



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

Když se bude dařit malému a střednímu podnikání, bude se dařit všem

Události ve světě, inflace, zdražování i do-
zvuk pandemie koronaviru. To vše český
business intenzivně ovlivňuje. A ne zrovna
směrem, v němž by bylo více příležitostí
než rizik. Jak se tedy přizpůsobit v podni-
kání změnám, jež hýbou s trhy i budoucí
prosperitou? Na to jsme se ptali Ing. Jiřího
Jemelky, MBA, majitele společnosti
JPF (J.I.P. pro firmy s.r.o.), která se zaměřu-
je na dočasnou pomoc podnikům prostřed-
nictvím interim managementu.

Co považujete za největší riziko pro podni-
kání v této době?

Bezpochyby je to neochota podniků rychle se
rozhodovat vzhledem k měnící se situaci. Je třeba
si uvědomit, že s businesssem, zvláště pak tím
českým, v tuto chvíli nikdo velký soucit mít ne-
bude. Čím rychleji si to vrcholový management
a majitelé uvědomí, tím rychleji mohou pod-
niknout kroky, které firmu stabilizují, případně
se jim podaří najít nový business model, s nímž
je možno v tomto světě úspěšně podnikat. Kdo
se bude rozhodovat pomalu, kdo bude váhat,
bude nakonec nejvíce zranitelný a jeho podni-
kání pravděpodobně nepřežije. Konflikt na
Ukrajině nám to ukazuje víc než zřetelně. Větší
výhodu budou mít také ti, kteří si dopředu
načrtnou několik různých scénářů, odrážejících
určité proměnné zejména na straně příjmů. Sa-
mo o sobě to zlepšuje akceschopnost a připrave-
nost na rozmanité situace. Urychlí to rozhod-
ování i přizpůsobení procesů.

Objevování nového modelu podnikání bývá
ale běh na dlouhou trať. S čím tedy začít,
když je situace vyhrčená?

Máte pravdu. Začít se musí od čísel. To, že se
nám všechny vstupy zdražují, inflace se zvyšuje
a s energiemi si láme hlavu celý svět, je prostě
holé konstatování. Navíc mnohé společnosti
ztratily svá východní odbytí, na něž byla vá-
zána třeba i polovina příjmů. S tím nic udělat
nelze, tady už se pohybujeme v makroekon-
omické až politické perspektivě. Povinnosti pod-
nikatele je v první řadě udržet podnik při živo-
tě, nejlépe při životě v zisku. Když to nejde, pri-
oritou je alespoň nedostat se do ztráty. Platí jed-
noduché pravidlo: má dáti dal. Hospodaříte jen



Ing. Jiří Jemelka, MBA, majitel společnosti JPF (J.I.P. pro firmy s.r.o.)

s tím, co si vyděláte. A tomu se podřizuje všech-
no ostatní. První krok je vždy přehled o tržbách
a nákladech a sledování trendu, který vám po-
skytne výkaz zisků a ztrát. Náklady lze vždy ně-
jakým způsobem osekát. Ale musíte vědět, kde.
Načrtnout si cestu ke štihlejšímu a efektivnější-
mu podniku může každý businessman hned.
I když ho to třeba bude stát nějaký komfort.

V posledních letech jsme si zvykli na to, že
se nám v businessu dařilo a bylo možné si
i ve firmách dopřávat. Jak to bude nyní?

Právě na přepychu, který se stal relativně snad-
no dostupný, lze šetřit velmi dobře. Už nebude
důležité, jestli je v zasedačce nábytek od proslu-

lého designéra. Už nepůjde o nadstandardní be-
nefity pro zaměstnance, firmy už se nebudou
předhánět v tom, kdo má nablýskanější zázemí
nebo odpočívárnu pro kolegy, nebudou měnit
rok co rok automobilovou flotilu. Je dost mož-
né, že nás tato doba nebude stát pouze zmiño-
vaný komfort. Budeme se muset nejspíš obrátit
ke kořenům. Mnoho podniků, zejména těch
menších a středních, si vyzkouší, jaké je to fir-
mu poslat o dvě až tři vývojová stadia zpět. Ale
pokud to zvládnou, mají našlápnuto do bu-
doucna. Je to totiž ukázka flexibility, kterou po-
třebujeme. Flexibility, která může nakonec do-
mácí podnikatelskou scénu posílit.

pokračování na straně 6

ČSOB spouští specializované pobočky pro firemní klientelu

Skupina ČSOB vytváří síť specializovaných
poboček pro firemní klientelu s komplexní
nabídkou servisních a obchodních služeb.
Od dubna je k dispozici 88 poboček pro fi-
remní bankovníctví, včetně více než 50 no-
vých provozních míst. Vedle toho se rozši-
řuje nabídka digitálních inovativních služeb.

„Cílem je vytvoření přehledného systému
a zkvalitnění obsluhy klientů firemního ban-
kovnictví při osobních jednáních na pobočkách
i v rámci online. Hlavní výhodou těchto pobo-
ček bude specializovaný přístup k firemním kli-
entům, stejně tak k zástupcům municipalit, by-
tových družstev nebo neziskových organizací.
Ke změně v obsluze přistupujeme i na základě
námětů našich klientů,“ vysvětlil Pavel Prokop,
výkonný ředitel Firemního bankovníctví ČSOB.

Z 88 specializovaných poboček bude více
než 50 otevřeno každý pracovní den, zbylá část
ve vybrané dny. Vedle toho bude pro klienty fi-
remního bankovníctví fungovat dalších 97 míst,
která budou poskytovat základní servis v podo-
bě služeb spojených s fyzickými osobami, např.
vyzvednutí platební karty nebo sjednání ČSOB
identity. Celkem se budou firmám a podnikate-
lům věnovat bankéři na 185 pobočkách. Hoto-
vostní obsluhu budou i nadále poskytovat po-
bočky ČSOB s pokladnami stejně, jako tomu
bylo doposud.

„V porovnání se současným stavem jsme
významně rozšířili počet specializovaných po-
boček firemního bankovníctví s plnohodnot-
nou nabídkou servisních a obchodních služeb.
Zvyšuje se i odbornost firemních bankéřů
a zkvalitňuje se a dále posouvá i škála online
služeb,“ uvedl Pavel Prokop.

V rámci skupinové strategie Digitálně
a s lidmi mají firmy a podnikatelé stále více slu-
žeb k dispozici online. „Mám radost, že od úno-
ra u nás mohou právnické osoby zakládat účet
plně online, což umíme jako jediná banka na
českém trhu. Loni v prosinci byl spuštěn pilotní
provoz virtuální asistentky Kate 4 business, kte-
rá v následujících letech významně přispěje
k pohodlí a kvalitě obsluhy našich klientů. Vel-
ký potenciál vidíme ve využití bankovní identi-
ty, kolem níž připravujeme pro klienty další di-
gitální služby,“ řekl Pavel Prokop.

Firemní klienti stále více využívají elektro-
nické bankovníctví CEB, které zahrnuje kom-
plexní obsluhu firemních účtů a produktů, jeho
součástí může být i Virtuální pobočka. CEB má
rovněž mobilní verzi CEB Mobile pro chytré te-
lefony s operačním systémem Android a iOS.

Všechny informace, včetně seznamu pobo-
ček pro firemní klientelu, jejich kontaktních
údajů a otevírací doby, jsou k dispozici na strán-
ce www.csob.cz/pobockyprofirmy. (tz)

Najdete uvnitř listu	
Snažím se dělat to, co je užitečné	3
Business nelze stavět na trvalém nedostatku lokálních pracovníků nebo lidech ze zahraničí	4
Tepelné čerpadlo je dnes již spíše investice	5
Kanceláře mění tvář, podpoří spolupráci a sociální kontakt	11
Emil Frey Group přebírá distribuci významných automobilových značek	14

Jarní nabídka ČPP: motoristické připojištění Kalamita

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vien-
na Insurance Group (dále jen „ČPP“) pro le-
tošní motoristickou sezónu připravila pro
své klienty připojištění Kalamita, které je-
jich vozidlo ochrání proti vichřici, povodni
a záplavě. Nabídku mohou využít nejen no-
ví, ale i stávající klienti.

Čím dál více motoristů si uvědomuje, že povin-
né ručení nepředstavuje finanční ochranu pro
jejich vozidlo, protože kryje případy, které způ-
sobí provozem svého vozidla jinému, ať už na
majetku, či na zdraví. Ochranu svého vozidla
mohou řešit u novějších vozidel pomocí kom-

plexního havarijního pojištění. V případě star-
ších vozidel pak k povinnému ručení využívají
stále populárnější formu cenově příznivějších
připojištění. Takovým příkladem mohou být
škody způsobené živelními událostmi. Příklad-
nou ukázkou ničivé síly přírodních živlů byly
škody způsobené tornádem na jižní Moravě
v roce 2021, a to nejen na nemovitém majetku,
ale také na motorových vozidlech.

„Pokud motorové vozidlo poškodí či zničí
přírodní živl, získá majitel pojištění plnění v pří-
padě, kdy má sjednané havarijní pojištění nebo
pojistný doplněk pamatující na tato rizika. A ta-
kovým je i nové připojištění Kalamita,“ uvedla
ředitelka marketingu a PR Jolana Kolaříková.

„Tento pojistný doplněk kryje škody na vozidle
vzniklé v důsledku vichřice, povodně a záplavy.
Ochrana se ale týká i dalších pojistných nebezpe-
čí, která jsou důsledkem či průvodním jevem
těchto živelních událostí. Jde například o požár,
úder blesku, krupobití, pád stromu a další rizi-
ka,“ vypočítala Jolana Kolaříková.

Připojištění Kalamita je dalším rozšířením
nabídky připojištění k povinnému ručení. Cel-
kem jich ČPP nabízí již 14, a zájem klientů
o rozšíření pojištění ochrany vozidla trvale ro-
ste. U nově sjednávaných povinných ručení při-
padá na jednu tuto smlouvu nejméně jedno
motoristické připojištění navíc, přičemž největ-
ší zájem mají klienti o připojištění skel. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164
e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 9. května 2022

PhDr. Eva Brixí-Šímková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brixix@iprosperita.cz

Martin Šímek, šéfredaktor internetových médií
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
a www.freshtime.cz
mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Pavel Kačer, redaktor
mobil: 724 501 791, e-mail: kacerp@iprosperita.cz

Kateřina Šímková, redaktorka a mediální konzultantka
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce
mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem ■■■. Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzerentem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
Pražákova 876/66, 639 00 Brno

Časopis je v roce 2022 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

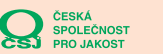
■ se společností
NEWTON Media a.s.



■ 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

Optimismus se nikam neztratil

Čeští zaměstnavatelé neztrácejí optimismus, pokud jde o nabírání nových pracovních sil. V této nejisté době je to velmi pozoruhodný jev. Ať už pozitivní Manpower index práce, nebo prohlášení představitelů mnoha firem jasně naznačují, že podniky chtějí nabírat zaměstnance. A ukazuje to i situace na domácím pracovním trhu. Poptávka neklesá a požadované odměny a benefity stále stoupají. Češi se domnívají, že například situace s energiemi nebo logistickými řetězci není tak zlá, aby docházelo k omezování výroby a služeb a že případné výpadky v důsledky sankcí budou nahrazeny. Optimismus bývá prvním předpokladem k dosažení úspěchu ať už v podnikání, nebo životě. U tradičně spíše skeptického českého národa je významnou devizou do budoucna.

Pavel Kačer

Zaujalo nás

Igraček míří do Frenštátu

Výstava Fenomén Igraček byla ve frenštátském Městském kulturním středisku plánována již před dvěma lety. Díky uzavření muzeí a výstavních síní však originální neprodejnou figurku Igračka v podobě místního rodáka Jiřího Rašky vidělo jen několik málo prvních návštěvníků. Letos se proto organizátoři rozhodli výstavu obnovit. Pro zájemce bude zpřístupněná ve dnech 18. května až 24. června ve výstavní síni Albína Poláška. Návštěvníci se seznámí s výrobou, historií i současností oblíbené české hračky.

Putovní výstavu připravila česká firma EF-KO-karton s.r.o., která Igračka vyrábí, ve spolupráci s Technickým muzeem v Brně a Inspirací Zlín. „Na návštěvníky čekají nové informační panely s QR kódy, jejichž prostřednictvím mohou nahlédnout například do výroby. Unikátním skvostem bude Igraček tentokrát v podobě věhlasného sportovce Jiřího Rašky. Oblečen bude do dresu, ve kterém vyhrál v roce 1968 na ZOH v Grenoblu zlato,“ uvedl Miroslav Kotík, majitel firmy EFKO-karton. (tz)

Mediální partnerství v roce 2022

1. MANAŽER ROKU
2. Ambasadorka 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
- PaedDr. Petr Paksí, DBA, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- Michal Hanáček, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

V prvním čtvrtletí vzniklo podprůměrné množství nových firem

Od začátku letošního roku bylo v ČR založeno 7600 nových firem. To je o 5 % méně než ve stejném období 2021 a o 123 více než v roce 2020. V porovnání s předchozími osmi lety tak bylo v prvním kvartálu 2022 registrováno podprůměrné množství společností. Důvodem jsou přetrvávající ekonomické problémy. Celkový počet firem v ČR vzrostl na 538 620. Informace zveřejnila poradenská společnost Dun & Bradstreet.

„Období mezi lety 2020–2021 bylo pro podnikatele a manažery jedno z nejobtížnějších v novodobé historii, když se museli vyrovnávat s novými podmínkami, které si vynutil boj proti onemocnění covid-19. Koncem loňského roku se přidaly problémy s dodávkami zboží z Asie, firmy po celém světě začala dusit inflace a vyso-

ké ceny komodit. Očekávané ekonomické zotavení a mírný optimismus po pandemii zhatila rusko-ukrajinská krize. Vyhledky do budoucnosti jsou nejisté. To jsou hlavní důvody, proč letos v ČR vzniká podprůměrné množství firem,“ řekla analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová.

Za první tři měsíce letošního roku podnikatelé založili 7600 nových společností, což je druhý nejnižší počet od roku 2017. Celkově vzniklo 7361 společností s ručením omezeným a 239 akciových společností. Nejčastějšími obory činnosti je nespécializovaný velkoobchod (773 nových firem), pronájem a správa nemovitostí (667), výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1–3 živnostenského zákona (346) a administrativní činnosti (332).

Ačkoliv bylo v prvním kvartálu založeno 7600 nových subjektů, celkový počet firem ze zvýšil jen o 4249 firem z 534 371 na 538 620. (tz)

Počty nově založených firem* v ČR v 1. kvartálu 2015–2022

1Q 2022	1Q 2021	1Q 2020	1Q 2019	1Q 2018	1Q 2017	1Q 2016	1Q 2015
7600	8025	7477	8087	8416	9640	7041	6912

Z kávové sedliny surovina pro sušenky

Biopekárna Zemanka oznámila další cirkulární spolupráci, tentokrát s mamacoffee. Nové společné kávové sušenky najdou zákazníci od března v Kauflandu, od dubna také v nově otevřené prodejně Zemanky v centru Prahy. Spolupráce s mamacoffee navazuje na úspěšné spojení Zemanky a UGO. Z toho vznikly cirkulární sušenky a kreky, které lze nyní zakoupit v Albertu, Globusu a dm drogerii.

Sušenky z kávové sedliny jsou evropským unikátem, a nápad na ně ocenili také na nizozemské výstavě Free From. Partnerská spolupráce v duchu cirkulární ekonomiky byla na tomto veletrhu přijata jako úplná novinka. V Česku přitom Zemanka vede už několik projektů, kdy zbytkovou surovinu z výroby partnerské firmy vnímá jako vstupní surovinu pro své pečeni.

„Naším posláním je vyrábět potraviny, které jsou zdravé pro přírodu a chutné pro lidi. Proto od našeho založení pečeme z certifikovaných biosurovin a v posledních dvou letech rozšiřujeme naše portfolio také o cirkulární produkty. Díky tomu už jsme dokázali našim partnerům zpracovat více než tunu kvalitní a chutné druhotné suroviny,“ komentoval spolupráci Jan Zeman, zakladatel a majitel Biopekárny Zemanka.

Pro rodinnou biopekárnu z Oříkova na Sedlčansku jde už o čtvrtou takzvanou cirkulární spolupráci, kde pomáhají partnerům zpracovávat zbytkové suroviny z výroby. První cirkulární projekt si Zemanka vyzkoušela s Plzeňským Prazdrojem v roce 2020, v minulém roce navázala spolupráci s UGO ze skupiny Kofola a s IKEA. Právě s IKEA si v Zemanke poprvé zkusili péct sušenky z kávové sedliny, kterou dodává IKEA přímo ze svých restaurací. (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!

Snažím se dělat to, co je užitečné



Firmu CLARKSON CZ, s.r.o., založila Hana Eckert v roce 2004, ale na českém trhu rozvíjela aktivity už od roku 1996. Dnes je silným obchodním partnerem mnoha domácích i zahraničních společností v České republice, jimž dodává obráběcí nástroje v roli výhradního distributora, včetně poradenství a služeb, které s tím souvisejí. Filozofií podnikání je zdravý konzervatismus, který sází na jistotu, korektnost a dobré vztahy. O tom, že je to základ úspěchu, je Hana Eckert stále přesvědčena:

Do České republiky dovážíte řadu let obráběcí nástroje. V jakých odvětvích se převážně uplatňují?

V podstatě jsou určené do jakéhokoli provozu, kde se něco vyrábí. Zejména se využívají ve strojírenství, potažmo v automobilovém, letectvém, těžkém nebo zbrojním průmyslu, ale třeba také hojně v energetice. Obchodně tedy spolupracujeme s velkým množstvím firem v České republice, jsme stálým a ověřeným partnerem. Zastupujeme například značky ZCC-CT, Depo, Laip, Granlund a mnohé další.

Přibývá zájemců, zákazníků?

Staráme se především o ty stávající, s nimiž máme letité kontakty. Ale samozřejmě oslovujeme další, vedeme s nimi odborný dialog a snažíme se o to, aby se smysluplným způsobem portfolio odběratelů rozšiřovalo. Mnoho lidí říká, že český trh je malý a saturovaný, ale já bych si dovolila tvrdit, že tomu tak zcela není. CLARKSON CZ chce nabídnout produkty a služby tam, kde vidí možnost jejich uplatnění, tam, kde zlepši výkonnost a kvalitu výroby, ale zároveň přispěje ke kontinuitě výroby. A protože je Česká republika stále ještě spíše průmyslová země, příležitostí k navazování dalších obchodních vztahů je pořád dostatek. A můj tým se snaží uspokojit i ty nejnáročnější klienty. Ostatně obory, kde se pohybujeme, hovoří za všechny reference.

Jak se vám v uplynulých dvou letech ekonomicky dařilo?

Pocítíte složitosti trhu, které vznikaly kvůli koronaviru, anebo spíše naopak?

Doufám, že to nebude znít příliš sebevědomě, ale i navzdory omezením, která s sebou pandemie přinesla, jsme minulé dva roky zvládli velmi dobře. Firma pracovala v plném nasazení, nadále jsme přímo i virtuálně komunikovali s dodavateli i odběrateli, paradoxně jsme měli více práce než dříve. Naším zákazníkům jsme nechtěli zůstat nic dlužní, navíc jsme byli zvyklí plnit vždy jejich požadavky v dohodnutých termínech. A spolehlivým dodavatelem jsme chtěli zůstat. Myslím, že se nám to podařilo. Také pro-

to, že jsme napanikařili a věřili, že každý problém má řešení. A to jsme se snažili nacházet.

Některé produkty, jimiž české podniky zasobujete, se vyrábějí v Číně. Neměla vaše firma v době, jíž jste se naučili říkat pandemická, problémy s dovozem z asijského kontinentu?

Možná jsme měli štěstí, ale problémy nenastaly. Vysvětlením může být třeba to, že pracujeme velmi koncepčně, a dovolím si tvrdit, velmi zodpovědně. Jsme seriózní k odběratelům, stejně tak k firmám, od nichž nástroje odebíráme, vědí, že se na nás mohou spolehnout. Vypracovali jsme se v důvěryhodného obchodního partnera, a to se počítá. Naše vazby jsou letité, v mnoha případech až osobní. Rovněž jsme subjektem, který platí včas.

Osobních setkání, obchodních schůzek, konferencí ubylo. Jak jste řešili tyto okolnosti?

V těch nejhorších chvílích, hlavně zpočátku pandemie, jsme osobní kontakty omezili. Bylo to složité, já jsem například zvyklá za zákazníky jezdit, vše probrat osobně. Moderní komunikační technologie nám vypomáhaly ve chvílích, kdy nebylo zbylí. Když to šlo, řešila jsem však raději alespoň telefonicky nebo e-mailem. Jakmile se pravidla jen trochu uvolnila, opět jsme přešli na osobní komunikaci, byť v rouškách. Ale jak se říká, všechno zlé je k něčemu dobré. Člověk se z uplynulého období poučil, zjistil, že některé procesy se dají zracionalizovat, zrychlit, zpřesnit. Uvědomila jsem si, že určité operace, věci bývaly zbytečné, a to jsme změnili. Také se mi potvrdilo, že mám kolem sebe výborný tým odborníků, na které se mohu spolehnout a kterým mohu věřit. A to je víc, než si šéf firmy vůbec může přát.

Co vám dodávalo podnikatelský optimizmus?

Z hlediska životního nastavení nepatřím k pesimistům. Nemám potřebu si stále na něco stěžovat, tvrdit, že něco nejde. Naopak. Jsem zvyklá učit se novým věcem, na tom jsem ostatně CLARKSON CZ vybudovala, tvrdě a houževnatě pracovat, jít za určitým cílem. A jak jsem již podotkla, snažím se vždy hledat řešení. A když je takto nastavená celá firma i vaši obchodní partneři, optimizmus nevzniká, ale trvá a dává vám velkou sílu.

Jak předpokládáte, že se bude vyvíjet domácí trh letos?

V tomto případě je odpověď těžší. Trh je velmi nervózní, vážnou dodávky materiálů, komponentů, globální provázanost jednotlivých odvětví je také zrádná. Je jasné, že se to dotýká i nás, byť zatím ne tak tvrdě. Co je ale horší, je skutečnost, že někteří výrobci omezují produkci, ať už z jakéhokoli důvodu. Zvyšující se inflace také



Hana Eckert, jednatelka firmy CLARKSON CZ, s.r.o.

napovídá, že po některém zboží klesá poptávka, což je pro podniky a jejich dodavatele varováním. V průmyslu je znát velká nejistota.

Zastupujete firmy z celého světa. Je dnes s nimi jednodušší komunikace než v době, kdy jste stavěla vlastní business na nohy?

Určitě ano, protože naše vztahy trvají několik desetiletí. Patříme k zavedeným hráčům, na které vždy bylo spolehnutí. A to se promítá do celé naší činnosti. Když jsem vlastní podnikání rozvíjela, musela jsem si důvěru firem postupně získávat. Chtělo to čas i odvalu, přesvědčení, že se to podaří. Přece jen jde o obchod ve značných finančních objemech i se známými firmami. Dnes se celé to snažení úročí a dává naději vše dál rozvíjet.

Do nabídky zařadil CLARKSON CZ jednu zajímavou novinku, tzv. Toolbox, nástrojový výdejní automat. K čemu slouží a pro jakého zákazníka je vhodný?

Je to pro některé naše klienty takový bonus. Nástrojový výdejní automat je aplikován přímo do výrobních závodů. Provoz si z něj může nepřetržitě odebírat zboží bez vedlejších nákladů, průběžně, kdy je zrovna ten který nástroj potřeba. Obsluha je snadná a detailní evidence odběru zboží zajištěna. To znamená, že klient nemusí na určité díly čekat, až je dodáme, ale má je k dispozici okamžitě.

Když jste se pustila na dráhu, která patří většinou mužům, říkala jste, že jste se toho musela hodně naučit, porozumět úplně jinému oboru, ale také se důstojně pohybovat v prostředí, kde ženy dříve neměly šanci uspět. Učíte se stále?

Řekla bych, že ano. I v tradičních oborech se toho za poslední roky hodně změnilo, a já to musím akceptovat. Tato cesta nesvědčí k stereotypu, naopak je o značné dynamice. A to mi vyhovuje.

A jakou zásadní zkušenost z podnikání máte? Co se vám vždy vyplatilo?

Snažím se dělat to, co je užitečné. Dovážíme nástroje od společností se světovým jménem. Zastupujeme je na českém trhu. Máme zmapováno, kdo toto zboží potřebuje a kde je ještě potenciál se uplatnit. Tam, kde to má smysl, se snažíme domluvit. Firma roste, nemá dluhy, na našem trhu zaujala pevné místo. Obětovala jsem tomu kus života. Jsem tvrdý obchodník, nestavím vzdušné zámky. Vážím si důvěry, kterou CLARKSON CZ získal. A ta zkušenost? Když děláte to, co vám dává smysl, je to správná cesta. Vyplatilo se mi chovat se slušně a důstojně, a k jednáním přistupovat připravená a s patřičnými znalostmi. Získala jsem si tím respekt, a kdysi dávno také posílila sebevědomí. Vyplatilo se mi přemýšlet a plnit, co jsem slíbila.

otázky připravila Eva Brix
www.clarkson.cz

Moore Czech Republic zastřešuje pomoc asijským společnostem na evropském trhu

Skupina Moore Czech Republic se stala v rámci mezinárodní sítě Moore Global centrálním evropským kontaktním místem pro asijské společnosti. Úlohou nově vytvořeného útvaru EU-Asia Desk je poskytování pomoci a poradenství u obchodních aktivit asijských společností na evropském trhu. V roce 2022 bude společnost pomáhat v obchodních aktivitách desítkám evropských společností s vlastníky z Číny, Japonska a Jižní Koreje.

Tuzemské oddělení EU-Asia Desk podporuje lokální obchodní aktivity mezi subjekty z Evropy a zemí dálného východu. Soustředí se na široké spektrum aktivit od překladatelství až po řízení projektů s cílem minimalizovat rizika

spojená s kulturními rozdíly, zprostředkovává služby vedení účetnictví, daňové a právní poradenství nebo audit, ale také zajišťuje marketingové aktivity a business development. „Centrála Moore Czech Republic v Praze se na za-

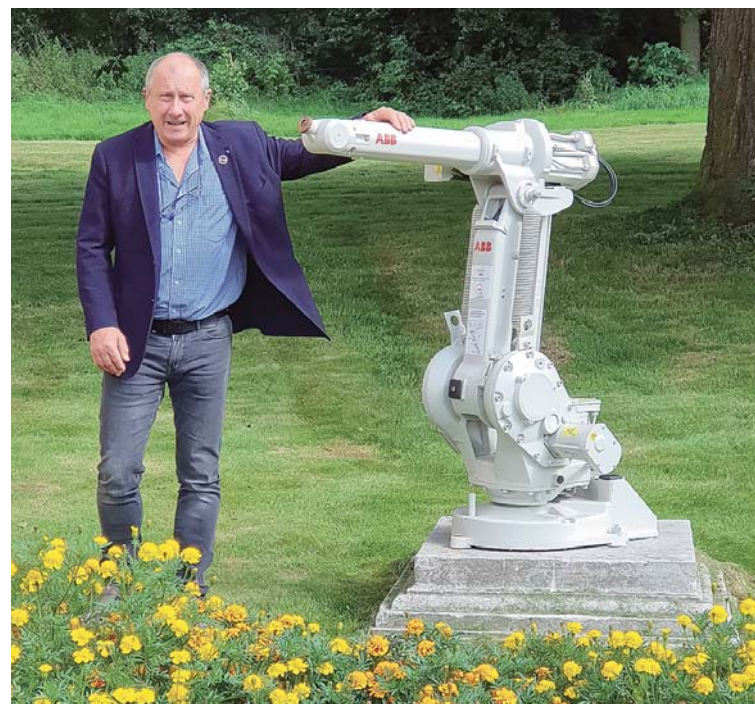
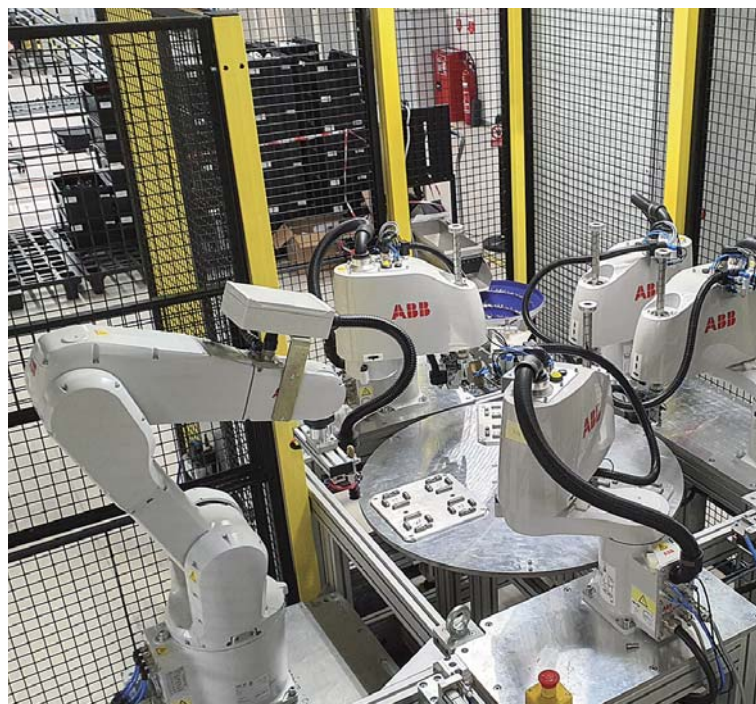
čátku roku stala stěžejním kontaktním místem pro členy poradenské sítě Moore Global, kteří zprostředkovávají obchodní aktivity pro klienty z asijských zemí. Naše společnost tak pomůže přitáhnout asijský kapitál do celé Evropy, což se pozitivně odrazí nejen na růstu pracovních míst, ale také to otevírá prostor pro obchodní aktivity evropských společností, včetně těch českých, se zajímavým know-how či projekty směrem do Asie,“ popsal partner skupiny Moore Czech Republic Karel Kučera. EU-Asia Desk disponuje silným týmem rodilých exper-

tů z Japonska, Číny a Jižní Koreje. Právě tyto asijské země realizují největší investice nejen v České republice, ale v celé Evropě. „Při zajišťování těchto transakcí je zásadní expertiza rodilých mluvčích, kteří tvoří jádro našeho týmu. Díky odstranění jazykové bariéry, chápání širšího kontextu realizovaných obchodních aktivit, včetně obchodních odlišností a kulturních rozdílů, tak výrazně snižujeme rizika, ale i zefektivňujeme požadované služby,“ upřesnil Karel Kučera.

(tz)
www.moore-eu-asia.com

Business nelze stavět na trvalém nedostatku lokálních pracovníků nebo lidech ze zahraničí

O roli průmyslu v domácí ekonomice se toho už hodně namluvilo i napsalo. Ne každý, kdo se zapojil do diskuze, však pochopil, proč debaty vznikají. Proč je průmysl, potažmo třeba strojírenství či potravinářství, tolik důležitý, a proč je užitečné lidi technicky orientovat a vybízet ke znalostem, motivovat k výsledkům, jimiž přispějí k novým prospěšným zkušenostem a pokroku lidstva. Zní to možná příliš učebnicově, ale výpovědi šéfů velkých průmyslových firem se většinou shodují v jednom: odborníků techniků je stále málo. Na rozdíl od těch, kteří se kolem výroby jen „točí“, mluví do ní a o ní. Kromě technicky zdatných specialistů může výrazným způsobem pomoci automatizace a robotizace, která na sebe převezme otěže rutinní a ubíjející práce, jíž je v mnoha provozech ještě víc než dost. Ale to není nic nového, pro Ing. Josefa Klímu, předsedu výrobního družstva ELAP, to je každodenní téma:



První pololetí roku patří často i rekapitulaci toho, co se v tom uplynulém podařilo. Jak se loni vedlo vašemu družstvu?

Rok 2021 můžeme z našeho pohledu označit za rok složitý, a ne zrovna úspěšný. Covidová kalvárie a vážnoucí dodávky materiálu se značně



Ing. Josef Klíma, předseda výrobního družstva ELAP

podepsaly na našem hospodaření. Velké problémy se splněním dohodnutých termínů generované nedostatkem lidí a nedostatkem montážního materiálu zastavila nejen finanční toky. Na lidech je znát značná únava, apatie a ztráta dynamiky.

Přišly nové, výrazné zakázky?

Zakázky se objevily. Je ale velmi obtížné stanovit reálný termín a cenu. Spousta firem zastavila nebo pozastavila realizace a ceny za realizace se dostávají do zóny nerentability.

Na čem pracují vaši specialisté nyní?

Krátce a jednoduše řečeno, stvořit z ničeho něco za reálnou dobu.

Změnil se trh v období dvou covidových let?

Značně. Neskutečná dražota, nedosažitelnost materiálu, dlouhé dodací termíny. Ve firmách je velká fluktuace a nastupující garnitura neoplývá zrovna technickým vzděláním. Z toho pramení složitá, a ne zrovna plodná jednání.

Myslíte si, že menší české firmy, které mají dostatečnou hotovost, půjdou cestou zvyšování efektivity práce? Budou chtít investovat tímto směrem?

Dle mého názoru se většina výrobních firem bude orientovat na snížení části výrobních nákladů generovaných spotřebou energií a snížením mzdových nákladů, a tedy zvyšováním nejen finanční efektivity výroby. Automatizace je jednou z cest, jak toho dosáhnout.

Nové technologie, robotizace, přesnější celky různých průmyslových zařízení. Podle jakých argumentů firmy dnes poptávají? Co potřebují? A co budou potřebovat ve výhledu dalších let?

Jedním z hlavních argumentů je snížení množství nekvalifikovaných lidí v přímém výrobním procesu. Business nelze stavět na trvalém nedostatku lokálních pracovníků nebo lidech ze zahraničí. Jednou z cest je vytvářet variantní automatizované/poloautomatizované výrobní buňky, kde špinavou, ubíjející a fyzicky a psychicky náročnou práci budou dělat roboti.

Nezasloužilo by si české strojírenství a průmysl jako celek v návaznosti na značné know-how dané nejen historickou zkušeností větší podporu v oblasti osvěty, významu, budoucnosti? Přece jen – vyrábět někdo musí...

Zasloužilo. Zatím se o tom hodně mluví a málo se jedná. Předávání životních zkušeností z výroby a technologie vážne nejen z důvodu nezajmu, ale i společenského zařazení.

V čem hledat dnes podnikatelský optimismus? Podle čeho tvořit plány, strategii, víze? Když za slovíčko dynamika často skrýváme emoce spojené s nejistotou? Máte svůj osvědčený přístup k věci?

Jde o velmi složitou dobu, kdy něco predikovat je jak hádat z křišťálové koule. Denní operativa, značná spousta změn nevedou zatím ke zklidnění situace. Jde o stav, který jsme zatím neznali a učíme se, jak z něj vyjít posílení. Je třeba se držet hesla „Co tě nezabije, to tě posílí.“ Ve zkratce „Přežít“.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Některé podniky snižují své marže

Ceny materiálů, meziproduktů a služeb, včetně dopravy, letos podnikatelům nejčastěji podrazí o desetinu až pětinu. K tomu vzrostou ceny energií a pohonných hmot, nejčastěji do 50 %. V důsledku zdražování materiálů, energií a pohonných hmot tak své výrobky a služby bude nuceno zdražit více než osm z deseti podnikatelů. Řada podniků ale také sníží své marže. Podnikatelé se tak budou snažit růst cen alespoň částečně absorbovat a spotřebitelskou inflaci tím tlumit. Vyplývá to ze šetření, v němž se Hospodářská komora dotazovala svých členů na to, jaký vývoj cen očekávají.

Naprostá většina – celkem 94 % podnikatelů – uvedla, že v porovnání s loňským rokem jim ceny vstupů, jako jsou materiály, meziprodukty a služby zásadní pro podnikání, bez energií a mezd, letos vzrostou. Největší nárůsty cen očekávají podniky působící ve zpracovatelském průmyslu a ve stavebnictví. Polovina firem počítá s nárůstem cen vstupů o 10 až 20 %, zhruba třetina odhaduje meziroční nárůst cen vstupů o více než pětinu.

Co se týká cen energetických vstupů, včetně pohonných hmot, situace je ještě závažnější. Téměř všichni respondenti (97 %) čekají meziroční nárůst cen. Neexistuje ani jediná firma, která

by předpokládala, že cena energií a pohonných hmot letos klesne. Polovina podnikatelů očekává meziroční nárůst energetických vstupů vyšší než o 50 %.

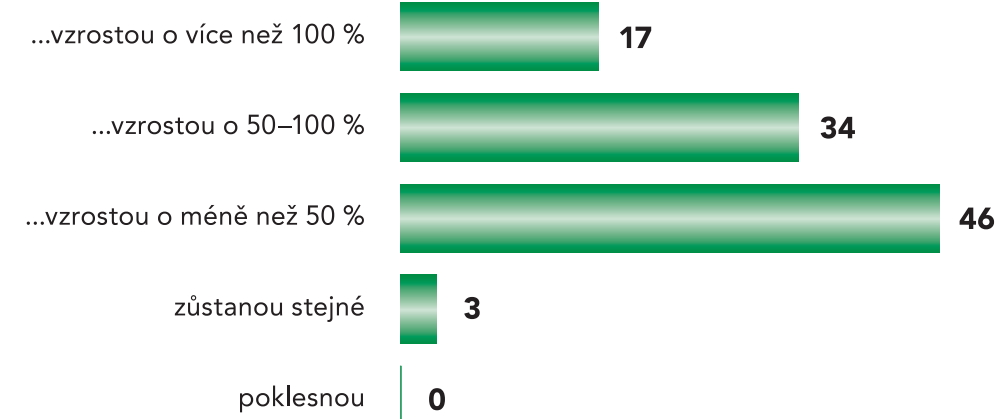
Celá třetina respondentů ze zpracovatelského průmyslu uvedla, že ceny energetických vstupů jim letos vzrostou o více než 100 %. Největší nárůsty cen hlásí zejména velké firmy.

Kvůli vysokým cenám energií a materiálů letos zvýší prodejní ceny svých produktů a služeb více než 8 z 10 podniků (84 %). Ceny na

stejně, nebo dokonce na nižší úrovni než v loňském roce se bude snažit udržet zbytek firem.

Rovná polovina firem uvádí, že jejich prodejní ceny letos vzrostou o více než desetinu. Nejvyšší nárůsty cen se objeví především ve stavebnictví, významnou roli v tomto segmentu ekonomiky hraje nedostatek materiálu, současek i pracovní síly, což dále negativně ovlivňuje válečný konflikt na Ukrajině. Důvodem základních surovin a zásadních meziproduktů vážne a zároveň stavebnictví přichází o kvalifikované

Předpokládáte, že ceny vašich energetických vstupů (včetně pohonných hmot) v letošním roce ve srovnání s rokem 2021...



ukrajinské pracovníky, kteří opouštějí ČR, aby bojovali na frontě.

„Přestože se v podstatě všem podnikům zvýší ceny vstupů, a to velmi výrazně, nemalá část respondentů přistoupí i ke snížení svých marží, týkat se to bude především menších firem. Růst cen vstupů se tak v plné míře nepromítne do spotřebitelské inflace, tento přístup podnikatelů bude dopady tohoto růstu na spotřebitele tlumit,“ poznamenal prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý. Podle Hospodářské komory se situace na trhu s rychle rostoucími cenami elektřiny a plynu stává neudržitelnou jak pro domácnosti, tak pro podniky. Proto navrhla vládě kroky, jak domácnostem, podnikům a obcím snížit cenu energií a zabránit i dramatickému růstu cen v následující topné sezóně. Vláda by se podle Hospodářské komory měla soustředit i na dosud neuvažovaná řešení. Navrhuje kupů. výjimky pro používání burzovních cen při prodeji energií, majetkový vstup ČR do vznikajících LNG terminálů nebo vytvoření mechanismu k zajištění strategických zásob zemního plynu. Vláda by měla zvážit i vlastní těžbu plynu z břidlic nebo prodloužení provozu uhelných tepláren.

Do šetření Hospodářské komory realizovaného v druhé polovině března 2022 se zapojilo 398 zástupců všech hlavních odvětví ze všech krajů České republiky. Na anketu odpovídaly mikro, malé, střední, ale i velké podniky. (tz)

Tepelné čerpadlo je dnes již spíše investice

Rostoucí ceny plynu a elektřiny, obavy o stabilitu dodávek plynu, plánovaný zákaz neekologických kotlů... Současný vývoj na trhu s energiemi momentálně nevyvolává v majitelích domů právě optimizmus a naději. Mnoho z nich proto zvažuje pořízení tepelného čerpadla a případně jeho kombinace s fotovoltaikou. O rozmachu výroby a instalaci tepelných čerpadel jsme hovořili s Jiřím Hanusem, generálním ředitelem a spolujednatel společnosti ACOND.

Energetika se dostala do popředí jako velké téma pro firmy i domácnosti. Komu nyní dáváte tepelná čerpadla více? Menším podnikům, které sídlí v jednom objektu, nebo majitelům rodinných domů?

Soustředíme se především na dodávku tepelných čerpadel pro koncové zákazníky, naší specializací jsou rekonstrukce rodinných domů, kdy se mění původní topný systém za tepelné čerpadlo. Majitelé takových domů tvoří převážnou část naší klientely.

Jak poptávka po vašich produktech a službách stoupla od ledna do dubna? A stiháte vše vyřídit?

Ještě v nedávné době jsme dělali deset čerpadel denně, aktuálně jich při současných výrobních kapacitách vyrábíme každý den 15 kusů. To je nárůst o 50 %. Vyšší poptávku jsme dopředu očekávali vzhledem k plánovanému konci neekologických kotlů, který tedy vláda nedávno odložila. Nikdo ale nepočítal s aktuální situací v Evropě. Lidé mají obavu o stabilitu dodávek plynu a poptávek po tepelných čerpadlech je proto násobně víc. Díky tomu, že jsme český výrobce, se dokážeme požadavkům trhu rychle přizpůsobit, ale v aktuální situaci bohužel nejsme schopni reagovat tak rychle jako dříve, protože nárůst poptávek je v tuto chvíli skutečně enormní.

Budete rozšiřovat výrobu? Máte na to kapacity, chuť, dostatek odborníků?

Měsíční výrobní kapacitu navyšujeme od června 2022 na 400 tepelných čerpadel měsíčně, v září 2022 na 700 ks měsíčně a od poloviny 2023 na 1500 tepelných čerpadel měsíčně. Poptávka po kvalitním českém výrobku se zajištěnou technickou podporou přímo od českého výrobce je velká a rychle roste.



Jiří Hanus, generální ředitel a spolujednatel firmy ACOND a.s.

Je víze energetické soběstačnosti rodinných domů v České republice vůbec uskutečnitelná? Bude mít na pořízení tepelného čerpadla a solárních panelů běžná domácnost dostatek finančních prostředků?

Zcela soběstačný rodinný dům je zatím schopen realizovat pouze naprostý nadšenec, který neváhá investovat vysokou a těžko návratnou částku a současně přizpůsobovat život domácnosti aktuálně dostupné energii. Věříme v kombinaci tepelného čerpadla s fotovoltaikou, kde energii získanou právě fotovoltaikou zněkolikanásobíme pomocí tepelného čerpadla. Na takovou kombinaci, pokud je inteligentně řízená, jsou i nejvyšší dotace. Vývoj takových chytrých sestav právě dokončujeme ve spolupráci s ČVUT UCEEB.

Čeká se na změnu dotační politiky. Hodláte dále pomáhat s vyřizováním?

Rozhodně ano. Máme oddělení, které vyřízení dotací zajišťuje, a s tím samozřejmě budeme pokračovat dál.

Ostatně, předpokládáte, že budou finanční příspěvky lidem stačit? Hodně zájemců by rádo nyní přešlo z vytápění, ohřevu vody i vaření na plyn k jiným zdrojům energie, jako nejrozsáhlejší se jeví právě tepelné čerpadlo a fotovoltaika. Bude reálné pokrýt žádosti do příští topné sezóny?

Pokud víme, o dalších dotacích se stále jedná. Předpokládá se, že vláda bude úsporné zdroje

energie obecně více podporovat a další dotační programy nebo příspěvky ještě přibudou. Komplikovanější je to s dostupností tepelných čerpadel u výrobců a dodavatelů. Většina značek na českém trhu je zahraničních, možnosti distribuce asi nepůjde úplně výrazně navýšit. ACOND je hlavní český výrobce čerpadel, a i když zvyšujeme kapacity a děláme vše pro to, abychom uspokojili co nejvíce poptávek, je třeba počítat s tím, že dodací lhůta se bude pravděpodobně prodlužovat. Rozhodně by ale zájemci neměli propadat panice a slevit z kvality, protože tepelné čerpadlo kupujete na mnoho let. Určitě tedy doporučuji si na špičkové zařízení raději počkat.

Co všechno bude muset majitel rodinného domku, který by se rozhodl přejít ze zemního plynu na tepelné čerpadlo, udělat? Bude muset kotel odpojit, přestavět něco, kopat? Vyměnit sporák za elektrický, přistavět technickou místnost? Když před pár lety kompletně zrekonstruoval?

Obecný postup je takový, že je třeba připravit pevný a vodorovný základ pod venkovní jednotku a zajistit odvod kondenzátu. Pokud se čerpadlo nachází pod šikmou střechou, musí nad ní být instalovaná stříška, která ho ochrání před padajícím sněhem, rampouchy a větším množstvím vody. Také je třeba připravit průraz pro připojení venkovní jednotky a zajistit všechny potřebné kabely. Čerpadla se obecně napojují na stávající rozvody, proto žádné větší stavební úpravy zpravidla nejsou potřeba. Pokud je vše připraveno správně, trvá instalace 1–1,5 dne. Naši montážníci montují čerpadla každý den, takže práce postupují rychle. Každý dům je jiný, proto ke každé zakázce vždy přistupujeme individuálně. Náš technický poradce vždy vše zkonzultuje s majitelem, vyhodnotí situaci daného domu a navrhne konkrétní řešení.

Podle čeho lze předpokládat, že se instalace tepelného čerpadla opravdu vyplatí? Nebo co udělat, aby tato investice měla smysl, a to jak finanční, tak z hlediska jistoty, že bude mít rodinný domek teplo i teplou vodu?

Obojí v podstatě souvisí s kvalitou a provedením tepelného čerpadla. Je třeba zvolit dostatečně výkonné zařízení, které odpovídá potřebám tepla daného domu a dokáže se postarat o úsporný ohřev topné i teplé užitkové vody. Právě za tímto účelem jsme vyvinuli čerpadlo ACOND PRO R, které potřebu tepla většiny rodinných domů bez problémů pokryje. Konkrétní situaci ale vždy vyhodnocuje náš technický poradce při návštěvě

daného domu. Je třeba vzít v potaz například i to, jaký je v něm topný systém a jak teplou vyžaduje topnou vodu. Například radiátory potřebují zpravidla topnou vodu o vyšší teplotě než podlahové topení. Tyto věci řeší naši pracovníci vždy na místě. Z pohledu provozu je výhodou tepelného čerpadla prakticky jistota, že nehrozí dlouhodobé výpadky dodávek. Zda se čerpadlo vyplatí ekonomicky, to záleží na tom, jaký byl v domě stávající kotel a jakou měl účinnost. Máme jednu konkrétní kalkulaci z praxe, kdy jsme dodávali čerpadlo do rodinného domu bez zateplení s vytápěnou plochou 200 m², kde byl původně běžný plynový kotel. Po výměně za tepelné čerpadlo dosahovala úspora nákladů na provoz přes 64 000 Kč. V podobných případech se vám investice vrátí prakticky za pár let. Samotná návratnost se vždy bude lišit dům od domu a také podle výkonnosti a úspornosti vybraného čerpadla. Aktuálně nelze příliš očekávat, že cena energií, a potažmo i tepelných čerpadel půjde výrazně dolů. Ten, kdo nechce být v zajetí rostoucí ceny plynu, nakonec dříve nebo později bude muset hledat dlouhodobě levnější alternativu. Možností je fotovoltaika, ale ta nezvládne vytopit dům sama o sobě, pokud se budeme bavit o rekonstrukcích starých domů, které nejsou koncipované jako nízkoenergetické nebo pasivní. V takových případech je tepelné čerpadlo potřeba.

Přemýšlíte, zda v kooperaci s jiným dodavatelem nabízet i fotovoltaiku v případě, že by daný objekt měl být zcela soběstačný?

Propojení tepelného čerpadla a fotovoltaiky jsme schopni zajistit, ale aktuálně ho systémově nenabízíme. U fotovoltaiky je totiž v současnosti problém s dostupností panelů, baterií a obecně komponent. Momentálně tedy nějakou konkrétní spolupráci nastavenou nemáme, ale do budoucna s ní počítáme a aktuálně právě takovýto projekt připravujeme. Chceme si ale být jisti, že svým klientům dokážeme zaručit, že budeme schopni výrobek dodat.

Dodala vám zvýšená poptávka po tepelných čerpadlech spíš podnikatelský optimizmus, nebo přidělala starosti?

Jsem optimista, starosti spojené s rychlým růstem výroby vyřešíme. Musíme postavit novou továrnu a vybavit ji. Najmout a zaškolit lidi, zajistit a zafinancovat několikanásobné množství komponent atd. Řešíme to ale s radostí. Česká rodina si zaslouží kvalitní české čerpadlo.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Zemědělci investují do krajinotvorby každý rok

Většina zemědělských podniků v Česku bojuje proti erozi půdy a vytváří v krajině, na níž hospodaří, stromořadí, meze, příkopy, terasy nebo mokřady a další prvky. Stojí je to desítky až stovky tisíc korun každý rok nebo jednorázově milióny korun. Ukázal to nedávný průzkum Agrární komory České republiky, kterého se zúčastnilo 96 společností z její členské základny. Podle tohoto dotazníkového šetření nyní investuje do krajinotvorby 70 % dotázaných, a v budoucnu to plánuje dokonce téměř 80 % respondentů.

„Zemědělec je primárně člověk s kladným vztahem k přírodě, jinak to není zemědělec. Pole, pastviny a zvířata jsou zdrojem jeho obživy. Zemědělec si nemůže dovolit pěstovat obilí a další plodiny v půdě, která je vyčerpaná například používáním nadměrného množství umělých hnojiv, což by zároveň znamenalo další zvýšení vstupních nákladů. Jejich spotřebu proto snižují několik let za sebou a běžnou praxí je používat organická hnojiva, která jsou přirozeným zdrojem organické hmoty v půdě. Ostatně i náš průzkum ukázal, že českým zemědělcům záleží na krajině a budují krajinotvorné prvky, kterými

zabraňují nepříznivým jevům, jakými jsou například vodní či větrná eroze. Zachovávají tak kvalitu zemědělské půdy a zároveň posilují schopnost krajiny zadržovat vodu,“ řekl prezident Agrární komory ČR Jan Doležal.

Investice do budování krajinotvorných prvků v zemědělství byly v uplynulých pěti letech součástí rozpočtu v průzkumu oslovených zemědělských podniků každý rok v 40,6 % případů. A 29,2 % respondentů investovalo jednorázově. Pouze 30,2 % dotazovaných do krajinotvorby v tomto období neinvestovalo. Co se týká vybudovaných krajinotvorných prvků podle klasifikace Ministerstva zemědělství, nejčastěji šlo o stromořadí, následovaly skupiny dřevin, solitérní dřeviny, meze, travnaté údolnice, příkopy, mokřady a terasy. Investice dosahovaly vyšších desítek tisíc korun ročně, v případě jednorázových investic šlo o jednotky miliónů korun. Nejčastěji uvedenými důvody pro investice byla vedle zabránění větrné a vodní erozi a zadržování vody v krajině také spolupráce s obcemi, vytvoření útočiště pro živočichy a obecně péče o krajinu.

Mezi zemědělce, kteří investují do krajinotvorby, patří Zemědělské družstvo Všešary na Královéhradecku, které je proslavené pěstováním Všešarské cibule. Využívá již třetím rokem

pásové pěstování plodin. „Tímto systémem pěstování dokážeme omezit odplavení živin a půdních částic z pozemků, které jsou ohroženy erozí. Nedochází k tak vysokému počtu přejezdů, a díky tomu se snižuje utužení pozemků, spotřeba paliva, herbicidů a hnojiv. Zároveň pěstujeme meziplodiny, které mají pokryvnou, zkyprující, výživnou, ozdravující funkci. Kořeny meziplodin přispívají ke zlepšování fyzikálního stavu půdy, příznivě působí na její strukturní stav. Přínos je tedy takový, že dokážeme omezit vodní erozi a odplavení půdních částic a dodat půdě živiny pomocí zapravených zbytků meziplodiny. Tímto způsobem pěstujeme kukuřici, v plánu máme i řepku olejnou a sóju. Do pásového pěstování plodin jsme zatím investovali necelých 3,5 miliónu korun,“ vysvětlila předsedkyně představenstva ZD Všešary Monika Nebeská.

Dalším příkladem péče o krajinu jsou bezodtokové tůňe, jež buduje na Nymbursku přes dvacet let rodinný zemědělský podnik Vladimír Pokorný, Zdonín. Společnost do nich investovala s přispěním Ministerstva zemědělství 19 miliónů korun. V letošním roce plánuje výsadbu stromořadí v celkové délce 2 km. „Jde o počáteční investici, která je vedle financí náročná na přípravu projektové dokumentace a čas hospodáře. Snažíme se využívat moderní technologie, kapkovou

závlahu, hnojení organikou z vlastní produkce kompostu. Sázíme stromy, zejména lípy, do krajiny, věnujeme naše pozemky k výstavbě prvků ekologické stability krajiny, budujeme meandry, tůňe, větrolamy. Zdálo se nám, že naše krajina je bez vody a málo členitá. Krajina díky mnoha novým krajinotvorným prvkům výrazně ožila, zadržuje více vody, žije zde více zvířat a zmenšila se větrná eroze. Prostě to je hezčí,“ popsal syn zakladatele tohoto podniku Luboš Pokorný s tím, že velkou výhodou farmy je, že hospodaří na vlastních pozemcích, a nemusí tak řešit změny s jejich vlastníky. Podnik se nachází v úrodné Polabské nížině a pěstuje pšenici, ječmen, řepku, cukrovku, mák, sóju, kukuřici a špenát, v jehož produkci je českou dvojkou.

S pokračováním investic do krajinotvorby počítá například ředitel a předseda představenstva ZD Klapý Otakar Šašek. Družstvo se na Litoměřicku věnuje pěstování ovoce, produkci mléka a další rostlinné a živočišné výrobě. „Stromořadí a další opatření v krajině vytváříme již více než 20 let. Finančně a časově nejnáročnější je realizace samotných větrolamů a následná péče. Důležitá je pravidelná závlaha, sečení trávy, oplocení a dosazování stromů do stromořadí. V tvorbě dalších krajinotvorných prvků chceme pokračovat,“ sdělil Otakar Šašek. (tz)

Průmyslový růst firem v ČR je otřesen krizemi

Pracovní síla v Česku je nedostatkovým zbožím. Firmy si stěžují, že na trhu chybí desítky tisíc pracovníků, kteří by pomohli růstu jejich businessu. České technologické, biotechnologické či jinak inovativní firmy by na svou expanzi potřebovaly posílit týmy kvalifikovaných odborníků. Shánějí je však marně.

„V posledních letech jsme zaznamenali nejenom enormní nedostatek kvalitních pracovníků na pracovním trhu, ale bohužel i ztrátu motivace a chuti řady lidí odvádět dobrou práci,“ řekla Zuzana Bubnová, výkonná ředitelka biotechnologické společnosti Contipro.

Inovativním podnikům chybějí kvalitní uchazeči

Nepříznivý vývoj na domácím pracovním trhu probíhá na pozadí ekonomické nestability posledních dvou let, vyvolané vlnami pandemie. Jejím důsledkem byly poruchy v dodavatelských řetězcích, výpadky v průmyslové výrobě, výměně aut (známý problém nedostatku čipů) a jiné. Očekávalo se, že díky postupnému ústupu pandemie covid-19 bude rok 2022 vysoce růstový, business však zbrzdily problémy s pracovní silou a nová nejistota vyplývající z války a sankcí. Personální problém se ve velké míře týká zmiňova-

ných firem se sofistikovanou výrobou vyžadující vysokou kvalifikaci. Inovativní produkty s velkou přidanou hodnotou přitom mají potenciál být významnou složkou českého průmyslu a exportu. Podle Vladimíra Velebného, majitele společnosti Contipro, mohou být speciálně biotechnologie v České republice důležitým průmyslovým odvětvím: „České firmy v oblasti biotechnologií mají potenciál stát se v evropském i světovém kontextu významnými společnostmi. Máme také silná centra akademického biotechnologického výzkumu,“ konstatoval Vladimír Velebný, přičemž i on poukazuje na rok od roku klesající úroveň kvalifikace pracovní síly.

O Ukrajince je zájem, čeští zaměstnanci se však nemusejí obávat

Ačkoliv se situace kolem pandemie koronaviru ještě zdaleka nevrátila do stavu před rok 2019, v únoru vypukla válka na Ukrajině. Ruská agrese vyhnala z domovů i ze země milióny Ukrajinců, obyvatel státu, jehož úroveň vzdělání není příliš vzdálená od té naší. Lidé z Ukrajiny přicházejí do různých států Evropy a začínají pro sebe hledat nové uplatnění. Najde se právě zde řešení českých a evropských problémů s kvalifikovanými pracovníky? Čeští podnikatelé by nebyli proti.

Jak vyplývá z březnového průzkumu personální agentury Hofmann Personal, pracovní mís-



ta pro ukrajinské uprchlíky plánuje nabídnout 68 % oslovených podniků a dalších 14 % se zatím rozmýšlí. Dotazováni byli personalisté z výrobních, velkoobchodních a logistických firem.

„Myslím, že příliv nových pracovníků na trh práce by mohl pomoci zvrátit negativní trend a takřkajíc nastavit normální stav,“ komentovala Zuzana Bubnová. Výkonná ředitelka ve společnosti Contipro přitom nepředpokládá, že by kvalitní a kvalifikovaní čeští zaměstnanci měli mít v této souvislosti jakékoli obavy z konkurence nově příchozích. „Zaměstnavatelé by byli sami proti sobě, kdyby se takových odborníků chtěli zbavovat. My v Contipru jsme nikdy nerozlišovali, zda je zaměstnanec cizinec, či nikoli, nikdy jsme na nikoho nenahlíželi jako na levnou pracovní sílu. U nás hodnotíme pouze dle

schopností a výkonu, což znamená, že všichni mají stejné možnosti a příležitost se uplatnit,“ dodala Zuzana Bubnová.

Válka na východě narušuje plány

Nutno podotknout, že příchod potenciální pracovní síly z Ukrajiny je jakýmsi marginálním pozitivním momentem na pozadí válečné tragédie probíhající na východ od nás, která mimo jiné znamená i pro mnohé české firmy zhroucení jejich tamních aktivit. Podle průzkumu Hofmann Personal se tento konflikt negativně dotkne až 72 % dotázaných podniků, přičemž pouze 9 % společností tvrdí, že na ně nebude mít žádný vliv. Menší podniky přitom obecně patří k těm nejvíce zasaženým. Právě inovativní firmy se však z uvedené závislosti vymykají, protože se dokázaly lépe prosadit i na lukrativních západních trzích, a ty východní jsou tím pádem pro ně relativně méně významné.

„Zásadní dopady spojené přímo s obchody v Rusku a na Ukrajině jsou v tuto chvíli marginální. Náš celkový obrat v Rusku a na Ukrajině je v řádu nízkých jednotek procent,“ potvrdila také výkonná ředitelka Contipra Zuzana Bubnová. Otázkou jsou však podle ní nepřímé dopady, které se konkrétně pro Contipro jako subdodavatele nadnárodních společností v segmentu farmacie a kosmetiky mohou projevit časem. (tz)

Když se bude dařit malému a střednímu podnikání, bude se dařit všem

dokončení ze strany 1

Když to nedokážeme, bude ekonomika ještě zranitelnější a opravdu extrémně závislá na velkých nadnárodních korporacích. Jakmile se jim tady znelíbí podnikat, odejdou. Ale co poté s těmi tisíci lidmi bez práce? Když se bude dařit malému a střednímu podnikání, bude se nakonec dařit všem.

A jakou strategii by měly podniky volit s ohledem na současné dění ve střednědobém horizontu?

Hlavním úkolem je dobývání nových trhů. A proto bych nedoporučoval odstříhnout marketing a upřednostnit bych také alokovat zdroje na zintenzivnění obchodu. Je to investice. Zvláště v době, kdy řada společností brzdí své aktivity ve východní Evropě. Uvědomte si, že evropské prostředí, tím, že přichází o Rusko, Ukrajinu a Bělorusko, se zmenšuje. Najednou se vám smrskne teritorium a zvýší konkurence. Bez kvalitního obchodu a marketingu budete před dalšími konkurenty jako beznozí. V době, kdy všichni rozvažují, kterým obchodním partnerům dají zakázky, na sebe musíte umět chytře upozornit.

Řada podniků přemítá, jak na to, když je trh zvláště v tuzemsku hodně saturovaný...

Především jde o efektivitu, vhodně propojit péči o vztahy, nadstandardní služby a dobrý marketing. A nebát se překročit hranice. Jsme země, která má chytré lidi a dobré know-how. Ale chybí nám zdravé sebevědomí. Musíme proniknout na další trhy. A tomu marketingové i obchodní aktivity přizpůsobit. Vždy by se mělo dbát na pravidlo, že každá koruna vydaná na marketing vám musí zpět donést alespoň korunu třicet. Potřebujete si jeho prostřednictvím na jednu stranu budovat věrnost tam, kde máte jistější a již jasné pozice, a na druhou stranu předběhnout konkurenci tam, kde máte teprve šanci prorazit. To lze udělat dvěma způsoby. Geniálním a vztahy bravurně budujícím obchodem. V zahraničí se bez spojky prosazuje těžko, je



vhodné, když se za vás zaručí investor, nebo můžete působit prostřednictvím státních agentur na podporu podnikání. Ale jde to. A druhou složkou je perfektní zacílení. Musí se o vás v kuloárech mluvit. A také se osvědčuje připomínat se ne zcela obvyklými či standardními cestami. Pokud ve vašem segmentu existuje názor, že některé komunikační kanály nejsou vhodné a tradičně se nepoužívají, měli byste o nich začít uvažovat. Zvláště, pokud se tam nachází relevantní publikum. Ale určitě se nesnažte na marketingových a obchodních aktivitách uspořít jen proto, že se tady škrtá snáze než například v personálních nákladech.

Měly by tedy podniky zvážit, že ušetří na li-dech?

Je to nepopulární, ale ano. Bohužel. To lze opět dvěma cestami. Je přirozené, že zaměstnanci vzhledem k situaci na trhu a vzhledem k menší velikosti spotřebního koše budou na firmy vyvíjet tlak, aby se jim mzda dorovнала alespoň o inflaci. Ne každý podnikatel na to ale může přistoupit. A tak platy nezvýší. Mnohem užitečnější je zaměřit se nejen na tento plošný parametr. Stihlá firma má za úkol šetřit způsobem, který jí přinese výhody. Potom je potřeba se podívat s personalistou na jednotlivé úseky a na

každého zaměstnance pod drobnohledem. Přijdete na mezery ve výkonnosti a kvalitě odváděné práce. Můžete zaměstnance motivovat k nápravě, a když to nepomůže, zamyslet se nad tím, zda ho potřebujete a zda by se obsluha daného pracovního místa nedala nějak zracionalizovat. Takto také zjistíte, kteří zaměstnanci mají firmě co nabídnout. Jde o jejich přidanou hodnotu. Takové si podržte.

Poukázal jste na zdražování. Jak ho lze promítnout do finální ceny produktů?

Nutno dodat, že současné zvyšování cen, zejména pak energií, mnohdy spolknou celoroční průměrný zisk malé či střední firmy. Pohybuje se obvykle v řádech jednotek miliónů korun. Když je společnost skutečně úspěšná, může to být víc než 20 miliónů korun

zisku za rok. Ale kolik takových firem je? Zároveň s aktuálním děním není zákazník často v tuto chvíli schopen akceptovat, že ceny obchodních partnerů se zvyšují. Začíná boj o zákazníky i život firmy. Zvýší ceny a riskovat ztrátu zákazníků? Nezvýšit a riskovat ztrátu v hospodářském výsledku firmy? Pokud se nová cena zvedne o 10 až 15 %, řada klientů na to přistoupí. Pokud ale cenovka vystřelí ještě více vzhůru, některé zákazníky vám prostě odejdou a budou hledat jinde. S jinými to nakonec usmlouváte na těch 10 až 15 %. Jen malá část zákazníků, zejména v B2B segmentu, je ochotná akceptovat ceny vyšší. Pokud si je ale máte obhájit, je třeba být hodně kreativní a k výrobku či službě připojit něco, co z nich udělá neodolatelnou lahůdku. Zkrátka musí dávat vyšší cenu vašemu odběrateli smysl. Ale celkově se manévrovací prostor firem zužuje. Elasticita poptávky je bohužel příliš našponovaná, než aby se dalo vyjednávat s takovou lehkostí a svobodou jako za pandemie.

Kde vidíte i v této rozkolísané době naopak příležitosti?

Každá krize je zároveň příležitostí. Rozdíl je ve vašem přístupu. Objeví se 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 lokální možnosti. Zákazníci lokálně působícím firmám budou více důvěřovat. A trendy bude taktéž kybernetická bezpečnost a analýza rizik. Více se bude prosazovat rozumnější přístup k ekologicky šetrným řešením našich potřeb. Trh práce také uvítá, že do oborů, které se potýkaly s nedostatkem pracovníků, zamíří řada žen, které prchaly před válečným konfliktem na Ukrajině. Půjde o zdravotnictví, pravděpodobně pečovatelské a sociální služby, textilní průmysl, dopravu a další. Tito lidé neohrnují nos nad příležitostmi a pociťují za život možná větší vděčnost, než si průměrná populace dokáže představit. To je pro ně velkou motivací, aby se rychle učili a mohli v Česku zakořenit. Pro nás je to patřičná výzva. Znovu si uvědomit skutečné hodnoty v životě.

A jak v tom všem dokáže pomoci interim management?

Velmi dobře. A to zejména executive interim management, kdy se soustředíme na dočasné řízení podniku nebo projektu v roli CEO. Naše společnost má výhodu, že se dívá na situaci zvenku i uvnitř, tyto pohledy se prolínají a dávají nám komplexní obraz reality daného podnikatelského subjektu. Začínáme auditem, který postupně zmapuje situaci ve firmě, díváme se v první řadě na čísla, tady lze jednat celkem rychle. Navrhujeme opatření, schválíme je s majitelem a realizujeme. Snažíme se tak podnik v první chvíli stabilizovat. Naši výhodou je rychlost. Jsme schopni začít jednat v řádu týdnů. Připravujeme finanční plán, revidujeme podnikatelský model, díváme se na to, co lze udělat jinak, aby se firmě dařilo. Lidé uvnitř firmy jsou často postiženi tunelovým viděním a unikají jim některé souvislosti, které by jim dokázaly cestu ke zdaru usnadnit. Náš úkol je firmy řídit zodpovědně tak, aby prosperovaly a těšily své vlastníky i zaměstnance. Nezůstáváme v podniku na stálo, ale pomáháme tak dlouho, dokud je třeba. Dokonce i s nalezením budoucího CEO. Pokud tedy firmy potřebují rychle pomoci zatáhnout za záchrannou brzdu, než se dostanou do spirály ztrát, mohou se na nás obrátit. Ale nejde jen o krizové projekty, děláme také ty rozvojové či transformační. Jak jsem zmínil výše, každá krize skýtá i příležitosti.

ptala se Kateřina Šimková ■■■

Na úrocích vydělali již více než 100 miliónů



Inflace raketově roste a stále více Čechů se ji snaží porazit pomocí aktivního investování. To ukazují i data online investiční platformy Bondster. Aktuálně platforma hlásí více než 15 000 registrovaných investorů, kteří investovali celkem přes 2,7 miliardy korun a na úrocích si přišli k více než 100 miliónům.

Bondster.cz je česká investiční platforma, která vznikla v roce 2017. Investorům z řad široké veřejnosti zprostředkovává možnost online investovat do úvěrů firem či jednotlivců. Nabízí tak alternativu k tradičnímu investování. V zájmu snížení rizika jsou úvěry zajištěny nemovitostmi, movitými věcmi nebo garancí zpětného odkupu.

V průměru přes platformu lidé proinvestují zhruba 100 miliónů měsíčně, v lednu, únoru a březnu letošního roku to bylo dokonce více než 120 miliónů. Celkový objem proinvestovaných peněz prostřednictvím této platformy od jejího vzniku přesáhl 2,7 miliardy korun. Jen v loňském roce pak došlo k více než 30% nárůstu počtu investorů na platformě, čímž jejich celkový počet překonal hranici 15 000.

„Pevně věřím, že se řady našich příznivců budou úspěšně rozšiřovat i letos, kdy konzervativnější investiční produkty již nestačí k poražení inflace. Investoři tak hledají investice, které s přijatelným rizikem inflaci porazí. Jsem přesvědčený, že takové na Bondsteru najdou,“ řekl CEO Bondsteru Pavel Kleva.

Bondster je investiční online platforma, která funguje jako prostředník mezi poskytovateli úvěrů a investory z řad široké veřejnosti. Úvěry na platformu Bondster.cz umísťuje celkem 28 prověřených poskytovatelů z celého světa. Základna poskytovatelů je stabilní a žádný z nich v loňském roce nebyl, naopak jejich počet vzrostl z 20 na aktuálních 28. Úvěry přitom bývají zajištěny například nemovitostí či movitým majetkem, v současné době jsou v nabídce i moderní úvěry zajiš-

těné kryptoměnou (bitcoin). Jde o unikátní řešení nejen v Česku, ale i v celé Evropě. Princip investování do těchto úvěrů se od ostatních typů zajištěných úvěrů na Bondsteru nijak neliší. Rozdíl je pouze ve způsobu zajištění, kdy místo movitého či nemovitého majetku dávají dlužníci do zástavy své bitcoiny. Roční výnos je u tohoto typu úvěrů ve výši 10–11 % a délka investice se pohybuje v rozmezí 1–12 měsíců.

O úvěry zajištěné bitcoiny je podle Bondsteru hned od začátku velký zájem. Na platformu byly umístěny v září loňského roku a první várka byla proinvestována během několika málo hodin. Úvěry jsou na platformu průběžně doplňovány a zájem je o ně i nadále velký. Ze všech dosud zveřejněných úvěrů tohoto typu jich bylo proinvestováno celých 97 % v hodnotě přesahující 25 miliónů korun.

Bondster od svého vzniku kontinuálně roste. Již za první rok nasbírala tato online platforma 4000 investorů, kteří na ní celkem proinvestovali 121 miliónů korun. V roce 2020 ji využívalo již 9400 investorů s proinvestovanou 1,1 miliardou. Nyní má platforma již přes 15 000 investorů s proinvestovanými více než 2,7 miliardy korun.

Souběžně s růstem počtu investorů a proinvestovaných peněz se na Bondsteru zvyšuje i počet zahraničních investorů. Původně na platformě investovali téměř výhradně Češi, dnes již tvoří třetinu investorů ze 125 zemí světa. Láká je vysoký výnos s minimálním rizikem (průměrný roční výnos činil v loňském roce podle informací společnosti Bondster 13,9 %) i možnost investovat v eurech. Pokud si platforma vysoké zhodnocení a tempo růstu udrží, čeká jí dost možná velmi zajímavá budoucnost, a to nejen na českém, ale i mezinárodním poli. (tz)

Češi za čtvrtletí zobchodovali kryptoměny za miliardu



V prvním čtvrtletí letošního roku investoři v Česku zobchodovali kryptoměny za zhruba 1,1 miliardy korun. To je zhruba o polovinu méně než ve stejném období loni během takzvané bitcoinové horečky. Podle ředitele a zakladatele české společnosti Bit.plus Martina Stránského největší objem obchodů i nadále připadá na bitcoin a ethereum.

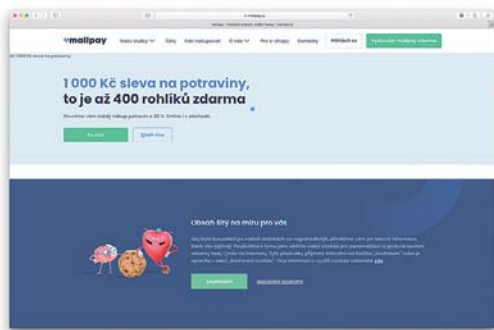
Přestože objem obchodů zaostával za loňským rokem, zájem se začal postupně zvyšovat, což souvisí i s pozvolným nárůstem kurzu bitcoinu až na více než 47 000 dolarů na konci března. Poté přišel nicméně znatelný pokles ke 40 000 dolarů. „Kurz bitcoinu i zájem o obchodování v březnu nadále ovlivňovala nejistota na trzích kvůli konfliktu na Ukrajině. K tomu se přidává rostoucí inflace a obavy z regulace obchodování s kryptoměnami v rámci EU,“ řekl Martin Stránský.

Budoucí vývoj bude podle expertů záviset na další eskalaci konfliktu na Ukrajině a jeho vlivu na ekonomický vývoj ve světě, například na růst inflace nebo akciové trhy.

Bit.plus je největší obchodník s kryptoměnami na českém trhu s obratem přes dvě miliardy korun. Vedle kryptoměn nabízí investice i do digitálního a fyzického zlata. Nedávno začal nabízet také nákup a prodej etherea. Ethereum je vedle bitcoinu nejoblíbenější kryptoměna, která loni zaznamenala zhodnocení o zhruba 400 %. (tz)

ČSOB se stala jediným majitelem Mallpay

ČSOB získala stoprocentní podíl ve fintechu Mallpay, největším poskytovateli odložených plateb v Česku. Doposud byl Mallpay společným podnikem ČSOB a skupiny Mall Group, ve kterém měli oba partneři poloviční podíl. Mallpay nebyla součástí nedávno uzavřené transakce, kdy skupina Allegro převzala stoprocentní podíl ve společnostech Mall Group a WE|DO od prodávajících akcionářů PPF, EC Investments a Rockaway Capital.



„Obľiba odložených plateb v České republice i ve světě dynamicky roste, a potvrzuje tak správnost naší investice do Mallpay před téměř třemi lety. Využíváme proto možnost získat stoprocentní kontrolu nad společností a vytvořit dodatečnou přidanou hodnotu pro naše klienty i akcionáře. Další příležitosti vidíme také v oblasti akceptace platebních karet, v níž patříme mezi lídry na českém trhu,“ řekla Michaela Lhotková, členka představenstva ČSOB zodpovědná za Inovace a Digital.

„Partnerství mezi ČSOB a Mall Group bylo pro rozjezd tak inovativního projektu, jakým je Mallpay, klíčové, a přínosu obou stran do společného podniku si velmi vážíme. Spolupráce s ČSOB pomohla Mallpay v zásadní

fázi získávání licence od ČNB a budování systému řízení rizik, spolupráce s Mall Group pomohla vytvořit zákaznický atraktivní produkt a přivést první velké zákazníky,“ dodala Andrea Lauren, investiční partnerka Rockaway Capital.

Odložené platby, nazývané BNPL (z anglického Buy now, pay later), patří v e-commerce k těm nejrychleji rostoucím. Zákazník platí až poté, kdy zboží dostane a zkontroluje. Běžná lhůta je 14 dnů, na zaplacení nákupů lze ale uplatnit až 50denní lhůtu. Vedle toho může klient Mallpay získat i prodloužení záruky nebo pojištění zboží proti krádeži. BNPL je výhodné i pro samotné obchodníky, prokazatelně totiž pomáhá zvýšit frekvenci a výši nákupů.

Mallpay lze využít k nakupování v několika tisících e-shopů, včetně značek, jako jsou Košík.cz, Ekolo.cz, CZC.cz, Slevomat.cz nebo Tescoma.cz. MallPay vedle odložené platby nabízí slevy a odměny, ale i vlastní platební kartu a aplikaci. „Služby pro zákazníky budeme ještě intenzivněji rozvíjet a pro naše klienty i e-commerce partnery dále zlepšovat,“ doplnila Michaela Lhotková.

Mallpay ukázal, jak vypadá platba jako služba. Hlavním produktem Mallpay jsou tzv. chytré karty, které fungují jako alternativa ke kreditním kartám a mají téměř 10 000 uživatelů. K jejich zřízení není třeba vlastnit bankovní účet a zažádat o ně je možné plně online. Samozřejmostí je možnost nakupovat online i v kamenných obchodech nebo vybírat z bankomatů. Chytrá Mallpay karta je provázaná s mobilní aplikací, kde je možné ji jednoduše ovládat. Kromě toho Mallpay zajišťuje jednoduché odložené platby až o 14 dní. Tuto možnost je v současné době možné využít na více než 9000 místech – kromě e-shopů i v restauracích, využívajících systém Querko. (tz)

INZERCE

Spořicí účet

Rozsviňte své úspory na vyšší výkon



- + Garantovaný úrok **4,0 %**.
- + Pojištění vkladu do výše 100 000 euro.
- + Nulové poplatky za vedení účtu.

www.ney.cz

Spořitelni družstvo **ney**

Proč IP mediátor naslouchá stranám



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce
s Úřadem průmyslového vlastnictví

V minulém příspěvku jsme se seznámili s první fází mediace, ve které se IP mediátor stranám představí, vysvětlí jim proces IP mediace a roli, kterou v rámci mediace zastává. Současně se také domluví se stranami na základních pravidlech, která budou při mediaci dodržovat. To vše je důležité pro vytvoření vzájemné důvěry, nastolení pozitivního ovzduší pro mediaci, včetně nastavení základních pracovních a společenských pravidel, za kterých bude IP mediace probíhat. Teprve potom je možné postoupit do druhé fáze mediace, ve které IP mediátor aktivně naslouchá stranám. Řekněme si proto více o tom, proč IP mediátor stranám naslouchá.

V rámci této fáze mediace je totiž cílem IP mediátora zjistit skutečné potřeby a zájmy stran konfliktu. Často strany přicházejí k IP mediátorovi s tím, že prezentují pouze své pozice (například musí zaplatit; musí uznat můj nárok; chci, aby se zdržel určitého jednání). Pozice a zájmy stran se někdy připodobňují k ledovcům, kdy špičky viditelné nad hladinou (pozici výroků) reprezentují jen malou část celého ledovce. Pod hladinou se přitom skrývají skutečné zájmy, důvody jednání stran. Při mediaci je proto nezbytné důvody, potřeby, motivy a skutečné zájmy stran odhalit a dostat na povrch. K tomu slouží IP mediátorovi zejména techniky aktivního naslouchání a otevřené otázky, které stranám klade. Přitom se často stává, že IP mediátor odhalí jak oblast podobných zájmů, tak i oblast shodných zájmů stran, které nejsou na první pohled patrné.

Proto je cílem této druhé fáze mediace pochopit sporné strany a rozpoznat jejich skutečné potřeby, pocity, hodnoty, obavy, postoje, jakož i odhalit jejich skryté zájmy. V rámci této etapy IP mediátor pojmenovává předměty jednání, přičemž definuje jak oblasti shody, tak i oblasti neshody stran konfliktu. IP mediátor v této fázi aktivně stranám naslouchá, přičemž využívá techniky povzbuzování, objasňování, parafrázování, zrcadlení pocitů, shrnování a oceňování. Zjišťuje, s čím strany přicházejí, co očekávají, co nefungovalo, co potřebují řešit, s čím nesouhlasí, v čem spatřují shodu.

Dojde-li např. ke sporu o výši odměny původce technického řešení v rámci výzkumného projektu, může to být velký problém pro celý tým, výzkumnou organizaci i obchodní partnery. Dotčený zaměstnanec má za to, že nejsou spravedlivé (případně vůbec) nastavena pravidla pro určení jeho odměny za vytvoření vynálezu a požaduje jednorázově dodatečné finanční vypořádání. Zaměstnavatel je toho názoru, že odměna v podobě mzdy zaměstnance (původce) je dostatečná. Není připraven podílet se na zisku z licenčních poplatků a popírá právo původce na dodatečnou přiměřenou odměnu. Původce, který vytvořil vynález v pracovním poměru, na nějž zaměstnavatel uplatnil právo na patent, má přitom právo vůči zaměstnavateli na přiměřenou odměnu. Pro její výši je rozhodný technický a hospodářský význam vynálezu



a přínos dosažený jeho možným využitím nebo jiným uplatněním, přičemž se přihlíží k materiálnímu podílu zaměstnavatele na vytvoření vynálezu a k rozsahu pracovních úkolů původce. Je zřejmé, že takový spor je velmi obtížně řešitelný soudní cestou, zejména z důvodu jeho časové náročnosti, vysokým nákladům na vedení sporu, hrozícímu odchodu zaměstnance a rozpadu výzkumného týmu, případně nelegálnímu transferu znalostí a poznatků z výzkumu do zahraničí. Proto je namísto snaha o rychlé a efektivní řešení tohoto konfliktu, např. ve formě mediace, kdy strany za pomoci IP mediátora hledají pro ně přijatelnou dohodu.

V rámci této fáze mediace strany proto hovoří nejprve k IP mediátorovi, a to střídavě po sobě. Během první hodiny se strany vystřídají několikrát. IP mediátor vždy poskytne straně prostor k doplnění či upřesnění jejího předchozího prohlášení. Vzájemná komunikace stran v této fázi ještě není dovolena, protože strany

konfliktu nejsou připraveny si vzájemně naslouchat. Nicméně vše slyší a mohou si dělat poznámky o tom, co druhá strana říká a jaké jsou její skutečné zájmy a potřeby. IP mediátor v této fázi hojně pracuje s emocemi, pojmenovává a popisuje sdělení stran pro ně i pro sebe a pojmenovává předměty jednání. IP mediátor vždy hovoří neutrálním jazykem, nehodnotí, nekritizuje, klade zásadně otevřené otázky, které přinášejí členité odpovědi a rozkrývají detaily. IP mediátor je ve svém projevu zásadně neutrální, i pokud jde o jeho vlastní výroky.

sdělení za účelem jejich správného pochopení, projevuje pochopení pro pocity stran, shrnuje dosažený pokrok jednání a myšlenky stran, a také dává najevo respekt a uznání stranám, že se snaží konflikt vyřešit dohodou. Cílem je odhalit, co strany chtějí, s čím nejsou spokojené a jaké jsou jejich potřeby. Na tomto základě IP mediátor formuluje předmět mediačního jednání a zapíše ho na flipchartovou tabuli.

Předmět jednání se vždy formuluje neutrálně a obecně (bez spojitosti s konkrétním účastníkem mediace). Téma IP mediátor pojmenuje. Předmět jednání může být jeden (například výše přiměřené odměny) nebo jich může být více (např. nastavení pravidel odměňování; podmínky pro práci výzkumníků; profesní uznání; investice do výzkumu). Cílem této fáze je pojmenovat všechna témata (předměty jednání) a také nalézt společná témata. Formulace předmětu jednání musí proto obsahovat konkrétní potřebu stran. Vymezení předmětu jednání zabere hodně času, někdy celé mediační setkání. Jde však o důležitou fázi mediace, kterou nelze přeskočit, protože určuje vlastní předmět (téma) mediace. Teprve v dalších fázích se strany společně s IP mediátorem zaměří na hledání řešení a formulaci bodů budoucí mediační dohody.

Konec druhé fáze mediace nastane tehdy, jsou-li pojmenovány a na flipchart zapsány všechny předměty jednání. IP mediátor si ověří u stran, zda všechna témata důležitá pro strany jsou skutečně pojmenována. Teprve potom může pokračovat dál. U jednodušších případů se podaří pojmenovat předmět jednání již v druhé části prvního setkání s IP mediátorem, u složitějších případů to naopak trvá déle. Běžné případy si celkově vyžadují dvě až tři mediační setkání, dlouhodobější či odborně náročné konflikty si vyžadují tři, pět i více mediačních setkání, je-li např. přítomno více stran nebo je-li třeba přítomnosti expertů, znalců apod.

Druhá fáze mediace (vymezení předmětu mediace) je tedy pro další postup klíčová. Teprve v třetí fázi mediace hovoří strany mezi sebou, aby si vyjasnily, jak situaci nyní chápou. Ve čtvrté fázi strany hledají a vybírají přijatelné řešení, a teprve následně v páté fázi mediace rozpracovávají vybraná řešení do konkrétních kroků. Vlastní mediační dohoda se sepisuje až v poslední šesté fázi mediace a mediace se ukončí. 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

Nastavte role a komunikujte

Po dvou letech pandemie, kdy spolu firmy a její zaměstnanci komunikovali různými formami od home office po hybridní režim, se někteří vracejí do kanceláří. Na pracovní týmy to klade velký nárok. Zaměstnanci se musí znova učit spolu mluvit, být spolu, řešit běžné pracovní úkoly i problémy. Vedení firem je však po náročném období netrpělivé a požaduje po zaměstnancích okamžitý výkon. Bez nastavení základních parametrů to ale nepůjde.

Po období, kdy na sebe kolegové koukali skrze obrazovky a týmy spolu fungovaly ve vzdáleném prostředí, se pomalu vracíme do běžného provozu, kdy se zaměstnanci potkávají ve firmě. Někteří kolegové však nadále zůstávají za obrazovkami monitorů. Jak spolu týmy mohou fungovat a na jaké oblasti se musí lídr zaměřit?

1. Nastavení rolí – každý člen týmu ví, jakou má zodpovědnost a co má dělat

2. Komunikace v týmu – jak spolu budeme mluvit, jakou formou budou probíhat porady, jak si budeme dávat zpětnou vazbu
3. Obtížné situace – jak řešit konflikty, lidské vztahy, jak zajistit psychickou pohodu zaměstnanců

„Jedním z témat dnešní doby jsou tzv. učící se týmy, kdy se jednotlivci učí od sebe navzájem, a využívají tak potenciál celého týmu. Prozíravé firmy tak využívají jejich znalostí, dovedností a kompetencí a podporují aktivní sdílení. To funguje u týmů, kde jsou jasně nastavené role a zodpovědnosti, způsob komunikace a je podporována kreativita. Takové týmy jsou nejen výkonné, ale také kreativní a inovativní,“ řekla Martina Janděčková, koučka a jednatelka vzdělávací společnosti MgC Group.

Paralela se ukazuje se sportovními týmy, které fungují velmi podobně jako týmy ve firmách. Úspěšné sportovní i businessové týmy staví na souboru individualit, které mají různé schopnosti a dovednosti. Role trenéra či lídra je

MgC Group

Vzdělávací společnost MgC Group se už 12 let zabývá vzděláváním a rozvojem zaměstnanců nejen v České republice, ale také na Slovensku, v Polsku, Maďarsku, Rakousku, Německu a ve Spojených státech. Česká společnost s nadnárodní působností vytváří (od nadnárodních korporací, až po rozvíjející se firmy) rozvojové vzdělávací programy na míru přípravené konkrétním potřebám zaměstnanců firem. Tým tvoří více než 40 zkušených manažerů, andragogů, psychologů a sociologů a konzultantů.



www.mgcgroup.cz

pak spojit tyto individuality tak, aby každý věděl, jaká je jeho role a zodpovědnost. Jen takový tým má šanci podat špičkový výkon, inovovat a vzájemně se od sebe učit.

„Sportovní týmy byly v době pandemie rovněž zavřeny, sportovci spolu nemohli trénovat.

I když si zvyšovali svoje schopnosti, sílu či vytrvalost individuálně, dohromady nefungovali jako správné soukolí. Musí se tak znova učit spolu komunikovat a nastavit role, aby mohli vítězit,“ uvedl Vladimír Valouch, individuální a týmový kouč sportovců. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

DPP získal ocenění CZECH MADE, první mezi dopravními společnostmi

Dopravní podnik hl. m. Prahy získal prestižní ocenění CZECH MADE, které uděluje Česká společnost pro jakost na základě komplexního hodnocení kvality českých výrobků a služeb především prostřednictvím místních šetření a zjišťování míry spokojenosti zákazníků. DPP uspěl ve všech zkoumaných oblastech s celkovým skóre 87,78 % jako první společnost v oblasti přepravy osob. Ocenění CZECH MADE může DPP využívat po následující dva roky. CZECH MADE je značkou kvality s nejdelší tradicí v ČR a je součástí Národního programu Česká kvalita garantovaného Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR.

Značku CZECH MADE může získat produkt skutečně vyrobený v České republice společností se sídlem v ČR, nebo služba poskytovaná firmou registrovanou v ČR, která je ochotna podstoupit komplexní hodnocení kvality a uspěje v něm na minimálně 80 %. Hodnocení probíhá ve třech navazujících krocích. První je sebehodnotící zpráva společnosti s pevně danými položkami, jako jsou např. normy, které musí splňovat, nebo atesty a certifikace, které již získala. Druhým krokem je hodnocení spokojenosti zákazníků se službami poskytovanými společností, které hodnotitelé provádějí formou šetření mezi jejími klienty. Závěrečnou a velmi významnou částí hodnocení jsou pak místní šetření odborníků na danou oblast. V případě DPP probíhala ve vybraných provozech metra, tramvají a autobusů. Hodnotitelé se zaměřili na celkem dvanáct oblastí, např. na strategii a plánování, vedení firmy, řízení pracovníků, tj. lidské zdroje, systémy řízení kvality a procesy, spokojenost zákazníka, spokojenost zaměstnanců, odpovědnost vůči společnosti, včetně vlivu na životní prostředí, nabídku služeb a v neposlední řadě výsledky podnikání. DPP v celkovém hodnocení uspěl na 87,78 %, přičemž mezi jeho silné stránky patří dostupnost spojů veřejné dopravy, dlouholeté firemní know-how, řízení provozu, technické vybavení, vysoká profesionalita zaměstnanců, silná orientace na kvalitu poskytovaných služeb a pracovitý systém managementu kvality. Díky výbornému výsledku se tak DPP stal právoplatným a zároveň největším držitelem značky kvality CZECH MADE.

Značka CZECH MADE je společností, které uspěly v podrobném hodnocení, propůjčována pouze na omezenou dobu. DPP může značku CZECH MADE používat po následující



dva roky ve spojení „provozování pravidelné veřejné hromadné přepravy osob autobusy, metrem, tramvaji, trolejbusy a lanovou dráhou“, přičemž během tohoto období hodnotitelé provedou kontrolu plnění všech hodnocených kritérií. Po dvou letech může hodnocená společnost požádat o prodloužení propůjčení značky na další dvouleté období, musí ale opět úspěšně projít celým hodnocením procesem. „Velmi si vážím toho, že jsme uspěli v hodnocení CZECH

MADE a jako první dopravce získali tuto značku. Není to ten typ ocenění, které si lze koupit, ale za jejím získáním je splnění celé řady náročných kritérií. Nejsme sběratelé ocenění, naším cílem je spokojený cestující. Snažíme se naplňovat naši strategii a dělat veřejnou dopravu v Praze co nejbezpečnější, nejpohodlnější a nejspolehlivější. Potvrzují to na jedné straně výsledky hodnocení Standardů kvality Pražské integrované dopravy, které jako jediný dopravce dlou-

hodobě všechny plníme, na straně druhé aktuální ocenění CZECH MADE. Výsledkem je, že pražská MHD patří mezi špičku v Evropě i ve světě. Získání značky CZECH MADE vnímám především jako ocenění našich zaměstnanců. Kromě toho jako zpětnou vazbu od cestujících a příležitost pro další zlepšování,“ řekl Petr Witoski, předseda představenstva a generální ředitel DPP.

„Těší mě, že se Dopravní podnik hl. m. Prahy stal novým držitelem značky CZECH MADE. Byla to i pro nás výzva, protože šlo o nejrozsáhlejší hodnocení kvality, které jsme zatím realizovali, včetně několikadenního hodnocení na místě přímo v provozech DPP. Poskytovatel městské hromadné dopravy v Praze v něm uspěl na jedničku a ve všech kritériích splnil podmínky udělení značky CZECH MADE. Při hodnocení bylo patrné, že systém podniku je výborně nastaven, připraven na náročná hodnocení a že zaměstnanci jsou svou souměřitelností součástí jednoho dobře fungujícího týmu. Zejména silných stránek definovali hodnotitelé celou řadu, a i přes velikou rozmanitost služeb, které pražský dopravní podnik nabízí, jde o výborný příklad systematické kvality skrze celou společnost. Udělením značky CZECH MADE dopravní podnik korunuje fakt, že rozsahem a kvalitou služeb pro veřejnost patří mezi přední dopravní podniky nejen v České republice,“ uvedl Petr Koten, výkonný ředitel České společnosti pro jakost, která je správcem značky CZECH MADE.

CZECH MADE je značkou kvality s nejdelší tradicí v České republice. Prestižní značku uděluje Česká společnost pro jakost českým výrobkům napříč obory a zároveň službám poskytovaným českými společnostmi. Vznikla s cílem usnadnit spotřebitelům a zákazníkům orientaci v dostupných kvalitních výrobcích a službách na domácím trhu. Je jednoduchým návodem pro spotřebitele, jak vybrat kvalitní český výrobek nebo službu. Zároveň je jejím smyslem podpora odpovědných českých organizací, kterým záleží na celkové a prokazatelné kvalitě vlastních produktů a kteří poskytují zákazníkům vysokou přidanou hodnotu. V roce 2002 byla značka CZECH MADE přijata jako jedna z prvních do spotřebitelského programu Česká kvalita – Program podpory prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb zaštitěný Ministerstvem průmyslu a obchodu, čímž byla potvrzena její nezávislost a důvěryhodnost.

Více informací o značce CZECH MADE je k dispozici na webu czechmade.cz. (tz)



Firma DZ Dražice otevřela novou divizi fotovoltaiiky a představila hybridní solární úložiště

DZ Dražice, největší český výrobce ohřívačů vody a výhradní dodavatel tepelných čerpadel NIBE, otevřela novou divizi DZ Solar pro fotovoltaiická řešení, kterou re-aguje na rostoucí zájem o obnovitelné zdroje a na výrazné zdražování energií. Díky strategické spolupráci se společností Solar poskytuje od dubna komplexní produktové portfolio, jež umožní realizaci udržitelného a energeticky soběstačného bydlení: fotovoltaiické systémy pro výrobu elektrické energie a ukládání jejich přebytků totiž efektivně doplní stávající sortiment společnosti pro ekologické vytápění, chlazení, větrání a ohřev vody.



Firma představila novou divizi při příležitosti mezinárodního veletrhu Aquatherm 2022. Zde zároveň prezentovala i další novinky značek Dražice a NIBE: nadstandardně výkonné tepelné čerpadlo systému vzduch-voda NIBE S2125 nebo revoluční hybridní solární úložiště Slunečnice (model S3), které v sobě kombinuje zásobník teplé vody a bateriové úložiště.

„Jako přední český výrobce ohřívačů vody a výhradní dovozce tepelných čerpadel NIBE jsme se vždy snažili přispívat k ochraně životního prostředí a zvyšování energetické nezávislosti domácností. Naším zákazníkům jsme dokázali poskytnout široké spektrum produktů pro šetrné vytápění, chlazení či ohřev vody, nikoli však komplexní ekosystém moderního udržitelného bydlení. To se však nyní mění. Rozšíření naší nabídky o fotovoltaiické systémy, kombinovatelné s mnoha dalšími produkty (včetně tepelných čerpadel, ohřívačů vody nebo bateriového úložiště), totiž umožňuje vybudovat energeticky soběstačné bydlení téměř nezávislé na elektrické energii z distribuční sítě. A právě komplexní řešení energetiky v domácnostech

pomáhá i ke snižování dopadů energetické krize,“ uvedl Karel Pacourek, generální ředitel DZ Dražice. „S tématem fotovoltaiiky úzce souvisejí také další produkty: tepelné čerpadlo systému vzduch-voda NIBE S2125 a hybridní solární úložiště Slunečnice S3.“

Nová fotovoltaiická divize DZ Solar

Nová divize DZ Solar nabídne široké spektrum komponentů k realizaci střešní fotovoltaiické elektrárny. Základem budou monokrystalické solární panely s technologií Half-cut od předních světových výrobců Longi, Axitec a Risen s výkony od 375 Wp po 455 Wp, klasické nebo hybridní fotovoltaiické střídače značky Dražice (IN.One, IN.Compact, IN.Hybrid one a IN.Hybrid compact) a bateriový systém s nejbezpečnějšími LiFePo4 bateriemi značky Dražice (Trinity B30 a B58). Pro řízení přebytků v rámci systémů s akumulací do vody budou využity regulační jednotky pro optimalizaci vlastní spotřeby od českých výrobců SolarControls a AZ-Traders (WATTrouter či AZ-Router). Luboš Vrba-

ta, vedoucí divize DZ Solar, k tomu sdělil: „Re-agujeme na velký zájem veřejnosti o fotovoltaiické systémy, jejichž kombinace s úspornými zdroji tepla (například s tepelnými čerpadly NIBE) dokáže výrazně snížit celkové provozní náklady domácností a zvýšit jejich energetickou soběstačnost. Aktuální situace na trhu s energiemi navíc trend decentralizace, tedy lokální výroby a akumulace elektřiny, ještě posiluje. K jeho rozvoji přispívá rovněž státní podpora v programu Nová zelená úsporám.“

Unikátní hybridní solární úložiště Slunečnice (model S3)

Hybridní solární úložiště Slunečnice S3 má v sobě integrovaný zásobník teplé vody a LiFePo4 baterie poslední generace s vysokou energetickou hustotou. Tento inovativní model slouží k ukládání a pozdějšímu využití přebytků energie: dokáže akumulovat až 12 kWh do baterií a 10 kWh do teplé vody. „Jde o opravdu unikátní výrobek (v celoevropském měřítku), který v sobě snoubí vlastnosti hybridního ohřívače vody a bateriového úložiště. Díky kvalitní

tepelné izolaci, jejíž technologie prodělala v minulosti velmi radikální vývoj, má navíc zcela minimální statickou tepelnou ztrátu. Vývoj podobných zařízení je určitě krok správným směrem. Plánujeme v něm nadále pokračovat, a stát se tak spolu s divizí Solar průkopníkem nejnovějších trendů. Poptávka po domácích systémech ukládání energie v posledních letech totiž významně roste. Domácí baterie, které skladují energii vyrobenou fotovoltaiickými panely, dokážou pokrýt její spotřebu v domě, a zajistit tak jeho soběstačnost i při nepříznivém počasí, případně výpadcích energie z distribuční sítě,“ vysvětlil Lukáš Formánek, technický ředitel DZ Dražice.

Tepelné čerpadlo systému vzduch-voda NIBE S2125

Tepelné čerpadlo systému vzduch-voda NIBE S2125 patří do revoluční řady NIBE S, za jejímž vývojem stála snaha o lepší konektivitu a integraci do chytré domácnosti a zjednodušení vzdálené správy jednotlivých produktů a jejich příslušenství. Toto zařízení s vysokou účinností při vytápění, chlazení a ohřevu vody je charakteristické především velmi tichým provozem a nadstandardně vysokým výkonem v klimatických podmínkách mírného pásu. „Tepelné čerpadlo NIBE S2125 je nástupcem velmi oblíbeného tepelného čerpadla NIBE F2120. Dosahuje ještě lepšího sezónního topného faktoru 5, a řadí se tak do energetické třídy A+++.“ Tato novinka, jež patří k jedné z nejtišších na trhu, nabízí špičkový pracovní rozsah s maximální výstupní teplotou až 75 °C a vysoký chladicí výkon. Díky možnosti třífázového napájení je ideální pro kombinaci s fotovoltaiickou elektrárnou, což ještě více přispívá k optimalizaci účinnosti a dosažení maximálních úspor,“ konstatoval Radek Červín, vedoucí prodeje divize NIBE Energy Systems CZ. (tz)

Češi domácí nabíjení elektroaut neřeší, je pro ně údajně drahé



Češi nemají kde doma nabíjet svá elektroauta a ani to neřeší. Podle aktuálního průzkumu společnosti Schneider Electric by si vlastní elektronabíječku pořídilo jen 7 % z nich. Hlavním důvodem je „vysoká“ cena, o které přitom mají jen mlhavou představu. Domácí nabíjecí stanice stojí od 15 000 korun.

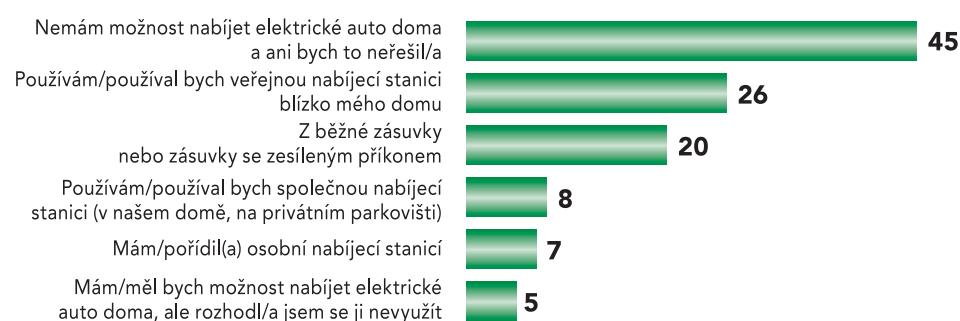
V Česku je registrováno přes 8500 elektroaut. Dojezd těchto vozů někteří výrobci hodnotí vysoko nad 400 km pro městský provoz, který ale v zimě může být jen okolo 150 km. „Uživatelé elektroaut tak musejí mnohem více než řidiči vozů s konvenčními motory řešit tankování, v tomto případě tedy nabíjení. Zatím je v republice jen necelých 1500 veřejných dobíjecích stanic. V porovnání s přibližně 4000 čerpacích stanic je to rozhodně nedostačující,“ uvedl Leoš Kabát, specialista na elektromobilitu společnosti Schneider Electric.

Přitom právě veřejné dobíjecí stanice jsou podle aktuálního průzkumu Schneider Electric hlavním způsobem, jakým Češi svá elektroauta nabíjejí, popřípadě by nabíjeli, pokud by si ho pořídili. Využívá, nebo by je využívalo, 26 % respondentů. Dalších 20 % se spokojí s běžnou zásuvkou nebo zásuvkou se zesíleným příkonem. „Drtivá většina respondentů ale nemá možnost elektroauto nabíjet a vlastně by jeho nabíjení ani neřešila. Oproti západní Evropě zatím elektroauta zkrátka pro české řidiče nejsou tématem,“

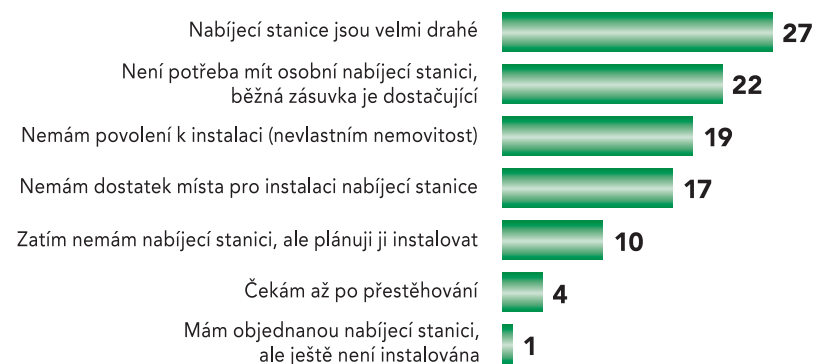
upřesnil Leoš Kabát. Podle něj ale do budoucna jistě budou. Od října totiž platí novela stavební vyhlášky, která zpřístupní domácí nabíjení elektroaut. Podle ní musí mít každá novostavba povinnou instalaci rozvodů pro nabíječky. A od konce minulého roku stát rozšířil podporu v rámci programu Nová zelená úsporám o nabíjecí stanice pro rodinné a bytové domy. Osobní nabíjecí stanice jsou tak volbou zatím jen pro 7 % řidičů.

Hlavním důvodem, proč si Češi domácí elektronabíječku neinstalovali, ani by o tom při pořízení elektroauta neuvažovali, je cena. Příliš drahé se zdají 27 % řidičů. A kolik stojí? Podle odhadů respondentů průzkumu nejčastěji do 6400 Kč, myslí si to 34 % z nich. Nejméně často pak tipují cenu mezi 19 000 a 25 500 korun, jen ve 12 % případů. Nad 25 500 korun ji odhaduje 21 % respondentů. „Tyto výsledky velmi ilustrují naprosto zkreslené představy o elektromobilitě. Elektroauta jsou drahá, tudíž musí být drahé vše kolem nich. Pokud se ale zeptáte, kolik to tedy je, slyšíte velmi nízké částky. Nabíječka stojí od 15 000 korun. Ani tak to ale v porovnání s úsporami, které stále elektromobilita přináší, drahé není. Za tuto částku pořídíte v dnešní době asi 350 l benzínu, to je mimo covidovou dobu asi polovina průměrné roční spotřeby vozu se spalovacím motorem,“ vypočítal Leoš Kabát. Cena za 100 km jízdy elektromobilem při domácím nabíjení pak vyjde asi na 85 korun, to samé u benzínového pohonu vyjde dnes třeba na 3,5násobek. Druhým důvodem pro nepořízení domácí elektronabíječky je s 22 % odpovědí víra, že stačí běžná zásuvka. „Zásuvka je určitě řešení, má to však jisté nevýhody. Tou hlavní je doba nabíjení, více než 20 hodin. Tu mohou specializované nabíječky zkrátit až na pouhou desetinu. Navíc je domácí nabíjení i levnější než u veřejných nabíječek,“ uzavřel Leoš Kabát. (tz)

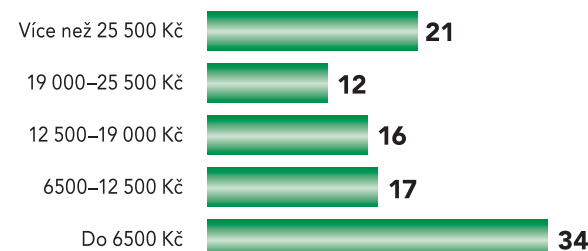
Jak nabíjíte (byste nabíjel/a) elektroauto doma?



Co (by) bylo hlavním důvodem, že jste (byste) si doma nenainstaloval/a osobní nabíjecí stanici?



Kolik jste zaplatili / očekáváte, že byste zaplatil za nabíjecí stanici, kterou máte doma?



Kanceláře mění tvář, podpoří spolupráci a sociální kontakt

Mnoho zaměstnanců přišlo během pandemie na to, že nejlepší kancelář najdou doma. Pracovní prostředí bezesporu v této době prochází zásadní proměnou a jde o to, v jaké nové roli se představí. Ve firmách musí rovněž pamatovat, že do kolektivu se začleňují znevýhodněné osoby. A pracoviště jim je třeba pomoci ESG pravidel upravit. Povídali jsme si o tom s Janou Vlkovou, ředitelkou oddělení Workplace Advisory společnosti Colliers.

Vysvětlete nejprve, co se skrývá za zkratkou ESG a čím promění pracovní prostředí?

Zkratka ESG představuje environmentální, sociální a správní kritéria pro odpovědný přístup v podnikání a investování. Zatímco environmentální aspekty se uplatňují v oblasti komerčních nemovitostí prostřednictvím energetických certifikátů již delší dobu, sociální a správní atributy se teprve v pracovním prostředí aplikovat začínají. V souladu s nimi bude velkým tématem například inkluze, tedy zaměstnávání sociálních menšin či hendikepovaných a jejich zapojení do fyzického prostředí firem. A právě to se již nyní začíná intenzivně promítat do podoby pracovního prostředí. Firmy stále častěji řeší například přístup do kanceláří pro osoby se sníženou mobilitou, barevné řešení prostoru pro slabozraké, dobrou akustiku pro kolegy se sluchovým postižením nebo potřeby menšin v souvislosti se sociálním zázemím.

Jak se proměnily kancelářské prostory a jejich funkce během pandemie a jaký očekáváte další vývoj?

Funkce kanceláří se během pandemie skutečně změnila. Zatímco dříve byly kanceláře místem každodenního výkonu práce, dnes mají poskytovat zejména zázemí pro spolupráci a sociální kontakt s kolegy. Před pandemií tvořily pracovní místa zhruba 80 % plochy a zbylá pětina byla určena pro zasedací místnosti a neformální prostory. Nyní se tento poměr upravuje a prostory pro pracovní týmy a sociální interakci budou tvořit až 40 %. Pracovních míst naopak ubyde, protože mnozí zaměstnanci budou i nadále preferovat pro individuální práci home office.

Mění firmy pohled na prostory v souvislosti s boomem sdílených kanceláří?

Sdílené, respektive servisované kanceláře, neboli coworkingy, jsou dalším fenoménem, který se začíná stále více promítat do pracovního prostředí firem. Zejména mezinárodní korporace srovnávají standardní nájem s možností pronájmu kanceláří ve sdíleném prostoru. Zatím se to týká především Prahy, v ostatních větších městech ČR ještě není nabídka těchto sdílených prostor dostatečná. Investice do zařízení kanceláří ve standardním nájmu jsou kvůli zdražování stále vyšší a volba sdíleného pracovního prostředí je tak často dobrým, flexibilním a finančně vhodným řešením. Po vzoru západní Evropy je tedy třeba navýšit nabídku takových prostor i v krajských městech.

Roste zájem, jak jste uvedla, o úpravy pracovních prostor pro potřeby hendikepovaných. Jaké změny zaměstnavatelé realizují nejčastěji?

Každý hendikep má jiné požadavky na uspořádání prostoru, a vyžaduje proto individuální přístup. Nejčastěji firmy řeší úpravy pomáhající lidem se sníženou mobilitou. Nejde přitom jen o bezbariérovost, kterou určuje řada směrnic z oblasti stavebně-technických řešení. Důležité je také třeba rozmístění nábytku nebo celkové uspořádání prostoru, které už česká legislativa neřeší. Příkladem mohou být těžké protipožární dveře, které člověk s pohybovým omezením jednoduše neotevře, takže do kanceláře nemůže vstoupit bez doprovodu jiné osoby. Takové dveře musí být vybaveny automatickým otevíracím systémem, který je ale samozřejmě dražší a developéři ho často nechtějí instalovat i s odkazem na vnitřní a protipožární bezpečnost.

Firmy zaměstnávající slabozraké by zase pro jejich bezpečný pohyb po pracovišti měly označit překážky, skleněné plochy, schodiště či různé hrany a pro dobrou orientaci nakreslit na podlahu vodící čáry. Vhodné je také volit barvu podlahy tak, aby byla kontrastní vůči stěnám. Osoby se sluchovým hendikepem se pak nejčastěji potýkají se špatnou akustikou pracoviště. Tu může podpořit například členěný povrch stěn bránící odrazům zvuků, dále koberce, závěsy



Jana Vlková, ředitelka oddělení Workplace Advisory společnosti Colliers

a záclony. Za důležité pokládám i kvalitní odhlučnění venkovního prostředí.

Dotknou se změny rovněž nekancelářských prostor, třeba skladů, výrobních prostor, prodejen a podobně?

Ano, požadavky se promítají do všech komerčních budov a provozů. I když praktická řešení většinou teprve čekají na realizaci.

Musí tyto změny financovat zaměstnavatelé sami, nebo mohou spoléhat na státní podporu?

Zaměstnavatele může v tomto ohledu podpořit i stát. Pokud totiž přijme do pracovního poměru zdravotně postiženou osobu, Úřad práce mu

může poskytnout jak příspěvek na zřízení chráněného pracovního místa pro takovou osobu, tak i příspěvek na podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením. Prozatím vidíme snahu o řešení prostor pro osoby s omezeními mezi pronajímateli, respektive developery budov a zaměstnavateli.

Myslíte, že kancelářím brzy odzvoní?

Rozhodně neočekáváme pokles zájmu o kancelářské prostory. Firmy považují kanceláře za místo sociálního kontaktu pro své zaměstnance, a proto si je většina z nich bude chtít udržet. Jejich design a role se však rychle mění.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Robotizaci nyní táhne nedostatek lidí, proniká do všech sfér života

Český průmysl je na tom s robotizací dobře a v poslední dekádě automatizace práce v českých firmách zažívá boom. Podle statistik Mezinárodní robotické federace je ČR patnáctá v žebříčku států s nejvyšším nárůstem počtu robotů. Ti pronikají i do oborů, kde na ně nejsme zvyklí – služeb, zemědělství, administrativních činností i retailu.

Pandemie urychlila globální trendy, od nedostatku pracovních sil a nejistoty v dodavatelském řetězci až po individualizovaného spotřebitele a vzrůstající tlak na udržitelný a flexibilní provoz. Roboti se u nás objevují převážně ve větších výrobních firmách, které jimi optimalizují výroby náročné na rychlost, přesnost i množství hotových produktů. O automatizaci ale narůstá zájem i v malých a středních společnostech, které v současné době motivuje jak akcent na pružnost produkčních kapacit a nutnost vypořádat se s výpadky dodavatelských řetězců, tak nedostatek pracovních sil.

„S nedostatkem pracovníků se podle aktuálních údajů potýká 60 % výrobních podniků v České republice. Kromě technicky zaměřených profesí chybějí zejména manuální pracovníci, a to nejen v průmyslu. Například v logistice a retailu se nedostávají síly potřebné k manipulaci se zbožím. Automatizaci a robotizaci

v českých podnicích momentálně pohání do velké míry nedostatek lidí ochotných vykonávat manuální práce typu něco někam rovnat, skládat, manipulovat s tím,“ konstatoval Michal Novák z pracovního portálu Profesie.cz.

Už není jen doménou automobilek

Pokud se mluví o robotizaci, nejčastěji si představíme automatizovanou výrobu, především automobilovou. Nyní se ale s roboty setkáváme ve všech sférách průmyslu, kde zastávají zejména opakující se manuální úkony – jsou přesní, výkonní, neunaví se a nevdají jim rutina. Robotizace a automatizace se ale neomezují jen na průmyslovou výrobu. Moderní technologie zvyšují efektivitu lidské pracovní síly i v oblastech, kde bychom to ještě nedávno nečekali.



foto Pixabay

Automatizované systémy provádějí předvýběr při náborech nových zaměstnanců, prosazují se ve zdravotnictví při provádění testů i vyhodnocování snímků, zajišťují rutinní zpracování a vyhodnocení ekonomických a statistických dat v podnicích, obstarávají dopravu materiálu v uzavřených systémech. Dokonce nahradí lidskou sílu i v retailu – nedávno byl v České republice otevřen první zkušební bezobslužný obchod, který vznikl jako aplikace projektu supermarket budoucnosti, jež vytvořila společnost Accenture ve spolupráci s řetězcem COOP.

„Automatizace dokáže zefektivnit i takovou činnost, jako je správa objektů a provádění úklidových činností. Některé manuální procesy a pracovní postupy úklidu se již nyní dají spravovat digitálně a příklady využití a možnosti se stále rozšiřují. Chytré vyhodnocení dat může například nasměrovat pracovníky tam, kde se během dne pohybovalo nejvíce lidí, smart technologie zabudované do úklidových strojů dokážou doporučit optimální způsob úklidu a šetřit úklidové prostředky,“ popsal reálné možnosti zefektivnění úklidových služeb Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

Rozvoj ovlivní konektivita a sběr dat i kolaborativní roboti

Podle Mezinárodní robotické federace jsou v současné době po celém světě v provozu asi tři

milióny robotických jednotek a jejich počet každoročně roste o dalších 13 %. V ČR pracují zhruba 3–4 % evropských robotů, což je dvakrát víc, než by odpovídalo velikosti české ekonomiky. Jak si můžeme představit další vývoj? S vyšší kvalitou umělé inteligence začínají roboti kromě rutinních úkonů zvládat i náročnější úkoly, a do chodu svých firem je tak zapojí firmy ve více odvětvích. Do rozšíření robotiky chce podle predikcí ve svých organizacích investovat v následujícím roce až 88 % společností.

„V dohledné budoucnosti můžeme očekávat stále větší důraz na konektivitu a sběr dat, které se stanou rozhodujícími faktory výroby. Data získaná z automatizovaných procesů budou výrobci analyzovat s pomocí umělé inteligence, aby na jejich základě mohli přijímat informovanější rozhodnutí. Současně dojde k využití simulačních nástrojů či rozšíření a virtuální reality, které firmám zjednoduší automatizaci. Pokročilejší schopnost robotů pracovat přímo s lidmi, sdílet úkoly a učit se prostřednictvím umělé inteligence usnadní zavádění inteligentní automatizace v nových prostředích, jako je stavebnictví, zdravotnické laboratoře, restaurace a maloobchod,“ řekl o předpokládaných směrech dalšího rozvoje Jaroslav Blažek, regionální ředitel pro technologickou strategii a poradenství společnosti Accenture. (tz)

Reality nově na Aukro.cz

Největší online tržiště Aukro připravilo novou službu Aukro reality. Cílem služby je nabídnout bezpečný prodej nemovitostí v nově modernizovaném systému aukcí, které jsou férové, transparentní a mohou přinést zajímavý zisk. Podle bleskového průzkumu Aukra mezi makléři má s prodejem nemovitostí přes aukci zkušenost polovina oslovených, jako alternativní způsob prodeje ji v 82 % navrhuje sám makléř. Pravidelná měsíční návštěvnost Aukra 9–12 milionů navíc pomůže makléřům i prodejům oslovit větší počet potenciálních zájemců. Aukro v rámci této nové služby také zahájilo spolupráci s portálem fermakleri.cz a valuo.cz.

Nejoblíbenějším aukčním modelem jsou podle průzkumu stále online aukce (privátní i veřejné) – dohromady tvoří 58 %. Služba Aukro reality je určena nejen majitelům, ale právě i realitním makléřům, kteří díky využití nejmodernějšího aukčního systému ušetří čas i peníze. Systém pro aukce rodinných domů, bytů, chat, chalup, pozemků a dalších realit, které jsou již nyní ve výběru, byl upraven tak, aby měl makléř přímý přístup ke všem zájemcům o aukci a mohl si s nimi snadno domluvit prohlídku nabízené nemovitosti. „V bleskovém průzkumu celkem 87 % zprostředkovatelů uvedlo, že v roce 2022 plánují využívat aukce realit. Ty jsou na Aukru veřejné, avšak možnost učinit příhoz je povolen pouze těm zájemcům, které makléř do aukce vpustí a osobně ověří. To přináší nadstandardní bez-

pečnost a férový průběh aukce. Dalším možností může být výběr vratné kauce, kterou uživatel může uhradit pomocí QR kódu či bankovním převodem,“ komentoval situaci systém Radek Vít, ředitel rozvoje obchodu Aukro.cz.

Detail aukce nemovitosti přináší další vylepšení, jako jsou 3D prohlídka, YouTube video či přímé oslovení makléře s domluvením prohlídky. Klíčové a unikátní je zobrazení odhadované ceny dle podobných nemovitostí v okolí, díky čemuž kupující získává tolik potřebné informace pro určení výše svého příhozu. Tyto odhady Aukro připravilo ve spolupráci s portálem valuo.cz. V detailu aukce zájemce nalezne jak očekávanou cenu, tak detailní report s podobnými nemovitostmi. „Věříme, že aukce je nejspravedlivější určení ceny pro kupujícího i pro prodávajícího. Celý proces v sekci realit prošel rozsáhlou modernizací tak, aby kupující měli co nejvíce informací a prodávající se dostali na aktuální cenu nemovitosti. Do roku 2024 chceme pomocí aukce prodávat tisíc nemovitostí ročně,“ uvedl Jan Sadílek, generální ředitel Aukro.cz.

Protože klíčovou misí Aukra, které od roku 2019 patří do portfolia investiční skupiny Pale Fire Capital, je propojovat prodávající a kupující, zaměřuje se firma i na majitele nemovitostí. Těm nabízí pomoc nejen s vystavením aukce, ale i možnost propojení s férovým makléřem, která vznikla díky spolupráci s portálem fermakleri.cz. Výběrem vhodného makléře v okolí může prodejce získat pomoc s právní stránkou prodeje či se správnou přípravou nemovitosti k prodeji, která pomůže k maximalizaci prodejní ceny. (tz)



foto Pixabay

Aukro nezávislý průzkum mezi makléři

Popularita aukcí realit pro rok 2022

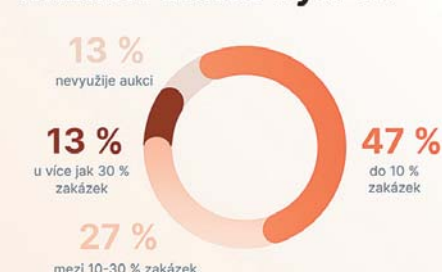
Druhy aukcí

Nejoblíbenější metoda pořádání aukcí je on-line



Frekvence aukcí

U jakého množství zakázek plánují makléři aukce využít?



Už více jak 50 % makléřů má zkušenost s prodáváním nemovitostí v aukci



Budoucnost aukcí v roce 2022

87 % makléřů plánuje v roce 2022 využívat prodej aukcí



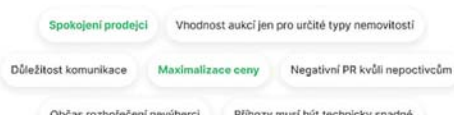
Volba aukce

V 82 % případů je prodej v aukci navržený makléřem

Už více jak 50 % makléřů má zkušenost s prodáváním nemovitostí v aukci

Zkušenosti makléřů

Aukce přináší jak pozitivní, tak negativní emoce, způsob a otevřenost komunikace je klíčová



S developerským úvěrem může být výstavba snazší, pomůže i s vícegeneračním bydlením

Spořitelní družstvo ney

Finanční prostředky od jednoho do 30 milionů korun až na pět let, to je úvěr pro developery s možností pevné fixace na 12, 24 nebo 36 měsíců. Jde o další z produktů NEY spořitelního družstva, které je oblíbeným partnerem při financování nákupu či výstavby nemovitostí. Ve svém portfoliu má mimo jiné právě tuto atraktivní nabídku pro stavitele a developery.

„Developerský úvěr je oblíbený především pro financování staveb rezidenčních projektů. Může ale sloužit také pro výstavbu administrativních a kancelářských budov i jiných komerčních nemovitostí a nebytových objektů,“ vysvětlil Lukáš Hartl, předseda představenstva NEY spořitelního družstva.

Úvěr hojně slouží ke koupi a rekonstrukci různých druhů nemovitostí. S oblibou jej využívají menší developerské společnosti, a to buď na zasítování stavebních pozemků k pozdější výstavbě, nebo přímo ke stavbě rodinných či bytových domů. Developerským úvěrem lze profinancovat například i nákup nových pozemků, prodejních, výrobních či skladovacích objektů a dalších nebytových prostor.

O úvěr můžete požádat v jakékoliv fázi projektu

Produkt umožňuje rovněž refinancování vlastních zdrojů klienta prokazatelně vložených do pořízení nemovitostí, výstavby či rekonstrukce nemovitostí, a to jak celých nemovitostí, tak jejich částí, tedy jednotlivých bytových a nebytových jednotek.

„Nejčastěji jej ocení menší nebo začínající developery, mezi klienty je oblíbený zejména s ohledem na rychlost a pružnost, s jakou jsme schopni prostředky poskytnout. Často řešíme případy, u nichž financování v bankách nebylo reálné, protože sledují a očekávají základní neměnné parametry stavebních projektů. My si zakládáme na individuálním přístupu, na porozumění a pochopení podnikatelského záměru tak, abychom se na něm mohli podílet jako poskytovatel úvěru,“ dodal Lukáš Hartl.

Při financování projektů developerským úvěrem se počítá se spoluúčastí klienta. Ten do projektu vloží určitou část vlastních zdrojů, a to v závislosti na lokalitě, stupni výstavby, případně pak na individuální charakteristice každého jednotlivého případu. Minimální výše vlastních prostředků vždy činí alespoň 20 %.

A jak celý proces žádosti o developerské financování probíhá?

„S klientem, který má zájem o financování, provedeme nejdříve rychlé ověření obchodní-



ho plánu. Zajímá nás hlavně to, do jaké míry je daný podnikatelský záměr realizovatelný. Následně požádáme klienta, aby si nechal na nemovitosti, které budou sloužit jako zástava, připravit znalecký odhad a současně nám poskytl dokumenty vztahující se nejen ke konkrétnímu podnikatelskému záměru, ale také k historii klienta, bezproblémové platební morálce vůči orgánům státní správy a podobně. Po kompletaci všech nutných dokumentů jsme schopni v řádu dnů vyhodnotit úvěrovou zá-

dost a navrhnout způsob financování,“ popsal Lukáš Hartl. Úrokové sazby začínají už na 9,5 % p. a., délka splácení se pohybuje od jednoho roku do pěti let. Produkt developerského financování je možné využít v jakékoliv fázi podnikatelského záměru. Mnohdy jej volí zájemci, kteří s pomocí vlastních financí vybudovali významnou část stavebního projektu a developerský úvěr od NEY spořitelního družstva jim pomůže dofinancovat zbývající část, na niž už prostředky nestačily. (tz)

Opavský OSTROJ patří dlouhodobě k nejstabilnějším českým firmám

OSTROJ a.s. navýšil k 31. prosinci loňského roku meziročně své tržby o 60 milionů korun na celkových 1,064 miliardy korun, do provozu byly uvedeny nové stroje a zařízení za bezmála 30 milionů korun, do majetku společnosti byly dále aktivovány stavební investice za necelých 14 milionů korun a nehmotné investice za 0,6 milionu korun. S ohledem na dobrou zakázkovou naplněnost probíhal po celý rok 2021 aktivní nábor zaměstnanců, který dále pokračuje i v roce letošním.

Přesto, že se OSTROJ a.s. musel po celý rok 2021 potýkat s dopady pandemie covid-19, které se projevovaly jak v obrovském nárůstu cen vstupních materiálů, tak v poklesu objemu zakázek pro automobilový průmysl, podařilo se společnosti meziročně navýšit celkové tržby na 1,064 miliardy Kč. Hospodářský výsledek po zdanění se meziročně zlepšil o 68 milionů Kč, společnost i přesto uzavřela rok 2021 se ztrátou ve výši 11,9 milionu Kč. K poslednímu prosincovému dni roku 2021 evidovala společnost 829 zaměstnanců.

„Během roku 2021 jsme se potýkali s řadou přímých i nepřímých dopadů pandemie covid-19, které se projevovaly ve zvýšených absencích našich zaměstnanců i v bezprecedentním nárůstu cen vstupních materiálů, a v neposlední řadě ve výpadcích v objemu zakázek pro

automobilový průmysl. Na druhé straně se nám dařilo navyšovat objemy výroby pro zákazníky působící v oblasti výroby stavebních strojů, dopravní techniky, elektromotorů a generátorů, objem výroby jsme navýšili i u povrchových úprav zinkováním a chromováním.

Ačkoliv loňský hospodářský výsledek neskončil v kladných číslech, ve srovnání s rokem 2020 je lepší o 68 milionů korun, což považujeme za úspěch, vezmeme-li v úvahu, s jakými překážkami a problémy jsme se během roku 2021 museli potýkat,“ řekl Aleš Martinek, generální ředitel společnosti OSTROJ. „Za velký úspěch našeho pracovního úsilí v roce 2021 považujeme spuštění nového páteřního informačního systému IFS od počátku ledna 2022, který zásadním způsobem přispěje ke zefektivnění našich firemních procesů a jejich řízení,“ dodal.

Kapitálově zůstává firma nadále velmi stabilní, část nerozděleného zisku z minulých let OSTROJ investuje do modernizace svých provozů, zvýšení efektivity výrobních procesů a v neposlední řadě také do zajištění částečně energetické soběstačnosti. Jednou z nejvýznamnějších investic zahájených v roce 2021 je bezesporu nová zinkovací linka divize Galvanovna, jejíž uvedení do provozu je plánováno na červenec letošního roku. Z důvodu rostoucího objemu výroby OSTROJ a.s. dále navyšuje počet svých zaměstnanců o zhruba padesát nových kolegů, a to zejména z řad svářečů, zámečníků,



obsluhy CNC strojů, ale i pracovníků obsluhových činností ve výrobě. Těm firma kromě obvyklých benefitů nabízí i náborový příspěvek ve výši až 40 000 Kč.

OSTROJ patří k nejstabilnějším firmám v České republice, na strojírenském trhu působí od roku 1948. Je ryze českou akciovou společností, její sídlo a výrobní závod se nachází v Opa-

vě. Do výrobního portfolia šesti divizí patří široká paleta výrobků a komponent od důlních strojů pro hlubinnou těžbu uhlí a rud, přes hydraulické válce, hřídele, tiskařské válce, opracované lakované svařence, komplexní nástrojářská řešení a přesné obráběné dílce až po ocelové zápuskové výkvy. Součástí výrobních aktivit je i galvanické zinkování a chromování. (tz)

Společnost ABB v Brně zdvojnásobuje výrobní kapacitu v největší továrně na senzory na světě

Společnost ABB investovala 25 milionů korun do nové moderní linky na výrobu senzorů ve svém brněnském závodě produkujícím přístrojové transformátory a senzory. S plochou 15 000 m² je brněnský závod již nyní největším zařízením svého druhu na světě. Nová linka zvýší rozsah a tempo výroby senzorů vysokého napětí téměř o 100 % s cílem dosáhnout do roku 2026 výroby v objemu 100 000 kusů ročně.



Poptávka po pokročilých vysokonapěťových senzorech společnosti ABB se od roku 2018 zdvojnásobila a očekává se, že v příštích pěti letech dále výrazným způsobem poroste. Je to způsobeno stoupající poptávkou energetických společností po aplikacích pro sekundární distribuci, včetně automatizace rozvodu, detekce poruch a řízení kvality elektrické energie. V rámci primární distribuce pak větší poptávku vyvolává stále častější využívání digitálních rozváděčů. Vysokonapěťové senzory ABB jsou rovněž určeny pro aplikace, které umožňují zvyšovat

úroveň dálkového ovládání a komunikace. To jsou klíčové prvky, které umožní průmyslovým a energetickým společnostem vyšší měrou integrovat obnovitelné zdroje energie s cílem snížovat emise a náklady na energii.

Senzory z brněnského závodu byly použity v instalacích po celém světě, včetně nedávného

projektu, v jehož rámci je instalováno 12 000 senzorů pro zvýšení energetické účinnosti a stability elektrické sítě v severní Káhiře. Díky menším rozměrům a vyšší bezpečnosti jsou tyto senzory ideální do tradičních přístrojových transformátorů. Dodávány jsou do rozváděčů pro primární i sekundární distribuci elektrické energie. Tyto

vysokonapěťové rozváděče se vyrábějí i v dalším závodě ABB Brně a lze je nalézt v instalacích kdekoli na zeměkouli, od nejvyššího mrakodrapu světa Burž Chalífa, který se tyčí 828 metrů nad Dubají, až po podzemní linky londýnského metra.

„Naše pokročilé senzory pomáhají zákazníkům zajistit bezpečné a udržitelné dodávky energie 24 hodin denně, sedm dní v týdnu,“ uvedl ředitel jednotky Přístrojových transformátorů a senzorů Petr Neumann a dodal: „Naše nová výrobní linka v Brně reaguje na rostoucí poptávku po digitálních rozváděcích a masivnější prosazování integrace většího množství obnovitelných zdrojů energie. Umožní nám zvýšit kapacitu na úroveň, díky níž budeme moci každoročně vyrábět rekordní počet senzorů.“

Rozsáhlý brněnský závod ABB, který je v provozu již 135 let a zaměstnává téměř 2000 lidí, se skládá ze sedmi samostatných jednotek ve dvou areálech. Patří sem závod na výrobu přístrojových transformátorů a senzorů a největší závod na výrobu vysokonapěťových rozváděčů v Evropě. (tz)

Výrobky Pražské strojírny létají letadlem až do Austrálie

Pražské strojírny se daří i na exotických zaoceánských trzích. Australské město Melbourne patří mezi její dlouhodobé odběratele. Za rok 2021 bylo do Austrálie převezeno devět přepravních kontejnerů zpracovaného materiálu. Poslední větší dodávka se již „nevešla“ do roku 2021 a její export byl dokončen v začátku roku 2022. Dopravní podnik druhého největšího města Austrálie provozuje největší tramvajovou síť na světě.

Tramvajová síť ve městě Melbourne má přes 250 km a v provozu je na ní přes 500 různých tramvajových vozů. I zde, stejně jako u nás, má tramvajová doprava bohatou historii. První koňspřežné tramvaje zde vyjely v roce 1884, tedy necelých devět let poté, co byl provoz tramvají tažených koňmi zahájen v Praze.

Rozsáhlá tramvajová síť vyžaduje pravidelnou údržbu a výměny. Ty jsou dodávány

z pražské Víně a převáženy za oceán. Vzhledem k problémům v lodní zámořské přepravě se celý proces ustálil na délce 75 dní. „Některé z projektů, například na ulicích High Street, Kew Depot a Route 58, nabraly trochu rychlejší tempo, museli jsme proto vyřešit alternativní způsob přepravy. Na přání zákazníka nakonec zvítězila letecká přeprava,“ řekl Robert Masarovič, předseda představenstva a generální ře-

ditel Pražské strojírny a. s. Všechny devět přepravních kontejnerů převeznených do Melbourne bylo naplněno výrobky pro tramvajovou kolejovou dopravu. Součástí zakázek byly výměny a srdcovky, čtyřsrdcovková křížení nebo například složité dvojité výměny se systémem navazujících srdcovek a proložených přestavníků a další náhradní díly. Mimo konkrétní projekty byly pro potřeby běžné údržby australského dopravního podniku standardně dodány klasické výměny, jazyky, srdcovky i další díly.

Výrobní proces Pražské strojírny významně urychlují CNC obráběcí centra, Pražská strojírna má takové stroje ve svých výrobních halách hned dva. První CNC obráběcí centrum se

osvědčilo, proto strojírna v polovině roku 2021 nakoupila druhé. Stroj zkracuje výrobu až na polovinu času. (tz)



Emil Frey Group přebírá distribuci významných automobilových značek

Skupina Emil Frey Group se stává hlavním partnerem skupiny Stellantis v Maďarsku, v Česku a na Slovensku a přebírá odpovědnost za dovoz značek Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep. Uzavření a uskutečnění této zamýšlené transakce přinese podléhá souhlasu příslušných antimonopolních orgánů. Tato záležitost navazuje na loňskou fúzi automobilek PSA a FCA, z níž vzešla skupina Stellantis, jeden z největších světových výrobců automobilů s výrobními zařízeními ve 30 zemích a obchodním zastoupením na 130 trzích po celém světě.

Po uzavření plánované transakce bude skupina Emil Frey Group dovážet celkem devět značek Stellantis jak do Česka, tak na Slovensko a osm značek Stellantis do Maďarska. Převezme odpovědnost za všechny středoevropské a východoevropské (dřívější) FCA aktivity v Maďarsku, České republice a ve Slovenské republice a po dokončení transakce dojde k převodu stávajících zaměstnanců. Převedeny budou rovněž všechny stávající smlouvy s koncesionáři.

Skupina Emil Frey Group se bude při zajištění úspěchu nové operace spoléhat na své zkušenosti a rozsáhlé know-how na těchto trzích. V důsledku tohoto nového provozního začlenění v Maďarsku, Česku a na Slovensku bude skupina Emil Frey Group zastupovat značky Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep, které mají na těchto trzích silnou pozici, což je pro úspěch nového uspořádání zcela klíčové. Skupina Emil Frey Group rovněž využije své odbornosti k distribuci veškerých náhradních dílů vztahujících se k těmto značkám a k úspěšnému rozvoji souvisejících poprodejních služeb v regionu.

„Jsme velmi rádi, že můžeme rozšířit naši plodnou spolupráci se skupinou Stellantis v Maďarsku, v Česku a na Slovensku a upevnit naši přítomnost ve střední Evropě, strategickém regionu, kde naše skupina působí již více než 30 let. Díky této dohodě bude náš stávající obchodní model ještě výkonnější, a tedy výhodnější pro naše koncesionáře i zákazníky. Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep jsou nesmírně zajímavé a ikonické značky. Krásné produkty ve vynikající kvalitě a vybavené nej-

novějšími udržitelnými technologiemi z nich učiní správnou volbu pro naše klienty. Díky velkému potenciálu na jednotlivých trzích jsme ve společnosti Emil Frey vysoce motivováni k tomu, abychom našim zákazníkům a koncesionářům v každé zemi poskytovali ty nejlepší služby,“ prohlásil Gerhard Schuermann, generální ředitel Emil Frey Group.

„Jde o další důležitý krok v rozvoji obchodní strategie skupiny Stellantis, díky kterému bude naše prodejní struktura v Maďarsku, Česku a na Slovensku ještě flexibilnější a efektivnější, a tím i konkurenceschopnější, přičemž v centru pozornosti budou vždy zákazníci. Díky této podepsané smlouvě se Emil Frey Group stane pro Stellantis ještě silnějším partnerem na trhu. Jsme přesvědčeni, že našim značkám se s tímto novým uspořádáním povede v zemi ještě lépe,“ uvedl Philippe Narbeburu, Senior Vice President pro evropské trhy (mimo G5) skupiny Stellantis.

Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep jsou ikonické značky, které doplní portfolio modelů skupiny Emil Frey. Díky využití řady nových vyspělých hnacích ústrojí vyvinutých v rámci skupiny Stellantis budou mít všechny

tyto značky v nově získaném portfoliu prospěch z významných investic do technologií nejnovější generace a nových atraktivních modelů a vykročí v nejbližší době směrem k realizaci dlouhodobého strategického plánu skupiny Dare Forward 2030, který byl představen 1. března. Počínaje uvedením pěti nových modelů na trh v roce 2022 má každá značka jasně definovanou progresivní strategii, jejímž cílem je poskytnout zákazníkům kompletní řadu modelů splňujících dnešní i budoucí požadavky trhu.

„Stellantis je jedním z předních světových výrobců automobilů, přinášející na trh vynikající produkty a velmi silný plán elektrifikace a udržitelné mobility. Skupina Emil Frey Group, která má za sebou téměř 100 let úspěšných zkušeností v oblasti distribuce automobilů, je odhodlána úspěšně se přizpůsobit vývoji automobilového průmyslu. Společně se skupinou Stellantis pevně věříme, že budeme dodávat řešení mobility budoucnosti a zároveň našim zákazníkům nabídneme očekávané zkušenosti využívající veškeré možné kanály a zajistíme dlouhodobý růst našich značek a našich distribučních sítí,“ vysvětlil Gerhard Schuermann. (tz)

Otevřeno centrum e-mobility Hyundai Electrified

České zastoupení jihokorejské automobilky Hyundai 11. dubna slavnostně otevřelo centrum e-mobility Hyundai Electrified. Jde o jeden z vůbec prvních evropských showroomů značky, určených pouze pro čistě elektrické a nízkoe emisní modely a řešení pro mobilitu budoucnosti. Showroom je tak určen nejen pro fanoušky značky, ale také pro zákazníky, které zajímají témata ekologické mobility a budoucích technologií.

„Jsme pyšní na to, že jsme mohli zbrusu nové Centrum e-mobility Hyundai Electrified zřídit a nabídnout veřejnosti místo, kde se mohou zájemci o udržitelné mobilitě budoucnosti dozvědět vše, co je zajímavé,“ uvedl generální ředitel Hyundai Motor Czech Martin Saitz.

Hned v uvedené datum se návštěvníci mohli poprvé zrekonstruovanými prostory projít a pro-

zkoumat všechna lákadla nového showroomu, například robotického psa od společnosti Boston Dynamics, z 80 % vlastněné Hyundai Motor Group, nebo prototyp čistě elektrického okružového speciálu Hyundai RM20e o výkonu 810 koní. Při přípravě konceptu nového centra e-mobility Hyundai Electrified s českým zastoupením značky Hyundai spolupracovala i sesterská společnost Cradle Berlin, zaměřená na vyhledávání inovací a startupů, a výsledkem je nasazení technologie tzv. smíšené reality.

Showroom je osazen sadou interaktivních obrazovek, které návštěvníky provedou světem Hyundai a vysvětlí klíčové oblasti elektromobility, jako jsou možnosti dobíjení doma i na cestách, varianty elektrifikovaných pohonů, konektivita a další. Součástí showroomu je také ultrarychlá nabíječka Siemens Sicharge D o výkonu 300 kW, která je – stejně jako celé centrum e-mobility – poháněna výhradně elektřinou



z obnovitelných zdrojů. Celý prostor vkusně doplňuje i živá stěna vytvořená ve spolupráci s Botanickou zahradou hl. m. Prahy, jejíž je značka Hyundai generálním partnerem.

Každý návštěvník centra e-mobility Hyundai Electrified, jímž je k dispozici vyškolený

personál, navíc může během své návštěvy do detailu prozkoumat vystavené čistě elektrické a elektrifikované modely značky, ať už vlajkovou loď Ioniq 5, nebo v České republice vyráběné modely Kona Electric, Tucson Plug-in Hybrid a další. Každý z nich si lze v centru e-mobility také vyzkoušet přímo na silnici v rámci testovací jízdy, a to včetně vozíkem poháněného SUV Nexo.

„Trvale udržitelná mobilita budoucnosti je globální vizí značky Hyundai, naše centrum e-mobility Hyundai Electrified je ztělesněním této snahy. Rádi zde přivítáme každého hosta, kterého zajímá elektromobilita nebo kterýkoliv z našich modelů,“ uvedl prezident Hyundai Motor Czech Sunyong Hwang. Centrum e-mobility Hyundai Electrified v ulici Siemensova v pražských Stodůlkách je veřejnosti volně přístupné od 19. dubna v otevírací době v pracovních dnech od 8 do 18 hodin. (tz)

Hyundai má v příštích letech smělé plány

Hyundai Motor je o krok blíže k dosažení kompletní uhlíkové neutrality do roku 2045. Značka docílila za rok 2021 v Evropě hodnoty flotilových emisí 108,0 g, což je výrazně méně, než požadují emisní cíle EU.

Za tímto úspěchem částečně stojí pokračující růst podílu vozidel s nulovými emisemi v prodeích společnosti. V prvních dvou měsících roku 2022 tvořily bezemisní vozy 20 % prodaných automobilů Hyundai v Evropě, což je nárůst o 102 % v porovnání s únor 2021. V roce 2021 se přitom vozidla s nulovými emisemi podílela na prodeích značky Hyundai v Evropě 14,1 %. Současný vývoj naznačuje, že společnost Hyundai jejich podíl v roce 2022 znovu výrazně zvýší.

Lídrem tohoto trendu je v Evropě Ioniq 5, elektricky poháněné CUV a první model produktové značky Ioniq. V prvních dvou měsících roku 2022 se prodalo 8137 vozů Ioniq 5. „Mobilita s nulovými emisemi už není jen trendem, ale stala se nezbytností. S naším silným a rostoucím portfoliem zvyšujeme atraktivitu tohoto řešení mobility pro ještě více zákazníků,“ řekl Michael Cole, prezident a generální ředitel společnosti Hyundai Motor Europe. „Ioniq 5, desetinasobný vítěz anket Car of the Year napříč Ev-

ropou, je toho jasným důkazem. Tím, že nabízíme chytrá a atraktivní řešení pro mobilitu s nulovými nebo nízkými emisemi výfukových plynů, nejenže překonáváme naše emisní cíle, ale také pomáháme chránit životní prostředí.“

Vozidla s nulovými emisemi zrcadlí celkový trend prodeje

Úspěšný trend prodeje vozů Hyundai ze závěru roku 2021 pokračuje i v roce 2022. V lednu a únoru 2022 bylo v Evropské unii, zemích Evropského sdružení volného obchodu (ESVO) a Velké Británii registrováno 74 661 vozů Hyundai, jak vyplývá z nejnovějších údajů zveřejněných Evropskou asociací výrobců automobilů ACEA. V porovnání se stejným obdobím roku 2021 to představuje zvýšení o 28,8 %. Jen v únoru 2022 bylo v Evropě registrováno 37 032 vozů Hyundai, o 25,5 % více než v únoru 2021.

Nejenže Hyundai překonal své vlastní prodejní výsledky ze stejného období předchozího roku, ale společnost si také vedla lépe, než jaký byl vývoj celého automobilového trhu. V zemích EU i ESVO a ve Velké Británii bylo v lednu a únoru letošního roku registrováno 1 626 350 vozidel, což je meziročně o 3,9 % méně.

V prvních dvou měsících roku 2022 byly v Evropě nejoblíbenější následující modely značky Hyundai: Tucson, jehož podíl na prodeji

byl 29,3 %; Kona s podílem 21,4 %; a i20 s podílem 11,1 %. V uvedených výsledcích jsou zahrnuty varianty se spalovacími motory i elektrifikovanými pohony. Tucson je k dispozici v hybridních a plug-in hybridních verzích; Kona se dodává se spalovacími motory, hybridním pohonem i jako elektromobil.

Nyní připadá pozoruhodná část prodejního mixu značky Hyundai také na model Ioniq 5, který byl uveden na trh před pouhým jedním rokem. Vlajková loď značky Hyundai v segmentu bateriových elektromobilů se v současnosti podílí na prodeji 10,3 %.

Rekordní na klíčových evropských trzích

Hyundai vytrvale pokračuje ve zvyšování svého tržního podílu v Evropě díky lepšímu vývoji prodeje, než jaký zaznamenává celkový trh. V únoru 2022 tvořila vozidla Hyundai 4,6 % evropského trhu – to je o 1,1 procentního bodu více než v únoru 2021 a o 0,2 procentního bodu více než za celý rok 2021.

Loni byl tržní podíl společnosti o jeden procentní bod vyšší než v předchozím roce. Tyto výsledky tedy svědčí o pokračujícím trendu posilování pozice značky Hyundai v Evropě. Z jednotlivých trhů k uvedeným výsledkům nejvíce přispěly Španělsko a Velká Británie. Hyundai

v těchto zemích dosáhl v prvních dvou měsících roku 2022 rekordního tržního podílu 6 %, resp. 5 %. To představuje meziroční nárůst o 37,5 % ve Španělsku a o 100,6 % ve Velké Británii. V Německu zvýšila značka Hyundai svůj podíl na trhu o 0,3 procentního bodu na 3,7 % v porovnání s únor 2021. V České republice značka mezi ostatními výrobci stabilně drží druhou příčku s 2710 registrovanými osobními vozy a tržním podílem 8,89 %. Podíl bateriových elektromobilů činí 1,44 %.

Cesta k elektrifikaci

Úspěšné splnění cílů v oblasti emisí CO₂ a zvýšení podílu bezemisních vozidel na prodeji v Evropě není dílem náhody, ale výsledkem cílené realizace strategie společnosti Hyundai, která směřuje k elektrifikaci a transformaci na poskytovatele chytrých řešení pro mobilitu. Hyundai bude i nadále lídrem elektrifikace automobilového průmyslu a v porovnání s ostatními výrobci nabízí nejširší řadu pohonů – od spalovacích motorů přes částečně hybridní, hybridní a externě nabíjitelné hybridní systémy až po elektromobily napájené z akumulátorů, nebo dokonce palivových článků na vodík.

Hyundai plánuje, že do roku 2030 bude na celém světě prodávat 1,87 miliónu bateriových vozidel a dosáhne 7% podílu na trhu. (tz)

Biometan může nahradit pět procent spotřeby

Skleňování alternativ pro český energetický mix ještě zesílilo v souvislosti s aktuální debatou o možném omezení dodávek ruského plynu. Jednou z jeho nejpřirozenějších alternativ je biometan, který v Česku podle odborníků může nahradit okolo 5 % současné spotřeby. V tuzemsku aktuálně vzniká druhá biometanová stanice, pro rychlejší nárůst jejich počtu však bude nutná změna energetické strategie u stávajících bioplynových stanic a čistění odpadních vod. Klíčová bude také role státu a jeho podpora těchto projektů.

„S ohledem na události posledních týdnů je nezbytné, abychom energetickou nezávislost začali brát velmi vážně. Biometan je jednou z alternativ k fosilnímu zemnímu plynu, proto bychom nyní měli udělat maximum pro to, abychom využili český potenciál pro produkci biometanu co nejrychleji,“ uvedla Monika Zitterbartová, výkonná ředitelka společnosti Hutira green gas, která se na technologii čištění bioplynu na ozelenění zemní plyn a jeho následné využití zaměřuje.

V Česku se v současnosti za rok spotřebuje okolo 8,5 miliardy metrů krychlových zemního plynu. „Pokud bychom začali třdit a využívat bioodpad v bioplynových stanicích, můžeme z přibližně jednoho milionu tun bioodpadu ročně vyrobit zhruba 70–80 milionů kubických metrů biometanu,“ řekl Petr Novotný z Institutu cirkulární ekonomiky. Zemědělské bioplynové stanice zpracovávají hnoj, kejdu či cilené

pěstované energetické plodiny pak mohou dodat další nižší stovky milionů kubiků biometanu. Produkce biometanu tak podle Novotného představuje potenciál okolo 5 % současné celkové spotřeby plynu.

Podobně možný vývoj vidí i místopředseda představenstva České bioplynové asociace Jan Matějka. „Kdybychom se bavili o nárůstu počtu výroben bioplynu a biometanu, lze změnu potenciálního příspěvku obnovitelných zdrojů tohoto typu v energetickém a palivovém mixu jako celku očekávat v řádu procent celkové spotřeby energií a paliv v ČR,“ uvedl. Vyšší podíl pak může podle odborníků biometan za současné situace uzmout pouze v případě, že by došlo k omezení spotřeby fosilního zemního plynu.

K výrobě biometanu jsou podle Zitterbartové v současnosti nevhodnější již fungující bioplynové stanice, v Česku jich je aktuálně v provozu okolo pěti set. „Zejména pak ty, které je možné napojit na plynárenskou distribuční síť. Jako ideální byla dlouhodobě uváděna vzdálenost 2 kilometry, nicméně setkat se lze i s více než pětikilometrovými přípojkami. Pokud se začínáme bavit o plynové soběstačnosti, předpokládáme, že faktor vzdálenosti půjde v budoucnu spíše do pozadí,“ uvedla výkonná ředitelka Hutira green gas. Podobný pohled směrem k soběstačnosti nabízí také Štěpán Chalupa, předseda Komory obnovitelných zdrojů energie. „Z geopolitického hlediska může být u biometanu ceněna schopnost vlastní výroby bez závislosti na importu z třetích zemí,“ uvedl.

Další výhodou, která bývá zmiňována, je obnovitelnost tohoto zdroje, který může napo-

moci dekarbonizaci průmyslu, zejména v dopravě a teplárenství. „Fosilní energii, která je příčinou změny klimatu, musíme nahradit obnovitelnou energií,“ řekl Martin Schwarz, vedoucí biometanové sekce Českého sdružení pro biomasu CZ BIOM.

Obdobně se v tomto směru vyjadřuje i Petr Novotný, podle kterého by v dlouhém časovém horizontu měl v české plynárenské síti být pouze obnovitelný metan. „K tomu však povede ještě dlouhá a trnitá cesta. Vždy je nutné začít úsporami, protože minulá desetiletí levného a dostupného plynu naši společnost nemotivovala k tomu, aby věnovala speciální úsilí energeticky úsporným opatřením. Vedle biometanu vyráběného z bioplynu se také musíme naučit vyrábět syntetický metan, který bude produkován s využitím přebytečné elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Tomu však musí předcházet výrazný rozvoj instalované kapacity obnovitelných zdrojů elektrické energie a rozšíření nyní pouze pilotních projektů výroby syntetického plynu – power to gas,“ řekl.

Aktuálně by přitom v Česku měly ke konci letošního roku existovat minimálně dvě bioplynové stanice disponující technologií čištění bioplynu na biometan s jeho následným vtlačáním do sítě, a to v Rapotíně a Litomyšli. „Projekt biometanové stanice v zemědělském družstvu v Litomyšli, který letos realizuje naše společnost, by měl ukázat nejen veřejnosti, ale i politickým činitelům, že technologie pro energetickou soběstačnost v Česku existují. Jen je potřeba jít jim více naproti,“ uzavřela Monika Zitterbartová. (tz)

Naše kavárna

ČSOB řídí A. Blažek

John Hollows, generální ředitel ČSOB, odešel po 26 letech u KBC do důchodu. Nástupcem ve funkci generálního ředitele ČSOB a člena výkonného výboru KBC se stal Aleš Blažek.

V. Jeřábek v čele KB Penzijní společnost

Novým výkonným ředitelem KB Penzijní společnosti je Vladimír Jeřábek. Zkušený manažer v minulosti v KB Penzijní společnosti působil jako předseda dozorčí rady.

Ředitelem TTC Marconi Petr Berchtold

TTC Marconi, systémový integrátor a dodavatel informačních technologií pro oblast kritické infrastruktury, průmyslu, energetiky a dopravy, posiluje svůj tým. Novým personálním ředitelem se stal P. Berchtold.

Sponzoring, charita, pomoc

Tesco získalo 58 tun potravin pro Ukrajinu

Společnost Tesco ukončila svou materiální a potravinovou sbírku na pomoc lidem zasaženým konfliktem na Ukrajině. Do mimořádné sbírky, která probíhala ve všech Tesco prodejnách napříč Českou republikou a také na iTesco.cz, zákazníci přispěli potravinami a dalším potřebným materiálem o celkové hmotnosti přes 58 tun. Tesco toto množství zdvojnásobí. Prostřednictvím potravinových bank tak bude potřebným distribuováno více než 276 000 porcí jídla. (tz)

Lego naší legislativu

Taxi může pacientovi proplatit pojišťovna



Pacient dojíždí na specializovanou ambulantní léčbu do zdravotnického zařízení. Může mu zdravotní pojišťovna přispět na taxíka? „Pojištěnec, který má ze zdravotních důvodů nárok na hrazenou přepravu do zdravotnického zařízení, se může rozhodnout cestovat soukromým vozidlem místo sanitkou. Nezbytnou podmínkou je skutečnost, že řidičem vozidla nesmí být samotný pacient. Tento požadavek je splněn i v případě dopravy taxi službou,“ sdělila Viktorie Plívová, tisková mluvčí VZP.

O nároku na úhradu cestovních nákladů rozhoduje ošetřující lékař, který zná zdravotní stav pacienta. Ošetřující lékař musí pojištěnci tento druh dopravy vždy předem schválit a vystavit tiskopis Vyúčtování náhrady cestovních nákladů soukromým vozidlem.

Vystavený tiskopis platí na cestu tam i zpět, případně i na opakované cesty k jednomu poskytovateli zdravotních služeb, avšak maximálně na deset jízd.

„Pacientovi je proplácen počet ujetých kilometrů za nejkratší cestu z místa výjezdu do místa určení, a to vždy jen jízdy s pacientem. Výše úhrady je stanovena cenovým předpisem Ministerstva zdravotnictví. Pro jízdy uskutečněné od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2022 je určena úhrada ve výši 6,93 Kč za 1 km. Podmínky pro indikaci zdravotního transportu jsou stanoveny zákonem č. 48/1997 Sb., uvedla V. Plívová. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.

www.albatrosmedia.cz

Do Nepaměti

Daniel Špaček, Tomáš Končinský

Jasmína je úplně obyčejná holka, která občas zapomene udělat úkol, občas si vzpomene, že se jí do něčeho vážně nechce. A proč si taky věci pamatovat? Nejlepší je pustit všechno z hlavy a užívat si! To si ale myslí jen do chvíle, než zjistí, že v záhadném místě zvaném Nepaměť jí všechny vzpomínky mohou ukrást...

Odbočka v lesích

Kateřina Karolová

Parta přátel vyráží na dovolenou do zapadlé horské oblasti. Na krajinu padá tma a skupina se rozhodne použít lesní zkratku, kterou objeví ve staré mapě. Poznámka na okraji před zpusťou cestou varuje, přesto se všichni do hlubin lesa vydají. Netuší ale, jak děsivé tajemství se mezi stromy skrývá...

Prázdniny v Palmárii

Dagmar Medzvecová

Elišku čeká první cesta letadlem. Spolu s rodiči se těší na teplo a krásnou pláž, nikdo z nich však netuší, že země, do které míří, je kouzelná! V Palmárii si Eliška rychle najde nové kamarády – opičku Palmínu a opičáka Bandyho. Společně vykouzlí v tropech snůh, z mořské hladiny udělají kluziště a postaví sněhuláky z písku.

Čistí

Janek Kroupa

Biz books Politika, podsvětí, korupce. To vše se prolíná víc, než by se nám líbilo. Složitý propletenec vztahů prorůstá z podsvětí až do nejvyšších pater české politiky. A nejde jen o peníze nebo službičky kamarádům – může jít i o život. Kdosi v šeru totiž tahá za nitky a nepohodlné kumpány bez milosti odklízí. Ještě je tu ale jeden novinář a jeden policajt, kteří hodlají vše odhalit. Podaří se jim to, nebo jako obvykle skončí všechna špína pod kobercem?

Až uvidíš moře

Scarlett Wilková

motto V roce 1948 přijalo Československo tisíce uprchlíků, kteří opustili občanskou válkou rozdělené Řecko. S první vlnou emigrantů přichází i desetiletá Sotiria – neumí česky, o svých rodičích nemá zprávy a neví, co s ní bude. Roky plynou a na pozadí jejího osudu se odvíjí rodinná sága plná tajemství a stesku po rodné zemi. Uvidí někdy Sotiria řecké moře? Pokud se do své vlasti skutečně vydá, možná tam najde víc, než čekala...

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 rádobý 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...

GRADA

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

Jak odhalit skryté narcisty a bránit se jim

Mirza Debbie

Máte šéfa nebo kolegu, o kterém si všichni myslí, že je skvělý, ale po letech spolupráce s ním trpíte úzkostmi, cítíte se nekompetentní a pochybujete o svém zdravém rozumu? Máte pocit, že se vám do života připlétl narcista, ale jeho chování není zcela typické? Možná vám zkřížil cestu skrytý pasivně agresivní narcista – ten nejzákeřnější typ. Zjistěte, jaké povahové rysy mají skrytí narcisté a jaké manipulativní techniky používají, a naučte se, jak se můžete bránit. Skrytý narcismus je neuvěřitelně rafinovaný, takže ho často přehlédnou i odborníci na duševní zdraví. Autorka se proto ve své knize snaží kompenzovat nedostatek informací pro lidi, kteří jsou terčem takových skrytých forem zneužívání.



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

Já zhubnu – s rozumem, zdravě a natrvalo

Iva Málková, Hana Pávková Málková, Martin Pávek a STOB

Zásadní česká kniha o zdravém a účinném hubnutí, zabývající se psychikou, výživou a pohybem. Aktualizovaný bestseller, který vyšel v roce 2005 pod názvem Hubneme s rozumem, zdravě a natrvalo a v roce 2016 pod názvem Já zhubnu – zdravě a natrvalo. Kniha vychází z metodiky společnosti STOB (Stop obezita) a celoživotní praxe její zakladatelky. Iva Málková celý život propaguje rozumný přístup k hubnutí, který neslibuje rychlá řešení, ale dlouhodobě udržitelné změny. Dokázala propojit psychologické poznatky s poznatky o výživě a pohybu a teoretické znalosti převést do praktického života. Skrze své kurzy a knihy ovlivnila desetitisíce lidí, kterým tak dokázala zlepšit kvalitu života.

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

Nově povolené stavby mohou ekonomice přinést rekordních 916 miliard korun

Stavby povolené v posledním pololetí by mohly do české ekonomiky přinést téměř 916 miliard korun. Ukazuje to tzv. Barometr stavebnictví, který nově zpracovává největší český rezidenční stavitel Central Group a poradenská společnost KPGM Česká republika. Oproti prvnímu pololetí roku 2021 jde o nárůst o více než 35 % a jde o historicky nejlepší výsledek. Barometr stavebnictví je součástí Pololetní analýzy stavebnictví a trhu bydlení, která byla představena na jarním Summitu stavebního rozvoje.

„Stavebnictví je klíčové pro rozvoj celé země a díky svému multiplikačnímu efektu každá investice ve stavebnictví má potenciál zvýšit produkci Česka o zhruba trojnásobek své hodnoty. Urychlení povolování nových staveb a investice do výstavby jsou v enormním ekonomickém zájmu státu, protože stavebnictví přináší do státního rozpočtu tolik potřebné stovky miliard korun,“ řekl zakladatel a šéf Central Group Dušan Kunovský.

Nově sledovaný ukazatel Barometr stavebnictví vyjadřuje potenciální přínos staveb povolených za poslední pololetí pro českou ekonomiku. Vychází z orientačních hodnot stavebních povolení vydávaných Českým statistickým úřadem (ČSÚ) a multiplikátorů stavebnictví a je čle-



něn na segmenty bytové budovy, nebytové budovy a inženýrské stavby. Aktuální hodnota Barometru stavebnictví ukazuje, že stavby povolené v druhém pololetí roku 2021 by mohly do české ekonomiky přinést téměř 916 miliard korun, což je nejvíce v novodobé historii.

Barometr stavebnictví je součástí Pololetní analýzy stavebnictví a trhu bydlení, jejímiž autory jsou společnosti Central Group a KPMG Česká republika. Analýza bude pravidelně zveřejňována vždy v březnu a září na Summitech stavebního rozvoje, které pořádá Sdružení pro architekturu a rozvoj (SAR)

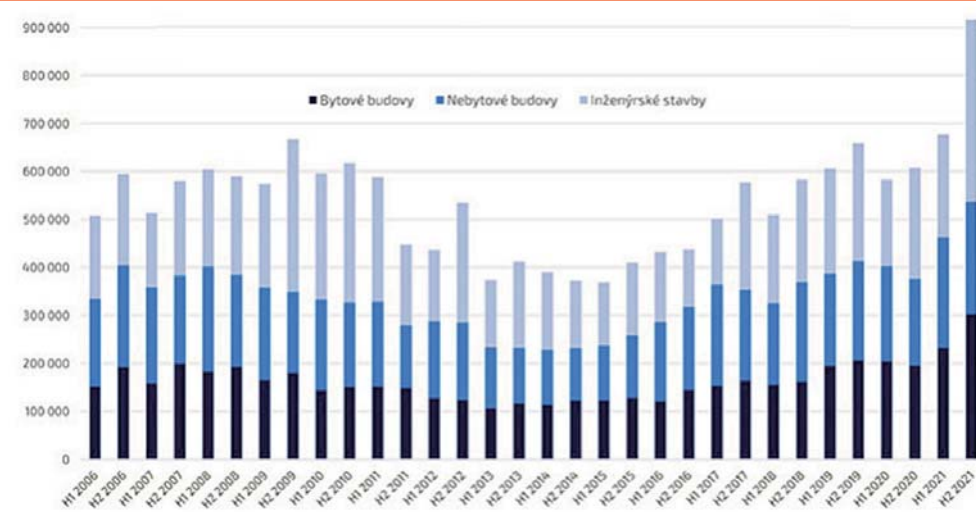
Jak z aktuálního Barometru stavebnictví vyplývá, nejvíce peněz do české ekonomiky (téměř 380 mld. Kč) by mohly přinést inženýrské stavby (převážně dopravní stavby), následovány bytovými budovami (303 mld. Kč) a budovami nebytovými (233 mld. Kč). V porovnání s prvním pololetím roku 2021 došlo k nárůstu hodnoty stavebních povolení u bytových staveb o 30 %, u inženýrských staveb dokonce o 77 %. U nebytových staveb se hodnota stavebních povolení téměř nezměnila (+2 %). Rekordní hodnoty barometru jsou částečně ovlivněny i rostoucí inflací, která zvedá odhadovanou hodnotu stavebních povolení, a také možnou kumulaci projektů, u nichž došlo k pozdějšímu získání stavebního povolení kvůli omezenému fungování stavebních úřadů v době pandemie.

Výstavba bytů tvoří třetinu přínosu stavebnictví pro ekonomiku

Druhým nově sledovaným ukazatelem je tzv. Barometr bytové výstavby, podle nějž by bytové stavby povolené v předchozím pololetí mohly do ekonomiky přinést více než 303 miliard korun. Meziročně je to nárůst o 55 %. Největší podíl mají bytové stavby povolené v Praze (26 %), Středočeském kraji (18 %) a Jihomoravském

Barometr stavebnictví

Přínos stavebnictví pro ekonomiku (v mil. Kč)



kraji (11 %). Bytové stavby se na hodnotě celkového Barometru stavebnictví dlouhodobě podílejí zhruba jednou třetinou.

„Je v maximálním zájmu celé země urychlit povolování nových staveb. Například v Praze v různých fázích schvalovacího procesu vážně přes 130 000 nových bytů. Ty by dokázaly nejen pomoci řešit současnou bytovou krizi, ale navíc by do napjatého státního rozpočtu přinesly více než 155 miliard korun, a to jen na DPH. Na každém postaveném bytě stát velmi vydělává. V Praze veřejná správa inkasuje z každého nového bytu v průměru více než 1,5 miliónu korun,“ dodal Dušan Kunovský.

Ve stavebnictví panuje velká nejistota kvůli bezprecedentnímu růstu cen stavebních materiálů, energií a nedostatku pracovníků. Tyto okol-

nosti z převážné míry vyvolané pandemií a válkou na Ukrajině pak dále umocňují drahé úvěry. Základní úroková sazba ČNB se za půl roku zvýšila z 0,5 % na současných 4,5 %. Velkou roli hraje také absolutní nejistota ohledně budoucnosti povolování nových staveb spojená s projednáváním odkladu nově schváleného stavebního zákona o rok a mnoha změn.

„Rostoucí ceny stavebních prací a výpadky dodávek materiálů budou negativně ovlivňovat novou výstavbu. Je důležité, aby v této situaci odpadly zbytečné průtahy stavebních řízení. Současná situace jasně ukazuje, že pro zachování budoucnosti a ekonomické úrovně státu je aktivita v oblasti výstavby klíčová,“ sdělil ekonom a partner poradenské společnosti KPMG Česká republika Pavel Kliment. (tz)

Objem leasingů a nebankovních úvěrů na stroje loni vzrostl o 15,6 %

Členské společnosti České leasingové a finanční asociace poskytly v loňském roce firmám a podnikatelům na financování strojů či zařízení 28,85 miliardy korun, o 15,6 % více než v roce 2020. Členové asociace v roce 2021 profinancovali 14 802 strojů nebo zařízení, což představuje meziroční navýšení o 12,7 %.

Nejvíce peněz si podniky od členů ČLFA v roce 2021 půjčily na zemědělské a lesnické stroje (9,62 mld. Kč), na stroje pro těžbu, dobývání a stavebnictví (5,30 mld. Kč), na kovoobráběcí a ostatní obráběcí stroje (4,6 mld. Kč) a na manipulační a skladovací techniku (2,78 mld. Kč). „Loňský rok byl pro oblast financování strojů a zařízení obdobím oživení po prudkém poklesu,

který jsme zaznamenali v roce 2020, kdy ekonomiku brzdila striktní protiepidemická opatření. Ani přes silný nárůst jsme se ale loni ještě nedostali na předcovidový objem obchodů. Otázkou je, jak trhem otevře aktuální neutěšený makroekonomický i geopolitický vývoj. S výhlídkami na rok 2022 jsme proto velmi opatrní,“ řekl Jaroslav Krutílek, generální tajemník ČLFA.

Podle asociace bude klíčové, jestli stát dokáže v nových podmínkách udržet své odhodlání modernizovat ekonomiku. Velký potenciál vidí v projektech zaměřených na dekarbonizaci, které budou spojeny s masivními investicemi ze strany státu i soukromého sektoru. „Hlavně malé a střední podniky nebo živnostníci je budou realizovat pomocí úvěrových a leasingových produktů našich členů. Chceme jim nabídnout komplexní financování ušité na míru. Pozitivní roli by v tom měly sehrát vládní podpůrné programy. V roce 2021 jsme zahájili jednání s příslušnými ministerstvy o konkrétní podobě těchto pro-

gramů, a zejména o možném zapojení našich členů do jejich realizace. Současný zesílený tlak na veřejné rozpočty těmto plánům příliš nepřeje. Přesto jsme přesvědčeni, že zelené investice jsou správnou cestou, a proto v těchto snahách budeme pokračovat,“ dodal Jaroslav Krutílek.

V přehledu věcí financovaných členskými společnostmi ČLFA v roce 2021 náležel strojům a zařízením podíl ve výši 29,8 %. Při financování strojů nebo zařízení loni většina zákazníků členských firem asociace využívala podnikatelský úvěr (77,9 %), následoval finanční leasing (15,5 %) a operativní leasing (6,6 %). (tz)

Trh marketingových technologií miliardově stoupá

Odborníci z MarTech Alliance a Moore Global, autoři Martech Report 2021/2022, stanovili velikost trhu marketingových technologií v minulém roce na 344,8 miliardy dolarů. Podle očekávání expertů dojde také v roce 2022 k výraznému růstu celého odvětví. Investice do marketingových technologií plánuje navýšit až 61 % oslovených firem. Podle poradenské skupiny Moore Czech Republic se investice a růst trhu již odrážejí ve zvýšené aktivitě na poli fúzí a akvizic.

Trh s marketingovými technologiemi tvoří zejména nástroje a software, které pomáhají s efektivním marketingem. Nejčastěji jde o řešení, která pomáhají s komunikací, ale také s budováním značky, zpracováváním a analytikou dat a s využíváním sociálních sítí. „Značky mají velký zájem o virtuální realitu, ale také o technologie, které pomáhají s komunikací se zákazníky a s prodejem. Roste také zájem o umělou inteligenci,“ uvedl David Čermák z Aktivační sekce Asociace komunikačních agentur. Za růstem martech trhu stojí zejména

proměna marketingu jako takového, který je již několik let více orientován na práci s daty. „Rozmach digitálních technologií ještě zesílila pandemie a výzvy spojené s udržením zákazníků a růstem některých trhů. Marketingové technologie pomáhají k naplňování marketingových a obchodních strategií ve firmách napříč všemi odvětvími, bez ohledu na velikost jednotlivých společností,“ uvedla partnerka poradenské skupiny Moore Czech Republic Marcela Hrdá s tím, že implementace technologií otevírá další výzvu, kterou je rozvoj zaměst-

nanců, jež je využívají. „Systém a procesy rozvoje zaměstnanců projdou v následujících letech obrovskou proměnou, která změní systém jejich vzdělávání a posune ho do světa digitálních technologií, rozšířené reality a využívání prvků online vzdělávání,“ dodala.

Podle Martech Reportu tvořily v roce 2021 investice do martechu 25 % marketingových rozpočtů firem. Až 61 % dotazovaných firem pak plánuje tyto své rozpočty navýšit, 30 % z těchto firem pak chce své rozpočty navýšit o více než 10 %. „Firmy si uvědomují, že jsou investice do chytrých technologií nevyhnutelné. Bez nich budou ztrácet konkurenční výhodu. Pro agentury je to zároveň příležitost pro rozšíření služeb, aby svým klientům doručili komplexní marketingové řešení,“ vysvětlil Tomáš Jindříšek, vedoucí partner marketingové skupiny Digital First Marketing Group. Zvýšená poplava po využití technologií v marketingu je

znát i na trhu fúzí a akvizic. Americký poskytovatel cloudových služeb Salesforce koupil za 27,7 miliardy dolarů platformu Slack, kterou mnoho firem využívá pro vzájemnou komunikaci a organizaci práce. Mezi významné transakce loňského roku patří také akvizice softwarové společnosti Intuit, která za 12 miliard dolarů koupila Mailchimp, jednu z nejvyužívanějších platform pro e-mailový marketing. „Trh marketingových technologií se po několikaletem rychlém rozvoji a růstu postupně dostává do fáze konsolidace. Vzhledem k tomu, že má obor jako celek velkou perspektivu, dá se očekávat zvýšená aktivita na poli fúzí a akvizic i v následujících letech. Souběžně se bude segment těšit zvýšenému zájmu ze strany private equity a venture kapitálových fondů, pravděpodobně budeme svědky rekordních investic,“ uzavřel Petr Kymlička, partner skupiny Moore Czech Republic. (tz)