budou navíc hlídat kamery. Placení zboží pak bude probíhat, jak jsme zvyklí, u samoobslužné pokladny. Tento koncept pomáhá nejen pohodlí nakupování, ale je využitelný i pro zachování chodu prodejen v méně obydlených místech. Podobného obchodu se dočkají zákazníci brzy i v Českém Krumlově.

Další novinkou skupiny COOP jsou speciální chlazené výdejní boxy, s nimiž společnost

zvítězila v soutěži Obchodník roku. Nové boxy otvírá i v obcích, kde není pro obyvatele dostupný žádný obchod.

Čistota v retailu, vizí je čistící robot

Trendem současnosti je také stále větší péče o čistotu a hygienu. Obchodníci totiž zjistili, že se jim vyplatí, když se jejich zákazníci cítí v bezpečí a vnímají, že se obchodníci starají o jejich zdraví. Spolu s technologiemi je pak vizí moderního úklidu robotické čištění, které dosahuje maximální autonomie a zároveň je zcela bezpečné.

Jde však ještě o dlouhou cestu vývoje. „Senzory čistících strojů budou muset zajistit efektivní práci ve složitém prostředí a provoz bez kolizí i v případě neočekávaných situací. Vize je reálná, ale člověk je stále ještě v dohledné budoucnosti v úklidovém segmentu nenahraditelný. Vidí celý prostor, díky čemuž správně identifikuje potřebné akce, rozdělí je na pracovní kroky a najde řešení pro nepředvídatelné problémy. To není něco, co budou schopny stroje v dohledné budoucnosti dokonale vykonat,“ vysvětlil Lukáš Rom ze společnosti Kärcher. Z toho vyplývá, že v tuto chvíli je nejlepším způsobem úklidu využití schopností profesionálních pracovníků úklidu s patřičným profesionálním vybavením. (tz)

PENNY slaví výročí s pětadvacítkou

PENNY si v těchto dnech připomíná 25 let působení na českém trhu. První prodejnu otevřelo v roce 1997 v Plzni. Za tu dobu se jeho síť rozrostla na 400 obchodů po celé zemi a společnost se stala jedním z největších zaměstnavatelů v zemi, neboť dává práci více než 6000 lidem, kteří ročně obslouží na 150 milionů zákazníků.

„Čtvrt století je v lidském životě dlouhá doba. My jsme hrdí na to, že se nám po celou dobu daří udržovat naše stálé zákazníky, a zároveň získávat nové. Nabízíme jim po celých 25 let vysoce kvalitní produkty za nejvýhodnější ceny na trhu. Od začátku našeho působení podporujeme lokální dodavatele, předkládáme široký sortiment českých produktů, a zároveň privátních značek, které zákazníci najdou exkluzivně jen v našem řetězci. Vybudovali jsme síť se zdaleka nejvyšším počtem prodejen v České republice,

v letošním roce kompletně dokončíme její modernizaci a do budoucnosti se díváme s optimizmem. Jsme hrdí, že jsme součástí České republiky,“ řekl Jens Krieger, generální ředitel PENNY Česká republika.

PENNY Česká republika patří do nadnárodní skupiny REWE Group. Provozuje 400 prodejen a pět logistických center po celé zemi. Zaměstnává přes 6000 zaměstnanců a jeho tržby za rok 2020 dosáhly 42,5 miliardy korun. „Naším obecně známým sloganem je Nakupujte hezky česky a děláme vše pro to, abychom jej bezesbýtku naplňovali. Jsme česká firma, i když jsme součástí nadnárodní skupiny. Odvádíme daně v České republice, veškeré platby za naše zaměstnance zůstávají v České republice, každoročně zde investujeme stovky milionů korun. Jsme aktivní také v oblasti společenské odpovědnosti či zlepšování životního prostředí. Pomáháme uklízet Česko, sázíme stromy, podporujeme seniory i dětský sport. Zkrátka pro nás to není prázdná

fráze, ale cesta, jak být dobrým sousedem všude, kde působíme,“ sdělil Radek Hovorka, jednatel a finanční ředitel PENNY. Mezi nejvýznamnější milníky v historii PENNY Česká republika patří převzetí sítě prodejen společnosti PLUS s jejími 146 prodejnami v roce 2008. Tehdy se začala psát



novodobá historie PENNY. V roce 2017 začalo PENNY s modernizací své prodejní sítě, kterou plánuje dokončit v letošním roce. Každoročně pak otvírá další nové prodejny. V letech 2020 a 2021 to bylo dohromady 16 nových prodejen, letos pak plánuje otevřít dalších 15. Počet 400 prodejen s červenožlutým logem PENNY překročilo na počátku tohoto roku.

Při příležitosti 25. výročí působení na českém trhu připravilo PENNY kampaň, jejíž tváří se stal Michal David. „Nechceme se dívat do minulosti, ale do budoucnosti. Proto jsme hledali osobnost, která dokáže oboje propojit. Michal David je hitmaker, kterého znají staří i mladí. Jeho písničky jsou hity a zná je každý. Toto spojení se přímo nabízelo. Připravili jsme 360° kampaň postavenou na největších hitech, a doufám, že se nám ji podařilo vtipně propojit s tím, co lidem nabízíme my: cenové hity,“ přiblížil Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu PENNY. (tz)

Češi loni do sběrných míst odnesli přes 80 miliónů tužkových baterií

Za loňský rok se v České republice ve sběrných místech posbíralo více než 2026 tun odpadních baterií. Podle aktuálních dat společnosti ECOBAT, která v tuzemsku zajišťuje sběr odpadních baterií, byla touto organizací v roce 2021 poprvé překonána hranice 2000 tun sebranych baterií. Uplynulý rok, během kterého bylo v ČR odevzdáno k recyklaci v přepočtu na 80 miliónů tužkových bateriek typu AA, je tak z pohledu sběru rekordním.

Nejaktivněji se do sběru zapojují lidé z Vysočiny, Jihomoravského kraje a Hlavního města Prahy. Stejně jako v předchozích letech patřila i loni mezi nejvyužívanější sběrná místa ta, která jsou umístěna v obchodech a prodejních sítích, úřadech a ve firmách.

Po celé České republice je téměř 27 000 sběrných míst, do kterých je možné ukládat přenosné odpadní baterie. V absolutním čísle se v roce 2021 nejvíce baterií nasbíralo v Praze, kde lidé dohromady shromáždili 343 tun použitých baterií, o 31 tun více než v roce předchozím. Nejčastěji odevzdali baterie do sběrného místa v obchodních sítích COOP, Kaufland a Billa, ale i elektroprodejen DATART nebo Planeo. „Ačkoliv cíleně nová sběrná místa nevytváříme, jejich počet v meziročním srovnání vzrostl. Jsme rádi, že o spolupráci žádají přímo maloobchodníci,

firmy, obce a města, kteří nás vnímají jako kvalitní řešení jejich legislativních povinností. V roce 2020 se do spolupráce zapojila například i Česká pošta, na jejichž pobočkách bylo v loňském roce nasbíráno bezmála půl tuny baterií,“ komentovala výsledky Kateřina Vránková, ředitelka oddělení Obchodu a Marketingu z neziskové společnosti ECOBAT a dodala: „Současné vnímáme, že Češi přistupují ke sběru odpadních baterií čím dál zodpovědněji. Udržitelnost se dostává do popředí a stává se běžnou součástí našich životů. Stále oblíbenější je také repasování baterií, kdy se v bateriích vymění staré články za nové. Repase často zvyšuje výkon, a tedy i kapacitu, původní baterie. Můžeme si tak déle ponechat náš oblíbený aku šroubovák, vrtačku, nebo dokonce i elektrokolo.“

Trh s bateriemi i v loňském roce vzrostl. Do oběhu se dostalo v přepočtu přes 170 miliónu kusů baterií. Normy EU příkládají členským zemím povinnost vytržít minimálně 45 % přenosných baterií, za rok 2021 ČR dosáhla účinnosti sběru ve výši 48,9 % a bylo vráceno 80 miliónů tužkových bateriek typu AA. Sběr a recyklaci baterií v České republice zajišťují dvě společnosti. Nezisková společnost ECOBAT se ve sběru použitých baterií řadí k evropské špičce.

V celorepublikovém srovnání v přepočtu na jednoho obyvatele nejvíce baterie třídí obyvatelé na Vysočině, v Jihomoravském kraji a v Hlavním městě Praze. V těchto krajích bylo za rok 2021 do

sběrných míst nasbíráno přes 830 tun odpadních baterií, což představuje 15% nárůst oproti roku předchozímu. Naopak nejméně baterií se do sběrných míst dostalo v Moravskoslezském, Karlovarském a Pardubickém kraji (189 tun). Do sběrného místa donesli lidé z těchto krajů v průměru čtyři vybité baterie typu AA.

ECOBAT poskytuje městům a obcím, školám, firmám, úřadům i běžným spotřebitelům zdarma sběrné nádoby na použité baterie a následně zabezpečuje bezplatný svoz nashromážděných baterií k třídění a recyklaci. „Novinkou roku 2021 je sběr všech skupin baterií (tzn. auto-baterie, přenosné, průmyslové) a prioritou je pomáhat sběrovým partnerům snižovat možná rizika spojená s nakládáním s odpadními bateriemi při třídění, skladování a bezpečné přepravě. Samozřejmě nepolevujeme ani s osvětou spotřebitelů. Ty nově informujeme o správném způsobu používání, prevenci a předcházení případnému zkratu baterií,“ dodala Kateřina Vránková.

S každou vybitou baterií není nutné okamžitě vyrazit do sběrného centra. Pro větší pohodlí je možné si baterie doma skladovat do originálního boxu Ecocheese. V rámci České republiky ji ECOBAT zájemcům na vyžádání posílá do jejich poštovních schránek. Za dobu existence projektu bylo takto distribuováno na stovky tisíc krabiček. V současné době si lidé mohou vybrat ze čtyř barevných designů – zelené, modré, růžové nebo s rybičkou. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Dotknout se duše

Marek Holeček, Markéta Bidlasová
CPRESS Špičkový horolezec, vynálezce alpského stylu, držitel mezinárodního ocenění Zlatý cepín. Ale také partner, otec, syn, bratr a kamarád. Marek Mára Holeček se svému lezeckému i soukromému životu věnuje naplno a s vášní. Otevřený rozhovor doplněný fotografiemi z Márova archivu ukazuje, že limity existují jen v naší hlavě.

Tajemství

Radka Třeštíková

motto Napínavé vyprávění o lidech v horách a horách mezi nimi, které už nejde obejít, ale dá se z nich spadnout a dá se v nich ztratit. Stejně jako v té šílené spouště tajemství, co si v sobě pečlivě střeží dospělí i děti. Budete se modlit, aby vám aspoň někdo z nich něco prozradil a aby si řekl o pomoc hlasitěji než úplným tichem. Všichni občas potřebujeme někoho, kdo nás zachrání.

Teribear

Alena Mornštajnová

albatros Teribear je méda hrdina a také maskot Nadace Terezy Maxové už dlouhé roky, ale teprve nyní ožívá v příbězích Aleny Mornštajnové. Během svých napínavých dobrodružství navštíví zoologickou zahradu, les nebo třeba cirkus. S kým se při tom seznámí? A podaří se mu najít domov? Ilustrované vyprávění o přátelství, odvaze a odhodlání ukáže rodičům i dětem, že ke štěstí může dojít, doskakat nebo dojet na koloběžce úplně každý. Ať už je živý, nebo plyšový.

Dům na samotě

Michaela Klevisová

motto Výtvarnice Nela zůstala sama ve starém mlýně, který původně s partnerem chtěli zrekonstruovat. V té době bylo v nedalekém lese nalezeno tělo mladé dívky, ucházející se o práci v místních dostihových stájích. Při vyšetřování vyjde najevo, že oběť byla spatřena s bývalým Neliným přítelem. Dvě podobné provedené vraždy se nedávno staly v Praze, a tak není divu, že dosud poklidnou středočeskou vesnici začne obcházet strach.

Slovácko sa nenudí

Marek Šalanda

Bizbooks Kniha inspirovaná kultovním galuškovským cyklem popisuje putování po kouzelném vinařském kraji. Pobavte se nad neobvyklým dobrodružstvím, které je plné slováckého humoru a rozverných příhod, které se staly ve slováckých dědinách.

Podzemí – Cesta hlubinami času

Václav Čílek, Robert Macfarlane

mf Vydejte se hledat odpovědi na odvěké otázky existence i současné problémy tam, kde se skutečně skrývají: pod povrch. Náš vztah k temnotě rozjasní pohřební komory z doby bronzové, tajemství grónských ledovců, komplikované sítě stromových kořenů i místo, kde bude po příštích 100 000 let skladován jaderný odpad.

Dcery dvouhlavého draka

William Andrews

mf 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. Anna pak začne odhalovat příběh statisíců korejských žen, které byly za války nuceny sloužit japonským vojákům jako „ženy pro útěchu“. A postupně zjišťuje, že získala dědictví, jehož význam přesahuje její nejdivočejší představy.

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

Pracujte chytřeji a naučte se odpočívat

Fab Giovanetti

Autorka vás pomocí správných otázek donutí uvědomit si, čeho chcete vlastně ve skutečnosti v životě dosáhnout, a že chcete-li pracovat chytřeji a naučit se odpočívat, budete se muset naučit prosadit si právo na odpočinek. Tato kniha je výjimečná tím, že neopakuje známé poučky, naopak je často důvěryhodně vyvrací. Nabízí spoustu zajímavých myšlenek, o kterých jste dosud v žádné knize nečetli.



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

Obilovinová kuchařka od polévek po dezerty

Petr Klíma

Třetí kniha veganského šéfkuchaře Petra Klímy představuje tuto důležitou skupinu rostlinných surovin v úplně jiném a lákavém světle. Hlavní roli zde hrají tradiční i méně známé druhy obilovin a pseudobilovin, včetně těch bezlepkových, ale v jejich přirozené, průmyslové co nejméně upravené, a tedy výživné podobě: plné vlákniny, minerálů, bílkovin a zdravých tuků. Existuje tolik druhů a tolik možností zdravého a kreativního zpracování! Zapojte je s pomocí pestré palety skvělých receptů do svého každodenního jídelníčku!

INZERCE



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

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

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

www.fiskus.cz

Naše kavárna

Vývoj Asseco řídí P. Vítek

Řady top managementu Asseco Solutions v nedávné době rozšířil nový ředitel divize vývoje, Ing. Petr Vítek.

J. Plecháč uměleckým ředitelem Moser

Sklárna Moser má nového uměleckého ředitele. Stal se jím přední český designér Jan Plecháč, který patří mezi současnou mezinárodní špičku.

Ředitelem prodeje ROSSMANN T. Tršo

Drogistická síť ROSSMANN nového ředitele prodeje. Stal se jím Tomáš Tršo, který do společnosti ROSSMANN přináší své dlouholeté a bohaté zkušenosti z obchodu.

Hlavním ekonomem Creditas je P. Dufek

Tým Banky Creditas i celé investiční skupiny Creditas posílil Petr Dufek. Ten přišel z ČSOB a v Creditas bude zastávat pozici hlavního ekonoma.

Sponzoring, charita, pomoc

Sazka pomáhá Ukrajině

Společnost Sazka se připojila k humanitárním aktivitám mířícím potřebným na Ukrajinu. V první fázi prostřednictvím Karel Komarek Family Foundation přispěje na vypravování kamionů s pomocí částkou pět miliónů korun. Vypraveno už bylo osm kamionů, z toho pět ve spolupráci s Člověkem v tísní, které dorazily na místo. Konvoje zatím rozvezly trvanlivé potraviny, základní hygienické pomůcky, matrace a zdravotnický materiál. Devátý kamion bude doručovat generátory do nemocnice v Kyjevě a do oblasti Lvova. (tz)

Lego naší legislativy

Nekalé praktiky

Stalo se vám, že jste byli osloveni na ulici člověkem, který se vydával za pracovníka Všeobecné zdravotní pojišťovny a žádal po vás osobní údaje? Určitě nešlo o zaměstnance VZP. „Klienty na ulici neoslovujeme, neobcházíme byty, nenabízíme takto své produkty ani neprovádíme průzkum. Pokud vás tímto způsobem někdo osloví, rozhodně mu osobní údaje neukazujte a nic nepodepisujte! Jde s velkou pravděpodobností o jednu z nekalých praktik, jak přeregistrovat klienta VZP k jiné zdravotní pojišťovně, aniž to oslovený často vůbec tuší,“ vysvětlila Viktorie Plířová, tisková mluvčí VZP.

Pokud klient o takové přeregistraci k jiné zdravotní pojišťovně nevěděl a nesouhlasí s ní, v rámci reklamace mezi zdravotními pojišťovnami tuto jeho neplatnou přeregistraci VZP vyřeší tak, aby byla zrušena.

Pro úplnost dodáváme, že poškozenou osobou je v této věci primárně samotný pojištěnec, jehož plným právem je podat trestní oznámení – nahlásit věc orgánu činnému v trestním řízení, neboť je pravděpodobné, že došlo k neoprávněnému nakládání a zneužití osobních údajů. Podobně lze postupovat i oznámením věci Úřadu na ochranu osobních údajů.

Každý pojištěnec samozřejmě má ze zákona o veřejném zdravotním pojištění právo na změnu zdravotní pojišťovny. Stačí, když podle pokynů vyplní a podepíše přihlášku a donese ji nebo pošle (online nebo poštou) na nejbližší pobočku VZP ČR. Odhlašovat se u původní pojišťovny nemusí, vše za něj vyřizuje zdravotní pojišťovna, ke které se nově zaregistroval. Změnu registrace ke zdravotní pojišťovně může pojištěnec udělat jen jednou za 12 měsíců, má přitom na výběr ze dvou přeregistračních termínů.

Pokud podepíše a odevzdá přeregistrační formulář v období od 1. ledna do 31. března, stane se klientem nově vybrané zdravotní pojišťovny od 1. července daného roku. Pokud to udělá v termínu od 1. července do 30. září, tak se stane pojištěncem nové zdravotní pojišťovny od 1. ledna následujícího roku. (tz)

MSV 2022 představí nové směry rozvoje průmyslových technologií

Příležitost představit inovativní průmyslové technologie a navázat nové obchodní vztahy nabídne firmám již 63. ročník Mezinárodního strojírenského veletrhu, který se uskuteční v Brně v termínu 4.–7. října 2022. Společně s ním se budou konat i specializované veletrhy IMT, Plastex, Fond-Ex, Welding a Profintech.

„Vnímáme zvýšený zájem firem o prezentaci na letošním MSV. Očekáváme také návrat vystavovatelů, kteří se v loňském roce nemohli veletrhu zúčastnit kvůli pandemii. Tím se potvrzuje, že veletrhy jsou pro vystavovatele důležitou obchodní platformou,“ řekl Michalis Busios, ředitel MSV. Výstavní plochu za nejlepších cenových podmínek získají firmy do 15. dubna 2022.

Digitalizace průmyslu jako nosné téma veletrhu

Digitalizace patří k prioritním tématům průmyslového rozvoje. MSV se pravidelně věnuje využití digitálních řešení i informačních tech-

nologií ve výrobních procesech. Také v letošním roce se nejnovější produkty a služby z oblasti digitalizace podniků uceleně představí ve speciální expozici Digitální továrna 2.0.

„Záměrem projektu je ukázat všechny přínosy spojené s digitální transformací, které spočívají především ve zvyšování podnikové efektivity. Návštěvníci uvidí prototypy chytrých autonomních strojů, seznámí se s principy umělé inteligence a připravuje se i třetí ročník mezinárodní konference o digitalizaci průmyslu. Rozvíjet chceme také téma 5G sítě,“ upřesnil Michalis Busios. Součástí projektu bude digitální stage s programem zaměřeným na aktuální otázky z oblasti průmyslové digitalizace.

Aditivní výroba i investiční příležitosti

Mezi klíčové obory Mezinárodního strojírenského veletrhu se opět zařadí aditivní výroba. Technologie profesionálního 3D tisku dokážou významně zvýšit produktivitu výroby, navíc jsou stále dostupnější rovněž pro malé a střední podniky. Dalším zvýrazněným tématem bude oblast oběhového hospodářství. Právě udržitel-

nost je jednou z prioritních částí rozvoje průmyslu a stává se významným předpokladem pro udržení konkurenceschopnosti. Důležité místo na MSV zaujímá také výzkum, vývoj a transfer technologií. Strojírenského veletrhu se pravidelně účastní řada startupů a nově vznikajících firem. Inovativní exponáty budou tradičně představeny v soutěži Zlatá medaile MSV.

MSV spolu s IMT a technologickými veletrhy

Na MSV jsou zastoupeny všechny klíčové oblasti strojírenského a elektrotechnického průmyslu. V letošním roce se souběžně bude konat veletrh IMT, který nabídne široké spektrum obrábění a tvářecí techniky. Dále se uskuteční čtyřdenní technologických veletrhů – mezinárodní slévárenský veletrh Fond-Ex, mezinárodní veletrh svařovací techniky Welding, mezinárodní veletrh plastů, pryže a kompozitů Plastex a mezinárodní veletrh technologií pro povrchové úpravy Profintech. „Naši snahou je ukázat, jak do oborů specializovaných veletrhů pronikají nové technologie. Jejich zavádění znamená pro tradiční odvětví množství změn, které určují

budoucí podobu průmyslu,“ uvedl Michal Svoboda, mluvčí MSV.

Veletrh je místem pro business

Návštěvníci minulého ročníku MSV potvrdili svou skladbou význam veletrhu. Za účelem obchodu na něj přišlo 90 % návštěvníků. Navíc 80 % z nich se účastní rozhodovacího procesu ve firmách. Vystavovatelé ocenili zájem návštěvníků o prezentované exponáty, a především možnost navázat nové obchodní vztahy. Strojírenský veletrh je také vhodným místem k dokončení rozjednaných obchodů se stávajícími klienty. „Přímý osobní kontakt je pro business v průmyslových oborech klíčový. Vnímáme však i trend v podobě rozvoje online prostředí. Proto pracujeme na vývoji digitálních funkcí, které vhodně doplní klasickou formu veletrhu,“ doplnil Michalis Busios.

Letošní MSV se bude nově konat čtyři dny od úterý do pátku. „Věříme, že změna v délce trvání přispěje k ještě větší efektivitě veletrhu. Rozhodli jsme také na základě zpětné vazby od vystavovatelů a odborných partnerů,“ uzavřel informace o podobě letošního MSV Michalis Busios. (tz)

Znalost cizích jazyků je v technických firmách potřebná

Zaměstnanci společností, které se specializují na technické obory, se dnes zpravidla bez angličtiny či němčiny neobejdou. Personalisté technických firem však u pohovorů často snižují nároky na jazykové znalosti pracovníků. Zaměstnavatelé poté výuku cizího jazyka zajišťují dodatečně. Trendu nárůstu firemních studentů si všimají i jazykové školy.

INZERCE

VARNSDORF TOS

Specialista na obrábění obrobků větších než 1 m³

HORIZONTKA

OBRÁBECÍ CENTRUM

PORTÁL

Všechny produkty naleznete zde:

QUALITY SINCE 1903

TOS VARNSDORF a.s., Říční 1774, 407 47 Varnsdorf, Česká republika
Tel.: +420 412 351 203, Fax: +420 412 351 490, E-mail: info@tosvarnsdorf.cz

www.tosvarnsdorf.cz

Nároky na jazykovou kompetenci vzrůstají především na pozicích, kde je nezbytná komunikace se zákazníky. A to proto, že české společnosti čím dál častěji obchodují se zahraničními klienty. U technických firem jde spíše o standard. Například ve společnosti Lomax, která se zabývá výrobou garážových vrat, stojí v popředí hned po češtině němčina, kterou musejí zaměstnanci ovládat právě kvůli zahraniční klientele. „Výrobky prodáváme kromě Česka a Slovenska výrazně také do Rakouska a Německa. Máme proto zřízené oddělení zahraničního obchodu. Pracovníci zde komunikují výborně německy,“ řekl marketingový manažer společnosti Petr Přichystal. S němčinou, ale i angličtinou se u nich setkávají také pracovníci zodpovědní za nákup materiálů.

Podle odhadů jazykové školy Lingua Centrum momentálně tvoří firemní studenti více než polovinu ze všech jejích studujících, přičemž největší zájem je dlouhodobě o angličtinu. To potvrzuje i Daniel Struž, jednatel společnosti Adast, která se zaměřuje na vývoj a výrobu technologií pro čerpací stanice. Angličtinu u nich potřebují především pracovníci starající se o technické zpracování dokumentace, konstrukce a prezentace technického řešení. „Samozřejmě to má souvislost s tím, jaké zákazníky obsluhujeme, navíc většina západních zemí nemá s angličtinou problém,“ uvedl.

Celkově je v Adastu jazyková kompetence vyžadována přibližně u 15 % zaměstnanců. „Naprostou nejvíce používají cizí jazyky zaměstnanci obchodního úseku, kteří jsou s klienty v denním kontaktu od vyřizování objednávek až po expedici a fakturaci. Dále je to oddělení reklamaci, které komunikuje s podobným portfoliem zákazníků,“ dodal Daniel Struž.

Personální agentura Talentica, jejíž náplní je především nábor zaměstnanců na specializované technické pozice, potvrzuje, že angličtina je stále nejpoužívanějším jazykem. Za nezbytnost, především u členů představenstva, manažerů nebo vedoucích technického oddělení, ji označuje i Bohunka Žáková, personalistka společnosti Enbra, která se specializuje mimo jiné na prodej kotlů a tepelných čerpadel. „Naši produktoví manažeři a vedoucí technického oddělení musejí anglický jazyk ovládat, protože jsou téměř v denním kontaktu s našimi dodavateli a výrobci z různých koutů světa,“ sdělila.

Firemní studenti tak plní jazykové školy. „Aktuálně tvoří asi 65 % naší klientely,“ řekla ředitelka jazykové školy Lingua Centrum Simona Škurková. Podle ní se cizí jazyk učí až 50 % z nich čistě kvůli své profesi. „Zpravidla jde



o pracovníky z obchodních oddělení, poté technické pozice a také IT a HR. Mezi nejčastější jazyky patří angličtina, němčina,“ komentovala. Právě u HR a IT pozic je v poslední dekádě jazykové vzdělání na vzestupu. Roste také zájem o méně obvyklé jazyky, jako jsou čínština, japonština nebo korejština. Naopak na ústupu je výuka němčiny v automobilových firmách, které přecházejí na angličtinu.

Bohunka Žáková i Daniel Struž se shodují, že jejich firmy chtějí svým zaměstnancům umožnit rozvoj jazykových schopností, a proto jim nabízejí zabezpečení výuky v různých formách. „U nás v Adastu zatím převažuje vzdělávání prostřednictvím kurzů ve specializovaných školách nebo v agenturách. Firma se podílí především formou finančního příspěvku,“ konstatoval Daniel Struž. Výuka v Enbře je zase možná jak v prezenční, tak v online formě. „Nabízíme buď individuální kurzy, nebo účast na jazykovém projektu, který v naší firmě běží již několik let,“ popsala Bohunka Žáková.

Možnost jazykového do vzdělání pracovníků v technických firmách potvrzují i požadavky na potenciální zaměstnance, které pomáhá vyhledávat personální agentura Talentica. Podle zakladatelky a jednatelky agentury Dariny Wiedermann Janíčkové museli zaměstnavatelé své nároky v posledních letech snížit. „Firmy si čím dál více uvědomují, že technických specialistů je nedostatek a že je cizí jazyk jednodušší doladit a vylepšit praxí nebo i díky jazykovým kurzům,“ objasnila.

Znalost cizího jazyka, nejčastěji angličtiny, je ale stále zásadní u pozic, kde zaměstnanec musí přímo komunikovat se zákazníky ze zahraničí, a tam, kde je přímým nadřízeným cizinec. Náročné začíná být hledání zaměstnanců na pozice, u nichž je potřebná znalost němčiny. „Tu ovládá stále méně lidí, což představuje problém, neboť český průmysl je tradičně hodně napojen na ten německý,“ uzavřela Darina Wiedermann Janíčková. (tz)