



Zastupujeme firmy z celého světa.
Na český trh dodáváme špičkové
obráběcí nástroje a nářadí. Technologické
poradenství samozřejmostí.
**Řešíme produktivitu a efektivitu
vašeho podnikání.**
www.clarkson.cz

INZERCE

Polovina úvěrových klientů jsou firemní zákazníci

Diskuze nad tím, jak nejlépe zacházet s finančními prostředky, jsou stále živé. Někdo více fandí zlatu, jiný nemovitostem, další spořicími produktům či dluhopisům. Turbulentní vývoj na českém trhu v oblasti financí znamená stále více možností, jak zhodnotit ušetřené finanční prostředky. Rozšířit svoji už tak zajímavou nabídku depozitních produktů se rozhodlo i NEY spořitelní družstvo a nově svým střadatelům nabízí i výhodný spořicí účet.



Lukáš Hartl, předseda představenstva spořitelního družstva NEY

„Spořicí účet obohatil naši nabídku o produkt krátkodobého ukládání a zhodnocování peněz. Umožní nám flexibilně reagovat na vývoj situace a operativně upravovat výši úrokové sazby pro zhodnocení,“ vysvětlil Lukáš Hartl, předseda

představenstva NEY spořitelního družstva. Spořicí účet je možné založit s minimálním vkladem 20 000 korun a výpovědní lhůta je jeden měsíc. Peníze jsou přitom úročeny sazbou 4,00 % ročně. A ze zákona se na takto uložené peníze vztahuje

pojištění do výše ekvivalentu 100 000 euro, tedy přibližně 2,5 miliónu korun.

„Zatímco u termínovaných vkladů jsou finance vázány po celou dobu trvání smlouvy a jejich předčasná výpověď je sice možná, ale pro klienty ne příliš výhodná, spořicí účet jim umožňuje v případě potřeby flexibilnější nakládání s uspořenými financemi. Domnívám se, že jde o produkt, který osloví například rodiny s dětmi nebo mladé páry, jimž se mohou finanční nároky náhle změnit z různých důvodů. Peníze, které se jim daří spořit a které na svoje využití teprve čekají, mezitím nemusejí ztrácet svoji hodnotu,“ dodal Lukáš Hartl.

Spořicí účet tak jednoznačně dokonale doplnil celou spořicí a investiční řadu produktů NEY spořitelního družstva. To již šestým rokem vévodí žebříčkům díky nejvýhodnějším sazbám u termínovaných vkladů a stejné ambice má i v případě spořicích účtů. Lukáši Hartlovi patříly i naše otázky:

Vašemu spořitelnímu družstvu je 22 let. Došlo k tomu, že se k světu. Jak hodnotíte jeho pozici na finančním trhu?

Spořitelní družstvo má svoji stálou roli na finančním trhu, historicky si našlo své klienty a je charakteristické individuálními službami, které klasické bankovní domy nenabízejí. Ekonomické výsledky spořitelního družstva za rok 2021 dokazují, že i v době nevysokého růstu ekonomiky dokážeme najít prostor a zajímavý způsob zhodnocení pro své členy.

pokračování na straně 6

Výrobce slaných pochoutek z hmyzu funguje na trhu už tři roky

Firma WormUP, která vyrábí slané pochoutky z hmyzu, oslavila v březnu třetí narozeniny. Za dobu svého působení se jí podařilo zdesetinásobit výrobu, zvětšit výrobní prostory z původních 33 m² na aktuálních 200 m², získat ocenění Firma roku Královéhradeckého kraje a zahájit export na evropské trhy. Česká republika je v rámci EU lídrem v hmyzím potravinářství i díky práci společnosti WormUP.

Jak říká zakladatel firmy WormUP Libor Sloupenský: „Za tři roky působení na českém trhu je za námi vidět kus práce. S mírnou nadsázkou mohu říct, že jsme Čechy naučili jíst hmyz a Česká republika je v rámci EU lídrem v hmyzím potravinářství. Češi jsou odvážní a otevření zkoušet nové věci. Ostatní země EU k jedlému hmyzu přistupují velmi zdrženlivě, tedy podobně, jako když jsme začínali před třemi roky v Česku.“ Firma WormUP byla založena 18. března 2019, sídlo má ve Vamberku v Královéhradeckém kraji a vyrábí slané pochoutky z hmyzu – Křupavé červíky, což jsou sušené a ochucené larvy potměnky moučného. Jedlý hmyz v podobě Křupavých červíků představuje dokonalý zdroj živočišných bílkovin, kterých má v sobě téměř 60 % obsahu.

Za dobu svého působení se firmě podařilo zdesetinásobit výrobu, za rok 2021 zpracovala až 10,5 tuny moučných červů, jak se larvám potměnky moučného říká. Úspěchem je i rozšíření výrobního prostoru na aktuálních 200 m² v Blansku v Jihomoravském kraji. V roce 2021 přišla i dvě významná ocenění: Firma roku Královéhradeckého kraje a Potravina roku Královéhradeckého kraje v kategorii maso a masné výrobky. Obchod WormUP.com získal prestižní certifikát Ověřeno zákazníky na nákupním portálu Heureka a dlouhodobě si drží 100 % spokojenosti zákazníků. Důležitým mezníkem a impulzem pro rozšíření na evropské trhy bylo schválení moučného červa Evropským úřadem pro bezpečnost potravin jako bezpečnou potravinu pro celou EU. Na to navázala prezentace produktů na světovém veletrhu sladkostí a pochutin ISM 2022 v Kolíně nad Rýnem. Tak, jak firma WormUP naučila jíst jedlý hmyz Čechy, stojí teď před výzvou naučit to celou Evropu.

A přitom začátky WormUP nebyly jednoduché. Firma v roce 2019 uvedla na trh úplně novou potravinu, která neměla obdoby. Majitelé Eva a Libor Sloupenská na začátku nevěděli, jak takovou potravinu prodávat. Účinným distribučním kanálem se ukázaly být různé food festivaly, kde bylo možné dostat se do přímého kontaktu se zákazníky. „Na food festivalech

jsme mohli seznámit zákazníky s Křupavými červíky a vysvětlit jim benefity konzumace hmyzu. Zároveň jsme se i my učili, z čeho mají zákazníci strach, co se jim líbí, a bylo pro nás zábavou sledovat, jak se účastníci odhodlávali ochutnat, pak si vzali jednoho červíka a následně celou hrst. Jsme tedy velmi pyšní, že jsme se za ty roky naučili hmyz jako novou potravinu prodávat, a hlavně také, že jsme přispěli k edukaci naší společnosti ohledně konzumace hmyzu,“ vysvětlila Eva Sloupenská, spolumajitelka firmy WormUP.

Larvy potměnky moučného nakupuje firma WormUP z certifikované hmyzí farmy na Moravě. Larvy se chovají ve velmi čistém prostředí a krmí se extrudovaným obilným šrotem a drcenou zeleninou. Po vykrmení projdou několika denními očistnou hladovkou. Pak se krátce povaří v horké vodě, usuší, a následně dochutí. Křupaví červíci obsahují až 60 % proteinů. Bonus navíc je až 20 % nenasycených mastných kyselin, spousta vápníku, železa a zinku. Obsahem výživných látek hmyz dokonce překoná kuřecí, vepřové i hovězí maso. Navíc se při jeho chovu spotřebuje výrazně méně vody, krmiva i prostoru. Z těchto důvodů se jedlý hmyz právem nazývá potravinou budoucnosti a může podpořit přechod EU na udržitelnější potravinový systém.

Potraviny nakupuje online pětina Čechů

Potraviny nakupuje online jen 20 % Čechů. Podíl této skupiny se od roku 2019 zvýšil pouze o pět procentních bodů. Ani pandemie koronaviru tak nepřinesla masový úbytek návštěv kamenných obchodů. Více než polovina Čechů nákupy potravin online ještě nikdy nevyzkoušela. Vyplývá to z průzkumu poradenské společnosti KPMG Česká republika.

Zkušenost s nákupem potravin online má 44 % respondentů, z nichž však 24 % uvedlo, že dále tímto způsobem nenakupuje. „Nákupy potravin online sice rostou, ale zdaleka ne tak rychle, jak mnozí očekávali, a to i v důsledku pandemie. Podíl těch, kteří nákupy online ještě nezkusili a ani to neplánují, je stále poměrně vysoký, 32 %,“ upozornila Martina Štegová, partnerka KPMG odpovědná za maloobchod.

Jako největší nevýhodu online nákupů potravin vnímají Češi příplatek za dopravu a riziko, že dodané zboží nebude kvalitou či množstvím odpovídat objednavce. Nákupy potravin online zůstávají záležitostí především větších měst, domácností s vyššími příjmy a věkové kategorie 25–44 let. Frekvence nákupů online není příliš vysoká, čtvrtina takto nakupuje jen jednou měsíčně. „Pouze 6 % respondentů nakupuje potraviny online několikrát týdně, dalších 22 % jednou týdně. Podíl těch, kteří nakupují potraviny online jenom příležitostně, párkrát za rok, se téměř nemění a zůstává mezi 22 a 24 %,“ dodala Martina Štegová.

Nejčastěji nakupujeme online trvanlivé potraviny, nejméně často čerstvé ryby. Pouze 6 % nakupujících online nyní očekává doručení zboží do 90 minut od objednání.

Téměř polovina respondentů uvedla, že pandemie nijak neovlivnila jejich přístup k nákupům potravin v kamenných prodejnách. Přibližně třetina ale chodí do obchodů méně často a snaží se tam nakoupit co nejvíce jídla najednou. Pouze 12 % lidí upřednostňuje menší obchody, kde je méně zákazníků. A jen 9 % upřednostňuje kvůli pandemii obchody se samoobslužnými pokladnami či skenováním zboží. „Pro 81 % respondentů je výhodou nákupů v kamenných prodejnách to, že si mohou potraviny prohlédnout či osahat. Tři z deseti také oceňují, že jsou tyto nákupy spojené s fyzickou aktivitou. Cestu na nákup tedy vnímají jako vítanou procházku. Pětina dotázaných má ráda atmosféru obchodů a nakupování v nich ji baví,“ uzavřel Jan Klimeš, expert KPMG na zákaznickou zkušenost. (tz)

Najdete uvnitř listu		
TOKOZ: na trh s unikátem		3
Česko dohání západní standard, zájem o svěřenské fondy se meziročně zvýšil o 40 %		6
Chystáte se uspořádat konferenci nebo školení?		7
Záchranná brzda pro malé a střední firmy, kterým konflikt na Ukrajině změnil život ze dne na den		10
Contipro poprvé ve své historii překročilo miliardový obrát		16

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 11. dubna 2022

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka

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

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

Hotely opět zaplněné

Pražští hoteliéři jistě netušili, že budou mít ještě před sezónou obsazeno. V pokojích se však neubytovali turisté z celého světa, ale uprchlíci z Ukrajiny. Kdyby si podnikatelé mohli vybírat, jistě by zvolili jinou klientelu. Jenže jak se říká, člověk miní a život mění. Nikdo si nepřejí, aby ve válce umírali lidé, přesto se to děje. V případě nouze je třeba poskytnout střechu nad hlavou a bezpečí potřebným. Věříme, že konflikt na východě brzy skončí a Ukrajinci se budou moci navrátit do svých domovů. A že hotely v Praze opět přivítají návštěvníky, které sem nevyhnala nouze a strach o život, ale touha poznat krásy našeho hlavního města. Vždyť špatné časy stejně jako covidová krize přece nebudou trvat věčně a podnikání i celá společnost se musí vrátit do starých kolejí.

Pavel Kačer

Zaujalo nás

Nový AAutomat na prodej zlata v Plzni

Společnost Gold.plus rozšířila možnost nákupu investičního zlata spuštěním nového zlatého AAutomatu v Plzni. Koupit tak lze certifikované fyzické slitky o hmotnosti 1 g, 10 g, trojské unce nebo libovolné množství v digitalizované podobě. Obchod probíhá podle aktuálního kurzu.

„Prodej investičního zlata prostřednictvím AAutomatu se nám již osvědčil na pražském Smíchově, a proto jsme se rozhodli síť rozšířit. Jde o efektivní způsob, jak se ke zlatu okamžitě dostat,“ uvedl ředitel Gold.plus Martin Stránský. Gold.plus zároveň nabízí aplikaci, v rámci které si mohou uživatelé spravovat zlatá aktiva v mobilu nebo na počítači a zároveň si drahý kov nechat poslat poštou. Služba umožňuje i spoření do zlata nebo posílání zlata prostřednictvím telefonního čísla.

Zlato se v souvislosti s válečným konfliktem na Ukrajině i rostoucí inflací stává jedním z mála stabilních uchovatelů hodnoty. Jeho cena od začátku roku stoupla o více než desetinu na 1940 dolarů za trojskou unci. (tz)

Mediální partnerství v roce 2022

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

Redakční rada pracuje ve složení:

- Jan Wiesner, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Ing. Irena 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
- PaDr. Petr Paksi, DBA, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- Michal Hanáček, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

CDCP dosáhl způsobilosti pro úvěrové operace Eurosystemu

Propojení Centrálního depozitáře cenných papírů (CDCP) na zahraniční depozitář Euroclear Bank (Belgie) bylo schváleno ze strany Evropské centrální banky (ECB) a Centrální banky Belgie (NBB) jako způsobilé pro úvěrové operace vůči Eurosystemu. To znamená, že cenné papíry (primárně dluhopisy) vedené v českém centrálním depozitáři mohou být použity v Eurosystemu jako zajištění proti poskytnutému úvěru ze strany ECB.

„Máme velkou radost, že se po dvou letech povedlo projekt dokončit, a mohli jsme tak splnit přání Ministerstva financí, které velice stálo o dosažení této způsobilosti. Česká republika nyní může vydávat státní dluhopisy dle českého práva registrované v českém depozitáři v eurech, které mohou institucionální investoři použít jako kolaterál vůči ECB. Tím se tento státní dluhopis stává naprosto konkurenceschopný

vůči dluhopisům vydávaným v zemích Eurozóny. Jsme po Dánsku teprve druhou zemí mimo eurozónu, která dosáhla tohoto statusu,“ řekl Ondřej Dusílek, generální ředitel CDCP.

Centrální depozitáře se sídlem mimo eurozónu musí splnit kritéria stanovené ECB, včetně propojení na centrální depozitář se sídlem v zemi platící eurem. Mezi důležité podmínky patří přímý přístup do TARGET2 (platební systém eurozóny) a také respektování pracovních dní tohoto systému.

„To znamená, že centrální depozitář musí umět vypořádávat převody v EUR také například 24. prosince, kdy je u nás státní svátek. To přináší zvýšené nároky nejen na naše zaměstnance, ale také na účastníky. Přesto věřím, že tento krok ocení nejen naši účastníci, ale i další emitenti dluhopisů, kteří nyní mohou vydat v CDCP eurové dluhopisy s tzv. statusem ECB Eligible, a dosáhnout tím nižšího úroku,“ sdělil Ondřej Dusílek. (tz)

Startup 3Dsimo představuje designové digitronové hodiny Nixie Time Zone Clock

Divadla, restaurace, hotely, letiště, ale i ostatní provozovny služeb nebo designové prostory. Právě na ně cílí novinka od českého startupu 3Dsimo v podobě designových digitronových hodin Nixie Time Zone Clock, které dle přání klienta ukazují časové zóny, otevírací dobu či kapacitu akce. Hodiny jsou určeny především firemním zákazníkům, ale osloví i fanoušky designových historizujících doplňků.

Českému startupu 3Dsimo, který se proslavil jako jeden z prvních výrobce 3D per na světě, se sázka na digitrony vyplatila. Loni prodal pod značkou Noyce Joyce své hodiny a budíky Nixie osazené téměř 24 000 kusy originálních digitronů do 32 zemí po celém světě. I proto se 3Dsimo rozhodlo produktovou řadu rozšířit a na trh uvést svůj první model určený firemním zákazníkům v podobě nástěnných digitronových time zone hodin. Ty najdou využití jako zajímavý funkční designový doplněk hlavně v hotelech, obchodech, restauracích, divadlech ale i na pracovištích. Nixie Time Zone Clock propojují staré a moderní technologie, a proto se neomezuji

jen na zobrazování vybraných časových pásem. Skládají se ze tří separátně fungujících hodin s celkově 18 originálními digitrony, které mohou ukazovat otevírací a zavírací dobu, začátek a konec pracovní směny nebo obsazenost pokojů, kapacitu atrakcí nebo kulturních akcí či cokoliv dalšího.

3Dsimo vidí v obchodu s digitrony velkou příležitost a rádo by navázalo na úspěšný minulý rok, jak přibližuje zakladatel a CEO 3Dsimo David Paškevič: „Velmi nás potěšil zájem o digitronové hodiny. Značku Noyce Joce, pod kterou je prodáváme, jsme spustili na začátku minulého roku. Stal se z ní tahoun našeho portfolia. Na loňském obratu firmy se podílela 46 %.“

Digitrony, tzv. znakové výbojky, byly předchůdci moderních displejů a používaly se všude tam, kde bylo potřeba zobrazovat čísla: v pokladnách, kalkulačkách, prvních počítačích, vesmírných družicích a různých měřicích přístrojích. Každé číslo je tvořeno samostatným drátkem a digitron je naplněn plynem, který procházející elektrický proud v okolí daného čísla rozžárí oranžovým výbojem. Tato reakce z nich dělá tolik žádaný designový doplněk, protože působí planoucím dojmem. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
partner:**



partneři plus:



E.ON ENERGY GLOBE



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 24. rokem!

TOKOZ: na trh s unikátem

Co by se ještě dalo vylepšit na osvědčených cylindrických vložkách, zámcích, závorách a petlicích, řeknete si. Mnoho, zní překvapivá odpověď. I v oboru zabezpečení objektů se totiž propojily mechanické systémy s elektronikou. V tom spočívá současnost a budoucí rozvoj značky TOKOZ, jak naznačil Petr Neuvirt, obchodní ředitel společnosti TOKOZ a.s. ve Žďáru nad Sázavou.

TOKOZ je známý výrobce zámkových systémů se stoletou tradicí. Co dnes tvoří základ nabídky pro podnikatele i drobné zákazníky?

Naše tradiční zámkové systémy, které představují základ nabídky, byly během posledních 10 let doplněny řadou unikátních patentovaných cylindrických vložek TOKOZ PRO a TOKOZ TECH. Na trhu se úspěšně prosazuje také mechatronika ePRO, postavená právě na ověřené mechanické základně TOKOZ PRO. Podnikatelé, ale i státní a veřejné organizace vyhledávají především systémy hlavního a generálního klíče, tedy takové, které umožňují mechanicky a elektronicky řídit přístupy do objektů a práva jednotlivých uživatelů. Drobní zákazníci volí z nabídky cylindrických vložek, visacích zámků, závor a petlic. Prioritou pro ně je především certifikovaná bezpečnost, kterou naše řešení přináší. Zabezpečují domy, byty, ale i rekreační objekty, chaty a chalupy, kde sledujeme velký nárůst poptávky. Certifikace zámkových systémů totiž hraje roli i v případě škodných událostí, kde pojišťovna zohledňuje použité zabezpečení.

Jak prošel TOKOZ transformací na akciovou společnost, které období rozvoje pro něj bylo v historii kritické a klíčové, a jakou pozici si vydobyl na trhu?

TOKOZ byl transformován na akciovou společnost až koncem 90. let prodejem státního pod-

niku ve veřejné soutěži. To se povedlo až napotřetí (první soutěž byla už v roce 1994). Firmu koupila dvojice pánů, z nichž jeden byl spolumajitelem významného výrobce oken, a druhý, Vladimír Chládek, byl do té doby ředitelem tohoto státního podniku. Majoritním akcionářem firmy je nyní právě Vladimír Chládek, minoritní podíl pak drží jeho dvě děti.

Po přerodu na akciovou společnost TOKOZ v průběhu let – stejně jako další tradiční české firmy – hledal svoji pozici na otevřeném evropském trhu, což se mu podařilo. Už ve státním podniku začala zakázková produkce pro významné průmyslové koncerny, která trvá dodnes a v obratu firmy dominuje. Jde o komponenty do různých zařízení a strojů, včetně automobilových dílů, především ale jde o stavební i nábytkové kování. Mezi významné klienty v tomto segmentu patří například IKEA.

Druhou částí businessu je pokračování firemní tradice a rozvoj jejího nejstaršího programu v podobě zamykacích mechanismů.

Mechatronika má velký potenciál v průmyslových a armádních zakázkách, využijí ji státní objekty, nemocnice, školy, elektrárny bez určení konkrétní lokality a další strategické objekty. Velmi pozitivní ohlas sklízí i v zahraničí, o čemž svědčí chystané projekty v Anglii, Maďarsku, Slovensku, ale třeba zájem i z oblasti Singapuru, Indonésie.

V našem portfoliu tak můžeme nalézt vedle sebe malý visací zámek „plecháček“, který byl vytvořen už před mnoha desítkami let, a zároveň moderní elektromechanické cylindrické vložky konkurující světové špičce. TOKOZ chce

v každém z oborů naplnit svou dlouhodobou vizi – u zámků a kování být známým evropským producentem, u zakázkového businessu zase vyhledávaným partnerem pro komplexní produkci, včetně vývoje. Oboje se postupně daří.

Společnost se chlubí vývojem a výrobou mechatronického zámku – produktu, který bude určovat trend příštích let. Můžete popsat jeho zrod a funkci, možnosti využití a další perspektivy uplatnění doma i na zahraničních trzích?

Dnešní doba, která přeje rozvoji chytrých platforem, zařízení a smart řešení, klade nároky i na tak ryze technickou branži, jako jsou mechanické



Petr Neuvirt, obchodní ředitel společnosti TOKOZ a.s.

ké zabezpečovací systémy, cylindrické vložky či visací zámky. Jsme rádi, že se nám v TOKOZu podařilo na tento trend úspěšně naskočit. V posledních letech se ukazuje, jak bude účelné kombinovat odolnou mechanickou bezpečnost s elektronickým řízením přístupů a práv. Čistě elektronicky řízený produkt, kterému mechanická odolnost chybí, totiž nikdy neposkytne plnou ochranu při přímém napadení a pokusu o překonání. Nám se podařilo zkombinovat certifikovanou mechanickou a patentovanou cylindrickou vložku s řízením přístupů přes počítač, webovou aplikaci a smartphone. Vznikla tak naše řada mechatronických produktů TOKOZ ePRO, která nevyžaduje žádný přívod elektrické energie, žádné bourání a rozkopávání objektů pro kabely, dráty apod. A to je pro zákazníka velmi podstatné.

Mechatronika má velký potenciál v průmyslových a armádních zakázkách, využijí ji státní objekty, nemocnice, školy, elektrárny bez určení konkrétní lokality a další strategické objekty. Velmi pozitivní ohlas sklízí i v zahraničí, o čemž svědčí chystané projekty v Anglii, Maďarsku, Slovensku, ale třeba zájem i z oblasti Singapuru, Indonésie. V Dubaji se na náš systém mechatroniky ePRO přišel podívat i šéf bezpečnosti nejvyšší a zřejmě nejmodernější budovy světa Burj Khalifa. To je ta perspektiva.

Čím se může prosadit středně velká firma v prostředí a době, v nichž určují pravidla velké korporace?

Musíte být pružní, inovativní, originální. V zámkové technice se čím dál víc dělají řešení na míru, kde může menší firma ukázat svoji flexibilitu, ochotu dělat menší série, přizpůsobit produkt potřebám zákazníka. V druhém businessu musíte dosáhnout toho, že si vás partner váží, že jste mu nejen dodavatelem nějakých dílů či uzlů, ale skutečně partnerem, který mu pomáhá dosáhnout jeho cílů.

Jste významným zaměstnavatelem regionu. Daří se vám získávat kvalifikovanou pracovní sílu? Co můžete zájemcům nabídnout?

V oblasti administrativních zaměstnanců, včetně techniků, nemáme zásadní problém, pracují u nás šikovní lidé a příliš nefluktuují. Doby, kdy z firmy odešli za rok jen dva zaměstnanci, jsou samozřejmě pryč, to je ale dáno obecně vývojem na trhu práce. Myslím, že zaměstnanci u nás oceňují zajímavou pracovní náplň, často s širším záběrem než ve velkých korporacích. A odvažují se tvrdit, že je oslovuje i firemní kultura se znaky rodinné firmy, tedy kamarádské spolupráce. Složitější je situace v dělnických profesích, kde máme na jedné straně desítky let věrné zaměstnance a na straně druhé i část často fluktuujících lidí, kteří jsou předmětem přetahování na vyčerpaném trhu práce. I zde je jedním z receptů na stabilitu naše firemní kultura, zajímavá práce a dobré vztahy napříč společností.

Čeho byste v tomto roce chtěli dosáhnout, jak máte nastaveny další cíle podnikání a co případně může ohrozit vaše plány?

Ambicí je posílit naše pozice v oboru zámkové techniky, kde máme připravenou řadu zajímavých novinek. Poptávka v zakázkovém businessu v uplynulém období rostla, nicméně probíhající rusko-ukrajinská válka rozhodila mnohé z jistot. Dusí nás extrémní ceny plynu a elektřiny, kdy jejich podíl na nákladech vyskočil ze dvou procent daleko přes deset. Nevyhne se hledání nových rovnováh, vazeb, logistiky a dalších cenových relací. Krize v roce 2009 a ta covidová v roce 2020 byly „legrační“ události proti tomu, v jaké turbulenci se nacházíme nyní. Dvě zmíněné krize jsme ustáli velmi dobře, a proto věřím, že zvládneme i tu současnou.

mnoho dalších úspěchů popřál Pavel Kačer



Průměrný obchodník na MALLu odbaví 800 objednávek ročně a utrží 650 000 korun

Ačkoliv oblast e-commerce v České republice poslední roky kontinuálně rostla, oproti loňskému roku se v lednu 2022 dle dat Heureka.cz trh o 17 % propadl, v únoru to bylo dokonce o 29 %. Tržiště MALLu oproti tomu ve srovnání s loňským rokem posiluje o téměř 50 % a eviduje rychlý nárůst počtu e-shopů zapojených do programu, kterých je již přes 3500. Obchodníci si na tržišti MALLu vydělají v průměru 650 000 ročně a získají přes 800 objednávek. Stále větší část z nich si navíc prodej na marketplacu vybírá kvůli snadné zahraniční expanzi nebo kvůli možnosti výrazně zvýšit svou zákaznickou bázi bez potřeby nákladných marketingových aktivit.

Nabídka online tržiště MALL Partner dnes pokrývá prakticky všechny segmenty, některé z nich přitom již výhradně díky partnerským prodejcům. Partnerský prodej se na obratu MALLu podílí každý rok významněji a tržiště je díky šíři svého sortimentu stále oblíbenější také u zákazníků, jimž nabízí možnost pohodlně nakoupit vše na jednom místě, ve známém prostředí a za jediné poštovné. MALL navíc vychází z zákaznickým vstříc také navyšováním počtu výdejních míst, kterých se již v České republice a na Slovensku nachází více než 1700. „Síť partnerských prodejců se nám daří neustále rozšiřovat. V roce 2021 bylo zboží z partnerského prodeje obsaženo ve 40 % objednávek provedených na MALLu, což svědčí o tom, že pro zákazníky je nabídka našich partnerů velmi atraktivní – ať už jde o velké zavedené značky, nebo menší lokální prodejce s unikátním zbožím. Významným ukazatelem je pro nás také to, že ačkoliv od počátku

roku 2022 pozorujeme mírný propad e-commerce téměř ve všech segmentech, MALL Partner oproti loňskému roku přesto roste o 40–50 %. Mnoho obchodníků tak naše tržiště láká také proto, že jim dokážeme pomoci třeba i s výprodejem skladů po sezóně,“ komentoval vývoj Jakub Kováč, ředitel programu MALL Partner.

Opora silné značky snižuje náklady na marketing, MALL do propagace partnera investuje 50 000 ročně

Kromě oslovení nových zákaznických skupin obchodníci vstup na tržiště volí také kvůli možnosti prodávat pod důvěryhodnou značkou s širokou zákaznickou bází. Jelikož obchodníci nabízejí své zboží na e-shopu s dosahem na milióny zákazníků a silným marketingem, včetně rozsáhlých PPC kampaní, jejich náklady na vlastní marketing výrazně klesají, a to jak v Česku, tak v dalších zemích, kde MALL působí.

„Obchodníkům, kteří jsou v našem programu zapojeni, pomáháme s celým procesem od zalistování zboží na tržiště až po marketingové aktivity, do kterých investujeme v průměru 50 000 ročně pro každého prodejce. To k nám mnoho prodejců láká, protože konkurence v e-commerce je obrovská a investice, které by jinak musely jít do marketingových aktivit a budování značky, s námi do velké míry odpadají. I bez vlastní investice do marketingu jsou naši partneři schopni získat v průměru více než 800 objednávek za rok, což je číslo, které už se do výsledků obchodníka významně promítne,“ popsal Jakub Kováč.

Přes hranice putuje čtvrtina objednávek, MALL obchodníkům pomůže i dostupným financováním

Obchodníkům prodávajícím prostřednictvím programu MALL Partner se kromě České repu-

bliky a Slovenska velmi daří i v dalších zemích. Silným trhem je pro MALL dlouhodobě Slovinsko, kde je MALL pod značkou mimovrste jasnou jedničkou na trhu, a kontinuálně roste také Maďarsko nebo Polsko.

Prodej v zahraničí je umožněn všem partnerským e-shopům zapojeným do programu, takže cestu na tržiště často volí i ti prodejci, kteří chtějí svůj záber rozšířit napříč regionem. Aktuálně míří přes hranice v rámci programu MALL Partner více než čtvrtina všech objednávek.

S expanzí obchodníkům pomáhá nejen zahraniční silné značky, ale také ekosystém návazných služeb, včetně kvalitní dopravy MALL Delivery po Česku i na Slovensko, husté sítě výdejních míst či špičkové zákaznické péče.

Díky službě MALL Financing pak může každý obchodník na pár kliků získat až milionovou půjčku na dokoupení skladových zásob, dodatečné marketingové aktivity nebo třeba překladové služby související s expanzí do zahraničí. Ve spolupráci se společností Mailstep navíc MALL obchodníkům nově nabízí i možnost kompletně outsourcovat logistiku, a nestarat se tak o uskladnění ani expedici zboží. (tz)

Družstvo CBA mění design svých prodejen, první takovou provozovnu otevřelo v Rapotíně u Šumperka

Pilotní projekt nového designového pojetí prodejen dokončilo v únoru maloobchodní Družstvo CBA CZ v Rapotíně nedaleko Šumperka. Do moderního vizuálního hávu, kterému dominují zářivé barvy, chce CBA do budoucna obléct všechny franšizové i vlastní nově budované prodejny. Jen letos plánuje takto modernizovat další tři provozovny, včetně té největší v Hradci Králové.

Družstvo CBA tak v únoru otevřelo v obci Rapotín poblíž Šumperka první prodejnu v novém designovém pojetí. „Hlavním rysem konceptu jsou zářivé barvy. Barevný děšť na výlohách nebo barevné menuboardy s vtipnými hláškami v bublinách, které slouží zákazníkům ke snadnější orientaci v prodejně a zároveň k pobavení,“ popsal klíčové prvky nového designu s názvem Flowline předseda Družstva CBA CZ Roman Mazák. S prostory prodejen je pak maximálně sladěn i personál. „Je vybaven oděvy, které barevně zapadají,“ doplnil.

Podle Romana Mazáka bylo cílem, aby prostory provozoven CBA vyhlížely nadčasově.

„Od zákazníků máme zatím jen pozitivní reakce, dle jejich názoru prodejna vypadá nejen moderně, ale také vesele, čehož jsme se změnou designu snažili dosáhnout,“ řekl předseda Družstva CBA CZ. Kromě provozovny v Rapotíně plánuje družstvo tímto způsobem v letošním roce modernizovat ještě další tři prodejny, včetně té největší v Hradci Králové.

Novým designem by se měly pyšnit primárně franšizové prodejny, kterých má síť mo-

mentálně 22. Kromě nich by pak měly mít moderní vzhled i všechny provozovny, které CBA aktuálně staví. „Klíčem je zaměřovat se na ty prodejny, jež jsou něčím výjimečné. U těch, které stavíme, si hlídáme všechny potřebné standardy, franšizové provozovny mají zase záruku toho, že jsou po rekonstrukci. Zároveň jsou ekonomicky stabilní a mají vyšší tržby,“ sdělil Roman Mazák. Úplně nová je i zmíněná prodejna v Rapotíně, kterou obec postavila na

místě dříve zbouraného obecního obchodu. Podle Mazáka tak mělo družstvo dostatek prostoru pro to, aby nový design dotáhlo, celý proces jeho vzniku trval zhruba rok. Instalace pak začala týden před samotným otevřením prodejny. Jako pilotní projekt pro nový design zvolilo Družstvo CBA CZ prodejnu v Rapotíně i kvůli krátké vzdálenosti od centrály v Šumperku. „Vše se tak mohlo řešit operativně a v rychlosti – stačilo sednout do auta a za deset minut byl člověk na místě,“ doplnil Roman Mazák.

Družstvo k takto razantní designové změně přistoupilo naposledy v roce 2014. Podle Romana Mazáka je zároveň do budoucna velmi reálné, že se do nových barev oblékne i část vozového parku. „Chceme takto proměnit i další propagační předměty, aktuálně se však zaměřujeme primárně na prodejny. Velkou výhodou nového designu je jeho všestranné použití, lze ho pohodlně aplikovat u libovolné velikosti oken dané provozovny, zároveň je možné ho využít na podklad prakticky jakékoliv barvy, oproti dosavadnímu řešení je to velký krok vpřed,“ uzavřel Roman Mazák. (tz)



Kam přešli pracovníci z gastronomických služeb a cestovního ruchu

V současném rozvolnění se k životu probouzejí i gastronomické provozy, ale narážejí na problém nedostatku pracovníků. Několik kol lockdownů a omezení přimělo mnoho lidí z oblastí cestovního ruchu a gastronomických provozů změnit zaměstnání. I když klíčové zaměstnance se většina provozovatelů snažila udržet, nyní chybějí zejména „řadová“ pracovníci, kteří přešli do jiných oborů.

Odliv lidí z gastronomických služeb a cestovního ruchu probíhal v několika fázích. V první vlně před dvěma lety po nuceném uzavření restaurací a utlumení cestovního ruchu většina z těchto oborů hledala dočasně uplatnění v retailu, dopravě, skladech, ve stavebnictví a pomocných profesích.

„V posledních dvou letech jsme zaznamenali zvýšený zájem o místa, na která předtím nastupovali zahraniční pracovníci – zejména v úklidových službách. Lidé aktivně reagovali i na nabídku míst v ostraze, kde se nám hlásí 2–3x více zájemců než před covidem. Změnilo se i spektrum uchazečů, například ve zmíněných úklidových službách, kam se dříve hlásilo minimum lidí s českou národností, kteří tvořili polovinu ze všech zájemců,“ uvedl konkrétní údaje Radoslav Kavulič, HR ředitel společnosti SSI Group.

Zaměstnanci z oblasti gastronomie a cestovního ruchu ale hledali práci i v dalších oborech, zejména když začalo být jasné, že nepůjde jen o překlenutí dvou měsíců. Uplatnění našli například v realitních a pojišťovacích službách, administrativě, jazykově vybavení odborníci směřovali i do podnikových a zákaznických služeb. Řada lidí z těchto oborů vzala vzniklou situaci jako

podnět ke změně profese a šla cestou rekvalifikace. Koronavirová krize přiměla řadu lidí zcela přehodnotit své kariérní směřování, a to často velmi radikálně. V rámci naší spolupráce s Green Fox Academy jsme získali nové posily i z řad těch, kteří dříve pracovali v gastronomii nebo cestovním ruchu. A nejde jen o pozice, kde se uplatní komunikační dovednosti, můžeme uvést i příklad programátora, který k nám po rekvalifikaci přešel z gastronomického provozu,“ řekl Petr Bujalka, manažer náboru Accenture v ČR.

Několik vln uzavření a útlumu provozu měly devastující dopad na personální situaci zejména v gastronomických službách a hotelnictví. Podle dostupných údajů odsud odešly během krize čtyři pětiny pracovníků. Pětina kuchařů, čtvrtina barmanů, výčepníků a lidí ze servisu se podle kvalifikovaných odhadů už do oboru nevrátí. Dlouhodobý útlum cestovního

ruchu dopadá ještě ve větší míře na oblast ubytovacích služeb. Podle údajů České unie cestovního ruchu tuto zimu zůstalo zavřených 45 % hotelů, zejména v oblastech, kam jezdili zahraniční turisté.

„Za poslední dva roky jsme si zvykli na to, že se v oblasti gastronomických služeb a cestovního ruchu aktivní nábor pracovníků sil kromě letní sezóny utlumil. V současné době pozorujeme zřetelné oživení. Problém do budoucna vidíme zejména v tom, že řada kvalifikovaných lidí z oboru odešla, a firmy, které musejí poskytovat špičkový servis, na němž podnikání v těchto oborech stojí, nemají kde získávat zkušené zaměstnance. Lidé z těchto oborů totiž za poslední dva roky zakotvili v jiných profesích, kde je udrží jistota zaměstnání a menší časová i fyzická náročnost,“ konstatoval Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz. (tz)

Nadstandard pro zloděje: nová verze špičkové mechatronické vložky ePRO

Žďárský TOKOZ představil novou verzi svého unikátního mechatronického systému ePRO 1.4., který kombinuje elektronickou správu přístupů spolu s extrémní mechanickou odolností. Jediný český mechatronický systém, který nepotřebuje přívod elektrické energie nově díky mobilní aplikaci umožňuje dálkovou správu přístupů i nastavení klíčů. Aplikace byla vyvinuta stejně jako celý systém ve spolupráci s brněnským VUT. Zájem o novou verzi ePRO už projevily firmy nejen z Evropy, ale i v Africe či na Arabském poloostrově, což TOKOZu otvírá nové příležitosti a trhy.

Velké fluktuace zaměstnanců v logistice či výrobě, nedostatečné mechanické zabezpečení strategických či polních objektů, nedostupný zdroj elektrické energie, ale i nástup nového typu zloděju-hackerů, kteří se zaměřují na překonávání elektronických zámek. To všechno jsou problémy, které se řeší v zabezpečení firem a institucí po celém světě a na které odpovídá TOKOZ se svou novou verzí systému ePRO.

Systém je unikátní v tom, že jako jediný rýze český uzamykací mechatronický systém nepotřebuje vlastní přívod elektrické energie, protože jejím nositelem je samotný klíč, který zároveň obsahuje informace o přístupových právech. Nově není potřeba každou změnu přístupových práv řešit pomocí programovacího klíče, s nímž bylo původně nutné obejít každé dveře. U nové verze ePRO nahradila programovací klíč mobilní aplikace ve spolupráci se serverovým prostředím a PC, čímž se celý systém výrazně přiblížil běžným elektronickým identifikačním systémům, u kterých lze standardně spravovat přístupová práva dálkově.

Systém ePRO funguje tak, že každý klíč má nastavený interval aktualizace. Po jeho uplynutí si klíč od serveru vyžádá aktualizované informace o přístupu, které mu server zašle. Data si server s klíčem vymění přes mobilní aplikaci, která je pouze přenáší a nikam neukládá. Tím se vylučuje riziko jejich úniku a zneužití k napadení systému hackery. Nastavení intervalu navíc šetří i výdrž baterie. Nová verze ePRO si také nadále uchovává i svou mechanickou odolnost. Je totiž postavena na patentovaném unikátním systému TOKOZ PRO, který nelze překonat tichými zlodějskými metodami, jako je vyhmátání planžetami či bumping, a nabízí tak ideální řešení i pro



logistické firmy a všechny typy přepravy. ePRO totiž funguje i v extrémních klimatických podmínkách.

„Systém ePRO je ideálním řešením nejen pro strategické objekty, jako jsou úřady, nemocnice či vojenské budovy, ale i polní a odlehle objekty nebo vozové parky logistických firem. Využije se všude tam, kde není možné provádět stavební úpravy nebo není jednoduše dostupný zdroj elektrické energie. Obrovskou devizou systému je i kompatibilita s dalšími typy zámek, které využívají cylindrickou vložku nebo půlvložku řady PRO. Neomezuje se tak jen na cylindrické vložky ve vstupních dveřích, ale nabízí i propojení s visacími zámky, závorami, speciálními zámky Vanlock určenými k zabezpečení dodávek a kamionů a dalšími uzamykacími systémy. Toto řešení je tak výrazně levnější než pořízení chytrých zadlabacích zámek,“ vysvětlil Ing. Martin Dočekal, produktový manažer mechatronických systémů TOKOZ.

Nová verze ePRO byla vyvinuta ve spolupráci s brněnským VUT, které se na vývoji mechatronického zámku podílí už od jeho vzniku. Systém byl podroben téměř stovce různých testů funkcionality, při kterých se na různých vložkách a klíčích otestovalo více než milion zamykacích cyklů. Testování se zaměřilo nejen na funkčnost, ale i na zabezpečení proti hackerským útokům a zlodějům, kteří se právě na elektronické zámky specializují,

což přiblížil Ing. Vojtěch Myška, tvůrce mobilní aplikace ePRO z Fakulty elektrotechniky a komunikačních technologií VUT v Brně:

„Systém ePRO i celý zámek od začátku jeho vývoje stavíme tak, aby vyhovoval všem bezpečnostním standardům. Samotnou aplikaci jsme podrobili úspěšnému zátěžovému testu, který simuloval aktivitu stovek uživatelů. Je zabezpečena některými bezpečnostními prvky používanými například v elektronickém bankovníctví. Komunikace mezi serverem a uživatelem probíhá pomocí https protokolu, který zajišťuje vyšší bezpečnost i důvěrnost přenášených dat. Další součástí zabezpečení je automatické odhlášení uživatele při nečinnosti a v neposlední řadě jsme také implementovali ochranu proti některým typům kybernetických útokům.“

TOKOZ od představení ePRO realizoval v krátkém čase zajímavé projekty tohoto unikátního bezpečnostního systému, který zabezpečuje například Magistrát města Brna, Podpurný a garanční rolnický a lesnický fond či největšího českého výrobce palet Klaus Timber a Koberce Breno. Český vynález se daří TOKOZu exportovat do dalších zemí Evropy. Největší zájem o ePRO je z Velké Británie a pozitivní ohlasy jsou i z Portugalska, Německa či Maďarska. Aktuálně TOKOZ řeší poptávky a zájem v Africe a na Arabském poloostrově, ve kterých vidí velkou příležitost Ludmila Kršková, Key Account Export Manager TOKOZ:

„Na těchto trzích vidíme velký potenciál dalšího růstu. Mechatronika totiž nabízí řešení v podobě kombinace moderní technologie a spolehlivého mechanického systému, kterému při provozu nevadí zvýšené teploty, vlhkost, nebo naopak písek a prašnost, které jsou typické pro tyto podnebné oblasti. Zámek také nepotřebuje přívod elektrické energie, a je tak ideálním řešením pro země tohoto regionu, které často bojují s nedokonalou či nespolehlivou infrastrukturou energetických sítí.“

TOKOZ neustále pracuje na dalším vývoji a posunu mechatroniky a do budoucna plánuje kromě technologického vývoje i užší zaměření na specializované a atypické uzamykací systémy, což rozšíří možnost jejich použití u dalších produktů. Tento další posun v mechatronice pak otevře dveře k širšímu použití nejen ve SMART řešeních, v bezpečnosti staveb, institucí, vojenských objektů a přepravních vozidel či automobilů, ale i v systému zabezpečení přepravních kontejnerů, lodní či letecké přepravě. (tz)

Rozvážkový business dosáhl v digitalizaci dalšího milníku

Rozvážkový business se digitalizuje. Nová technologická řešení pomáhají racionalizovat postupy, vykrývat špičku s obdobím nižší poptávky, odhalovat nekonzistenci cen a podobně. V Česku dokonce existuje řešení, které v beztabletové formě v API prostředí dokáže ovládat hned několik rozvážkových platform, jako jsou Dáme jídlo, Bolt nebo Wolt. V rámci střední Evropy jde o ojedinělou záležitost.

„Ovládat všechny platformy v beztabletové formě nám umožňuje mnohem jednodušeji obsluhovat všechna menu profilů, tedy skrývat, přeceňovat a upravovat jednotlivé položky. V případě spolupráce s Wolt jsme dokonce druzí na světě, kdo tohoto stavu dosáhl. Jsme obecně rádi průkopníci v těchto nových možnostech,“ uvedl Jan Siuda, spoluzakladatel cloudové kuchyně MyFoodPlace, která kromě klasických fastfoodových jídel a pizzy přidává nově i veganskou kuchyni.

Moderní technologické nástroje umožňují řídit všechny prodejní kanály centrálně z jednoho místa. Spravovat denně 120 meníček od 30 značek s sebou nese velké obtíže. Každé menu má totiž 20–30 položek a 250–350 subpoložek, které je třeba aktivně managovat. Když třeba dojde kečup nebo je nutné změnit cenu jídla, je potřeba všechny tyto položky projít, což v reálném čase za standardního procesu není možné.

„Náš nástroj umožňuje řídit prodejní kanály centrálně z jednoho místa, takže umíme třeba na jeden klik skrýt všechny položky, které nějak souvisejí s kečupem, nebo je přecenit a tuto informaci natlačit skrze API do prodejních platform,“ vysvětlil Jan Siuda. Jeho firma, která se považuje z poloviny především za technologickou, zdigitalizovala celý E2E proces související s rozvozem jídla.

Věc dlouhé roky spočívala v tom, že platformy daly do kuchyně tablet, který občas zapípal a pak si tašku vyzvedl kurýr. „Naše řízení tohoto procesu je o dvě generace jinde. Přirovnal bych to k paralele postavit si billboard u cesty nebo si zaplatit dobře optimalizovanou reklamu přes Google, kde si pečlivě nastavíte cílovou skupinu, klíčová slova, časy, geolokaci nebo zájem,“ dodal Jan Siuda.

Rozvážkový business za rok 2021 v České republice výrazně rostl. Trend, který začal už před pandemií covid-19, díky ní akceleroval. Firmy toho využívají a rozšiřují nejen sortiment a sklady, ale také služby. (tz)

INZERCE

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



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

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

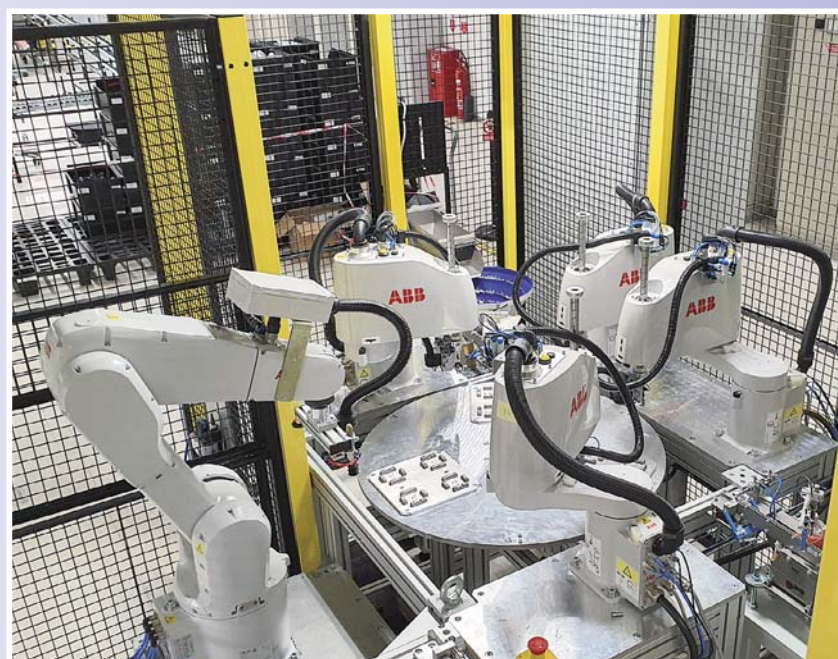
Naše moto:

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

Kontakty:

e-mail: obchod@elap.eu

web: www.elap.eu



Česko dohání západní standard, zájem o svěřenské fondy se meziročně zvýšil o 40 %

Počet Čechů, kteří loni projevili zájem o uspořádání majetku svěřenskými fondy, vzrostl oproti roku 2020 téměř o polovinu. Vyplývá to z dat Evidence svěřenských fondů. Podle advokátní kanceláře Císař, Česka, Smutný měla vliv na zvýšený zájem o svěřenské fondy i pandemie. Nicméně rostoucí zájem je přirozeným procesem díky stále početnější skupině movitých obyvatel, pro které je toto řešení vhodné. Zároveň dochází ke generační obměně v českých firmách a mnoho majitelů řeší předávací proces prostřednictvím fondů.

V roce 2021 se výrazně zvýšil počet Čechů, kteří založili svěřenský fond. Bylo jich o 40 % více než v roce předcházejícím. Jedním z důvodů tohoto nárůstu je podle Česka v datech pandemická krize. Jejím vlivem začali Češi také více řešit, jak se bude dále nakládat s jejich aktivy. Dalším z faktorů, které přispěly ke zvýšenému zájmu o fondy, je vzrůstající povědomí a osvěta týkající se tohoto institutu.

Chránit svůj majetek je základ

I přes nárůst v předešlém roce nemá většina nadprůměrně bohatých Čechů svůj majetek uložený ve svěřenských fondech. Oproti tomu

v zahraničí je situace zcela odlišná. V západních zemích se podíl movitých lidí řešících majetkové záležitosti svěřenskými fondy pohybuje mezi 70 a 80 %. „Při podnikání jsou někteří lidé často terčem útoků, ať už domnělých věřitelů, nebo falešných směnečných věřitelů. Typů ekonomických útoků, které přicházejí v úvahu, je celá řada. Ochrana majetku ve svěřenských fondech znamená, že chcete předejít neočekávanému podnikatelskému riziku,“ popsal Jakub Hollmann, společník advokátní kanceláře Císař, Česka, Smutný. „Zájem o svěřenské fondy v Česku meziročně výrazně vzrostl. Je to totiž velmi flexibilní způsob uspořádání většího ma-

jetku, včetně jeho mezigeneračního předání,“ dodal Jakub Hollmann.

Fondy pomáhají také rodinným firmám, mohou usnadnit i jejich převedení na potomky

Svěřenské fondy jsou užitečné také pro majitele rodinných podniků, protože jim přináší větší kontrolu nad mezigeneračním předáním. Podle průzkumu vzniklého při příležitosti soutěže Podnikatel roku si polovina českých podnikatelů přeje předat společnost svým potomkům. V některých případech však mohou majitelé podniků usoudit, že jejich potomci nejsou na předání firmy připraveni. A v takových situacích mohou opět pomoci svěřenské fondy. „Zakladatelé rodinných firem často využívají například svěřenských správců, kteří se podílejí na řízení obchodní společnosti, dokud podle předem nastavených podmínek jejich potomci neprojeví náležité ambice, zkušenosti a dovednosti pro samostatné řízení firmy,“ upřesnil Jakub Hollmann.

Fungování svěřenských fondů

Svěřenský fond je soubor majetku bez právní subjektivity, který přestává být ve vlastnictví zakladatele, a namísto toho se stává majetkem samostatným. Kromě uspořádání majetku a minimalizování podnikatelského rizika se svěřenské fondy využívají také ke zjednodušení mezigeneračního předání podniků. Svěřenský fond může vytvořit jakákoliv fyzická nebo právnická osoba vyčleněním části majetku ze svého vlastnictví a pověřením svěřenského správce jeho správou.

V českém právním řádu je možnost převedení majetku do svěřenského fondu zakotvena od roku 2014, kdy vstoupil v platnost nový občanský zákoník. Od roku 2018 je potom povinné evidovat svěřenské fondy. Česká právní úprava svěřenských fondů vychází z tzv. trustů, které mají dlouholetou tradici v zemích s anglosaským právním systémem. Trusty jsou hojně využívané například ve Velké Británii, Spojených státech nebo ve Švýcarsku. (tz)

Polovina úvěrových klientů jsou firemní zákazníci



dokončení ze strany 1

V čem je jiné než velké bankovní domy? Je rychlejší, pružnější v orientaci na potřeby klientů?

Zakládá si na tom, že pracuje s každým klientem individuálně. Má tak možnost pružněji reagovat na jeho potřeby, pochopit lépe jeho podnikatelský záměr nebo investici, případně pomoci s navržením co nejlepšího řešení zamýšlené transakce.

Na čem vlastně vztah s klientem stavíte?

Koncentrujeme se na to, abychom klientovi vždy dodali špičkový servis, ať už jde o produkty depozitního charakteru, tedy termínované vklady nebo spořicí účty, či výhodné financování s využitím produktu Americké hypotéky, a samozřejmě obsluhu našeho SME segmentu. Jdeme vždy dál než velké bankovní domy a jsme schopni navrhnout řešení i těm, kteří byli právě bankou odmítnuti.

Jaké procento vašich příznivců tvoří firmy? A je cílem jejich počet zvyšovat?

Dá se říci, že polovina úvěrových klientů jsou firemní zákazníci a druhá polovina fyzické osoby.

V případě našich depozitních produktů jsou našimi klienty s drtivou převahou fyzické osoby, a to právě proto, že u obou produktů máme nejvyšší zhodnocení na českém trhu.

Roste zájem firem o úvěry? Z jakých oborů především? A na čí firmy úvěry berou? Na provozní financování, na koupi nemovitosti, na pořízení strojů, nové technologické vybavení?

Zájem o úvěry poskytnuté spořitelním družstvem kontinuálně roste, je to dáno zejména rychlostí zpracování úvěrových žádostí a právě naším individuálním přístupem. Tento servis využívají klienti napříč odvětvími, typicky bych zmínil developerské financování, investiční transakce s nákupem a následným pronájmem nemovitostí nebo úvěry na pořízení technologií a strojů.

A komu opravdu půjčit nelze?

Neposkytujeme úvěrování tam, kde nejsme přesvědčeni, že je to vzhledem k podnikatelskému záměru nebo stavu zástavy bezpečné, a to jak pro klienta, tak pro nás jako věřitele. Vždy hledáme cestu, jak financování poskytnout, ale na prvním místě je zodpovědný přístup ke klientským prostředkům.

Úvěry zajišťujete pouze nemovitostí, nebo i jinak?

Vždy je pro nás klíčové zajištění nemovitostí.

Pro koho je vhodná Americká investiční hypotéka?

Americká investiční hypotéka je vhodné řešení pro každého, kdo chce koupit nemovitost, potřebuje okamžitý zdroj peněz bez dokládání příjmu a má možnost úvěr splatit prodejem této nemovitosti či z jiných zdrojů na konci splatnosti úvěru.

Budete portfolio produktů či služeb rozšiřovat? Nebylo už vše vymyšleno?

Právě jsme spustili velmi oblíbený depozitní produkt, a to spořicí účet, u něhož klientům přinášíme nejvyšší zhodnocení u pojištěného produktu. Zajímavou novinkou je i produkt syndikovaného úvěrování, kdy se s námi na velkých úvěrech nově mohou podílet i další investoři, a jsme tak schopni poskytnout úvěr až do výše 60 milionů korun.

Ekonomické výsledky spořitelního družstva za rok 2021 dokazují, že i v době nevysokého růstu ekonomiky dokážeme najít prostor a zajímavý způsob zhodnocení pro své členy.

vysokou inflaci, která jejich volné zdroje znehodnocuje. Hledají tak spořicí nebo termínované účty, které jim přinesou nejvyšší možné zhodnocení na trhu. Případně využívají produkt Americké investiční hypotéky k nákupu investiční nemovitosti, kterou by mohli pronajmát a spekulovat na udržení hodnoty takového aktiva.

Do čeho se vyplatí podle vás dnes drobnému klientovi investovat? A do čeho byste poradil vložit peníze tomu movitějšímu právě v dnešní mezinárodně rozkolísané době?

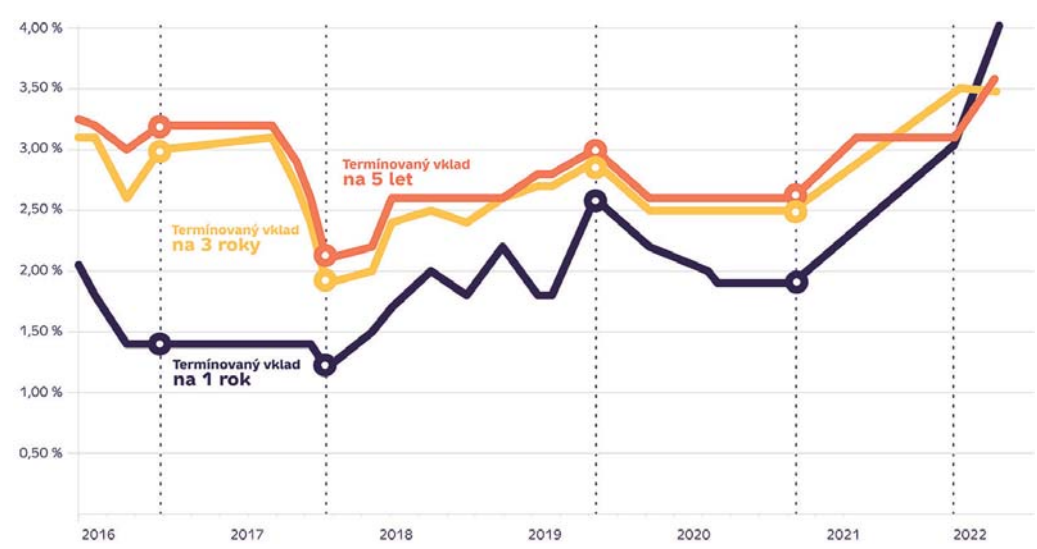
Vždy platí pravidlo diverzifikace, tedy rozložení prostředků do různých produktů. Peníze, které nebudou delší dobu potřebovat, se vyplatí vložit na některý z delších termínovaných vkladů, kde

je vklad pojištěn a má nejvyšší úrokový výnos. Část peněz, jež bych mohl potřebovat v případě nenadálé situace, lze uložit na spořicí účet, u nějž je rovněž vysoká míra zhodnocení a produkt

je pojištěn, ale peníze je snazší vybrat. Lze také investovat do dluhopisů prověřených společností, které celkově nesou vysoký úrok, avšak je nutné upozornit, že takový vklad není pojištěn. Proto se vyplatí nechat si s nákupem dluhopisu poradit a zjistit si o emitentovi více informací. Nějakou část volných prostředků by měl mít klient vždy k dispozici na běžném účtu, aby s nimi mohl nakládat bez jakéhokoliv omezení.

otázky připravila Eva Brixí

Termínované vklady – vývoj sazeb na trhu



Chystáte se uspořádat konferenci nebo školení?

V uplynulých dvou letech příležitosti k setkávání nebylo tolik jako v minulosti. Z našich diářů vymizela řada termínů vyhrazených pro pobyt na dvoudenní konferenci, několikadenním školení nebo náročném komorním obchodním jednání. Přestože byla řada pandemických opatření nedávno zrušena, návrat firemních akcí na scénu kongresové turistiky neproběhl tak velkolepě, jak by si mnozí přáli. Přesto si v některých českých hotelích na obsazenost v tomto směru nemohli stěžovat.

Kouzelná krajina hotelu u vody

Třeba v hotelu Port v Doksech na břehu Máchova jezera bylo jaro již ve znamení vysoké aktivity. Postupně se vraceli věrní korporátní klienti, a přibýlo i několik nováčků. „Přesvědčili jsme se, že firmy, které si u nás rezervují prostory a chtějí si to tady zkusit, nelitují. Nás to samozřejmě zavazuje a motivuje k ještě lepším službám. Víme, že nesmíme zklamat, ba naopak příště zaujmout ještě něčím navíc,“ naznačila Zuzana Burešová, ředitelka hotelu Port. „Může to být doprovodný program na přání zákazníka, speciální večere, doporučení trasy pro výlet do okolí, podvečerní grilovačka, ukázky velikonocního pečení, prostě cokoli, nač se potom dlouho vzpomíná. Je to nakonec i důvod, proč se k nám firmy vrací. Příjemný zážitek, vzpomínky, snaha si to zopakovat. Poskytujeme nejen prostředí k nerušenému jednání s plnohodnotným technologickým a IT servisem, ale také jídelníček dle představ, a nakonec i chvíle k relaxaci či poznání, které do běžné pracovní doby obvykle nepatří,“ potvrdila Zuzana Burešová.

V čem se ukrývá jedinečnost hotelu? Především se nachází v kouzelné krajině na břehu proslulého jezera, které založil jako rybník už Karel IV. Zdejší krajina a příroda patří k těm nejmalebnějším v naší zemi. Navíc roznáší spousty pozitivní energie. Člověku, který sem čas od času zavítá, přivádí do duše klid a pohodu. A to je při setkáních, kde je potřeba se koncentrovat, benefit více než žádaný. A pak, ne nadarmo se říká, že firemní akce, pokud mají splnit účel, musí probíhat v takové lokalitě, která pohltí. A nachází se raději jinde než v Praze, aby účastníci tu a tam neodbíhali na další schůzky, jednání, k vyřizování všelijakých „důležitých“ věcí...



Místo s tradicí nikdy nezklame

To svým způsobem potvrdil i ředitel hotelu Horizont v Peci pod Sněžkou Ing. Karel Rada. „Není nic horšího, než když místo plného sálu zůstane třetí den před polednem jen třetina vytrvalců. To je známka, že se něco nepovedlo,“ popsal zkušenost. „V případě Horizontu se to však nestává. Spíš naopak, hostům se od nás nechce, a když odjíždějí, víme dopředu, že se mnozí, již jako soukromé osoby, vrátí. Zpravidla s rodinou, manželkou, nebo i sami, protože se jim u nás prostě líbilo,“ dodal Karel Rada. Čím to je? Otázka, na niž je sice jednoduché odpovědět, ale za každou větou vysvětlení se skrývají roky usilovné práce. V Horizontu si totiž zakládají na dvou faktorech, které hotel činí hotelem: navýsost uctívem jednání s hostem, jehož individualitu se snaží porozumět, a výtečné kuchyni. „Nesmíte urazit nevšimavostí, ale nesmíte ani provokovat nadměrnou péčí, a osvojit si takový přístup není jen tak. Kromě praxe to chce i kus empatie, psychologie, taktu. Naše zaměstnance to učíme vlastně stále, a tím, že nemáme velkou fluktuaci, víme, že se nám tento přístup vždy zúročí. Skutečně to funguje,“ doplnil Karel Rada.

O umění kuchařském v tomto horském hotelu se ví několik desetiletí. Proslavil ho Jiří Švestka starší, letitý šéfkuchař, který před nedávnem pře-

dal žezlo synovi, Jiřímu Švestkovi mladšímu. Ten šíří slávu kuchařské magie dál, i když v nepatrně odlišném generačním pojetí. Pravdou zůstává, že co se uvaří a upeče, všechno se tu sní a pochvaly jen přicházejí. „Sázíme na klasiku, vaříme to, co lidem léta chutná, ale řídíme se i moderními trendy, které akcentují velké množství zeleniny nebo vegetariánské pokrmy,“ sdělil Jiří Švestka.

Ani firemní pobyt v Horizontu nemusí být zasvěcen jen práci, i když to je na akcích to prvořadé. Dokážeme vytvořit doprovodný program, který vyváží čas plný soustředění a řešení složitých úkolů během dne, takový, který přinese zábavu, osvěžení i odpočinek. Může to být nevšední krátký výlet, zabijačkové hody, relaxační cvičení, prostě, nač si vzpomenete. K degustaci je vždycky dostatek famózních vín nebo něčeho ostřejšího, můžeme zorganizovat diskotéku pro starší a pokročilé nebo uspořádat módní přehlídku. Fantazii se meze nekladou.

Česká kuchyně osloví

Odvěká pravda, že jak se v hotelu jí, takový je o něj zájem, platit nepřestane. Hosté se s nadsedním nebudou vracet tam, kde jim nechutnalo. Naopak. Jestli jejich chuťové pohárky bude vábit vzpomínka na dobroty, které podmanily pracovní pobyt, je to známka vyšší než výborná.

Proto je třeba zmínit i projekt, do něhož se už před lety oba hotely zapojily. Jmenuje se Czech Specials a na starost ho má vládní agentura CzechTourism a Asociace kuchařů a cukrářů ČR. Určený je pro restaurace či hospody, kde se vaří česká kuchyně. Kdo získá certifikát týkající se stále nabídky, kvality a výsostných služeb, stvrzuje, že má čím se pochlubit. Domácí klientele i té zahraniční, která začíná mít o česká tradiční jídla zájem. Takže pochoutky jako třeba kachna se zelím, bramboráčky, svíčková, český španělský ptáček, knedlo vepřo zelo, pstruh na másle, ty nesmí chybět. Kdo si na českou kuchyni potrpí, nebo na tu, která je nepatrně modifikována dle směrů zdravé výživy, v Portu či Horizontu nebude zklamán. „Osobně mám velký vztah k zeleninovým jídlům, různým novinkám a specialitkám, ale to neznáméná, že bych typickou českou kuchyni opomíjel,“ potvrdil šéfkuchař hotelu Port Jaroslav Chýle. „Když bychom měli nasytit padesátku labužníků drůbežími lahůdkami nebo podávat přednostně od palačinek přes buchtičky se šodó až po ovocné koláče cokoli ze sortimentu sladkých moučných jídel, není to vůbec problém,“ dodal.

Čtyřhvězdy ve znamení vlídnosti

Pořádání workshopů, vyhodnocování nejrůznějších soutěží, organizování velkolepých tiskových konferencí nebo dealerských přehlídek, soustřeďujících se do velkých měst, utrpěly v roce 2020 a 2021, částečně i v roce 2022 velké šrámy. Menším hotelům mimo metropoli se v určitých měsících nevedlo také nejlépe. Ale i tak požadavky firem na uspořádání větších akcí přicházely nebo se jen odkládaly v čase a teď nabírají na tempu.

Port ani Horizont si nyní nemohou stěžovat, že by tu zaměstnanci neměli co dělat. Letní sezóna v Portu pro privátní klientelu je takřka vyprodaná, v Horizontu se termíny také plní. Ideální období pro podnikovou klientelu je tedy jaro a podzim. Firmy to vědí a snaží se nyní vynahradit si to, nač dlouho čekaly. V Portu si od května mohou vychutnat i to, že tento hotel slaví své velké výročí: 20 let pod křídly mateřské společnosti Regata Čechy, která jej zrekonstruovala, přistavěla a dala mu punc čtyřhvězdy.

Hotel Horizont, který náleží stejnému majiteli, je na tom s rezervacemi obdobně. Prázdniny si „schovává“ pro převážně rodinnou turistiku, a tak je optimálním obdobím pro konání firemních soustředění období do léta a potom od září do prosince. Na veřejnost se už možná dostala informace, že se uvažuje o jeho rozsáhlejší rekonstrukci, i to je pobídkou pro zavedenou klientelu. Někteří zákazníci se snaží zažít si podmanivou atmosféru tamního prostředí, které se stalo kdysi tolik diskutovaným nejen mezi architekty. Ať jde o firmy z oboru financí, automotive, IT. Jejich management přiznává, že práce na home office je sice přínosnou změnou, ale osobní komunikaci nikdy nemůže nahradit. Člověk je totiž tvor společenský, a to mu zůstane. Potřeba vzdělávání, výměny zkušeností, diskuze nabírá nový rozměr. Nejsou to už akce „z donucení“, ale žádané a chtěné. Tím získávají na hodnotě. A místo, v němž se odehrávají, to dokáže významným způsobem podpořit.

Eva Brix



Zájem firem o alternativní zdroje energie prudce roste

Čeští podnikatelé reagují na energetickou krizi i situaci na Ukrajině a zajímají se o možnosti alternativních zdrojů energie. Zájem mají o fotovoltaiku, na kterou v blízké budoucnosti odstartují dotační výzvy z Národního plánu obnovy, Operačního programu Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost (OP TAK) a Modernizačního fondu.

V návaznosti na aktuální náročnou situaci ve světě považují podnikatelé fotovoltaické elektrárny za efektivní možnost, jak produkovat pro své provozovny elektřinu alternativním způsobem. Podle společnosti enovation, která je tuzemskou jedničkou v oblasti dotačního poradenství, firma aktuálně zpracovává více než 300 obchodních případů, které připravuje na příjem žádostí jednotlivých dotačních výzev.

„Zájem ze strany firem je opravdu velký. Aktuálně zaznamenáváme denně zhruba tři poptávky o pomoc se zpracováním žádosti. A tento počet neustále roste,“ vysvětlil ředitel společnosti enovation Jiří Kvíz.

Zároveň dodal, že kromě aktuální situace zvýšila zájem o fotovoltaiku také rychlá návratnost investovaných prostředků. „Ještě v roce 2021 byla například návratnost jednoho z našich projektů vypočtena na zhruba 15 let. Momentálně se tato investice vrátí už za sedm let a při využití ak-

tuálních dotačních programů se doba sníží na pouhé čtyři roky. A to za předpokladu, že už cena energií neporoste. V opačném případě se doba může dále snižovat a takových případů máme desítky,“ vysvětlil Jiří Kvíz.

Zájemci o nákup fotovoltaické elektrárny mohou postupně žádat o příspěvek ze tří dotačních programů. První z nich je výzva z Národního plánu obnovy, kde příjem žádostí odstartoval již 22. března.

„Žadatelé z řad OSVČ, malých, středních i velkých podniků mohou získat až 50% dotaci na pořízení fotovoltaických systémů a bateriových úložišť. Program je určen na financování větších firemních projektů, na které jsou celkově vyčleně-

ny čtyři miliardy korun. Nejvíce se vyplatí získat dotaci na projekty v minimální hodnotě dvou milionů korun, což odpovídá zhruba 500 m² střechy a 250 solárním panelům,“ dodal Jiří Kvíz.

Aktuální průměrná investice konzultovaných projektů společnosti enovation je asi pět milionů korun. O podporu lze ale žádat u projektů v maximální výši až 100 milionů korun. Pokud firmy nestačí zpracovat své žádosti v rámci dotační výzvy z Národního plánu obnovy, mohou počkat na vyhlášení výzev z Operačního programu Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost (OP TAK) nebo Modernizačního fondu, které by měly být podle aktuálních informací odstartovány v řádu několika měsíců. (tz)

Pravidla mediačního jednání



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce
s Úřadem průmyslového vlastnictví

Úvodem si připomeňme, že v první fázi mediace se IP mediátor stranám nejprve představí, vysvětlí jim proces IP mediace a roli, kterou 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. Proto je důležitou součástí této první fáze také projednání pravidel mediačního jednání.

Základním pravidlem mediace je dohoda o tom, jak se strany budou vzájemně oslovovat. Je totiž vhodné, aby se IP mediátor přizpůsobil stranám, např. v oslovování křestními jmény nebo příjmením. Vždy však stranám vyká bez ohledu na to, jak postupují strany, zda si tykají, či vykají. Protože mediace je neformální proces, kterého se strany zúčastňují dobrovolně, není žádoucí, aby IP mediátor používal své tituly nebo funkce, protože to by znamenalo vytvořit určitou nerovnováhu či odstup v rámci mediačního jednání. Cílem je naopak vytvořit pocit vzájemné vstřícnosti, pozitivního ovzduší a rovnosti účastníků mediace.

Mezi další základní pravidla patří stanovení způsobu, jakým budou strany mezi sebou komunikovat. Jde o to, že každá ze stran musí mít v rámci mediačního jednání svůj prostor se vyjádřit, vyslovit svůj názor, sdělit svá očekávání a zkušenosti. Druhá strana musí tento prostor opačné strany respektovat a nepřerušovat ho a neskákat do řeči. Po dobu projevu jedné ze stran si proto druhá strana může činit pouze poznámky a IP mediátor ji ujistí o tom, že bude mít stejně jako druhá strana dostatek prostoru se vyjádřit. Za tím účelem slouží shodné bloky a tužky, které IP mediátor na začátku první fáze připraví.

IP mediátor ujistí strany také o pravidlu, že veškeré jejich projevy v rámci mediace podléhají pravidlu důvěrnosti a mlčenlivosti. To znamená, že veškeré poznámky IP mediátora, zápisy na flipchartové tabuli apod. budou po skončení jednání zničeny. S tím souvisí i povinnost IP mediátora dodržovat mlčenlivost nejen po celou dobu mediace, ale také kdykoliv na jejím skončení. Podle pravidel ADR IP mediačního centra Praha všechny osoby, které se účastní mediace



(IP mediátoři, strany a jejich zástupci či poradci, experti, včetně všech dalších osob, které se účastní mediace, jakož i ředitel centra), zachovávají mlčenlivost o mediaci a nesmějí použít či zpřístupnit jiné osobě jakékoli informace či dokumenty získané během mediace, pokud se na tom strany a IP mediátor nedohodnou jinak. Tato povinnost platí i po ukončení mediace.

IP mediátor proto zajistí, aby každá osoba, která se mediace účastní, podepsala předem dohodu o mlčenlivosti. IP mediátor smí jednat a komunikovat se stranami odděleně, avšak žádné informace či dokumenty poskytnuté IP mediátorovi jednou ze stran jako důvěrné nesmějí být bez jejího souhlasu poskytnuty ostatním stranám sporu. Není povoleno pořizovat zvukový, zvukově obrazový, stenografický či jiný záznam mediačního jednání. Pokud se strany nedohodnou jinak, každá osoba účastnící se

mediace má při jejím ukončení povinnost vrátit příslušné straně veškeré dokumenty, které předložila, včetně jejich kopií, a zničit všechny své poznámky z mediačních jednání.

Pokud se strany nedohodnou jinak, strany a IP mediátor také nepoužijí jako důkaz ani jiným způsobem před soudem, orgánem státní správy či v arbitrážním řízení názor či návrh strany na řešení sporu, přiznání učiněné stranou během mediace, návrh či názor IP mediátora, ani skutečnost, že strana projevila či neprojevila ochotu přijmout návrh druhé strany či IP mediátora na řešení sporu. Povinnosti mlčenlivosti mohou IP mediátora zprostit pouze všechny strany sporu. Povinnost mlčenlivosti mediátora se vztahuje obdobně též na osoby, které se s mediátorem podílejí na zajištění přípravy a průběhu mediace.

IP mediátor nezapomene také na další základní pravidla pracovního a společenského průběhu mediace, a to je doba trvání mediace a přestávky. Mediační jednání trvá zpravidla tři hodiny, a proto je vhodné udělat zhruba v polovině jednání krátkou přestávku. Úkolem IP mediátora je hlídat čas mediačního jednání a zajistit jeho dodržení. IP mediátor se proto také ujistí o tom, že strany budou mít na mediační jednání dostatek času. Pokud se nepodaří vše vyřešit během stanovené doby, IP mediátor naplánuje se stranami další mediační jednání.

K základním společenským pravidlům patří také nevyrušovat při mediačním jednání zvonením mobilního telefonu. Pokud však některá ze stran očekává důležitý hovor, upozorní na to účastníky mediace předem a jednání se po tu dobu přeruší nebo si hovor účastník vyřeší krátce během jednání. Jinak je mobilní telefon vypnutý a jak již bylo uvedeno shora, je zcela nepřipustné pořizovat si zvukový nebo zvukově obrazový záznam z mediačního jednání, a to i prostřednictvím mobilního telefonu.

Důležité také je zajistit, aby strany mediace byly kompetentní rozhodovat o tématech mediace a uzavřít mediační dohodu. To se týká zejména firemních mediací, kdy je třeba zajistit účast osoby, která může taková rozhodnutí učinit a dohodu podepsat. Pokud se jednání neúčastní přímo statutární orgán, je nutné, aby se mediačního jednání účastnila jím pověřená osoba na základě plné moci. Vysvětlení a zajištění tohoto pravidla je zásadní pro naplnění

účelu mediace, kterým je písemná mediační dohoda.

V průběhu mediačního jednání IP mediátor respektuje také pravidlo, podle kterého má účastník mediace právo na konzultaci se svým právním zástupcem, patentovým zástupcem či jiným odborníkem. IP mediátor stanoví v případě potřeby takovému účastníkovi mediace lhůtu, ve které se vyjádří k navrhovaným řešením. Někdy je také vhodné zajistit účast právních zástupců, patentových zástupců, případně dalších odborníků přímo u mediačního jednání (vždy však se souhlasem stran). Není-li to možné, je vhodné jako pravidlo dohodnout jejich účast alespoň na telefonu k rychlé poradě s účastníky mediace. Tím se proces mediace může podstatně urychlit.

Po každé části pravidel se IP mediátor vždy ujistí o tom, že strany všemu rozuměly, a je-li potřeba, tak pravidla upřesní, doplní či zopakuje. Pokud některá ze stran některým pravidlům nerozumí nebo je nechce přijmout, je úkolem IP mediátora zjistit důvody, případně na vzniklou situaci vhodným způsobem reagovat, včetně případného ukončení mediace pro nedostatek kompetence stran k projednání věci a podpisu mediační dohody. Teprve po vyjasnění a odsouhlasení všech pravidel mediačního jednání přistoupí IP mediátor k projednání dalšího pravidla.

Po stanovení všech základních pravidel mediačního jednání postoupí IP mediátor do další fáze mediace, a to do fáze shromáždění faktů a výměny názorů. V této fázi budou mít strany prostor se vyjádřit, vyslovit svůj názor, sdělit svá očekávání a zkušenosti, ale také budou mít možnost vyslechnout si názory a stanoviska druhé strany a vzájemně o nich diskutovat. Cílem této další fáze je stanovit (pojmenovat) předmět 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

Czech Point: první a největší český eGovernment projekt slaví 15 let

Před 15 lety vstoupil český stát poprvé do digitální éry. Na Úřadu městské části Praha 13 byl 28. března 2007 spuštěn první Czech Point. Pilotní projekt, který na začátku umožňoval pouze výpis z katastru, živnostenského a obchodního rejstříku, se z jediného úřadu během krátké doby rozrostl do celé republiky a v současné době má Czech Point přes 7300 poboček na obecních úřadech, poštách, u notářů, v kancelářích Hospodářské komory, ale i na 68 zastupitelských úřadech v zahraničí. Každoročně si přes tento systém občané pořídí přes dva milióny výpisů. Stávající rozsáhlé služby Czech Pointu by do budoucna mohlo doplnit obecné podání jakýchkoli dokumentů k libovolnému úřadu nebo petiční agenda a řešení podpisových archů pro prezidentské kandidáty.

„Czech Point je první a svým rozsahem největší eGovernmentový projekt v České republice. Občanům umožňuje učinit podání směrem ke státní správě, ověřit dokumenty, získat výpisy z rejstříků a registrů. Služba je poskytována občanům na národní úrovni, nezávisle na místě jejich bydliště, a to dokonce i na mnoha zastupitelských úřadech,“ řekl Ing. Aleš Kučera, který stál u zrodu projektu Czech Point a jeho implementace od samého počátku, a který je majitelem společnosti NEWPS, jež Czech Point provozuje od roku 2008, tedy téměř po celou dobu jeho existence. „Czech Point přinesl především snadný přístup občanů ke službám státu. Stačí

zajít na libovolný Czech Point, kde každý na počkání získá to, co potřebuje.“

Cílem projektu Czech Point bylo vytvořit garantovanou službu pro komunikaci se státem prostřednictvím jednoho univerzálního místa, kde je možné získat a ověřit data z veřejných i neveřejných informačních systémů, úředně ověřit dokumenty a listiny, převést písemné dokumenty do elektronické podoby a naopak, získat informace o průběhu správních řízení ve vztahu k občanovi nebo dát podání pro zahájení řízení správních orgánů. Czech Point tak přináší značné ulehčení komunikace se státem, protože umožňuje využívat údaje ve vlastnictví státu tak, aby byly minimalizovány požadavky na občany.

Po pilotním provozu Czech Point se pak postupně do systému zapojily i další obecní úřady, Hospodářská komora ČR nebo Česká pošta. Právě pobočky České pošty jsou v rámci systému nejvyužívanější, následované obecními úřady. Na začátku systém odstartoval s možností výpisu z katastru, živnostenského a obchodního rejstříku, průběžně se ale doplňovaly další agendy a funkcionality. Od roku 2007 se tak neustále vyvíjí a reaguje na požadavky dané legislativou.

K nejvyužívanějším službám Czech Pointu patří výpis z rejstříků trestů (40 % všech úkonů za celou dobu existence Czech Point), s odstupem je to výpis z katastru nemovitostí (16 %) a obchodního rejstříku (11 %). Následují konverze dokumentů z elektronické do listinné podoby (10 %) a naopak (9 %), výpisy z Centrálního registru řidičů (4 %), úkony týkající se Infor-

mačního systému datových schránek (3 %) a výpisy z živnostenského rejstříku (3 %). Méně než dvě % z celkového počtu úkonů za celou dobu existence Czech Point se týkala žádostí ořízení datové schránky, systému kvalifikovaných dodavatelů, katastrálních snímků a ostatních poskytovaných služeb.

„Nápad přiblížit služby orgánů veřejné moci občanům v rámci eGovernmentu se rodil postupně a zřízení Czech Pointu bylo jeho první viditelnou vlnou pro všechny občany. Trochu paradoxně se tak v rámci elektronizace státní správy stalo první hojně využívanou službou vydávání listinných výpisů,“ vzpomenu Aleš Kučera. Obrovskou devizou projektu Czech Point je totiž skutečnost, že i když jde vlastně o projekt eGovernmentu, je adresován všem bez rozdílu počítačové gramotnosti.

„Služby státu musí být dostupné všem, na to se nesmí zapomínat. V rámci Czech Point je tak třeba i do budoucna udržovat stejné portfolio služeb, jaké budou k dispozici na Portálu občana, aby nedocházelo k rozevírání nůžek mezi digitálně zkušenými občany a těmi, kdo nejsou připraveni komunikovat elektronicky,“ zdůraznil Aleš Kučera.

V rámci dalšího rozvoje služeb kontaktních míst by systém Czech Point mohl doplnit například obecná podatelná pro podání, která nejsou přesně definována nebo pro ně neexistuje formulář. Tedy například pro případy, kdy občan chce podat dokumenty k libovolnému úřadu v České republice – pracovník Czech Pointu je převede do elektronické podo-

by a zašle do datové schránky příslušného úřadu. Mezi další možná rozšíření služeb Czech Pointu by mohla patřit petiční agenda a řešení podpisových archů pro prezidentské kandidáty, doručování dokumentů orgánů veřejné moci občanům, nebo možnost učinění digitálního úkonu a nastavení zaslání informací na kontaktní údaje tak, jak to stanovuje tzv. digitální ústava. Již přes rok se pak mluví o možnosti výpisu certifikátů o očkování proti koronaviru na kontaktních místech Czech Point. Z technického pohledu by mělo dojít k doplnění a modernizaci centrály systému.

Veřejnost přitom neví, že z celého systému vidí pouze špičku ledovce. Systém totiž na rozhraní CzechPoint@office poskytuje celou řadu služeb a agend úředníkům veřejné správy. Kromě výpisů z informačních systémů je to rovněž zajištění přístupu k datům v základních registrech pro všechny obce, které nemají vlastní systém pro komunikaci se základními registry. Dále jsou to služby autorizované konverze dokumentů (72 miliónů konverzí) a v neposlední řadě agendy matrik, soudů a ohlašoven. V nadšázce lze říct, že bez služeb Czech Point se v České republice nikdo nenarodí ani nezemře. Tisíce úřadů pak používá autentizační a autorizační služby JIP/KAAS, které jsou nedílnou součástí systému Czech Point. Stopu Czech Point lze nalézt i na Portálu občana, kde tzv. back-end procesů většiny výpisů zajišťuje rozhraní CzechPoint@home. Počty jsou to rozhodně zajímavé, průběžně vedené statistiky služeb Czech Point jsou na www.czechpoint.cz. (tz)

Představujeme Odborná centra České společnosti pro jakost

Již od roku 1990 přinášíme do České republiky inovativní řešení v oblasti systémů řízení. Umožňujeme našim členům rychlý přístup k novinkám v oboru, výměnu informací, zvyšování odborné způsobilosti a možnost účastnit se odborných akcí. Naším členům, ale i dalším zákazníkům nabízíme současně komplexní služby v oblasti systémů managementu a nástrojů managementu kvality, především vzdělávání, certifikace a vydávání odborných publikací.

Česká společnost pro jakost je registrovaným spolkem a spolková činnost byla prioritou již od jejího založení. Jedním z našich hlavních úkolů je vytvářet dobrovolné odborné skupiny – centra, ve kterých (dle předpokladů) budou pracovat odborníci na určitou problematiku z celé ČR, případně i ze zahraničí.

Odborná centra vytvářejí členové ČSJ jako platformu pro realizaci svých odborných zájmů v oblasti systémů managementu. Jsou zaměřena především na rozvíjení jednotlivých nástrojů a metod systémů managementu a na problémy interdisciplinárního charakteru. Výstupy jejich práce jsou využívány nejen pro činnost orgánů Společnosti a jejího výkonného aparátu, ale jsou také zdrojem pro šíření inovativních myšlenek, platformou pro spolupráci s univerzitním prostředím a přispívají k naplňování poslání ČSJ.

V současnosti pracuje v rámci naší společnosti pět takových odborných center. Rádi bychom vám blíže představili jejich činnost.

Centrum excellence

Centrum excellence vzniklo v roce 2010. V současnosti představuje platformu pro ty, které ke svému rozvoji využívají moderní nástroje řízení. Sdružuje organizace a jednotlivce, kteří se zabývají systematickým zlepšováním a přístupy business excellence. Vytváří podmínky pro spolupráci, sdílení dobré praxe, networking a pomáhá při dosahování trvale udržitelné excelence. Sjednocujícím prvkem aktivit Centra excellence je Model EFQM jako zastřešující rámec pro všechny nástroje a metody, s jejichž pomocí se snažíme budovat kulturu excelence v českém podnikatelském i veřejném sektoru. Mezi hlavní aktivity Centra excellence patří organizace Benchmarking Visits, na kterých hostitelské organizace nechávají účastníky doslova nahlédnout pod pokličku svých procesů a aktivit. Centrum organizuje kulaté stoly, praktické workshopy k nástrojům zlepšování, semináře k Modelu EFQM, business excellence a udržitelnosti, v rámci centra jsou nabízena i praktická školení pro zájemce o účast v programech Národních cen ČR.

Odborné centrum Etika a management

Odborné centrum Etika a management (OCEM) vzniklo na jaře roku 2013 z iniciativy členů ČSJ a za podpory tehdejšího vedení ČSJ. Odborné centrum se věnuje především osvětovým akcím, jako je organizace kulatých stolů v rámci konference SYMA nebo odborně zaměřeným seminářům. K etickým otázkám a na aktuální témata pravidelně přispívá do našeho časopisu Perspektivy kvality.

Mezi konkrétní výstupy práce centra patří například tvorba dokumentu Tipy na lepší etiku, který vznikl jako souhrn z řady setkání nad klíčovými oblastmi a otázkami etiky (focus group) s účastí zainteresovaných stran, jako jsou ministerstva, policie, velké i malé firmy a živnostníci. Přináší přehled principů a otázek, které mohou napomoci k etičtějšímu jednání, respektive vyhnout se „neetice“. Mezi velké úspěchy činnosti odborného centra patří prezentace Tipů na lepší etiku na mezinárodní platformě na 32. konferenci a 27. kongresu EBEN ve Valencii v roce 2019, kam se dostala po náročném hodnocení vědeckou akademickou radou.



Odborné centrum svou pravidelnou činností a komunikací přispívá ke kultivaci podnikatelského prostředí v České republice. V jeho zájmu je, aby ve společnosti vznikly ještě větší ochota a prostor naslouchat a účinně zapracovávat etická témata a výstupy vědy a výzkumu do denního života. A to i proto, že je řada akutních námětů k řešení, jako jsou – v pořadí od původců k následkům – znečišťování ovzduší, devastace půdy, sucho, civilizační choroby v čele s leukemií, Alzheimerovou chorobou či chorobami dýchacích cest a globální oteplování. Nutná je změna od reaktivního a mocenského přístupu k proaktivnímu a nearogantnímu.

Odborné centrum Životní prostředí

Odborné centrum bylo (znovu) založeno koncem roku 2020. Je zaměřeno na ochranu životního prostředí, zejména pak na protierozní opatření a hospodaření s vodou. Činnost centra Životní prostředí volně navazuje na činnost již neexistujícího centra Ekologie. Životní prostředí nás obklopuje, bereme z něho zdroje pro svoji existenci, jsme na něm závislí, protože jsme jeho součástí. Ochrana životního prostředí s cílem dosažení trvale udržitelného rozvoje je životní filozofií, kterou lidé uplatňují za všech okolností, v soukromém životě, stejně jako v pracovním procesu. To je projevem jejich osobní integrity.

V centru společně realizujeme projekty a odborné akce, kterými bychom mohli zainteresovat do této filozofie a způsobu myšlení širokou veřejnost. Pokud čtenář najde v programu centra něco zajímavého a použitelného pro svoji práci, rodinu, lokalitu, kde žije, rádi s ním budeme spolupracovat.

Priority odborného centra ČSJ pro životní prostředí:

1. Sledovat stav životního prostředí v ČR z kvalitních zdrojů, ověřených statistik a odborných publikací a na základě vyhodnocených faktů navrhnout témata pro výukové a výcvikové programy ČSJ a témata projektů s partnerskými subjekty.
2. Komunikovat s odborně zaměřenými organizacemi i specialisty, s vládními a komunálními institucemi odpovědnými za agendu ŽP.
3. Vytvořit pravidelnou rubriku v časopise Perspektivy kvality, zaměřenou na problematiku životního prostředí jako významnou součást integrovaných systémů managementu.
4. Aktivně se účastnit odborných seminářů a konferencí v oblasti životního prostředí a podporovat v tomto zaměření pozici ČSJ, a to zejména prostřednictvím recipročních účastí.
5. Navázat pravidelnou spolupráci se středními

ní většinou jen v rovině teoretické, ale je doplněn i praxí s možností vyzkoušet si na vlastní kůži, co bylo prezentováno.

A jaká bývají témata setkání centra? Jsou zaměřena hlavně na zdraví (první pomoc, homeopatie, zdravé zuby, celiakie, čínská medicína, „zdravá záda“, kvalita potravin, jak na stres), společenský život a vztahy (mezigenerační vztahy, age-management, pravidla společenského chování, koučink, transakční analýza), bezpečnost (bezpečnost potravin, kvalita v armádě, sebeobrana). Osvědčila se i témata, která nám mohou pomoci řešit nejrůznější situace v našem životě, např. trénování paměti, jak se umět zeptat, použití metody 5 S v domácnosti atd. Letní víkendová setkání jsou pořádána vždy na jiném místě, přičemž je do programu zařazena i prohlídka zajímavostí daného místa nebo alespoň informace týkající se jeho historie, turistický výšlap nebo přímo výuka v přírodě v rámci programu – například tai-chi, golf, nordic walking.

Odborné centrum Spolehlivost

Odborné centrum Spolehlivost začalo pracovat v rámci ČSJ jako jedno z prvních již v roce 1990. V centru vznikla platforma pro rozvoj a šíření osvěty v oblasti spolehlivosti (pohotovosti, bezporuchovosti, životnosti, udržitelnosti, zajištění údržby, bezpečnosti aj.) jako významné charakteristiky kvality produktů a služeb. Členové se podílejí na normotvorné činnosti v oblasti spolehlivosti a úzce spolupracují s univerzitním prostředím.

Cílem centra je zejména:

- organizovat zájemce o spolehlivost, a tím zvýšit vzájemnou informovanost, zajišťovat výměnu zkušeností a přispívat k rozvoji tohoto oboru, a zejména jeho aplikaci do praxe;
- přispívat na konferencích a seminářích o kvalitě referáty s problematikou spolehlivosti či organizovat samostatné akce věnované spolehlivosti;
- iniciovat a odborně zajišťovat proces vzdělávání v oboru spolehlivosti.

Nabídka činností odborných center je široká a každý z členů ČSJ se může zapojit do činnosti a aktivit center podle své preference. Více o aktivitách Odborných center najdete na www.csq.cz/clenstvi/odborne-a-regionalni-skupiny

David Kubla,
manažer komunikace
České společnosti pro jakost



Záchranná brzda pro malé a střední firmy, kterým konflikt na Ukrajině změnil život ze dne na den

Ze smělých plánů některých malých a středních firem sešlo 24. února letošního roku. Podnikatelé sledují nejen děsivý vývoj ekonomický, ale jsou niterně zasaženi také osudy lidí, kteří z Ukrajiny pocházejí. Jiří Jemelka ze společnosti JPF (J. I. P. pro firmy) nastínil několik opatření, která by šéfům a majitelům firem pomohla situaci přežít. Varuje však, že předchozích deset let bylo jako den a následující dekáda bude jako noc.

Psychologie podnikatele: od šoku k jednání

Majitelé podniků zažívají i po téměř měsíci emocionální šok, tím silnější, čím více jsou nějakým způsobem v situaci zaangažováni – lidsky i ekonomicky. Prvotní rozčarování může být paralyzující, ale zírat na situaci s otevřenými ústy si žádný podnikatel nemůže dovolit dlouho. Jsou to tvrdá slova. Ve firmách, kde naši lidé působí v roli executive interim manažerů, mohou pomoci zmírnit právě negativní psychologické důsledky, jež ovlivňují chod společnosti. Přestože je konflikt na Ukrajině pro nás všechny lidsky zdrcující, ve firmě musíme zachovat chladnou hlavu. Zklidnit emoce. Zamyslete se, co můžete změnit a udělat. A podnikněte jasné kroky. Nejhorší je bezmoc, která by vás nutila přeshlapovat na místě. V této situaci, byť ne zcela bez ztrát, vyhrává ten, kdo je rychlejší. Neotálejte a dejte se do práce. Koncentrace na nový cíl vás alespoň částečně odvede od černých myšlenek. V čím lepším stavu firma bude, tím spíše bude moci vytvářet nová pracovní místa, tím spíše nabídně stabilitu a hodnoty, které by lidem prchajícím před válkou mohly pomoci začít nový život v Česku.

Když přijde podnik o polovinu svých příjmů

Bylo-li vaším velkým odbytištěm Rusko či Ukrajina, je jasné, že v měsíčních příjmech podniku nastane dramatický výpadek. Z deseti miliónů firmou proteče polovina. A právě těch pět miliónů je to, s čím musíte operovat. Nic víc nemáte. Tomu se vše ve firmě musí podřít. Této části musíte upravit své náklady. Pokud byste přežili první měsíc ve ztrátě dva milióny, ten třetí už by to tak být nemuselo. V takových situacích bývá šance na záchranu mizivá. Dělejte vše pro to, abyste se do potíží nedostali. Každý měsíc nahlížejte do výkazu zisků a ztrát a definujte si trend, jakým podnik prochází. Klíčová opatření je třeba nastavit při nejmenším tak, aby bylo cashflow stabilizováno a byli jste alespoň na nule. Zreviďte finanční plán, dejte si nový cíl. Nebude průřstový, ale udržovací. Připravte si scénáře, pokud by obrát klesl o deset, dvacet či třicet a více procent. Čím lépe budete připraveni na různé možnosti, tím rychleji budete jednat. A to se může stát konkurenční výhodou. Nerozhazujte, stopněte investice, podívejte se na mzdové náklady, rozhodněte se, kdo je pro podnik opravdu klíčový a dokáže fungovat v roli tahouna, který vám vše pomůže zvládnout. Takové lidi si hajte. Pokud je však v podniku jen někdo, kdo bere a nedává, nechce se přizpůsobit, musíte se s ním rozloučit. Nové trhy a obchodní partnerství nenajdete ze dne na den. Navíc je třeba si uvědomit, že to samé bude dělat řada firem nejen z ČR, ale z celého světa. Konkurence bude tvrdší. S úsporami na nic nečekejte.

Elasticitu poptávky jako zteřelá guma

Asi to slyšet nechcete. Ale za covidu-19, byť v malém měřítku, stát fungoval tak, že alespoň nějakou část podnikatelů podpořil. Nyní nebu-



de situace zdaleka tak růžová. Podnikatelé se s největší pravděpodobností budou muset stát sami. Ceny vstupů rostou raketovým tempem, nejvíce patrné je to u energií. Ale na rozdíl od let 2020 a 2021 je nebude možné tak snadno do ceny koncovému zákazníkovi propsat. Jeho ochota k tomu je akceptovat se snižuje. Na jedné straně proto, že i koncový zákazník čelí nebývalému tlaku na vlastní výdaje, a na straně druhé proto, že ztrácí důvěru ohledně lepší budoucnosti. Čím déle bude konflikt na Ukrajině pokračovat, tím spíše se jeho nedůvěra a snaha šetřit bude prohlubovat.

Průměrný zisk rozpuštěn do cen za energie

Malý či střední podnik vygeneruje roční zisk obvykle mezi dvěma a pěti milióny korun, pokud je úspěšný, tak mezi deseti až dvaceti milióny. Avšak při aktuálnímu růstu cen energií se stane snadno, že veškerý zisk padne na umorění

těchto nákladů. Rezervy? Ty má málokdo. A na roli státu nelze spoléhat. Transformace energetiky je sotva v začátku. Je to na vás.

Na vývojové spirále o pár kroků zpět

Hospodářství nějakou dobu neporoste. To je fakt. Smiřte se s tím, že firma se vrátí o jedno až tři stadia ve svém vývoji zpět. Bude menší, bude mít nižší obrát, bude mít méně zaměstnanců i méně zákazníků. Smiřte se s tím, že životní úroveň a firemní komfort, na který jste byli jako podnikatelé zvyklí, poklesne. Už nepůjde o to mít krásnou zasedačku a luxusní perský koberec v kanceláři. Možná budete muset snížit mzdy i svou odměnu. Sáhnete do firemního svědomí a vše, co je zbytné, si odepřete. Ve jménu kontinuity.

Příležitosti

Propouštění, které zcela jistě vzhledem k útlumu hospodářství vlivem války nastane, může mít i pozitivní dopady. V lednu 2022 bylo na trhu práce volných asi 267 000 lidí a míra nezaměstnanosti se podle Českého statistického úřadu pohybovala kolem 3,6 %. Nyní to bude číslo vyšší, a tak budou mít podniky šanci nalézt kvalitní a kvalifikovanou sílu v tuzemsku. Je to rovněž šance využít očistnou sílu krize a firmu zeštíhlit, zefektivnit a učinit ji flexibilnější. Dozajista se objeví také poptávka po nových službách, které zprostředkují ještě lepší kontakty mezi subjekty z businessu, ale také veřejnou a státní správou. Zranitelnost globální ekonomiky povede ve větší míře k takovým modelům podnikání, které akcentují místní možnosti. Zákazníci lokálně působícím firmám budou více důvěřovat. A trendy bude taktéž kybernetická bezpečnost a analýza rizik. (red)

V ČR jsou desetitisíce subjektů, které nevykazují žádnou činnost

Český obchodní rejstřík je dlouhodobě zaplevelený spícími společnostmi. Podle analýzy poradenské společnosti Dun & Bradstreet je aktuálně v ČR více než 100 000 firem, které nevyvíjejí žádné podnikatelské aktivity. To znamená, že zhruba každá pátá firma v ČR existuje jen „na papíře“. Většina těchto subjektů má sídlo v Praze.

V České republice je v současnosti registrováno zhruba 535 000 firem (akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným), přičemž téměř pětina z nich tvoří ty, které nevyvíjejí žádnou činnost. „Podle naší interní metodiky bylo v březnu na českém trhu 100 275 spících společností,

z toho 3901 akciových společností a 96 374 společností s ručením omezeným. Celkem to je o 1185 více než ve srovnatelném období loňského roku,“ řekla Petra Štěpánová, analytička Dun & Bradstreet s tím, že jde o 19 % ze všech firem registrovaných v ČR. „V případě živnostníků je po-

díl neaktivních podnikatelů téměř poloviční,“ dodala Petra Štěpánová. V čele žebříčku v počtu neaktivních firem stojí Praha, kde sídlí 57 212 těchto podniků, což je 57 % ze všech spících společností. Za Prahou následuje Jihomoravský kraj s počtem 10 234 a trojici uzavírá Středočeský

kraj s 6395 spícími subjekty. „Nejvíce spících firem má registrovanou činnost v oblasti pronájmu a právy nemovitostí (15 521), nespécializovaného velkoobchodu (10 816) a zprostředkování velkoobchodu (9288),“ upřesnila analytička Dun & Bradstreet. (tz)

Vývoj počtu spících společností

období	počet
2022	100 275
2021	99 090
2020	101 316
2019	99 430
2018	102 913

NACE spící firmy	počet	podíl mezi spícími
Pronájem a správa vlastních nebo pronajatých nemovitostí	15 521	15,48 %
Nespecializovaný velkoobchod	10 816	10,79 %
Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení	9288	9,26 %
Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti	7811	7,79 %
Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona	5369	5,35 %

Česká novinka pro kompletní agendu malých a středních podniků

Česká firma Smart Management Advisory představuje nový software MySmartPlace, který komplexně zastřešuje veškeré firemní back office aktivity. Aplikace pokrývá zaměstnaneckou a účetnickou agendu, evidenci majetku, a například i systém zadávání úkolů.

Právě tyto oblasti patří dlouhodobě mezi největší slabiny malých a středních českých podniků. Ekosystém celého produktu je navíc modulární. To znamená, že lze digitalizovat jen dílčí část společnosti a přizpůsobit ji dle charakteru podnikání. Produkt MySmartPlace vyvinula firma Smart Management Advisory, fungující na poli backoffice poradenství a administrativního managementu již přes 20 let. Původně začala vyvíjet software primárně v reakci na své vlastní potřeby zjednodušení, zrychlení a zpřesnění interních procesů.

MySmartPlace funguje na základě měsíčního předplatného. Zejména malé a středně velké podniky mohou zavést systém, který se postará o komplexní zastřešení agendy od účetnictví, mezd a nejrůznějších bezpečnostních prověrek až po celkovou zaměstnaneckou agendu, včetně majetkového systému a rozdělování úkolů. Ačkoli trend digitalizace firemní interní agendy v posledních letech kontinuálně roste, v Česku stále převažují zastaralé návyky. Oproti evropskému průměru zaostávají malé a střední tuzemské podniky v digitální transformaci totiž až o 20 %. „Malé a střední podniky se digitalizace přirozeně bojí – transformace bývala nelehký úkon spojený s častými problémy, zejména ve změně zažitých pracovních postupů s nejčastějším argumentem „takto se to přece dělalo vždycky“. Přitom se často přijde na to, že jednu věc dělá ve firmě několik lidí na různých místech, aniž to má nějaký přínos či důvod. Software MySmartPlace veškerou agen-

du spojuje do jednoho funkčního řešení, takže ubude práce i starostí,“ dodala majitelka Smart Management Advisory Lucie Češpivová. Data pak hovoří jasně ve prospěch digitální transformace – v podnicích se silnou digitální kulturou se například třikrát zvýšil počet produktivních zaměstnanců a 13x počet lidí, kteří firmě začali přinášet vyšší strategickou hodnotu.

MySmartPlace oplývá předností, a to ve svém stavebnicovém nastavení, díky kterému dokáže doplňovat i další backoffice programy. „MySmartPlace má rozhodně nespornou výhodu právě ve své flexibilitě. Pokud například klient již nějaký software na část agendy používá, jsme schopni mu nasadit jen některý z chybějících modulů a napojit se na jeho stávající řešení,“ upřesnila Lucie Češpivová a dodala: „Software momentálně nabízíme pouze formou měsíčního předplatného, jehož výše závisí na počtu modulů. Pohybujeme se však v relaci 200–6000 korun.“

Častým problémem českých firem je nedostatek vnějších tlaků, které by je k digitalizaci svých interních struktur nutily. „Větší společnosti jsou v tomto ohledu mnohem dál. Kromě finančního zájmu hraje svou roli i tlak ze západních trhů. Aby byly konkurenceschopné, musí zvyšovat efektivitu díky digitalizaci. Jejich digitální transformace přichází ze zahraničních centrál, jak se říká, přikazem,“ komentovala situaci Lucie Češpivová a dodala, že čistě tuzemské firmy právě v tomto směru často zaostávají: „I v dnešní době jsou více než běžná skoro úplná papírová řešení, kdy systém procesů tvoří pouze tužka a papír, účetnictví nalezneme v šanonech a krabicích od bot a řízení strategie a cash flow businessu je v lepším případě zaneseno v excelové tabulce, tedy v té nejdražší možné podobě, ať už na lidské zdroje, nebo na další náklady, jako jsou skladovací prostory,“ dodala majitelka Smart Management Advisory. (tz)

Carsharing šetří kapsu i přírodu

S autem bývá trochu radosti a hodně starostí. Ale proč ty nepříjemné věci nepřenechat specializované firmě a sám si užívat jen potěšení z jízdy? Ano, lze to snadno v systému sdílení vozidel. Hovořili jsme o tom s Milanem Beutlem, ředitelem českého zastoupení Anytime Carsharing:

Jak se prosazuje sdílení motorových vozidel v Česku?

Stále více obyvatel přichází na chuť sdíleným automobilům. Dnes například v Praze, kde my působíme, s nimi jezdí přes 17 % obyvatel. To představuje 6% nárůst oproti roku 2021, kdy jich tyto služby využívalo 11 %. Třetina lidí, kteří podlehl kouzlu carsharingu, dle šetření nepotřebuje mít vlastní auto. Vychází to z průzkumu, který nám zpracovala agentura STEM/MARK. My na tento růst reagujeme dalším rozšiřováním naší flotily sdílených aut. Letos ji plánujeme zdvojnásobit.

Kdo projevuje největší zájem a kde je rozšíření carsharingu největší?

Zejména mladí lidé jsou velkými fanoušky carsharingu jako ekologického přístupu k dopravě. Ze zmíněného průzkumu plyne, že v hlavním městě carsharing využívá 31 % všech obyvatel hlavního města generace Z, tedy obyvatel mezi 18 a 26 lety. Nejčastěji je pak motivuje k využití vedle finanční výhodnosti, kdy nemusí platit drahé pořízení a provozní náklady, ekologický ohled sdílení, a to, že šetří životní prostředí a planetu. My navíc ve své flotile automobilů využíváme hybridní pohony, které dnes představují nejekologičtější variantu s jistotou dojezdu. Rozšíření je samozřejmě nyní největší ve měs-

tech, hlavně v naší metropoli. Lidé ale odtud samozřejmě vyjíždějí na výlety a cesty po celé republice, i do zahraničí.

Může být carsharing zajímavou alternativou k firemní flotile automobilů?

Pro firmy nabízíme službu nazvanou Anytime Business. Firma s ní získává k dispozici stovky spolehlivých vozů, a zcela bez závazku. Je to služba vhodná pro všechny typy společností. Ideální je, pokud firma potřebuje firemní auta jen občas. Pak je pro ni zbytečné draze je pořizovat a udržovat firemní flotilu. Zaměstnancům může nabídnout pohodlný a dostupný způsob přepravy, a to i jako benefit pro soukromé použití. Sdílení aut přináší firmám jak ekonomické, tak ekologické výhody.

Využití sdílených aut je pro firmu jednoduché. Anytime vytvoří firemní profil, kam přidá informaci o zaměstnanci firmy, které následně může firma upravovat. Uživatel služby si pak může libovolně přepínat mezi firemním a soukromým profilem a firma dostává pravidelné výpisy služebních jízd, kde vidí informace o všech jízdách, včetně vzdálenosti, času jízdy, ceny a jména řidiče. Vše je možné rychle vyřešit na business.anytimecar.cz.

Zákazníci si u Anytime chválí jednoduchou online registraci, možnost rezervace vozu 24 hodin denně, parkování v parkovacích zónách zdarma po ukončení rezervace, zahrnutí nákladů na palivo v ceně služby. Cestovat pak zaměstnanci mohou po celé České republice a k dispozici je jim 24 hodin a sedm dní v týdnu zákaznický servis a asistenční služba.

V době boje o zaměstnance a budování ekologické firemní kultury tento způsob dopravy mohou využít jako zaměstnanecký benefit, který navíc šetří životní prostředí. Tento fakt je pro



Milan Beutl, ředitel českého zastoupení Anytime Carsharing

mnoho pracovníků v současnosti také velmi důležitý.

Pokud budou ceny PHM stoupat, s tím i další provozní náklady, může být carsharing řešením udržitelnosti dopravy?

Provoz automobilu je pro mnoho lidí černou dírou na peníze. Drahé pořízení, často na splátky, opravy, pojištění, pneumatiky a pohonné hmoty, všechny tyto náklady se postupně nasčítají a jde

o nemalé částky. Ušetřit se přitom dá třeba tak, že budete jezdit právě sdílenými automobily. Pokud totiž nenajezdíte více než 10 000 km ročně, pak se vám vlastnit auto nevyplatí, to vyplývá ze zkušenosti i kalkulací expertů. Se sdíleným vozem pak platíte pouze za používání automobilu, všechny ostatní náklady jsou na provozovateli. Proto pro lidi, kteří automobilem tolik nejezdí, je výhodnější využívat flotilu vozů sdílených. Finančně to vyjde do hranice 10 000 km za rok opravdu levněji a jízdu máte navíc bez starostí. Stejně tak se sdílené auto vyplatí rodinám jako druhý vůz, který je občas potřeba.

Vidíme, že Češi vnímají také ekologický rozměr carsharingu. Ideální je pro carsharing podle našeho názoru hybridní pohon, protože je vstřícný k přírodě, a navíc dává jistotu dojezdu, což ryze elektrické vozy nemají. To je jeden z hlavních důvodů, proč hybridní auta od Toyota v Anytime využíváme. Z našich dat vyplývá, že 52 % jízdy naše vozy jezdí na energii, kterou si automobil sám jízdou vytvoří. Naši službu využívá hodně mladá generace, která není k ekologii lhostejná, a toto považuje za důležité. Průzkum také ukázal, že o desetinu vzrostl počet těch, kterým vadí neekologičnost vlastního auta. Nyní jich je mezi Pražany plná třetina. Uživatelé sdílených aut se pak chovají zodpovědně a ekologicky. Třetina z nich nemá vlastní automobil a svou dopravu realizují v kombinaci s využitím MHD.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer



Udržitelnost se prosazuje v módním průmyslu

Módní průmysl se mění. Stále více se zde prosazuje trend udržitelnosti, který v současné době ovlivňuje mnoho oborů. Hlavní tendencí je příklon k lokální výrobě a přijetí technologií, které nabídnou zákazníkům možnost získat detailní informace o původu výrobků.

Stále více lidí začíná uvažovat nad tím, jak a kde vzniká oblečení, které nakupují. V posledních dvou letech, kdy si zákazníci začali naplno uvědomovat, nakolik je jejich spotřeba závislá na levné asijské produkci, začíná mnoho z nich přehodnocovat své spotřebitelské uvažování. Začíná se hovořit o recyklovatelné módě, znovuoživení prožívají modely spotřeby, jako je krátkodobý pronájem oděvů nebo jejich přešívání. Zejména nastupující generace spotřebitelů chce vědět, kdo jejich oblečení šije, jakého původu je použitý materiál, v jakých podmínkách se výrobky zhotovují a jaký je dopad výroby, zejména na svět a klima. Pomáhají v tom i nové technologie.

„Tlak na udržitelnost v módním průmyslu vede výrobce k tomu, aby uváděli, jak ekologická a etická je jejich výroba. Problém je v tom, jak důvěryhodné jsou proklamace založené na nejednotných principech. Studie Evropské komise zjistila, že téměř 50 % takových tvrzení společností je klamavých a neposkytují spotřebitelům dostatečné informace. Proto se společnost Accenture rozhodla navrhnout index udržitelnosti dopadu módy, který se zaměřuje na transparentní komunikaci informací o udržitelnosti s maloobchodníky i zákazníky, a to v reálném čase,“ řekl Karel Kotoun, odborník v otázkách udržitelnosti ze společnosti Accenture.

Rychlá móda jako etalon plýtvání

V průběhu posledních desetiletí se oděvní průmysl stal průkopníkem trendu tzv. rychlé módy. Oblečení se vyrábí ve velkém množství, dopředu se počítá s tím, že bude používáno jen velmi krátkodobě, čemuž odpovídá i kvalita materiálů a ušití. Nižší kvalita i cena povzbuzuje lidi k rychlejšímu vyhazování.

Módní průmysl je také považovaný za druhého největšího znečišťovatele po ropném průmyslu. Odhaduje se, že je zodpovědný za 10 % všech emisí skleníkových plynů. Jeho produkce se spoléhá především na neobnovitelné zdroje, včetně ropy k výrobě syntetických vláken, hnojiv a pesticidů pro pěstování bavlny a chemikálií používaných při výrobě hotových výrobků – jejich barvení, impregnaci, ošetření pro dlouhou přepravu. Tento průmysl navíc spotřebuje kolem 93 miliard m³ vody ročně, například na výrobu jedné bavlněné košile je potřeba 2700 litrů vody.

Proti plýtvání i levné pracovní síle

Udržitelná móda je pokusem o vytvoření takového systému, který zabrání plýtvání surovinami i zneužívání levné práce. Zahrnuje postupné vyřazování znečišťujících látek, jako jsou plastová mikrovlnka, a zajištění dostatečné kvality oděvů, tkanin a vláken, aby nedocházelo k jejich rychlému opotřebení, případně mohly být znovu použité nebo recyklované. Jedním z dů-

ležitých aspektů udržitelnosti je i akcent na lokální produkci, aby oblečení v procesu od získání materiálu po finální výrobu necestovalo několikrát přes půl světa.

„Udržitelná móda předpokládá zavádění takových principů, aby oblečení vydrželo déle a bylo více využíváno – především tím, že bude kvalitnější a odolnější. Jde o trend, který rádi podporujeme, proto vyrábíme z kvalitních, hlavně přírodních materiálů. Šijeme výhradně v České republice a velmi dbáme na kvalitu provedení i užité vlastnosti námi vyrobeného oblečení,“ řekl Ruslan Skopal, spoluzakladatel české značky spodního prádla Styx.

„Udržitelnost je celospolečenské téma, které také silně vnímáme. Díky našemu programu Nulového odpadu bereme tuto otázku velmi vážně. Nejen že máme kolekci eko kabelek, ale také tři kolekce eko peněženek, které jsou vyrobeny z recyklovaného oxfordu, drti z plastových lahví. Samozřejmostí je i balení pro všechny naše produkty, kde také používáme recyklované materiály,“ uvedl spoluzakladatel české módní značky Vuch, Martin Kůs. (tz)

Asociace kuchařů a cukrářů ČR mění komunikaci své značky

Že i tradiční instituce s bohatou historií dokáže modernizovat svoji komunikaci, dokazuje v poslední době Asociace kuchařů a cukrářů ČR. Nastartování ucelené komunikační strategie, redesign webu, intenzivní využívání sociálních sítí nebo nový layout časopisu Minutka, který Asociace vydává od roku 1990. To je začátek cesty, na níž se Asociace vydala s jediným cílem; neustále podporovat a rozvíjet špičkovou gastronomii u nás.

„Náš nový web je jedním ze střípků započaté změny. Měníme rovněž interní komunikaci, včetně různých rozhodovacích procesů,“ komentoval novinky Tomáš Popp, manager Asociace kuchařů a cukrářů ČR, a pokračoval: „Neznamená to, že chceme zapomenout na historii naší Asociace, naopak. Navazujeme na staré kuchařské a cukrářské mistry, ctíme naše kořeny, ale jdeme vlastní cestou. Důležité jsou pro nás prestiž našeho řemesla a mezinárodní spolupráce.“

Pod hlavičkou Asociace totiž mimo jiné funguje seniorský i juniorský Národní tým kuchařů a cukrářů ČR. Ten nejen reprezentuje Českou republiku na mezinárodních soutěžích a workshopu, ale především ukazuje nejvyšší úroveň mistrů svého řemesla i na jiných akcích, nyní například v České restauraci na EXPO v Dubaji.

S mezinárodními aktivitami souvisí i online projekt www.varimedobre.eu, který spustila česká Asociace v rámci tak zvané přehrániční



Tým Asociace kuchařů a cukrářů ČR

spolupráce s Bavorskem. Od jeho startu na jaře loňského roku jej navštívily tisíce příznivců oboru. Portál nabízí nespočet materiálů určených jak pro výuku ve školách, tak pro sebevzdělávání v oborech kuchař, cukrář nebo číšník. Ocení jej ale i příznivci vaření a pečení z řad široké veřejnosti.

Vedle podpory studentů a pedagogů a vzbuzení zájmu o studium oborů Asociace neopomíná ani projekt Paměť gastronomie. „Máme v úctě naše gastronomické kořeny. Znamenáváme výpovědi a zkušenosti pamětní-

ků gastronomického oboru. Vyprávíme příběhy pamětníků národní gastronomické scény. Dozvíte se více o tom, jak vypadala práce v kuchyni před desítkami let. Pamětníci a pamětnice vás provedou svým profesním i osobním životem,“ popsal aktivitu zaměřenou na zkušené profiky Tomáš Popp.

Inovace se dočkala i nejprestižnější tuzemská kuchařská soutěž Kuchař roku. Asociace kuchařů a cukrářů ČR pro tento ročník stanovila nová pravidla, která odrážejí současné gastronomické trendy a vycházejí ze zkušeností

získaných členstvím ve Světové asociaci kuchařů (WACS). „Soutěžení mezi kuchaři a kuchařkami nemá za cíl vytvářet profesní rivalitu, ale je oslavou našeho krásného řemesla. Utužuje naši komunitu a rozvíjí naše dovednosti,“ vysvětlil Tomáš Popp. Soutěž proběhne 25. května na Bidfood Expo v PVA Letňany.

Asociace od roku 1903 rozvíjí národní gastronomii. Má sedm poboček po celé České republice. Aktivně v nich působí více než 700 členů. Je členem Světové federace kuchařů sdružující 1 600 000 členů z 96 států. Pořádá gastronomické soutěže, jako jsou Kuchař roku či Cukrář roku. Pro juniory pořádá Gastro junior a celou řadu menších regionálních soutěží. Národní tým kuchařů a cukrářů ČR hrdě a úspěšně reprezentuje národní gastronomii na soutěžích po celém světě. Spolupracuje s gastronomickými školami, členy je 70 škol. Vzdělává nastupující generaci. Platforma Gastroprofesionál je základem vzdělávání studentů středních gastronomických škol. Rozšiřuje zkušenosti a dovednosti kuchařům, cukrářům i číšníkům. Pořádá desítky workshopů pro kuchaře i cukráře po celé České republice. Klade důraz na mistrovské zvládnutí základních kuchařských a cukrářských technik. Aktivně se zasazuje o změny ve veřejném stravování. Jídlo pro naše děti, seniory nebo pacienty v nemocnicích musí být stejně kvalitní jako v restauracích. Školí pracovníky ve veřejném stravování, pořádá pro ně soutěže a je jim oporou při prosazování kvalitativních změn. (tz)

Trubky z Česka „podpírají“ nejdelší stromovou stezku na světě

Nejdelší stezka korunami stromů na světě vyrostla ve Švýcarsku. Jmenuje se Dračí stezka (Senda Dil Dragun) a měří 1560 m. K výstavbě byly použity ocelové trubky značky Jäkl vyrobené ve společnosti ArcelorMittal Tubular Products Karviná.

Švýcarské normy a požadavky na kvalitu přitom patří k těm nejnáročnějším na světě. „Vnímáme to jako ocenění naší práce. Opět se ukázalo, že originální výrobky Jäkl z Karviné dokážou splnit maximální nároky zákazníků u nás i ve světě.“

Máme velkou radost, když naše výrobky vidíme na takto mimořádných stavbách,“ řekl René Fabik, generální ředitel společnosti ArcelorMittal Tubular Products Karviná. Nejdelší stezka korunami stromů na světě měří 1560 m

a místy vede až 28 m nad zemí. Dvě vstupní věže spojují čtyři vyhlídkové plošiny. Z vrcholu jedné věže míří dolů 73 m dlouhá skluzavka. Plně bezbariérová stezka byla vyrobena a sestavena, mimo podpůrných a spojovacích materiálů, výhradně ze dřeva z místních zdrojů.

Stromová stezka vyrostla ve švýcarském regionu Laax v kantonu Graubünden. Návštěvníci na ni poprvé vyrazili v polovině roku 2021. Název Senda Dil Dragun pochází z rétorománštiny

(jeden z původních švýcarských jazyků) a v překladu znamená Dračí stezka.

České ocelové trubky na stavbu přímo dodával švýcarský obchodní partner ArcelorMittal Tubular Products Karviná, společnost Kindlimann AG, člen skupiny Van Leeuwen Group. Unikátní projekt stezky navrhla místní firma Hofmann & Durisch Architects, za realizací stojí magistrát města Laax a společnost Weisse Arena Group. (tz)

Z nového distribučního centra společnosti DB Schenker ve Valašském Meziříčí poputuje káva do celého světa

Společnost DB Schenker ve spolupráci se skupinou ARETE připravuje logistický sklad ve Valašském Meziříčí. Ve dvou nových halách bude realizovat služby jak pro stávajícího zákazníka z regionu, výrobce kávy Jacobs Douwe Egberts, tak i pro nové projekty. Terminál zlepší řízení dodavatelského řetězce kávy a rozšíří logistickou síť společnosti DB Schenker. Zahájení provozu centra se plánuje na září letošního roku.

Nový terminál společnosti DB Schenker bude součástí průmyslového parku ARETE Valašské Meziříčí. „Reagujeme na relativní nedostatek kvalitních a cenově dostupných, dokončených parků. Vlastním týmem stavíme moderní areál, který naplní přísné environmentální podmínky a standardy v oblasti dlouhodobé udržitelnosti. Těší nás, že se hlavním nájemcem stane právě přední logistická společnost DB Schenker,“ uvedl Lubor Svoboda, spoluzakladatel skupiny ARETE.

Celková plocha, kterou tvoří haly A a B pro potřeby společnosti DB Schenker a jejich zákazníků, bude 10 500 m². Pro nakládku a vykládku bude k dispozici deset ramp. V halách se bude používat chytré ekologické LED osvětlení a mezi

manipulační technikou najdou své místo i dva vysokozdvizné indukční vozíky ve skladu vstupních surovin. „Terminál se nachází ve výhodné lokalitě. Propojení s dálnicí D48 nabízí skvělou dopravní návaznost na hlavní tahy do Ostravy, Brna nebo do Polska, a také na Slovensko. Rozhodující však byla blízkost provozu našeho dlouhodobého zákazníka,“ vysvětlil Tomáš Holomoucký, ředitel společnosti DB Schenker.

Většinu logistických služeb v novém terminálu bude DB Schenker zajišťovat pro svého dlouholetého zákazníka Jacobs Douwe Egberts. Nizozemský producent kávy a čaje má totiž ve Valašském Meziříčí továrnu. Doposud se jako distribuční sklad využívá sklad DB Schenker v nedalekém Novém Jičíně, přesun do budovaných prostor zkrátí cestu mezi výrobou a distribučním centrem bude fungovat nepřetržitě – 365 dní v roce, 24 hodin denně, sedm dní v týdnu. Do budoucna společnost DB Schenker plánuje automatizovat vykládku pravidelných shuttle, a tím zkrátit vložení kamionu ze současných 30 minut na 90 sekund.

„Společnost Jacobs Douwe Egberts ve Valašském Meziříčí v současné době vyrábí přes 30 000 tun kávy a kávových směsí ročně. Exportuje do 25 zemí světa výrobky ikonických zna-

ček jako např. Jacobs, L'Or, Senseo, Douwe Egberts a další. Továrna je umístěna ve městě, nedisponuje skladem potřebné velikosti. Díky dlouhodobé spolupráci s DB Schenker jsme došli k myšlence satelitního skladu v blízkosti továrny. Díky tomu dojde ke zkrácení trasy mezi ní a současným externím skladem, snížíme tak uhlíkovou stopu o 132 tun CO₂ ročně. Budeme zároveň schopni optimalizovat klíčové skladové a manipulační prostory uvnitř továrny a zvýší-

me tak úroveň bezpečnosti, což je pro nás hlavní prioritou.“ řekl Karel Škvain, ředitel Jacobs Douwe Egberts.

Káva a další výrobky zaplní v novém skladu 6000 m². Zbývajících 4500 m² bude k dispozici pro další zákazníky a partnery z automobilového, elektronického nebo spotřebitelského sektoru působící v regionu. Stávající skladovou kapacitu bude v příštích letech možné rozšířit o dalších 10 000 m². (tz)



I na home office je třeba zachovat si pracovní návyky

Ještě před dvěma lety se většina zaměstnavatelů obávala nabízet home office jako běžný způsob práce pro své zaměstnance. Práci z domova vnímali spíše jako benefit pro úzkou skupinu lidí, a ani ti jej nemohli využívat příliš často. Jaký názor má na tuto metodu práce František Zeman, generální ředitel společnosti Algotech, a.s.? Domnívá se, že home office může být běžnou platformou pro efektivní práci, o jejímž přínosu se většina firem již přesvědčila:

Technický pokrok umožňuje plynulou práci z domova už roky. Proč se k němu zaměstnavatelé dlouho stavěli odmítavě?

Řekl bych, že velká část zaměstnavatelů se bála ztráty kontroly nad svými zaměstnanci. Ten klasický styl, kdy sedí lidé v kanceláři od pondělí do pátku a mají pevnou pracovní dobu, je historicky zakořeněný, a v určitých ohledech i jednodušší, protože jsou všichni pohromadě. Když potřebuji něco vyřešit s kolegou, udělám pár kroků a můžeme se osobně nad tématem pobavit, což je fajn. Na druhou stranu ale většinu agendy kancelářských pozic skutečně lze dělat na dálku odkudkoliv, nástrojů je na to opravdu dost.

V březnu roku 2020 se situace bez varování změnila a firmy na home office musely přejít, ať chtěly, nebo ne. Obával jste se tak razantní změny?

Když se na to teď dívám zpětně, tak musím říci, že prvních čtrnáct dnů jsem vůbec nevěděl, do jaké peřeje jsme vpluli, a hlavně jak ta peřeje skončí. Ale velmi rychle se ukázalo, že home office pro celou firmu není žádný problém. Chvilí nám trvalo, než jsme si zvykli na to, jakým způsobem máme fungovat, bylo také třeba některé kolegy vybavit potřebnou technikou, trochu ohladit využití technologií. Ale jinak šel celý přechod opravdu hladce. Adoptovali jsme jej a po pár měsících už vůbec nevnímali, že pracujeme v režimu z domova. Pomohlo nám i to, že nejsem nedůvěřivý a věděl jsem, že naši zaměstnanci přechod zvládnou a že se nebudou před prací doma schovávat.

Co je podle vás při přechodu na home office nejdůležitější?

Jednoznačně zodpovědnost pracovníků, důvěra zaměstnavatele a nastavené technologické



František Zeman, generální ředitel firmy Algotech, a.s.

a hodnotové prostředí dané společností. Znamená to, že zaměstnanci musí být pravidelně v kontaktu se všemi, se kterými při běžné pracovní činnosti přicházejí do kontaktu v kanceláři. Důležité také je, aby měla firma vybudovanou kulturu, kde je možné například připojovat se na společné porady na dálku prostřednictvím videokonferencí, přistupovat zabezpečeně do interních systémů a kontrolovat využívání firemních prostředků. Je potřeba nastavit jasná pravidla a principy, jinak nebude systém práce na dálku fungovat a nebude možné pracovníky řídit, kontrolovat a zároveň od nich získávat zpětnou vazbu.

Pro zaměstnance byla náhlá změna mnohdy zatěžkávací zkouškou, byty a domy se najednou musely změnit v kanceláře. Co by člověk při práci z domova neměl opomenout?

Myslím si, že jednou z těch nejdůležitějších věcí je funkční technika. Bez ní prostě home office nelze dělat. Zaměstnanci nesmí mít problémy s kamerou, mikrofonom, internetem a podobně. Zároveň by měli mít kameru na takovém místě, aby se lidem, s nimiž mají videokonferenci, dívali do očí. Další podstatnou věcí je to, aby se člověk ve své domácí kanceláři cítil dobře, a po-

kud to jen trochu jde, aby ho nikdo nerušil. Víím, že mnoho lidí doma bojuje s prostorem, takže si nemohou udělat svou pracovní kout, ale alespoň pracovní prostor starat, aby tam nebyl nepořádek. A opravdu klíčovou věcí je udržování pracovních návyků. To znamená, že i když třeba online schůzky začínají až po deváté hodině, je dobré vstát ve stejný čas, jako kdyby jel člověk do kanceláře. Ačkoli se to zdá nepodstatné, člověk by se měl také převléknout a nepracovat takzvaně v pyžamu. To je důležité právě pro to, abychom přesvědčili hlavu, že „jdeme do práce“ a nemáme dovolenou. Zkrátka a dobře, je třeba dodržovat veškeré návyky, které člověk má, když normálně chodí do práce mimo domov. Člověk musí mít na home office stále stejný rytmus a musí dokázat udržet řád, i když je to těžké a všichni s tím občas bojujeme. A poslední věcí je pak již zmiňovaná intenzivnější komunikace, protože zaměstnanci prací doma ztrácejí osobní kontakt třeba u kávy či oběda. I proto je dobré si s kolegy pravidelně volat.

Jaké nástroje by měl zaměstnanec mít k dispozici, aby mohl z domova pracovat opravdu efektivně?

Úplným základem je dostupnost všech dat a aplikací, které potřebuje ke své práci. I proto je vhodné mít všechno v cloudu, do něž se člověk může připojit opravdu odkudkoliv. Řekl bych, že to byla právě cloudizace poskytování informatiky, která výrazně pomohla k překonání pandemie ve firmách, protože když podniky provozovaly svoje systémy izolovaně takzvaně u sebe, měly často velký problém s nedostupností dat. Aby byla data v takovém pří-

padě dostupná, firmy by musely investovat do správy zabezpečení, což zejména na začátku pandemie nebylo možné. Podle mě je tedy alfou a omegou spolehlivé sdílení dat a aplikací, ať už jde o dokumenty, na kterých spolupracují s kolegy, nebo přístupy do jakéhokoliv informačního systému, speciálních grafických programů a podobně. Nesmírně důležitým bodem je pak i funkční komunikační software, těch osvědčených platforem je několik a je z čeho vybírat.

Má vedoucí týmu či jiný nadřízený nějaké nástroje, jejichž pomocí by mohl kontrolovat práci svých podřízených dle hesla „důvěřuj, ale prověřuj“?

Určitě ano, možností má několik. Prvním krokem je vytvoření vhodných technologických podmínek, například lze využívat cloudových služeb. Dále je nutné si definovat standardy pro práci na dálku, nastavit jasná pravidla a kontrolní mechanismy pro možnost řízení, což znamená třeba pravidelné ranní porady k organizaci dne a k úkolům. Řízení režimu a způsobu vyhodnocení efektivity práce na dálku je spíše závislé na dodržování těchto jasně definovaných pravidel. Pokud bude mít například vedoucí každé ráno krátkou poradou k organizaci dne, je jasné, že se daný pracovník musí přihlásit a začít pracovat, stejně tak funguje i účast na jiných týmových a projektových poradách. Aktivitu pracovníků při vzdáleném připojení lze sice do určité míry sledovat pro účely ověření evidence pracovního výkonu, nejde ale o kvalitativní hodnocení, spíše pouze konstatování stavu.

ptal se Jan Kamenický

Algotech

Česká společnost Algotech se už 25 let řadí mezi průkopníky nových technologií. Svými výsledky patří v Česku mezi přední firmy oboru ICT. Nabídka služeb Algotechu je postavena na několika základních pilířích. Tím prvním jsou cloudové služby. Ve svém vlastním datovém centru nedaleko Prahy spravuje Algotech petabyty zákaznických dat a tisíce serverů. Díky tomu společnost garantuje uložení i pohyb dat výlučně na území Česka. Dalším pilířem Algotechu jsou řešení pro call centra. Kromě toho se Algotech zabývá systémy pro řízení vztahů se zákazníky (CRM) a podnikovými informačními systémy (ERP). Algotech nabízí svým klientům také vývoj softwarů na zakázku. Celou nabídku služeb a produktů podporuje unikátní pracoviště ServiceDesku, které je dostupné v českém i anglickém jazyce 24/7. V rámci oboru IT i mimo něj odbornost společnosti pokrývá témata kyberbezpečnosti, digitalizace a ochrany osobních údajů, včetně GDPR. Mezi klienty Algotechu patří například Komerční banka, Škoda Auto, Český rozhlas, Toyota Gosei, Moneta Money Bank, Raiffeisen Bank a další. Služby jsou však vhodné i pro menší a středně velké firmy.

Česká značka Styx loni vyrobila 300 000 kusů spodního prádla a utržila přes 35 miliónů Kč

Česká značka spodního prádla Styx, která se specializuje na spodní prádlo z kvalitních materiálů vyráběné výhradně v tuzemsku, loni zažila úspěšný rok. Vedle toho, že se rozhodla rozšířit sortiment o produkty určené ženám či dětem, dosáhla také dvou rekordů. V roce 2021 vyrobily české švadleny 300 000 kusů spodního prádla, a díky tomu utržil Styx v loňském roce rekordní sumu, 35 miliónů Kč.

„Loňský úspěšný rok nám potvrdil, že jsme zvolili správnou strategii. Nekoukujeme nízkou cenou, ale naopak vyšší kvalitou a investovat do jakostních materiálů. A tím myslím nejenom látek, ale i gum či nití. Právě kvalitní a pohodlné zpracování je pro zákazníky často rozhodující, aby při pořízení spodního prádla nenakupovali to nejlevnější na trhu. A také aby prověřené značky a střihy pořizovali opakovaně,“ řekl Ruslan Skopal, spoluzakladatel značky Styx. Značka Styx, která se specializuje na spodní prádlo,

se od počátku svého založení zaměřovala především na pánské trenýrky, postupně přidala boxerky. V loňském roce rozšířila sortiment trenýrek také o modely pro ženy a děti. Pro ženy připravila kolekci sportovních podprsenek a kalhotek, pro děti pak kolekci trenýrek a boxerek. Kromě rozšířené nabídky spodního prádla nově začala vyrábět také župany.



„Jsme rádi, že můžeme zákazníkům přinášet stále nové produkty. Během pandemie jsme upravili výrobu, takže jsme dokázali kromě stálého sortimentu šít také roušky, a i díky těmto zkušenostem jsme výrobu během posledních dvou let rozšířili, a dokážeme tak vyrábět více zboží a vymýšlet další střihy a modely,“ potvrdil Ruslan Skopal.



Župany Styx se vyrábějí speciální metodou. Rubová smyčka je tvořena bavlněnou přízí se skvělou absorpční schopností a lícovou stranu tvoří mikrovlákno ve velurové úpravě tak, aby byly župany velmi pohodlné a příjemné na nošení.

Absolutní novinkou v portfoliu značky Styx je povlečení. Je vyrobeno z příjemného bavlněného saténu, což zaručí klidný a spokojený spánek. Materiál je stoprocentně přírodní, měkký a prodyšný, navíc patří ke špičce ve světě povlečení.

Velkou výhodou produktů Styx je, že veškerý sortiment vyrábí firma v České republice, takže má absolutní kontrolu nad kvalitou materiálů i zpracování ve všech fázích výroby. Před uvedením do prodeje je pak každý jednotlivý vyrobený kus ještě pečlivě kontrolován ručně.

Všechny produkty značky Styx jsou k dostání v kamenných prodejnách Trenýrkárna.cz a na e-shopech www.styx-underwear.cz, www.trenyrkarna.cz a u dalších prodejců. (tz)

Mastercard ocenil banky za projekty v oblasti plateb, digitalizace a inovací

Společnost Mastercard udělila celkem 13 výročních ocenění Mastercard Awards českým bankám za jejich inovativní aktivity v oblasti digitalizace plateb, péče o klienty a projekty směřující ke zjednodušení a zabezpečení českého platebního sektoru. Cenu Issuer za největší nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených kartami Mastercard získala Air Bank, která v této kategorii obhájila loňské vítězství. Ocenění AirBank doplnila i prvenstvím v kategorii Mobile Payments za nejvyšší počet mobilních transakcí a zároveň nejvíce digitalizovaných karet do mobilních zařízení.



Dvě vítězství získala také ČSOB. Stejně jako loni vyhrála v kategorii Acquirer, která oceňuje největší nárůst objemu akceptovaných karetních transakcí u obchodníků. Dále pak ovládla kategorii Credit Card Issuer za největší nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených kreditními kartami. Ve dvou kategoriích byla oceněna i FIO banka. Cenu eCommerce issuer získala za uživatelsky nejpřívětivější online platby. Za největší absolutní nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených komerčními kartami navíc FIO banka získala ocenění Commercial Card Issuer. „Mnohé trendy, které hýbaly sektorem plateb v prvním pandemickém roce, přetrvaly také v roce 2021. Stále oblíbenější online transakce si vyžadovaly rychlejší uvedení inovativních projektů se zaměřením na další zlepšení uživatelské zkušenosti a zachování vysoké bezpečnosti pro držitele karet. Patrná je také větší oblíbenost placení pomocí chytrých hodinek a mobilních telefonů. České banky opět prokázaly, že dokážou reagovat velmi pružně na rychle se měnící podmínky finančního

trhu,“ řekl generální ředitel společnosti Mastercard pro ČR a Slovensko Michal Černý. Loňské ocenění Premium Card Issuer za největší nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených prémiovými kartami letos obhájila Česká spořitelna. V kategorii Innovation si odnesla cenu Komerční banka za své limitované edice karet a doprovodné kampaně v oblastech sportu a esportu. Společnost Mastercard udělila i pět speciálních ocenění. Skokanem roku v nárůstu mobilních transakcí se stala služba Twisto. Společnost Worldline obdržela ocenění za obsluhu nejvyššího počtu obchodníků, kteří získali terminál zdarma v rámci programu Česko platí kartou. Za nejvyšší počet obchodníků využívajících terminál v mobilu získala cenu společnost Global Payments. Nejširší škála individuálního nastavení zabezpečení plateb v mobilním bankovníctví zajistila ocenění pro mBank. A ČSOB Poštovní spořitelna získala cenu za neúspěšnější aktivity se zaměřením na aktivaci klientů, konkrétně zavedení Xiaomi Pay a rozvoj bezhotovostních plateb na venkově. (tz)

Seznam cen a oceněných společností za rok 2021:		
ocenění	společnost	projekt
Issuer	Airbank	Největší absolutní nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených vydanými kartami
Acquirer	ČSOB	Největší absolutní nárůst objemu akceptovaných karetních transakcí u obchodníků
Premium Card Issuer	Česká spořitelna	Největší absolutní nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených vydanými prémiovými kartami
Commercial Card Issuer	FIO	Největší absolutní nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených vydanými komerčními kartami
Credit Card Issuer	ČSOB	Největší absolutní nárůst objemu transakcí u obchodníků provedených vydanými kreditními kartami
Innovation	Komerční banka	Nejvýraznější marketingové a produktové inovace (limitované edice karet a doprovodné kampaně v oblastech sportu a e-sportu)
Mobile Payments	AirBank	Nejvyšší počet mobilních transakcí v počtu i hodnotě a zároveň nejvyšší počet digitalizovaných karet do mobilních zařízení
Special Mention	Twisto	Skokan roku v nárůstu mobilních transakcí v počtu i hodnotě plateb
eCommerce issuer	FIO	Banka s uživatelsky nejpřívětivějšími online platbami (největší poměr transakcí nevyžadujících ověření a nejvyšší poměr transakcí ověřených aplikací banky podporující biometrii)
Special Mention	ČSOB Poštovní spořitelna	Nejúspěšnější aktivity se zaměřením na aktivaci klientů (rozvoj bezhotovostních plateb na venkově a zavedení Xiaomi Pay)
Special Mention	Worldline	Nejvyšší počet obchodníků, kteří získali terminál zdarma v rámci programu Česko platí kartou
Special Mention	Global Payments	Nejvyšší počet obchodníků využívajících službu terminál v mobilu (Tap on Phone)
Special Mention	mBank	Nejširší škála individuálního nastavení zabezpečení plateb v mobilním bankovníctví (možnosti volby omezení: bezkontaktních transakcí, zahraničních transakcí, magnetického proužku, DCC, bankomatů s poplatkem, e-commerce plateb)

V malých a středních podnicích vzniká většina inovací

Jak chytře exportovat nápady aneb chytrý vyrábí, chytřejší prodá myšlenku. To bylo motto Exportního a inovačního fóra, které uspořádala Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR v březnu při Dni podnikatelů České republiky.

Během setkání byla představena zcela nová možnost spolupráce, kterou nabízí státní Vojenský opravárenský podnik CZ a jeho Advanced Technology Park pro malé a střední podniky. VOP CZ jako integrátor a dodavatel moderních vojenských zařízení a systémů převážně pro Armádu ČR postupně rozvíjí svou činnost i pro zahraniční zákazníky. Významnou činností VOP CZ, s.p., je také zaměření na civilní strojírenskou produkci. „Jako výrobce s významným výzkumně

vývojovým zázemím, špičkovými technologiemi a volnými kapacitami může poskytnout plnou podporu pro společný záměr, výrobu prototypu, sériovou výrobu i své exportní linky pro české malé a střední podniky,“ uvedla členka představenstva a generální ředitelka AMSP ČR Eva Svobodová. Příkladem může být třeba česká společnost Futtec a.s., která začínala jako startup. U jejího zrodu byl unikátní nápad, jak provádět trvalé bezespáré opravy asfaltových povrchů pomocí mikrovlnné technologie. Na exportním a inovačním fóru vystoupil její obchodní ředitel Hynek Schmidt, který popsal zkušenosti se strojem FT3 – prvním prototypem používaným v reálném provozu. Už dva roky uskutečňuje zakázky pro Ředitelství silnic a dálnic při zimních opravách.

Nová generace stroje, FT4, podle Hynka Schmidta opravy trojnásobně zrychlí. Nevznikla

by ale bez spolupráce s Vojenským opravárenským (VOP), který začal malým a středním firmám nabízet své zázemí. Podle Oldřicha Pavlovského, který má ve VOP na starost business development, má podnik stoprocentně vlastněný státem multioborovou nabídku. „K dispozici je jim naše silné oddělení výzkumu a vývoje, máme zkušenost se zaváděním sériové výroby. Malé a střední firmy často samy ani vyrábět nechťejí, je pro ně výhodné vydělat na nápadu a produkci přenechat partnerovi,“ popsal Oldřich Pavlovský. Dalším příkladem z praxe byla společnost SP Technology se speciální moderní technologií spojování různých materiálů lepením.

Většina inovací vzniká v malých a středních podnicích, avšak povědomí o tom, jak si nápad ochránit, není velké. Připomněl to předseda Úřadu průmyslového vlastnictví Josef Kratochvíl:

„V ČR platí 49 000 patentů, většina z oblasti farmacie. V Německu je to milión, v USA kolem tří miliónů.“ Většina českých inovativních nápadů je ale patentově chráněna jen na národní úrovni, což podle něj nahrává plagiátorům. Všechny patenty i s relativně podrobnou dokumentací postupů totiž dnes musejí být zveřejněny na internetu. Stejnou možnost ale mají podle Josefa Kratochvíla i tuzemští podnikatelé, kteří se tak mohou skokově dostat na špičku techniky.

Dalším krokem pro firmy je pak financování nových technologií, rozvoj produktů a úspěšný export do zahraničí, včetně eliminace rizik. Zde přispěli svými zkušenostmi zástupci České spořitelny Ladislav Dvořák, manažer strategických projektů, z EGAP Marek Dlouhý, místopředseda představenstva, a České exportní banky Tomáš Nymburský, ředitel odboru Exportní financování. (tz)

XXIV. ročník konference ISSS bude akcentovat kyberbezpečnost

ISSS

Elektronizace zdravotnictví, kyberbezpečnost, oblast eGovernmentu a mnohé další. O těchto tématech budou ve dnech 16.–17. května 2022 debatovat čeští politici s odborníky na 24. ročníku konference ISSS. Jedné z největších konferencí svého druhu ve střední a východní Evropě, která se už tradičně odehrává v královéhradeckém Kongresovém centru Aldis. Generálním partnerem je opět Česká spořitelna. Partnerem projektu je město Hradec Králové a podporuje ho Královéhradecký kraj.

Letošnímu ročníku poskytl záštitu Miloš Vystrčil, předseda Senátu Parlamentu ČR, Ivan Bartoš, místopředseda vlády a ministr pro místní rozvoj

a Vít Rakušan, první místopředseda vlády a ministr vnitra. Konference se koná v době, kdy bude už téměř půl roku u moci vláda premiéra Petra

Fialy, i z toho důvodu budou na programu aktuální témata programu pětikoalice. Zejména pak půjde o digitalizaci státní sféry, datové řízení, eGovernment, elektronizaci zdravotnictví a v neposlední řadě kyberbezpečnost. Právě ta je aktuálním tématem, které se především kvůli ruské agresi na Ukrajině dostává do popředí. Vlády, a to nejen ta česká, do ochrany citlivých státních dat před útočníky budou investovat výhledově více finančních i personálních prostředků. „Pokud máme zmínit třeba jen některá z podstatných témat

letošního ročníku, pak v současném dění se jasně ukazuje potřebnost zajištění dostatečné kybernetické bezpečnosti veřejné správy, a to nejen pro centrální úřady nebo kraje, ale i pro menší samosprávné celky až na úrovni jednotlivých uživatelů. Zároveň se budeme na konferenci mimo jiné zabývat otázkou, jak využít existující systémy původně určené pro řízení protiepidemických opatření k jiným účelům, aktuálně například řízení zvládnutí uprchlické vlny,“ doplnil Vojtěch Dvořáček, programový ředitel konference ISSS. (tz)

Chytrá obuv už je realitou

Spolupráce mezi českým výrobcem filamentů Fillamentum a mladým designérem Oldřichem Voytou měla za následek vznik nového prototypu chytré senzorické obuvi z materiálu Flexfill PEBA 90A. Podrážka tisknutá z filamentu od firmy Fillamentum má vysokou energetickou návratnost a při běhu pomáhá odrazit nohu běžce, což z něj dělá perfektní materiál pro užití v obuvnickém průmyslu.

Vůbec první spolupráce mezi Oldřichem Voytou a firmou Fillamentum začala v roce 2015, kdy byla představena řada 3D tisknutelných vláken Flexill a Voyta vytiskl první prototyp nositelné flexibilní obuvi v České republice. Postupem času však firma přišla s novým, ještě vylepšenějším a zajímavějším materiálem s názvem Flexill PEBA 90A, který je díky svým vlastnostem přímo předurčen k použití v obuvnickém průmyslu.

Obuv, která hlídá váš zdravotní stav

Voyta tak vytvořil nový prototyp sportovní obuvi, jejíž podrážka je celá z materiálu Flexill PEBA 90A. Podrážka je součástí funkčního prototypu chytré senzorické obuvi představující spojení senzorické části a hardwaru spolu s bio-

mechanicky vhodným umístěním uvnitř boty. Díky tomu vznikl koncept úplně první tzv. wearables obuvi v České republice, o kterém se dá mluvit jako o nositelné elektronice a který byl testován v Centru polymerních systémů (CPS) ve Zlíně.

Obuv díky vnitřní senzorické části sleduje teplotu a vlhkost, a zabraňuje tak vzniku dermatologických onemocnění a poranění pohybového aparátu dolních končetin. Sportovec si totiž obuv spáruje se svým chytrým telefonem a před sportem i během něj je informován o míře zdravotních rizik.

Materiál Flexfill PEBA 90A

Materiál, ze kterého je vytištěna podrážka obuvi, je termoplastický elastomer složený ze dvou

částí – éteru a polyamidu. Éterová část zajišťuje flexibilitu, a vlákno se tak vyznačuje odolností proti opakovanému ohybu a vysokou vratnou deformací. Velkou výhodou materiálu také je, že má vysokou energetickou návratnost a při zatěžování se až sto procent jeho tvaru vrátí do původního stavu.

„Jako první a nejnápadnější atribut musím zmínit flexibilitu, díky které je předmět – podrážka nebo boty obecně – velmi vhodným modelem pro tento materiál. Líbí se mi, že zatímco předchozí materiály byly z velké části o tom, jak konečný produkt vypadá, nyní je to jen jedna z mnoha vlastností. Funkčnost se dostala do popředí díky vlastnostem tohoto materiálu,“ vysvětluje Voyta.

„Je radost pracovat s materiálem, který představuje nejen možnost vyjádřit myšlenku a převést ji do reality, ale také funkčnost tištěného modelu, což může ušetřit nemalé peníze, zejména za rychlé prototypování v podobných aplikacích. Jsem moc rád, že díky funkčnosti je model podrážky plně nositelný,“ uzavírá mladý návrhář. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Slovácko sa nenudí

Marek Šalanda

Biz books

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 místním lidem i autorovi samotnému.

Čteme sami – genetická metoda –

Kouzelné pastelky

Marcela Kotová

FRAGMENT
čtení • rodost • poučení

Kačenka si přála dárek, kterým ohromí všechny spolužačky. Když dostane jen obyčejné pastelky, je zklamaná. Jenže všechno je jinak – pastelky jsou kouzelné! Zažije s nimi spoustu legrace, a navíc pozná, co je to opravdové kamarádství. Vánoční příběh s krásnými ilustracemi je přizpůsobený začínajícím čtenářům, kteří se učí číst genetickou metodou.

Horkou jehlu

Rudolf Havlík

motto

Dávám věci do pořádku. To je moje práce. Hasím průšvihy po textilní korporace na druhé straně světa. V Indii, Číně nebo Bangladéši. Viděl jsem bouřky nad Himálajem a svítání na ostrově, co není na mapě. Potkávám lidi, které nikdo nezná, a vidám věci, které bychom měli znát, ale nechceme. Někdy mi jde o krk a jindy mi do klína spadnou všechny krásy světa. Řekl bych vám, abyste se připoutali, ale tahle jízda je bez pásů. Tak se mě držte.

Lov

Bernard Minier

xy-z

Jasná záře úplňku osvětluje hranici lesa, ze kterého se vynoří vyděšený jelen. Ne-ní to ale obyčejné zvíře... jeho oči jsou lidské. Kriminalistu Martina Servaze přivolají na místo nehody, kde auto srazilo nahého muže s jelení hlavou. Muže, který má na hrudi vypálené slovo „spravedlnost“. Ať už to znamená cokoliv, jedno je jasné – v lesích francouzského Ariège se stal lovnou zvěří člověk...

Do Nepaměti

Daniel Špaček, Tomáš Končinský

albatros

Jasmína je obyčejná holka, která občas zapomene udělat úkol, občas si naopak vzpomene, že se jí do něčeho vážně nechce. A proč si taky věci pamatovat? Nejlepší je pustit všechno z hlavy a užít si! To si ale myslí jen do chvíle, než zjistí, že v záhadném místě zvaném Nepaměť jí všechny vzpomínky mohou ukrást. A při dobrodružné pouti napříč fantastickým světem Jasmína zjistí, proč by nám to, co si pamatujeme, rozhodně ukradené být nemělo.

Podzemí

Václav Cílek, Robert Macfarlane

mf

Vydejte se hledat odpovědi na odvěké otázky existence i současné problémy tam, kde se skutečně skrývají: pod povrchem. Náš vztah k temnotě rozjasní pohřební komory z doby bronzové, tajemství grónských ledovců, komplikované sítě stromových kořenů i místo, kde bude po 100 000 let skladován jaderný odpad. Během této úžasné cesty do záhadných prostor mýtů, literatury i krajiny se dozvíte překvapivá fakta o všem, co je pohřbené – v hlubinách Země i lidské mysli.

Dotknout se duše

Marek Holeček, Markéta Bidlasová

C P R E S S

Špičkový horolezec, vyznavač 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. Jak se dostal k horolezectví? Které expedice a osobní milníky ho nejvíce ovlivnily? A kde hledat optimizmus v minus čtyřiceti stupních? Otevřený rozhovor doplněný fotografiemi z Márova archivu ukazuje, že limity existují jen v naší hlavě.

Ocelové srdce

Albert Čuba

xy-z

Pasák a jeho prostitutka, noční recepční v jediném velkém hotelu ve městě, herecká hvězdička z Prahy, zkorumpovaný politik a jeden rádo by investigativní novinář. To nemůže dopadnout dobře! Krátká akce, která měla být dílem jediné noci, se tak trochu zvrtné. Někdo přijde o život hned a někdo až později. A někdo se nad sebou zamyslí až za mřížemi. Děti noci jinak ani nekončí. Tohle je jejich příběh. Tak tedy vítejte ve městě, kterému se říká černá...

GRADA

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

Férová rétorika – nejlepší

přesvědčovací techniky

Jachtchenko Wladislav

Manipulovat, zastrášovat, zatlačit do kouta nebo uchlácholit lichotkami – manipulativní rétorika zná spoustu záluďných metod, jak někoho přelstít. Existuje ale i jiná cesta, jak můžeme efektivně přesvědčovat ostatní lidi. Jde o férovou rétoriku, která je pro všechny zúčastněné mnohem příjemnější a dlouhodobě úspěšnější. Je to cesta, kdy chceme druhého pochopit, používáme racionální argumenty a hledáme nejlepší řešení. Jak férově přesvědčit kohokoli v jakékoli situaci, se dozvíte v této knize plné tipů, cvičení a ukázek. Přesvědčujte, nemanipulujte!

smart press

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

Postní kuchařka od kořene po nať

Pavel Drdel

Půst nabírá různých podob dle dané tradice a náboženství. Nejběžnější je vzdát se na určitou dobu masa. Postní kuchařka ukazuje, že to nemusí znamenat ochudit se o dobrou chuť jídla. Navzdory používání lokálních a sezónních potravin představuje pestré pokrmy ze zeleniny, luštěnin a obilného mléka nebo vajec. Bohatost, kterou nabízejí letní a podzimní měsíce, uchová naložené nebo usušené a použije v zimních receptech. Kromě zimních jídel ale kniha obsahuje i dalších téměř 20 receptů z jarních, letních a podzimních surovin, a tak ukazuje, že s obohacením jídelníčku o bezmasé pokrmy můžeme začít kdykoli.

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

ČSOB povede Aleš Blažek

John Hollows, generální ředitel ČSOB, odchází po téměř 26 letech kariéry u KBC do důchodu. Nástupcem Johna Hollowse ve funkci generálního ředitele ČSOB a člena výkonného výboru KBC jmenuje představenstvo KBC Aleše Blažka.

V čele marketingu Danone

M. Ševčík

Danone oznamuje změnu na pozici marketingového ředitele. Nově tuto pozici zastává Marek Ševčík.

Změny v DZ Dražice

Společnost DZ Dražice, největší český výrobce ohřívačů vody a výhradní dovozce tepelných čerpadel NIBE, otevírá divizi se zaměřením na fotovoltaická řešení. Jejím vedoucím a manažerem pro obchodní rozvoj se stal Luboš Vrbata.

Sponzoring, charita, pomoc

Češi spolupracují s Ukrajinským startupovým fondem

a nabízejí pomoc

Ukrajinský startupový fond spustil webovou stránku, přes kterou mohou firmy, investoři, inkubátory i další organizace poskytovat svou pomoc ukrajinským startupům. První českou organizací, která se do pomoci zapojila, je inovační agentura JIC z Brna. Na webu usf.com.ua je možné nabízet podporu ukrajinským startupům. Podle zástupců fondu potřebují místní startupy k přežití finance, zázemí, případně konzultace a kontakty. „Při registraci stačí vyplnit, jakou formu podpory nabízíte – jestli finance, služby, možnost relokace nebo kontakty – a lidé z Ukrajinského startupového fondu vás pak propojí s konkrétním startupem,“ vysvětlil způsob fungování pomoci Jindřich Weiss z inovační agentury JIC. (tz)

Lego naší legislativy

Spotřebitelé mají být obchodníky transparentně informováni o důvodech nárůstu cen

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže považuje za nutné vyjádřit se k praxi prodejců pohonných hmot, kteří odmítají vysvětlovat důvody prudkého nárůstu cen údajně kvůli tomu, že jim poskytování těchto informací právě ÚOHS zakázal. Podle úřadu neexistují žádná zákonná ustanovení, která by jednotlivým soutěžitelům bránila poskytovat informace o tom, proč konkrétně k cenovému nárůstu u určitého výrobku či komodity dochází a jak se na pohyb ceny podílejí jednotlivé složky, například náklady na vstupy a výše marží. „Spotřebitelé mají přinejmenším morální právo být o těchto skutečnostech informováni, zvláště v období, kdy je nárůst cen tak razantní, jako zažíváme v posledních dnech u pohonných hmot,“ uvedl předseda ÚOHS Petr Mlsna.

Úřad nikdy soutěžitelům nezakazoval výše popsané informace sdělovat, přesto prodejci pohonných hmot tuto argumentaci dlouhodobě využívají. Ze soutěžního hlediska mohou být problematické pouze případy, kdy by pohyb ceny predikovalo sdružení soutěžitelů, neboť pak by mohl být tento krok považován za nedovolené koordinované jednání. Rovněž vzájemné informování přes média o budoucí cenové strategii by mohlo být úřadem za určitých podmínek vyhodnoceno jako protisoutěžní. Na individuálním vysvětlení jednotlivého podniku, co stojí za aktuálním nárůstem ceny, však není nic protisoutěžního a není důvod vysvětlení spotřebitelům upírat.

Závěrem úřad uvádí, že vývoj na trhu pohonných hmot pozorně monitoruje a proti jakémukoliv zjištěnému protisoutěžnímu jednání razantně zasáhne. V současné době však nemá Úřad indicií, které by naznačovaly, že se na růstu cen podílejí i jiné faktory než pouze vývoj na světových trzích s ropou. (tz)

Contipro poprvé ve své historii překročilo miliardový obrat

České biotechnologické společnosti Contipro se v loňském roce podařilo dosáhnout rekordního obrátu přes jednu miliardu korun, a to i přes negativní vliv koronavirové pandemie. Úspěch firmy, která si během svého dlouholetého působení v oboru farmacie vybudovala celosvětové renomé, je spojen především s výrobou kyseliny hyaluronové. Pro letošní rok plánuje loňskou úroveň tržeb udržet, nebo i překonat.

Většina průmyslových odvětví zaznamenala v loňském a předloňském roce kvůli pandemii covidu-19 obrovské ekonomické ztráty. Propady v tržbách se nevyhnuly ani farmaceutickému průmyslu. Konec loňského roku přinesl též četné obavy z inflace, které se nakonec bohužel naplnily. I přes tyto negativní okolnosti zaznamenala společnost Contipro, jež patří mezi největší výrobce kyseliny hyaluronové na světě, v loň-

ském roce pokračující nárůst poptávky po svých produktech. Stěžejní podíl na udržení tržeb má jednoznačně odbyt kyseliny hyaluronové pro farmaceutické využití a trvalý růst poptávky po finálních produktech. „Děláme vše pro to, abychom udrželi svůj výkon a zisk. Těší nás, že i v době covidové se nám prozatím celkem dařilo. V roce 2020 jsme evidovali jen mírný pokles prodejů o několik málo procent, rok 2021 pak byl z obchodního i ekonomického hlediska dokonce nejlepší v historii firmy. Naše výkonná ředitelka Zuzana Bubnová zavedla přísná, ale efektivní pravidla, díky nimž jsme mohli vyrábět prakticky bez omezení,“ uvedl Vladimír Velebný, zakladatel a majitel firmy a ředitel výzkumu.

Zájem o kyselinu hyaluronovou pandemie nenarušila

Tuzemská firma sídlící v Dolní Dobručce v podhůří Orlických hor se dlouhodobě soustředí na výrobu a prodej kyseliny hyaluronové do celého



foto archiv Contipro



světa. Podíl exportu na loňských tržbách činil 89,2 %. Loňský úspěch připisuje vedení firmy faktu, že poptávka po kyselině hyaluronové směřovala z míst, která ani složitá situace kolem pandemie covidu neochromila. Ačkoliv kosmetický průmysl utrpěl v některých segmentech značné ztráty, právě o kyselinu hyaluronovou zájem neustupuje. „Společnost Contipro loni vygenerovala obrat těsně přesahující jednu miliardu korun, zatímco v roce 2020 to bylo 860 milionů. Musím přiznat, že během více než třiceti let podnikání ve farmaceutickém oboru bylo mým velkým snem této hranice dosáhnout,“ prozradil Vladimír Velebný. Meziroční nárůst tak činil 17,9 % a téměř polovinu tržeb firmy zajistil prodej kyseliny hyaluronové pro farmaceutické využití.

Firma stále roste

Růstový trend společnost provází nepřetržitě již od roku 2016. Díky hospodaření v černých čís-

lech nebylo ani v době koronavirové krize nutné propouštět zaměstnance. Contipro se naopak personálně rozrůstá a kontinuálně hledá šikovné a kvalifikované zaměstnance na různé pozice napříč společností. Rozrůstá a modernizuje se i celé zázemí společnosti. V loňském roce firma kupříkladu zprovoznila novou budovu vědecko-výzkumného centra GLP laboratoří a rozšířila vědecko-výzkumné základny o další přístroje.

Z finálních produktů Contipra je v současné době největší zájem o želatinovou kloubní výživu Geloren, která z hlediska tržeb zaznamenala růst o 60,8 %. „Na trhu má Geloren své pevné místo. U zákazníků se těší značné oblibě, což nás velice povzbuzuje. V současnosti připravujeme realizaci nové, automatizované linky pro jeho výrobu, která nám umožní navýšit produkci a rozvíjet zahraniční trhy,“ uzavřel Vladimír Velebný. (tz)

AKU-BAT o novém pravidlu k životnímu cyklu baterií

Diskuze o rozvoji elektromobility či bateriových systémů v energetice i průmyslu ukazuje, že mezi velkou částí veřejnosti stále převládá řada mýtů o bateriích, zejména z pohledu toho, co se s nimi stane na konci jejich životnosti. Již dnes povinnost recyklovat baterie, stejně jako např. solární panely, stanovuje zákon o výrobcích s ukončenou životností.

Komplexní nastavení pravidel celého životního cyklu baterií potom přinese nařízení EU, které se aktuálně projednává pod taktovkou francouzského předsednictví a jehož finální znění by měla v druhé polovině letošního roku dokončit, během svého půlročního předsednictví v Radě EU, Česká republika.

Deklarovaným cílem je zvýšit environmentální udržitelnost baterií po celou dobu jejich životnosti, a tím přispět k naplnění cílů Zelené dohody pro Evropu (European Green Deal). „Nařízení významně zvýší udržitelnost celého životního cyklu baterií na území EU, tedy od snížení uhlíkové stopy při výrobě baterií přes stanovení obsahu recyklovatelného materiálu až po druhotné využití (tzv. second-life of batteries) a následnou recyklaci,“ ocenil přípravu tohoto klíčového právního aktu výkonný ředitel Asociace pro akumulaci energie AKU-BAT CZ Jan Fousek.

„Právě projednávané nové nařízení o bateriích se stane významným právním předpisem v oblasti, která se má v Evropě dynamicky rozvíjet. Přináší komplexní požadavky týkající se života baterie od počátku až do doby, kdy se z ní stává odpad. Nařízení stanoví podrobné náležitosti na označování baterií, na omezování nebezpečných látek, sdílení informací v celoev-

ropském systému, vyšší cíle sběru, zahrnutí dalších druhů baterií, sledování uhlíkové stopy na řadu dalších. Nařízení o bateriích bude i důležitým tématem předsednictví ČR v Radě EU,“ uvedl ředitel odboru odpadů Ministerstva životního prostředí ČR Jan Maršák.

Snaha EU o zvýšení udržitelnosti výroby

Celá řada procesů od získávání drahých kovů až po recyklaci baterií sice ještě není zcela bez problémů, před tím bychom neměli zavírat oči. Avšak minimálně Evropa i samotní výrobci jsou si těchto handicapů vědomi. Proto Evropská unie ve spolupráci s členskými státy dokončuje nové nařízení o bateriích, jenž definuje výzvy, kterým masivní rozšíření baterií na našem kontinentu čelí a zároveň představuje jejich řešení. Tento přelomový právní akt by tak měl být důležitou odpovědí na většinu kritických hlasů vůči udržitelnosti celého životního cyklu baterií v elektromobilitě, energetice i průmyslu.

Právě probíhá připomínkování tohoto evropského nařízení, které má za ČR na starosti Ministerstvo životního prostředí ve spolupráci se Stálým zastoupením ČR při EU. Asociace AKU-BAT CZ spolu s dalšími oborovými organizacemi rovněž přispívají ke nejlepšímu nastavení tohoto nařízení.

Nejde však o první projekt EU pro řešení problému s udržitelností baterií. Již před několika lety totiž Evropská komise spustila projekt Evropské bateriové aliance, která si klade za cíl vytvoření vlastního konkurenceschopného a udržitelného hodnotového řetězce výroby bateriových článků, tedy včetně plánu postupného snižování závislosti EU na dovozu a zpracování materiálů pro výrobu akumulátorů. Nařízení o bateriích však stanovuje zcela konkrétní kritéria.

Co nařízení EU o bateriích přinese

Cílem nařízení je zajistit, aby baterie uvedené na unijní trh byly udržitelné a bezpečné po celý svůj životní cyklus. Procesy recyklace by měly nabízet přiměřenou rovnováhu mezi cenovou dostupností, energetickou účinností, šetrností k životnímu prostředí a bezpečností. Návrh nového nařízení obecně podporuje znovupoužití elektrických článků a baterií a vzniká v souladu s Akčním plánem Komise pro oběhové hospodářství.

Významnou úlohu tak bude hrát i „druhý život baterie“ (second-life of batteries), kdy budou baterie z elektromobilů po poklesu své kapacity na 70–80% ještě dalších mnoho let využívány ve stacionárních úložiscích energie, která již dnes existují a jsou připravena na budoucí příliv vysloužilých baterií, kterých je dnes vzhledem k již poměrně dlouhé životnosti ještě poměrně málo. „Toto řešení nejen pro ČR představilo jako první u nás společnosti z řad členů asociace AKU-BAT CZ, rádi proto zájemcům poskytneme další informace,“ dodal Jan Fousek.

„Rodný list“ – data od těžby až po recyklaci

Všechny baterie použité v EU budou například muset obsahovat prohlášení o uhlíkové stopě, a to již pravděpodobně od roku 2024. O dva roky později by již měly být vybavené štítkem, zaznačujícím danou baterii do třídy dle uhlíkové stopy. Veškeré informace budou obsaženy v QR kódu, natisknutém nebo vyrytém viditelně, čitelně a nesmazatelně na baterii.

Od roku 2027 se také bude muset uvádět obsah recyklovaného materiálu v technické dokumentaci obsahující informace o množství kobaltu, olova, lithia nebo niklu, získaného z odpadu přítomného v aktivních materiálech

v každém modelu a každé šarži baterií z každého výrobního závodu. Po roce 2030 již dle stávajícího návrhu nebude možné vůbec využívat baterie, které nebudou obsahovat stanovené minimální množství výše zmíněných látek, které nebudou pocházet z odpadu.

Důraz na udržitelnost celého životního cyklu baterií potvrzují i další části nařízení: požadavky na výkonnost a trvanlivost baterií, na nakládání s bateriemi na konci životnosti, rozšířená odpovědnost výrobce, sběr a přeprava odpadních baterií, jejich zpracování a recyklace, požadavky na další využití/repase.

Jednou z klíčových a zároveň rozsáhlých oblastí, které připravovaný unijní právní akt řeší, je samozřejmě otázka bezpečnosti. Důraz je tedy v rámci připomínek členských zemí kladen např. na nakládání s nebezpečnými látkami či požární ochranu. Mimo jiné aktualizovaný manuál k požární ochraně baterií i pro fotovoltaické systémy připravuje Asociace AKU-BAT společně se Solární asociací.

Recyklace baterií je již dnes zakotvena v zákoně o výrobcích s ukončenou životností

Na baterie v průmyslu, energetice i v elektromobilech se vztahují obdobná pravidla, jako třeba na malé tužkové baterky. Každý, kdo se jich chce zbavit jako odpadu, je musí odevzdat k recyklaci. Jejich výrobci mohou řešit tyto záležitosti individuálně nebo prostřednictvím tzv. kolektivních systémů, které plní povinnosti za výrobce. Po celém světě se postupně budují kapacity na recyklaci baterií podle toho, jak bude vysloužilých zařízení přibývat. Problém se tedy řeší a nezapomnělo se na něj. Podpora recyklace baterií a posílení infrastruktury k jejich recyklaci jsou podstatnými tématy i pro MŽP ČR. (tz)