

Historie psaná mlékem

Mlékárenský průmysl se v České republice má čím chlubit. Na trh dodává široké spektrum chutných potravin, z nichž si vybere doslova každý strávník. Najdete u nás mléčárny obří, vlastněné zahraničním kapitálem, mléčárny malé, rodinného typu, ale i ty střední, mezi které patří Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r.o. Ta je ryze českou společností a právě nyní slaví 30 let od svého založení. Vznikla 17. června 1992 privatizací Beskydských mlékáren.

Tradice výroby mléka a mléčných výrobků má na Valašsku hluboké kořeny. Mlékárna ve Valašském Meziříčí byla založena již roku 1936 Vilémem Frankem jako mléčárna Spolku chovatelů hovězího dobytka s obchodním názvem Valašská spolková mléčárna ve Valašském Meziříčí. Tento spolek reprezentovalo devět až dvanáct větších místních zemědělců. Mlékárna vyráběla mléko samovolně kysané, máslo a tvarohové pomazánky. Počáteční zpracovatelská kapacita činila přibližně 500 litrů mléka denně. Po privatizaci v roce 1992 byla zahájena rekonstrukce výrobních prostor a postupná modernizace veškerého technologického zařízení. Nyní se denní nákup mléka ke zpracování pohybuje okolo 100 000 litrů. Co stojí za úspěchy a vynikající image této mléčárny, komentoval vedoucí obchodu a marketingu Zdeněk Bukovjan:

Mlékárna patří mezi ty, které se na trhu dobře prosadily. Nač se nyní specializuje především?

Současný výrobní program tvoří smetanové jogurty, polotučné ovocné jogurty, bílé jogurty, kysané výrobky a čerstvé tekuté výrobky. Produkty Mléčárny Valašské Meziříčí jsou zastoupeny v celé síti obchodních řetězců, najdete je rovněž v ostatních maloobchodních prodejnách.



Zdeněk Bukovjan, vedoucí obchodu a marketingu Mléčárny Valašské Meziříčí, spol. s r.o.

nách. K dostání jsou i ve vybraných řetězcích na Slovensku. Za dobu své novodobé historie si našly výrobky jako Valašská kyška nebo smetanové jogurty velkou oblibu u spotřebitelů, a to především díky kvalitě, která je pro nás na prvním místě. Za to jsme získali v minulosti i celou řadu ocenění.

Dodáváte výrobky ale také napřímo...

Ano, to je pravda. Proto zachováváme tradiční receptury a držíme tu nejvyšší kvalitu. Již od svého založení provozuje Mlékárna Valašské Meziříčí rovněž velkoobchodní prodej potravinářských chlazených výrobků, kterými zásobuje

své zákazníky, zejména školy, nemocnice, sociální ústavy či maloobchodní prodejny, na Moravě a ve Slezsku. Náš velkoobchod nabízí širokou škálu mléčných výrobků zejména od českých a slovenských dodavatelů.

Neobáváte se konkurence?

Sledujeme ji a učíme se zároveň. Konkurence je v mlékárenském průmyslu velká, je zde mnoho tradičních velkých výrobců, a pak, stejně jako jsme my, menších, ale ne nevýznamných, producentů, kteří dokážou těm velkým konkurovat cenou i kvalitou.

pokračování na straně 6

Trinity Bank boduje

Trinity Bank zvýšila za 1. čtvrtletí roku 2022 meziročně zisk před zdaněním o 148 % na 82,5 mil. Kč. Ke konci dubna vykázala zisk před zdaněním ve výši 127 mil. Kč. Trinity Bank více než trojnásobně zvýšila za rok i počet klientů. Nyní jich obsluhuje již přes 80 000. Do konce roku plánuje navýšit počet klientů na 100 000, otevřít nové pobočky a zisk před zdaněním očekává na úrovni 500 mil. Kč.

„Velice mě těší, že Trinity Bank pokračuje v úspěších v oblasti růstu ziskovosti, bilanční sumy a počtu klientů. Dlouhodobě poskytujeme našim klientům výjimečné podmínky při úročení vkladů. Jako první jsme jim nabídli sazbu přesahující hranici 5 %. Naše sazba 5,08 % pro úročení vkladů s roční fixací je nejvyšší na trhu. Jsem velmi rád, že klienti to oceňují a přicházejí k nám. Růst jejich počtu je významný a překonává naše plány. Díky našemu dynamickému růstu a rozvoji se tak postupně řazujeme mezi banky střední velikosti,“ uvedl Radomír Lapčík, zakladatel a předseda dozorčí rady Trinity Bank.

Trinity Bank meziročně zvýšila k 31. 3. 2022 zisk před zdaněním o 148 % na 82,5 mil. Kč, což je nejvyšší čtvrtletní zisk před zdaněním v její dosavadní historii. Bilanční suma k 31. 3. 2022 dosáhla 62,6 mld. Kč a meziročně vzrostla o více než 220 %. Regulační kapitál se zvýšil o 16,6 % na 2,6 mld. Kč. Celková kapitálová přiměřenost je ve výši 20,4 %, dlouhodobě se drží nad 20 %, tedy s rezervou nad požadavkem regulátora. Na konci 1. čtvrtletí 2022 banka obsluhovala 70 000 klientů, k 15. květnu 2022 jejich počet přesáhl 80 000. Ke konci dubna banka vykázala zisk před zdaněním 127 mil. Kč a bilanční sumu 65,6 mld. Kč.

V růstu počtu klientů Trinity Bank plánuje pokračovat, do konce roku chce dosáhnout 100 000 klientů. Banka soukromým osobám dlouhodobě poskytuje vklady s jedinečnými podmínkami. Jako první na bankovním trhu v květnu překonala 5% hranici se sazbou 5,08 % ročně pro úročení vkladů s roční fixací. Za rok 2022 předpokládá další růst ziskovosti, kdy zisk před zdaněním očekává na úrovni 500 mil. Kč, což vytvoří solidní základ pro výplaty dividend.

„Podařilo se nám vybudovat úspěšnou a stabilní banku, která díky svému růstu míří mezi banky střední velikosti. Plánujeme rozšiřovat nejen počty klientů, pobočkovou síť, ale též produktovou nabídku. Směřujeme k univerzální bance zajišťující všechny finanční potřeby našich klientů,“ přiblížil plány Dušan Benda, předseda představenstva Trinity Bank.

Do konce roku 2022 banka otevře minimálně dvě pobočky, a to v Českých Budějovicích a Hradci Králové. Další budou následovat především v krajských a větších městech. (tz)

Najdete uvnitř listu

Silný produkt otevírá obchodníkům hranice	3
Rodinné firmy se chtějí dále rozvíjet	4
Přední evropský propagátor kvality s českou manažerskou posilou	9
HB Index: Nemovitosti v prvním čtvrtletí zdrazují stejným tempem jako v loňském roce	10
Unikátní plán rozvoje prodejní sítě PENNY	16

Nový Peugeot 308 SW jako hlavní hvězda Peugeot Emotion Day 2022

Nový Peugeot 308 SW dorazil na český trh právě včas. 1. června 2022 totiž odstartoval největší marketingovou akci značky Peugeot v ČR, Peugeot Emotion Day. Nový model tak bude moci zazářit a získat si přízeň potenciálních klientů. Letošní Peugeot Emotion Day navštíví během 40 dní 38 míst po celé České republice.

Letos se už podvanácté značka Peugeot vydá na tour po českých a moravských městech. Hlavními hvězdami budou tradičně nejnovější a nejatraktivnější modely, jejichž cílem je získat si zájem široké veřejnosti a posílit image značky Peugeot v České republice. Mezi letošními testovacími vozy pravděpodobně vzbudí největší zájem nový Peugeot 308 SW, který v těchto dnech právě přichází na trh, a 508 Peugeot Sport Engineered, nejvýkonnější sériový vůz v historii značky.

Výběr vozů, které si letos návštěvníci budou moci otestovat, je neobyčejně pestrý. Nový Peugeot 308 v něm však jasně dominuje. Představí se jako hatchback i SW, v benzínových, diesellových i obou plug-in hybridních variantách. Po



loňské úspěšné premiéře elektromobilů na Peugeot Emotion Day se letos tato nabídka opět vrátí, a to v zastoupení modelů Peugeot e-2008 a e-Rifter. Široký je i výběr plug-in hybridů. Kromě zmíněných modelů e-308 budou k testování také Peugeot 3008 Hybrid4 300, 508 SW Hybrid 225 a vrcholná nabídka v podobě vozu 508 SW PSE Hybrid4 360.

Letošní Peugeot Emotion Day začaly ve středu 1. června, a to netradičně v Děčíně. Následoval pražský Zličín, Příbram a poté bylo na pro-

gramu Plzeňsko. Po dvou týdnech v Čechách bude následovat Morava, například od 16. do 18. června bude testovací flotila v brněnském OC Olympia. Po takřka dvouměsíčním putování se pak vrátí do Prahy a zakončí letošní ročník 28. července tam, kde akce loni začala, v pražských Letňanech. „Navzdory přetrvávajícím výrobním omezením a dlouhým dodacím lhůtám jsme se rozhodli uspořádat Peugeot Emotion Day i letos. Kdy jindy by se nám naskytla taková příležitost představit náš klíčový model, nový Peugeot 308? Kdy jindy bychom měli ujistit naše klienty o síle a kvalitě značky a jejímu potenciálu do budoucna, než právě teď? Chtěl bych tedy naše příznivce pozvat, aby přišli a seznámili se s novinkami značky, které jsou letos opravdu mimořádné,“ řekl Marco Venturini, ředitel značky Peugeot v ČR.

Peugeot Emotion Day opět doplňuje doprovodný program a aktivity pro děti, např. výtvarný koutek nebo autodráha. Všichni návštěvníci si mohou zahrát o zajímavé ceny, jako jsou záplůčka skútru, fotoaparát nebo autosedačka. Rezervace testovacích jízd probíhá na stránkách peugeotemotionday.cz, kde návštěvníci najdou veškeré informace, včetně programu. (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: 6. června 2022

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

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
a www.freshtime.cz

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

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

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

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

Korektury: Mgr. Pavla 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

**Madam
BUSINESS**

www.madambusiness.cz

**fresh
TIME**

www.freshtime.cz

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

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

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

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

S tužkou za uchem

Co s covidem?

Tak jsme s jarem vynesli covid-19 jako Moranu a veškeré nesnáze s ním spojené hodili za hlavu. Počty pozitivních případů klesají k nule a lidé teď mají docela jiné starosti, zejména inflaci a růst životních nákladů. Ale právě v této chvíli nám ministr zdravotnictví připomíná, že s podzimními plískanicemi se pandemie znovu vrátí. A doporučuje už myslet na třetí, případně čtvrtou posilovací dávku vakcíny. Téma se týká nejen rizikových skupin obyvatel, tedy dlouhodobě nemocných osob a seniorů. I podnikatelé a manažeři by se měli návratem covidu a restriktivních opatření, jež ovlivní jejich business, zabývat. Jenže to se hezky řekne, ale hned se vynoří víc otázek než odpovědí: Skutečně můžeme najisto počítat s další vlnou? A pokud ano, jak bude silná a jaké důsledky pro náš život to bude mít? Přiškrtní opět vláda ekonomiku, nebo ji naopak bude stimulovat? A tak podobně! Asi by to chtělo věšteckou kouli, protože seriózní prognózu nemá k dispozici nikdo. Nebo zaujmout duchovní postoj a žít pouze přítomností, tady a teď.

Pavel Kačer

Zaujalo nás

Pojištění pro psa i kočku

Lidé se vracejí k turistice a do zahraničí chtějí vyrazit i s domácími mazlíčky. Novinkou je možnost pojiřit si jednorázově svého psa nebo kočku. A to od 50 dnů věku až do deseti let. Mazlíček nesmí před cestou jevit známky nemoci, úrazu či změny zdravotního stavu, musí být čipovaný a očkován proti vzteklině. Pojištění platí na cesty do zemí EU, Velké Británie, Švýcarska, Norska, Chorvatska a Černé Hory a lze ho sjednat až na 30 dní. Produkt se vztahuje na úrazy a akutní onemocnění. Vyjet lze z jednorázovým limitem 30 000 Kč. „Klientům pomáháme i v případě hospitalizace jejich zvířete v zahraničí a spoluúčast na nákladech vynaložených za veterinární péči je 10 % z celkové částky nebo minimálně 1000 Kč,“ sdělil Jan Moravec, spoluzakladatel společnosti PetExpert. (tz)

Mediální partnerství v roce 2022

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

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vičková**, tajemnice PIBS
- **Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**, výkonný ředitel České manažerské asociace
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, konzultant, fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, místopředsedkyně Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy Jaja Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Ing. Tomáš Milich**, ředitel a místopředseda představenstva Babičkin Dvůr, a.s.
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- **Ing. Vladimíra Ondráková**, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.
- **David Kubla**, manažer komunikace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksi, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Michal Hanáček**, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Česká módní značka Vuch hlásí 133% meziroční růst

Chrudimské značce kabelek, batohů, peněženek a dalších módních doplňků Vuch se daří. Za rok 2020 utržila 61 mil. Kč, v roce 2021 to bylo již 140 mil. Kč. Vyrostla tedy o celých 133 %. A roste i v současné nepříznivé ekonomické situaci, kdy mnoho e-shopů či značek hlásí často výrazný meziroční pokles. V porovnání prvního čtvrtletí 2021 a téhož období roku 2022 navýšila firma spolužáků Martina Kůse a Ondřeje Hyrše tržby o 62 %.

„Máme samozřejmě radost, že se naší společnosti daří. A že se vyplácí sázka na vlastní propracované designy a různorodé moderní barvy a vzory. A 133% meziroční růst byl nadplán, o to více nás to v celé firmě těší. V roce 2022, i přes ochlazení nálady spojené s válkou na Ukrajině i růstem cenové hladiny a nižší kupní síly v ČR i v Evropě, plánujeme další vzestup. To potvrzují i výsledky za první kvartál, které byly ovlivněny vnějšími faktory, v druhém kvartálu pak stoupáme ještě rychleji,“ řekl Ondřej Hyrš, spoluzakladatel a spolumajitel Vuch a dodal: „Věřím, že se nám vyplácí, a bude ještě více vyplácet strategie v oblasti produktového designu, ale i řízení firmy. Od začátku se snažíme stát na pevných základech a rychle reagovat na změny trhu a preferenci zákazníků.“ Vuch také získal v rámci soutěže Shoproku.cz portálu Heureka.cz první místa hned ve dvou kategoriích. Vyhrál Cenu kvality v kategorii Módních doplňků a také kategorii Peněženka roku s produktem Violette Vida. Za úspěchem stojí sázka na vlastní propracovaný vývoj a vytříbený design, ale i výrazné barvy a barevné kombinace. Jedním z produktů jsou například dnes již kultovní puntikaté peněženky, které se drží na vlně popularity již několik let. Čistý design a výraznou barvu má také oceněný produkt roku, dámská peněženka ze syntetické kůže Zippy Collection Violette Vida.

Vuch založili v roce 2015 dva nadšení kamarádi Martin Kůs a Ondřej Hyrš z Chrudimi, kteří se znají již od dětství, kdy vyrůstali ve stej-

ném panelákovém vchodě. Na samém počátku stály dámské peněženky, kde oba pánové vycítili příležitost na trhu. Prvním modelem byly barevné puntikaté peněženky, které patří i dnes k vlajkovým lodím značky. Od svého počátku Vuch značně rozšířil své portfolio na několik stabilních kategorií, mezi které patří kromě dámských peněženek také zejména kabelky a batohy. V těchto kategoriích nabízí stovky produktů různorodých stylů, designů i materiálů. Vuch vyrábí ale také hodinky, sluneční brýle, šperky či oblečení. „Módní scéna nám přišla šedá, smutná a nevýrazná, nebo naopak velice drahá a nedostupná pro běžné zákazníky. Tak jsme zkusili napravit všechny tyto nedostatky, které jsme na trhu viděli. Dnes v našem chrudimském týmu společně vytváříme netradiční módní kousky plné barev a radosti. Také kvalita je pro nás opravdu důležitá a neustále se snažíme pracovat na tom, abychom se zdokonaľovali ve všech směrech,“ sdělil Martin Kůs, jeden ze zakladatelů módní značky.

Vuch funguje již sedm let a po celou dobu meziročně roste. Neustále rozšiřuje své portfolio, v současnosti nabízí 900 produktů a stále přináší nové a další originální kousky, včetně limitovaných edic. „Máme ve firmě tým návrhářů a grafiků, a to vlastních i externích. Pod taktovkou se to celé snažím udržet já. A jak to tedy děláme? Inspirace a estetika se nedají naplánovat. Jsou dny, kdy naše návrhářské oddělení chrlí jeden nápad za druhým, a pak jsou dny spánku. Jsme v úzké kooperaci s našimi dodavateli, se kterými konzultujeme každý vzorek či materiál, dokud není vše dokonale sladěné. Musíme skloubit mnoho faktorů, abychom mohli servírovat krásné, barevné, kvalitní produkty za rozumnou cenu,“ upřesnil Martin Kůs, který je zároveň šéfdesignérem značky.

Více informací a e-shop najdete na stránkách www.vuch.cz. Produkty jsou k dostání také v dalších předních českých e-shopech, stejně tak ve vlajkové prodejně a showroomu Vuch store na pražské Národní třídě. (tz)

Stabla přichází na trh s 12% CBD olejem

Jiří Stabla už více než deset let přináší kvalitu světovému trhu. Nyní představil nový konopný olej, který obsahuje 12 % CBD do 1 % THC. „Mnoho nemocných lidí, kteří trpí poruchami spánku a kreativní absencí, nás nyní vyhledává. THC má velmi skvělé sedativní a analgetické účinky. Konopnou budoucnost vidím velmi slibně,“ řekl podnikatel Jiří Stabla. Produkt, který je výsledkem mnoha let studií kanabinoidů, byl získán šetrnou metodou a k jeho výrobě byla použita kvalitní, plnohodnotná herbá pěstovaná v EU za zcela kontrolovaných podmínek. (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!

Silný produkt otevírá obchodníkům hranice

Česká republika je, co se týká e-commerce, světová velmoc. Online obchody tu jen kvetou, což má však dvojitý efekt: příležitost, ale i jistou zhyčkanost zákazníků, zároveň také tvrdou konkurenci. Proto stále více provozovatelů e-shopů pokukuje po možnostech podnikání mimo naši vlast, kde vidí velkou kupní sílu a nabízející se příležitost. Při expanzi mohou počítat s erudovaným partnerstvím. Více odhalí rozhovor s CMO a spoluzakladatelem Skladonu Patrikem Babincem.

Kolik je v Česku e-shopů a jak se změnil jejich počet během pandemie?

V České republice momentálně působí dle dat společnosti Shoptet 54 517 e-shopů. Celá oblast e-commerce zaznamenala během pandemie značný nárůst, což se projevilo jak v obratu e-shopů, tak v jejich počtu. Před začátkem pandemie, v roce 2019, měly české e-shopy od dubna do června obrát 35,4 miliardy korun, v roce 2021 to bylo za stejné období více než 50 miliard korun, což značí nárůst o více než 40 %. První polovina roku 2021 ukázala v obratu e-shopů další meziroční růst, a to o celých 29 %. Tento nárůst jsme jednoznačně pozorovali i my ve Skladonu, a to jak v poptávce ze strany stávajících, tak potenciálně nových klientů – se strmým růstem v počtu objednávek je potřeba během krátké doby navýšit kapacitu skladu, a to nejen prostorem, ale také pracovníky. S našimi službami si však klienti za dané období spolupráce platí pouze takové množství prostoru, které pro své zboží reálně využijí, odpadá jim tedy starost s neustálým navyšováním či snižováním skladových prostorů, stejně jako nutnost shánět nové zaměstnance, či je v době nízké poptávky naopak propouštět.

V době pandemie jsme zaznamenali u našich klientů průměrný nárůst o 156 %, zároveň se zvýšila i samotná poptávka po outsourcingu logistiky. Obchodníci najednou zjistili, že nestíhají expedovat o tolik vyšší množství zásilek, než tomu bylo doposud, a že možnost přenechat starosti s logistikou někomu jinému pro ně může představovat velké usnadnění práce.

Jak to vypadá nyní?

V současné době můžeme podobný efekt týkající se nárůstu e-shopů spatřovat také jako důsledek situace na Ukrajině. Lidé mají na základě zkušeností s pandemií opět tendence se „předzásobovat“, ve svých nákupech tedy sahají především po praktických věcech (v souvislosti s rostoucí cenou pohonných hmot jsou to například i kanystry). Dle dat společnosti Shoptet zaznamenaly e-shopy v lednu a prvních třech únorových týdnech letošního roku průměrný nárůst o 11 %, koncem února a v březnu v důsledku ruské invaze tento nárůst klesl na 5 %. V prvním kvartále roku 2022 vzniklo na českém trhu 2532 nových e-shopů, což je meziroční nárůst o 20 %.

Kdo z obchodníků má šanci získat zákazníky v zahraničí? Kdo vyvíjí největší aktivitu?

Největší ochotu a zároveň i předpoklad pro úspěch na zahraničních trzích mají především

e-shopy, které nabízejí unikátní produkt, nejlépe v kombinaci se špičkovými zákaznickými službami. Většina e-shopů, která s námi expanduje, je silně zaměřena právě na vlastní výjimečný a silný produkt, díky kterému jsou lákadlem i pro přeshraniční klienty. Díky fulfillmentu tyto společnosti dokážou využít rychlou a flexibilní logistiku napojenou na zahraniční dopravce, a ušetřený čas a finance pak mohou věnovat dalšímu produktovému vývoji nebo marketingovým aktivitám.

Proč mají mnozí prodejci značný zájem o cizí spotřebitele a proč jiní zůstávají chladní?

Jedním z hlavních důvodů rostoucího počtu expandujících obchodníků je především to, že český trh je e-shopy poměrně přesycen – v rámci celé Evropy má Česká republika největší poměr e-shopů na osobu. S tím souvisí vznik výsoce konkurenčního prostředí, a tím pádem ztížené možnosti se dostatečně prosadit, a hlavně dále růst. Současně s tím stoupají nároky českých zákazníků, kteří už téměř běžně očekávají benefity jako dopravu zdarma, rychlé doručení a podobně.

Udržet si v rámci konkurence vysokou kvalitu poskytovaných služeb, a to ještě při velkých či nestálých objemech zboží, může být často problémem. Mnoho klientů na našich službách oceňuje právě to, že může logistiku přenechat v rukou odborníků, kteří mají zkušenosti napříč světovými trhy a dokážou zajistit stejné kvalitní logistiku ve všech zemích, kam zboží doručují.

Právě fulfillment je proto často důvodem, který e-shopy k expanzi definitivně přesvědčí, stejně to však funguje i opačně – expanze jako důvod, proč klienti naše služby poptávají. Řada zahraničních trhů stále nabízí dostatek prostoru pro nové obchodníky – např. Chorvatsko mělo v roce 2021 okolo 4500 e-shopů na více než čtyři milióny obyvatel, potenciál růstu je tu tedy velký. Podobným příkladem je Slovinsko, kde bylo evidováno 3500 e-shopů na dva milióny obyvatel.



Data navíc ukazují, že oblíbenost online nákupů mezi lidmi stále roste, zahraniční expanze je tak nyní pro e-shopy logickým krokem. Mnoho z nich při rozhodování vidí překážku ve velké finanční investici, která tento krok provází, i v této oblasti jim však přinášíme výraznou úlevu. Díky kumulaci zásilek totiž dosáhneme výrazných množstevních slev za dopravu, zároveň pomáháme e-shopu šetřit



**Patrik Babinec, CMO
a spoluzakladatel Skladonu**

personální náklady na zaměstnance ve skladu, výdaje za energii, pronájem i pojištění skladu. Současně máme snadný přístup a slevy na obalový i výplňový materiál, dokážeme tedy klientovi snížit také náklady spojené s recyklací a jinou likvidací odpadu.

Další věcí, která ovlivňuje zájem o pronikání na zahraniční trh, je popularita daného sortimentu v různých zemích. Ta se totiž stát od státu liší, a pokud prodejce ví, že jeho produkty jsou v jiné zemi nedostatkovým zbožím, a vyplnil by jimi tedy určitou mezeru trhu, pak je logické, že se rozhodne pro expanzi.

Dá se říci, že do zmiňovaných rozhodnutí se na druhou stranu nehrnou např. ti obchodníci, kteří vědí, že jejich zboží je velmi specifické a nedaří se jim najít zemi, ve které by pro něj viděli možný potenciál. Zároveň může jít o e-shopeře, kteří vidí v expanzi příliš starostí spojených s potřebnou rešerší, daňovou problematikou, logistikou atd. S obojím jim může pomoci právě fulfillment – ušetří je průzkumu trhu a současně za ně vyřeší veškeré starosti s logistikou.

Těžit z expanze mohou naopak společnosti, které prodávají sezónní sortiment – v tuzemsku by měly vrcholnou poptávku pouze pár měsíců v roce (např. v letním/zimním období – dle typu zboží), kdežto díky prodeji do zahraničí mají sezónu vlastně po celý rok.

V rámci našich služeb je obchodník ušetřen zdlouhavé a finančně nákladné rešerše zahraničních trhů, která je pro zjištění potenciálu úspěchu jeho produktu nutná. Při společné konzultaci vždy zvolíme ideální logistický produkt klientovi na míru, díky kterému má jistotu, že si jeho e-shop i za hranicemi zachová stejný vysoký standard jako v tuzemsku.

V čem můžete pomoci v navazování a uskutečnění obchodu se zahraničím právě vy?

Skladon v rámci plánu zahraniční expanze poskytuje svým klientům konzultace, kde společně vymyslíme ideální řešení pro jednotlivé

trhy. Díky množství zkušeností při spolupráci s jinými subjekty z různých oborů máme znalosti logistického trhu napříč světem, včetně konkrétních produktů jednotlivých dopravců. Ve světě působí desítky dopravců, každý z nich má však ještě další desítky produktů, což jsou ve výsledku stovky řešení. Právě v této oblasti poskytujeme klientům potřebné know-how, které by si jinak museli kupovat od nezávislých konzultantů nebo složitě získávat samostudiem. K získání takového know-how je potřeba důkladné rešerše zahraničních trhů (zjištění tamních doručovacích standardů, informací ohledně vrácení zboží atd.), která je náročná nejen časově, ale také finančně. Zároveň jsme schopni naše klienty propojit s dalšími experty z oblasti e-commerce, kteří jim pak mohou poskytnout expertizu také v rámci souvisejících odvětví, jako jsou například marketplaces nebo online reklama.

Mnoho e-shopů má rovněž v rámci prodeje do zahraničí problém s rychlostí samotné expedice zboží, což je další oblast, se kterou jim ve Skladonu pomáháme. Zboží si od nich naskladníme a následně sami řešíme všechny fáze logistického procesu. To znamená, že zásilky zabalíme, případně také zkompletujeme, a následně již odešleme koncovému zákazníkovi. Naši klienti přitom mají o skladových zásobách nepřetržitý přehled, a to díky aplikaci MySkladon, která poskytuje informace o aktuálním stavu objednávek, reklamací či vratek. S trochou nadšázky se dá říci, že zahraniční business se dnes dá dělat z gauče.

Zásadní je pak také finanční stránka expanze, neboť jakožto poskytovatel fulfillmentu dokážeme díky vysokým objemům zásilek u dopravců dosáhnout na mnohem výhodnější ceny, což je pro e-shopy (zvláště při malých objemech v počátcích obsazování zahraničního trhu) velmi ekonomické. Zároveň řešíme i problematiku celního řízení – expedice do třetích zemí vyžaduje vyhotovení potřebné dokumentace, což také spadá do našich kompetencí.

Zboží odesíláme klientům do zemí celého světa, přičemž spolupracujeme s více než 20 globálními i lokálními dopravci, do čtyř zemí navíc doručujeme následující den.

Myslíte si, že takový vývoj bude pokračovat a e-shopy vlastně budou znamenat obchodování bez hranic?

Dá se očekávat, že s nárůstem české e-commerce budou e-shopy stále častěji hledat možnosti, jak dále růst a neomezovat se přitom pouze na domácí trh. Podle studie společnosti Acomware se v roce 2021 rovných 14 % domácích e-shopů chystalo zvýšit investice do zahraniční expanze a pro 8 % z nich byla tato strategie hlavní způsob dalšího růstu. Svou roli v tom hraje i jednoduchost obchodování v rámci EU (bez jakéhokoli omezení), růst popularity mezinárodních internetových tržišť nebo právě možnost fulfillmentu, díky které se e-shop zbavuje veškerých starostí s logistikou – a logistika je přitom zásadní aspekt úspěšného rozšíření působnosti.

hodně dalších úspěchů v pronikání na nové trhy popřál Pavel Kačer



Rodinné firmy se chtějí dále rozvíjet

Dvě třetiny rodinných firem plánují v budoucích třech letech do firmy investovat, ocenily by ale větší finanční podporu ze strany státu. Za důležité považují vzdělání, aktuálně ale méně spěchají s předáním podniku nástupcům. Ukázal to průzkum, který pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR uskutečnila agentura Ipsos.

AMSP ČR dlouhodobě podporuje, aby tyto firmy zůstávaly pokud možno v rodinných rukách. „V maximální možné míře k tomu přispíváme svými podpůrnými aktivitami,“ ujistila členka představenstva a generální ředitelka AMSP ČR Eva Svobodová.

Podle Michala Škrabiše, daňového experta poradenské společnosti PKF Apogeo, by k tomu však měl ve větší míře přispět také stát. „Pro atraktivnější rodinného podnikání by měl stát uvažovat o daňových úlevách, jako je zvýhodněné odpisování majetku u rodinných firem či nastavení limitu pro osvobození dividend od srážkové daně,“ doporučil. Michal Škrabiš.

„Je zřejmé, že úroveň zdanění a daňová témata obecně jsou pro rodinné firmy velmi důležitá. Rodinné firmy by zasloužily ve svém podnikání v daňové oblasti rozhodně podporu. Ta by měla být směřována jak na výši celkové daňové a s ní související administrativní zátěže, tak na rozumný přístup správců daně při provádění daňových kontrol,“ podotkl Roman Ženatý, partner poradenství pro soukromé a rodinné firmy Deloitte

Private. Rodinné firmy by podle něj uvítaly také zrovnoprávnění investic z vlastních zdrojů s úvěrovým financováním. „Podle výzvy Evropského parlamentu je doporučeno státům, které přijmou definici rodinného podnikání, zvážit možnost uplatnit určitou úrokovou sazbu jako odečitatelnou položku (tzv. finanční náklad) jako motivaci investování vlastního kapitálu,“ připomněl Michal Škrabiš.

„Podpora rodinných firem je pro nás zásadní a je radost o ně pečovat. Mají unikátní vlastnosti, které jsou velkým přínosem pro naši celou společnost. Pomáháme jim nejen s financováním provozních a investičních potřeb, ale i dalšími individuálními záležitostmi, jako je vypořádání vztahů v rodině – tedy s odkupem podílů mezi členy rodiny a podobně,“ připojil informaci Petr Wetzler, ředitel firemních center České spořitelny.

„Výsledky výzkumu jsem si přečetl se zájmem a potěšilo mě, že v něm žádný z respondentů nehovořil o pojištění. Je to důkaz toho, že pojištění je automatická věc, o které se nediskutuje. A protože nadpoloviční většina oslovených letos očekává zhoršení ekonomické situace v České republice, stává se dobře pojištěný business, bez ohledu na jeho velikost, dvojnásob důležitou podmínkou k tomu, aby rodinné firmy mohly naplňovat další závěry tohoto výzkumu: chuť růst a expandovat. Rádi jim budeme krýt záda, aby je žádné problémy nesrazily na kolena a mohly se věnovat všem dalším formám svého rozvoje, včetně vzdělávání svých zaměstnanců,“ vzkázal generální ředitel a předseda představenstva Slavia pojišťovny Karel Waisser.

Navzdory covidové pandemii a nyní válce na Ukrajině zorganizovala více než polovina firem alespoň jednu vzdělávací aktivitu nad rámec těch, které jsou ze zákona povinné.

Rodinné firmy se nejčastěji v rámci vzdělávacích aktivit soustředí na jazykové znalosti, ale také na řízení vztahů se zákazníky a manažerské dovednosti. „V roce 2021 jim šlo především o schopnost zaměstnanců zvládnout komunikaci v online světě, o zvýšení digitální gramotnosti, o schopnost pracovat s trendovými aplikacemi, s informacemi v cloudu, nebo využívat big data,“ upřesnila Naděžda Petřů z Vysoké školy finanční a správní, která je součástí Univerzitní platformy AMSP ČR pro rodinné podnikání.

Nějakou formu finančního příspěvku k pokrytí nákladů na vzdělávací aktivity využilo podle průzkumu 62 % firem. „Registrujeme zájem rodinných firem o cílené vzdělávací programy, které umožní nástupcům konfrontovat jejich znalosti s experty z poradenství a businessu. Je to signál toho, že stávající generace vlastníků otázku nástupnictví řeší velmi aktivně a nespolehlá se pouze na systém předávání rodinných zkušeností,“ uvedl Miroslav Svoboda, vedoucí partner poradenství pro soukromé a rodinné firmy Deloitte Private.

Dosažené vzdělání ale podle Naděždy Petřů vlastníci rodinných firem neberou jako záruku kvality zaměstnance. „Výuční list, maturitní vysvědčení či vysokoškolský diplom je pro ně pouze dokladem o schopnosti učit se v daném oboru. Teprve praxe ukáže, zda má zaměstnanec kromě vědomostí i dovednosti a schopnosti vy-

žadované konkrétní pracovní pozici,“ popsala Naděžda Petřů.

Pro nástupníka je pak podle Josefa Jaroše, předsedy představenstva AMSP ČR, důležité vzdělání v oblasti, ve které firma působí, ale o jeho úspěchu v roli CEO rozhodnou konkrétní znalosti, schopnosti a dovednosti v řízení firmy. „Jde o řízení financí, obchodu, marketingu, HR, projektové a procesní řízení, nebo řízení inovací a změn,“ vypočítal Josef Jaroš. Připomíná, že v ČR se specifickým managementu rodinných firem věnuje především pražská Vysoká škola ekonomická, Vysoká škola finanční a správní a Technická univerzita Liberec. Nástupníkům však doporučuje i zahraniční praxi, stáž v jiné rodinné firmě, samostudium a postupné přebírání jednotlivých oblastí managementu. Průzkum upozornil také na to, že meziročně ubývá firem, kde se plánuje předání do jednoho roku. Více než polovina z těch, kteří předávání v rámci rodiny diskutují, nemá žádný časový plán. Rodinné podniky letos také považují za méně důležité, aby firmu převzali rodinní příslušníci, než tomu bylo v předchozích letech. „Je však třeba podotknout, že jde o firmy založené po roce 2010,“ upřesnila Eva Svobodová.

„Lze předpokládat, že řada firem založených po roce 1989 již předání minimálně managementu zrealizovala,“ dodal Josef Jaroš.

Do časového plánu ale nepochybně vstoupila i covidová krize a nově válka na Ukrajině. „Majitelé firem se soustředili na přežití businessu, krizový management a plány na předání nebyly v tomto nelehkém období prioritou,“ sdělil Petr Milata, člen představenstva AMSP ČR. (tz)

Podnikatele svírá strach – jak s ním bojovat a proč se obávám postavit?

Narušení provozu, dodavatelských řetězců, nedostatek materiálu, míra inflace, nedostatek zaměstnanců, vyčerpané rezervy z doby covidu a válečný konflikt na Ukrajině. Podnikatelé žijí v nejistotě a strachu. Zejména na malé a střední firmy dopadá aktuální situace hůře než na etablované giganty. Firmy a jejich vedení si kladou otázku, jak podnikat, když neví, co bude. V takové situaci je největší výzvou překonání emocí. Strach může být skvělým ukazatelem, ale jen ve zdravé formě. Od určité hranice může ničit.

„Podnikatelé nejsou v jednoduché situaci. Obvykle ale vidíme věci černější, než doopravdy jsou. Co bude, nikdo neví a nikdy ani nevěděl. Emoce strachu nás ale paralyzují. Překonat strach je velká výzva a postavit se mu nás činí silnějšími. Využít strach je i příležitostí k vylepšení nejenom firemních procesů, ale především přijetí a srovnání se vlastníky firem s novým

světem, ve kterém se ocitli. Až potom můžeme řešit vše ostatní, vyhrnout si rukávy a situaci překonat. A po nějaké době zjistíme, že jsme to zvládli – firma přežila, tým je silnější než kdy dříve. Změní se postupy a styl práce, zmizí to, co už bylo stejně předtím navíc, jen jsme to tolik neviděli. Například zaměstnanec, který nefungoval, ale dovolili jsme mu to, protože nám klidná doba dovolila ho tolerovat,“ řekla Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem.

K negativním ekonomickým ukazatelům mohou být podle ní čtyři různé postoje:

- Dokud se bojím a vymýšlím, jak to zvládnou, je to v pořádku a můžu s tím pracovat.
- Když se bojím, ale už nevěřím, že to zvládnou, čekám a šetřím, je to smíření se svým zánikem.
- Když se nebojím vůbec, je možné, že jsem šílenec.
- Když se bojím více než jenom ukazatelů a fixuji se na špatné scénáře, připravuji si svoji zkázu.



Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto

„Jen první postoj má naději v současném světě. A není vůbec jednoduché ho dosáhnout. Vyžaduje sebedisciplínu, svoje vnitřní pravidla a znalost základních životních principů. Válečné konflikty, ten současný nevyjímá, nám ukazuje příběhy lidí, kteří i tak nepředstavitelnou a šílenou situaci, jakou válka je, zvládají různě právě tyto čtyři postoje,“ uvedla Irena Vrbová.

Možnost podnikatelů je jediná – najít cestu, jak nastavím sebe tak, abych byl schopen zachovat postoj číslo jedna. „Každý podnikatel ví, že když zakládal vlastní firmu a měl by si tehdy na papír napsat rozpočet a všechna rizika, tak by podnikat nezačal. Na začátku byl sen, motivace vybudovat něco vlastního. K tomu potřeboval pevnou vůli, disciplínu, vytrvalost, ale hlavně odvahu. To, že to zvládl, nevzniklo z finanční rezervy v bance, ale úplně z jiných vnitřních dovedností a vlastního nastavení. A pokud si nepamatuje nebo neví, jak to tehdy zafungovalo, je nutné se k tomu teď vrátit a zjistit to,“ dodala Irena Vrbová. (tz)

Inflace snižuje aktivitu v oblasti fúzí a akvizic, investoři mění rozhodování

Podle odborníků z poradenské skupiny Moore Czech Republic se výrazné makroekonomické změny podepisují na nižší transakční aktivitě. Ze své praxe hovoří o meziročním oslabení o 20–30 % během prvního čtvrtletí letošního roku. Na změnu rozhodování investorů má ze všech faktorů největší vliv spíše extrémně rostoucí inflace než zdražování úvěrů. Složitě rozhodovací situace se odrážejí v rostoucím zájmu firem o akviziční poradenství.

Řada prodávajících v současnosti transakce důkladněji zvažuje, nebo dokonce posouvá. U strategických investorů má tento přístup původ zejména v celkovém zdražování energií a dalších vstupů, jakož i v celkové nejistotě na trhu. „Kvůli vysoké inflaci jsou zřejmé obavy, že získané hotovostní prostředky budou rychle ztrácet na hodnotě. To se týká zejména situace, kdy jsou

součástí transakce i nemovitosti, jejichž tržní hodnota se vyvíjí ještě dramatičtěji než inflace,“ popsal Petr Kymlička, partner poradenské skupiny Moore Czech Republic, a dodal: „V současné době dochází k dokončování transakcí odsunutých z doby pandemie. Tato aktivita ale do konce prvního pololetí ustane, což povede k dalšímu oslabení transakčních aktivit ve druhé části roku 2022.“

Dražší úvěry mají dnes jednoznačně vliv

Roli ve zdrženlivosti hraje také růst ceny peněz, ten se však týká zejména finančních investorů. V dubnu se spotřebitelské ceny v Česku meziročně zvýšily o 14,2 %. Šlo tak o desátý měsíc v řadě, ve kterém růst cen zrychlil. V návaznosti na to zvýšila ČNB dvoutýdenní repo sazbu o 0,75 procentního bodu na 5,75 %, nejvyšší hodnotu od roku 1999, protože v posledních letech byly úrokové sazby naopak na svých histo-

rických minimech. Transakce byly díky tomu z velké části pokryty bankovním financováním s doplněním prostředků investorů. „S ohledem na stávající výši a očekávaný růst úrokových sazeb se však transakce prodražují a investoři musí tento aspekt zohledňovat nejen v úvahách o struktuře financování, ale také v rámci investičního rozhodování, zda investici vůbec realizovat,“ komentoval Václav Škapa, partner poradenské skupiny Moore Czech Republic.

Problém může v současné době nastat s prodražováním

Problém s prodražováním investice se může týkat také již realizovaných transakcí, které jsou financovány prostřednictvím akvizičního úvěru. „U akvizičních úvěrů banky často pracují s pohyblivou úrokovou sazbou na principu PRIBOR + marže. Pokud není sazba PRIBOR zajištěna vhodnými zajišťovacími nástroji, jako je například úrokový swap, může být racionaliza-

ce investice ohrožena. To se týká zejména případů, kde se obecný růst cen neprojeví ve zvýšení absolutní hodnoty zisku společnosti, který bude v reálném vyjádření klesat,“ vysvětlila Aneta Milotová, manažerka Corporate Finance z Moore Advisory CZ, a doplnila, že hodnota úrokové sazby PRIBOR vzrostla od loňského září do letošního dubna z hodnoty 1,11 na 5,36 %.

Z pohledu investorů má současná situace také protichůdný aspekt, když se kvůli sílící inflaci obávají o své prostředky uložené na bankovních účtech. Všechny tyto faktory budou mít v následujících měsících dopad na strukturu financování transakcí i související transakční aktivitu na českém trhu. „Změny vnímáme i u našich klientů, u nichž jsme od začátku roku zaznamenali až 50% růst zájmu o akviziční poradenství,“ uzavírá Václav Škapa s tím, že při hledání vhodných transakcí bude třeba věnovat větší pozornost úvahám nad finanční výkonností cílových společností. (tz)

ČLFA: Objem nebankovního financování vzrostl v prvním čtvrtletí meziročně o pětinu na 59,27 mld. Kč

Objem nebankovního financování realizovaný členskými společnostmi České leasingové a finanční asociace se v prvním čtvrtletí letošního roku meziročně zvýšil o 20,1 % na 59,27 miliardy korun. Prostřednictvím leasingu nebo úvěrů poskytli členové ČLFA firmám a domácnostem 29,58 miliardy korun. Dalších 29,69 miliard získali podnikatelé na financování provozu formou factoringu.

„Jde o velmi dobrý výsledek, takovou výši obchodů jsme v úvodní fázi roku nezaznamenali ani v posledních předcovidových letech. Přesto jsme s výhlídkami na další měsíce opatrní. Vysoká inflace, narušené dodavatelsko-odběratelské řetězce i nedostatek důležitých komponent, to všechno jsou komplikace, které nejenže nemizí, ale pod vlivem války na Ukrajině se naopak prohlubují. Se znepokojením sledujeme hlavně vývoj v automobilovém průmyslu, který je pro naše členy klíčovým odvětvím, a trh s energiemi, který má dopad na celou ekonomiku,“ řekla Jana Hanušová, předsedkyně představenstva ČLFA, která sdružuje 39 předních tuzemských poskytovatelů leasingu, podnikatelských i spotřebitelských úvěrů a factoringu.

Celkové pohledávky členů ČLFA z běžících leasingových a úvěrových kontraktů dosáhly na konci letošního prvního čtvrtletí 241,83 miliard korun, ve srovnání s koncem roku 2021 poklesly o 2,2 %.

Oblast financování podnikatelských investic vykázala v prvním letošním čtvrtletí meziroční růst o 19 % při objemu 23,14 miliardy korun. Operativním leasingem bylo realizováno 15,5 % těchto investic.

Celková hodnota pohledávek postoupených v rámci factoringu meziročně vzrostla o 28,9 % na 64,95 miliardy korun. Výše prostředků poskytnutých klientům pomocí factoringu stoupla o 19,7 % na 29,69 miliard korun.

V kategorii financování domácností asociace zaznamenala zvýšení objemu obchodů o 26 % na 6,44 miliardy korun.

Členové ČLFA uzavřeli v prvním čtvrtletí letošního roku nejvíce kontraktů na financování aut. Na silniční dopravní prostředky poskytli 16,47 miliardy korun, o 11,4 % více než ve stejném období roku 2021. Z toho 6,67 miliardy bylo určeno na pořízení 11 983 nových osobních vozů. Prostřednictvím produktů členů ČLFA tak bylo financováno 25,3 % všech nových osobních automobilů prvně registrovaných v České republice v prvním čtvrtletí roku 2022.

Financování podnikatelských investic
V prvním čtvrtletí roku 2022 poskytli členové ČLFA firmám na jejich investice 23,14 miliardy korun. Prostřednictvím produktů určených přednostně na financování konkrétní věci, tedy finančním leasingem anebo podnikatelským úvěrem, bylo realizováno 84,5 % těchto investic za 19,55 miliardy korun. Zbývajících 15,5 % firemních investic za 3,59 miliardy korun bylo financováno operativním leasingem. Na nemovitosti si firmy prostřednictvím produktů členů ČLFA půjčily 745 milionů korun, o 55,8 % více než v prvním kvartále roku 2021.

V přehledu financovaných věcí převládají ve firemní sféře tradičně dopravní prostředky. Také v prvním čtvrtletí roku 2022 dosáhly největších objemů osobní a užitkové vozy, následovaly stroje či zařízení a nákladní automobily. V rámci financování strojů a zařízení připadl největší díl celkových objemů na financování zemědělských nebo lesnických strojů, následovaly stroje pro těžbu, dobývání a stavebnictví a poté kovoobráběcí či jiné obráběcí stroje.

Financování firemního provozu (factoring)
Podle údajů Asociace factoringových společností České republiky stoupla v letošním prvním čtvrtletí výše prostředků poskytnutých v rámci factoringu meziročně o 19,7 % na 29,69 miliardy korun. Hodnota postoupených pohledávek dosáhla 64,95 miliardy korun, což představuje meziroční navýšení o 28,9 %.

Factoring je určen na financování firemního provozu. V prvním čtvrtletí roku 2022 byl poprvé v dějinách tuzemského factoringu vý-



Rozložení prostředků poskytnutých členy ČLFA v prvním čtvrtletí roku 2022 podle účelu investování (srovnání se stejným obdobím roku 2021)

	celkový objem v mld. Kč (1Q 2022)	celkový objem v mld. Kč (1Q 2021)	změna v %
financování podnikatelských investic (finanční a operativní leasing, podnikatelské úvěry, leasing nemovitostí)	23,14	19,45	+19,0 %
financování firemního provozu (factoring)	29,69	24,80	+19,7 %
financování domácností (spotřebitelské úvěry, spotřebitelský leasing)	6,44	5,11	+26,0 %
celkem	59,27	49,36	+20,1 %

pozn.: údaje za factoring poskytla Asociace factoringových společností České republiky

razně větší zájem o takzvaný bezregresní factoring. Dříve převládala poptávka po regresním factoringu, při němž factoringová společnost nepřebírá riziko platební neschopnosti odběratele klienta. Loni se poměry obou produktů vyrovnaly. Z hlediska regionálního zaměření je největší zájem o tuzemský factoring.

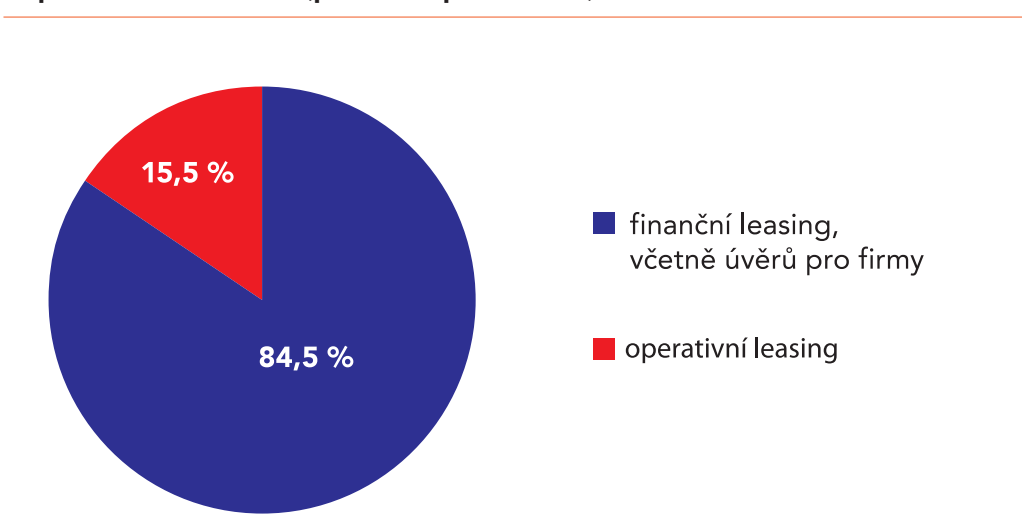
Financování domácností (spotřebitelské úvěry a leasing)
Soukromým osobám poskytli členové ČLFA v prvním čtvrtletí letošního roku 6,44 miliardy korun, meziročně o 26 % více. Dominantní většina obchodů (96,8 %) byla realizována formou spotřebitelských úvěrů, zbývajíc část pomocí spotřebitelského leasingu. Souhrnný objem spotřebitelských úvěrů byl rozložen mezi revolvingové úvěry (2,35 miliar-

dy korun), neúčelové půjčky (1,73 miliardy) a financování hmotného majetku (2,16 miliard). Na osobní automobily si domácnosti v letošním prvním čtvrtletí půjčily od členských společností ČLFA 1,88 miliardy korun. Výrazně větší zájem přitom měly o financování ojetých automobilů než o financování nových aut. (tz)

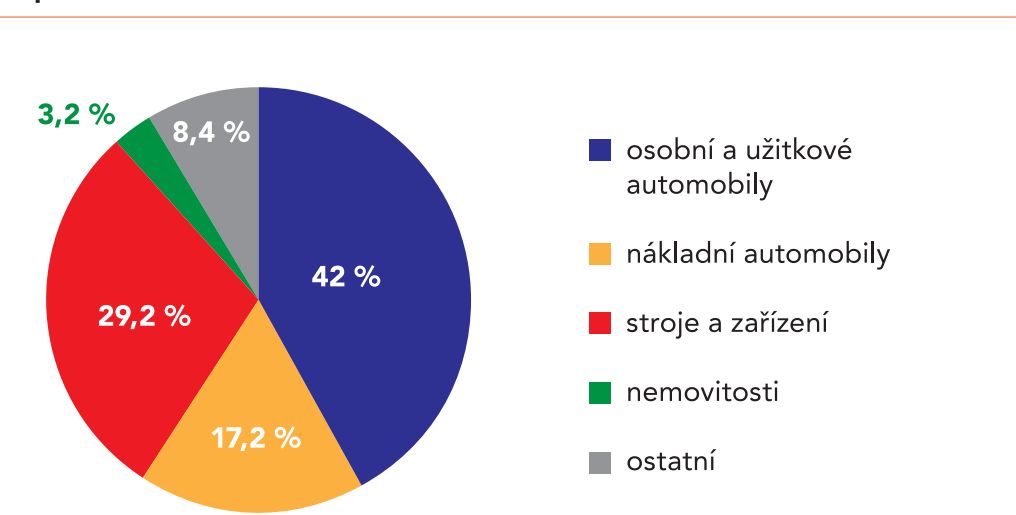
Počet nových a ojetých osobních vozů určených pro domácnosti, které financovali členové ČLFA v prvním čtvrtletí 2022

	počet smluv
nové vozy	2830
ojeté vozy	4533

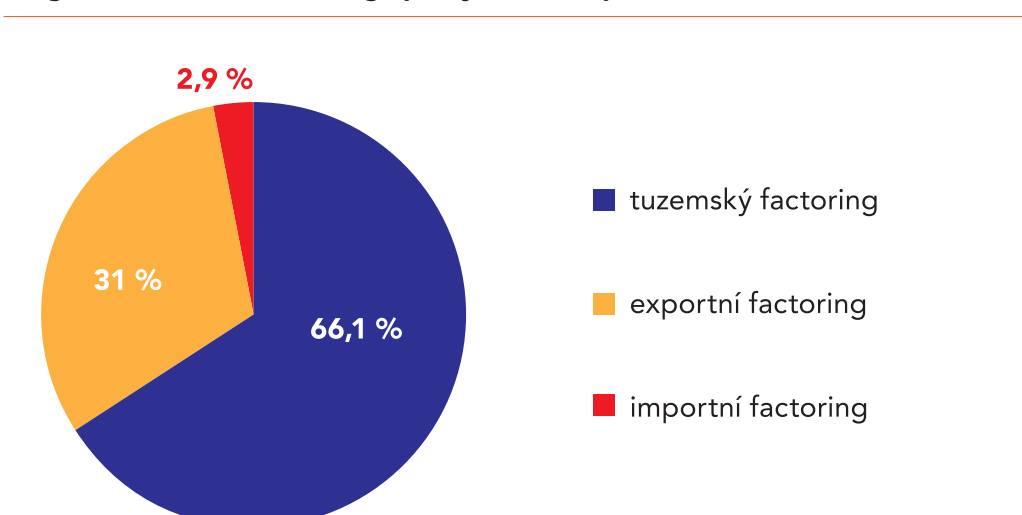
Podíl produktů určených na financování podnikatelských investic v prvním čtvrtletí 2022 (podle vstupního dluhu)



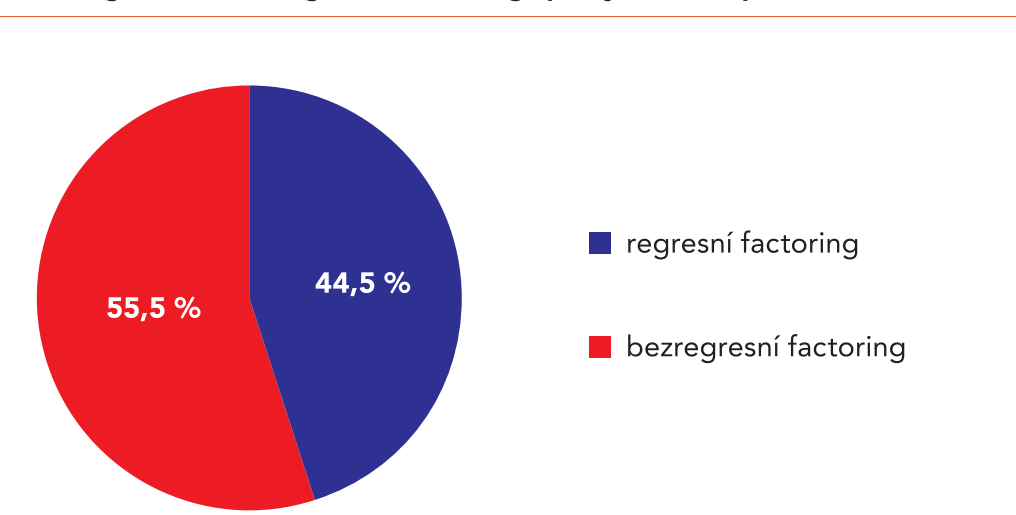
Podíl komodit v rámci financování firem v prvním čtvrtletí 2022



Regionální zaměření factoringu poskytnutého v prvním čtvrtletí 2022



Podíl regresního a bezregresního factoringu poskytnutého v prvním čtvrtletí 2022



Přední český výrobce tepelných čerpadel argumentuje fakty

Utečte vysokým cenám za energie i závislosti na plynu. Jednou z šikovných řešení je tepelné čerpadlo. „Předností kvalitního čerpadla je tichý, hospodárny, téměř bezpracný a také ekologický chod. Ke svému provozu sice využívá elektřinu, ale s kvalitním zařízením to téměř nepocítíte. Navíc výhodou tepelných čerpadel oproti plynu je i to, že u elektřiny je jistá její stálá dostupnost. Ohledně plynu v současné situaci nikdo s určitostí neví, jak budou jeho dodávky zajištěny příští rok,“ řekl Jakub Tykal, obchodní a marketingový ředitel společnosti ACOND, předního českého výrobce tepelných čerpadel.

Závislost na externích dodávkách energií lze ještě více snížit kombinací tepelného čerpadla a fotovoltaiky s bateriemi. Návrh investice se pak vzhledem ke stoupajícím cenám energií vlastně zkracuje. Výhody tepelného čerpadla vycházejí z podstaty jeho funkčnosti. K vytápění totiž používá vsudypřítomný vzduch, z nějž dokáže absorbovat teplo, a to i v mrazech. „To, jak tepelné čerpadlo dokáže být účinné, přímo souvisí s jeho kvalitou. Účinnost zařízení číselně stanovuje průměrný sezónní topný faktor SCOP. U našeho čerpadla ACOND PRO R dosahuje hodnoty 5,05,

což znamená, že z 1 kW ze sítě vyrobí v průměru 5 kW tepla,“ popsal Jakub Tykal. Se snižující se kvalitou tepelného čerpadla pak zpravidla bohužel tento poměr klesá. Stává se, že při chladných venkovních teplotách se u nekvalitního zařízení topný faktor blíží 1 : 1, takže takové čerpadlo pak funguje spíše jako drahý přímotop. To se samozřejmě nepěkně projeví na účtu za elektřinu... I v dnešní nejisté době se zkrátka dá vyhnout horentním částkám za energie i závislosti na plynu ze zahraničí, třeba právě se špičkovým tepelným čerpadlem.

(tz)



Kolik se ale dá s tepelným čerpadlem reálně ušetřit?

Přibližit to lze na modelovém příkladu skutečného domu a jeho roční spotřeby.

parametry domu: dvoupatrová podsklepená stavba s půdou, bez zateplení
typ provozu: pětičlenná rodina
vytápěná plocha: 200 m²

	spotřeba	náklady	úspora
běžný plynový kotel	26 MWh	114 687 Kč	
tepelné čerpadlo s účinností 5,05	3,9 MWh	50 493 Kč	64 194 Kč

Pro výpočet modelového příkladu bylo použito porovnání nákladů na webu tzb-info.cz

Dvě zlaté a dvě stříbrné pro ČPP v anketě Pojišťovna roku

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group opět uspěla v 21. ročníku ankety Pojišťovna roku, kde získala dvě zlaté a dvě stříbrné medaile ve čtyřech z pěti kategorií. Výsledky hlasování zveřejnila v květnu Asociace českých pojišťovacích makléřů.

ČPP navázala na své úspěchy z předchozích let a i letos zabodovala v prestižní anketě Pojišťovna roku, kde o vítězích hlasují profesionální pojišťovací makléři. Dvě zlaté medaile získala v kategoriích Autopojištění a Pojištění občanů.

K tomu přidala dvě druhá místa v kategoriích Pojištění průmyslu a podnikatelů a Životní pojištění. Na medailových pozicích této ankety se ČPP umísťuje pravidelně. Jen za Autopojištění posbírala v posledních sedmi ročnících celkem šest zlatých ocenění. „Úspěch právě v této anketě je pro nás obrovským oceněním práce celého týmu naší pojišťovny. Umístit se na medailových pozicích je dnes bezesporu náročnější než v minulých letech, za to patří velké poděkování všem našim zaměstnancům a makléřům,“ uvedl k triumfu v anketě šéf České podnikatelské pojišťovny Jaroslav Besperát. „Zakládáme si na vysoké kvalitě servisu, kterou makléřům po-

skytujeme. Víme, že dobrá úroveň vzájemné spolupráce významně přispívá k našim obchodním úspěchům. Získaná ocenění jsou pro nás nejen odbornou pochvalou, ale i výzvou a motivací do budoucna,“ doplnil Jaroslav Besperát.

Nejstarší hodnotitelská anketa českých makléřů Pojišťovna roku posuzuje výkonost, kvalitu a rozsah služeb a produktů domácích pojišťoven. Anketa je prestižní zejména tím, že v ní hlasují profesionální pojišťovací makléři, kteří mají detailní přehled o tom, jak tento trh funguje. Získaná ocenění jsou tak díky tomu pro pojišťovny o to cennější. Organizátory této odborné soutěže jsou Asociace českých pojišťovacích makléřů

a Česká asociace pojišťoven společně se specializovaným serverem oPojištění.cz. Záštitu 21. ročníku ankety Pojišťovna roku udělil viceguvernér České národní banky Tomáš Nidetzky.

ČPP v roce 2021 potvrdila svými výsledky vysokou výkonnost a silné postavení v rámci domácího pojistného trhu. V roce 2021 předepsala pojistné 12 mld. Kč. Podle České asociace pojišťoven meziročně ČPP rostla o 9,4 %, stala se tak druhou nejrychleji rostoucí pojišťovnou žebříčku Top 10. S tržním podílem 8,1 % si drží pozici páté největší pojišťovny na domácím trhu. Celkem spravuje 2,3 miliónu smluv a pečuje o více než 1,3 miliónu klientů.

(tz)

Historie psaná mlékem

dokončení ze strany 1

Nutí nás to inovovat, a máme také velmi propracovaný marketing. Za těch 30 let se naše společnost například stala lídrem ve výrobě tekutých kysaných výrobků na našem trhu. Kvalitu můžeme zákazníkům zaručit mimo jiné proto, že naše společnost sází na osvědčené dodavatele, s většinou z nich spolupracujeme dlouhá léta, našli jsme společnou řeč. Dodavatelé již chápou naše potřeby a požadavky. To vše pak ovlivňuje naši tržní pozici.

Co vás dnes nejvíce trápí?

Neřekl bych, že trápí, ale znepokojuje. Situace na trhu s mlékem v České republice je v současnosti poměrně napjatá, což je ovlivněno zejména současným politickým děním a válečným konfliktem na Ukrajině. Toto vše má velký dopad na růst celé řady důležitých nákladů, zejména mlékárenských surovin nebo energetických vstupů. I přes tuto skutečnost to ale zatím zvládáme.

Prodej je v letošním roce stejně jako i v předešlých dvou letech významně poznamenán covidem a teď děním na východ od nás. Přestože zákazníci významně přehodnotili své nákupní chování a preferují ještě více výrobky v akci nebo výrobky pod privátními značkami odběratelů, daří se nám zachovat stabilní prodej, případný pokles v jedné kategorii dokážeme po-

krýt růstem v jiné kategorii. Samozřejmě nás to vyburcovalo k úvahám, jak výrobu zefektivnit a jak dělat některé věci jinak.

Co je z vašeho sortimentu nejžádanější?

Nejprodávanějšími jsou hlavně kefirová mléka, z nich nejvíce bílý kefir. V jogurtech jde na od-

byt především bílý jogurt, z ochucených pak smetanový jogurt v příchuti jahoda s vanilkou.

Zkoušíte nějaké nové receptury zakysaných mléčných výrobků? Jaké jsou trendy?

Samozřejmě, že zkoušíme. Teď však není výroba novinek úplně prioritou. V tuto dobu rezonují jiná témata, spojená zejména se zvyšujícími se cenami materiálů a surovin. Již delší dobu je trendem důraz na ekologii. A i z tohoto důvodu jsme v minulém roce uvedli na trh Kefírové mléko z Valašska citron, bezový květ, který je v ekologickém obalu, přátelském k životnímu prostředí (Elopak – naturally hnědý karton). A v těchto krocích budeme i nadále pokračovat.

Neuvažujete o tom, že byste se vrátili k pomazánkám?

Domnívám se, že není důležité mít co nejširší sortiment, i když je to mnohdy výhoda. Koneckonců, naše strojní vybavení má své limity. Konkrétně na výrobu pomazánek nejsme technologicky vybaveni. Pro nás je mnohem důležitější být dobří v tom, co děláme, a to se nám myslím daří.

A co třeba zeleninové jogurty? S hráškem, petrželkou, cibulkou, mrkví?

To víte, že jsme i takové zkoušeli. Stejně tak s bylinkami. Ale asi na ně ne-

jsou zákazníci ještě připraveni. Receptury však máme „v šuplíku“, třeba i na ně přijde.

Nebo dezerty-jogurty s rumem či koňakem pro dospěláky neřidiče?

Máme v sortimentu, byť jej nevyrábíme v naší značce, výrobek v příchuti vaječný likér. Samozřejmě pouze s aromaty, po alkoholu tam není ani stopa. Pro mě chuťově výtečný výrobek, avšak jen pro určitou skupinu zákazníků. Nicméně chceme našimi výrobky oslovit všechny kategorie spotřebitelů a rumové ani jiné kvazi alkoholové příchutě nejsou tím, na co bychom se chtěli soustředit.

Je vůbec ještě prostor k inovaci, či již bylo vše vymyšleno?

Inovace je nekonečná cesta. Pokud chceme být úspěšní, musíme stále inovovat, minimálně se o to alespoň snažit.

K Mlékárně Valašské Meziříčí patříte již mnoho let. Čemu jste se zde naučil, co vaši profesní dráhu nejvíce ovlivnilo?

V Mlékárně pracuji již 16 let, předtím jsem dlouhá léta působil v jiném sektoru. Nyní v mlékárně samozřejmě obchodujeme s řetězci či velkoobchody, ale velký důraz klademe i na koncové spotřebitele. Co je pro mě proto poučným, je množství marketingových nástrojů, které používáme pro komunikaci se zákazníkem. Významný posun zaznamenaly sociální sítě, kterými můžeme oslovit různé vrstvy našich příznivců.

ptala se Eva Brixl



Průzkum: čtyři z deseti Čechů se díky stavebnímu spoření pouští do vylepšování obydlí

Přes tři čtvrtiny Čechů si založilo stavební spoření s cílem investovat do vlastní nemovitosti. Během posledních dvou let utratilo 60 % z nás za úpravy a vybavení domova částku do 50 000 korun. Jak ukazují data z průzkumu pro ČSOB Stavební spořitelnu, i větší vylepšení zvládne 57 % domácností obstarat bez pomoci profesionálů. Podle vlastních odpovědí tak Češi stále zůstávají národem kutilů.

Stavba, koupě či rekonstrukce nemovitosti jsou nákladnou aktivitou, kvůli níž si 77 % lidí založilo stavební spoření. Přitom 37 % spořících si s jeho pomocí plánuje pořídit vlastní nemovitost a 40 % se díky němu chystá na rekonstrukci stávajícího majetku.

„Investice do vylepšení vlastního bydlení je dlouhodobě nejčastějším důvodem, proč si lidé zakládají stavební spoření. Pro své úspory hledají stabilní a bezpečné prostředí, kde své peníze navíc ještě zhodnotí. S garantovanou podporou státu ve výši 2000 korun ročně a širokými možnostmi využití naspořené částky je tak stavební spoření spolehlivou volbou při plánování budoucí renovace,“ řekl Vlastimil Nigrin, člen představenstva ČSOB Stavební spořitelny.

Stavební spoření je ideální pro všechny typy rekonstrukcí bez ohledu na jejich velikost. Ať už naspořené finance po šesti letech vyberete a využijete podle svého, anebo se v případě větší rekonstrukce rozhodnete uzavřít úvěr ze stavebního spoření. Díky němu dosáhnete na lepší podmínky financování, než nabízejí standardní spotřebitelské úvěry.

Bydlení si zkrášlujeme alespoň jednou za pět let

Vybavení svého obydlí v menším měřítku modernizujeme minimálně jednou za pět let. Drobné spotřebiče (např. rychlovarná konvice, žehlička, mixér) kupuje skoro třetina lidí nejméně jedenkrát za rok a každé tři roky je pořizují v průměru čtyři z deseti Čechů. Doplnky do bytu nebo domu kupují dvě třetiny z nás v průběhu roku, přičemž 40 % žen je dokonce nakupuje přinejmenším každý půlrok.

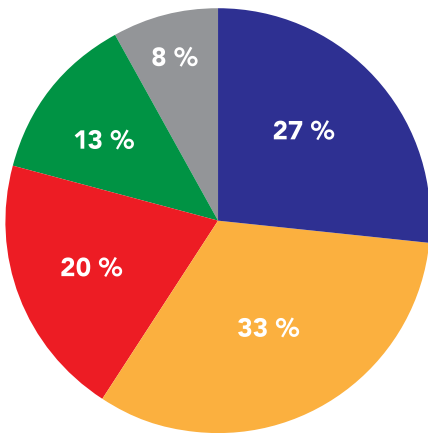
Vylepšování domova se dotýká rovněž koupě nové elektroniky (např. televize, přehrávače, počítače), inovace a nejnovější technologické vychytávky jsou pro Čechy velkým lákadlem. Tři čtvrtiny z nich do novinek investují v průměru každé tři roky až deset let, a 19 % respondentů dokonce rok co rok.

V delším pětiletém horizontu si dvě třetiny Čechů pořizují nový nábytek, polovina se pak pouští do výměny koberců. Najde se ale i 12 % takových, pro které je nákup koberce záležitostí, jež podstoupí jen jednou za život. Jednou za deset let si pak nejčastěji vybíráme novou sedací soustavu, kupujeme novou matraci či velké spotřebiče, jako jsou pračka nebo lednice.

Kutilové každým coulem

Do malování pokojů se alespoň jednou za tři roky pouští 49 % Čechů, pětina dotázaných pak maluje po deseti nebo i více letech. Jednou za deset let či méně často provádíme také vylepšení, která mají trvalý charakter. Kuchyňskou linku renovuje přes 80 % respondentů převážně co deset let. Desetina respondentů ji vyměňuje každé tři roky nebo častěji.

Kolik vaše domácnost za poslední dva roky řádově utratila na úpravách a vybavení domácnosti?



- do 10 000
- do 50 000
- do 100 000
- do 250 000
- nad 250 000

I s většími úpravami si 57 % domácností poradí svépomocí, jsme totiž národem všemělů. Třetina domácností zvládne sama obstarat veškerá vylepšení, maximálně s pomocí kamarádů či známých. Při řadě oprav a modernizací se obojdeme bez odborníků, sami zvládneme například položit novou podlahu či obklady. Ale 9 % z nás si naopak i na drobnější úpravy raději najímá řemeslníky.

Vylepšování domova platíme převážně z vlastních úspor

V uplynulých dvou letech 60 % dotazovaných utratilo za úpravy a vybavení domácnosti částku do 50 000 Kč. Pětina dokonce investovala přes 100 000 Kč. Více než tři čtvrtiny lidí financovaly vylepšování svého bytu či domu pomocí vlastních úspor uložených na běžném a spořicí účtu či v hotovosti. Desetina domácností na tyto investice využila úvěr v bance.

„Ti, kteří vnímají, že nastal čas na rekonstrukci, by se měli snažit také o zodpovědnější přístup k životnímu prostředí. Úsporné bydlení se totiž dlouhodobě vyplácí, lidé žijící v šetrných domech a bytech ročně ušetří i desetitisíce na nákladech za elektřinu, vodu či plyn,“ potvrdil Vlastimil Nigrin a doplnil: „Jestliže při pořizování nemovitosti nebo modernizaci bydlení domácnost jednorázově zainvestuje do energeticky šetrnějšího řešení, v kombinaci s dotacemi a dalšími finančními stimuly se tato investice díky nižším nákladům za energie navrátí v řádu jednotek let.“

ČSOB jako jediná banka na trhu poskytuje slevy a zvýhodněné úroky u úvěrů na energeticky šetrnější bydlení. Meziúvěr na úsporné bydlení od ČSOB Stavební spořitelny zájemcům o investici do bydlení dokáže nabídnout výhodnější úrokovou sazbu. Meziúvěr je možné využít na financování a rekonstrukce bydlení, které splňují parametry pro zařazení do energetické třídy A nebo B. Tato úroveň je však již dnes běžná pro všechny novostavby a s volbou správné rekonstrukce je na dosah i pro starší budovy.

Průzkum byl v únoru 2022 realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos na vzorku 1050 respondentů. (tz)

Pojištěného veterána pohlídá telematická jednotka



V registru vozidel dnes najdeme přes 300 000 osobních automobilů starších 25 let, které se až dosud pojišťovaly v rámci „běžných“ produktů a sjednat havarijní pojištění pro většinu z nich nebylo možné. Právě na tyto vozy cílí nové pojištění veteránů, které Kooperativa uvádí na trh.

„Víme, že veteránská vozidla jsou většinou rodinné klenoty, proto jsme pro ně v rámci nového produktu připravili speciální balíčky Mezipln a Naplno, které zahrnují i telematickou jednotku umožňující mít veterána neustále pod dohledem. Jednotka hlídá jeho kondici i polohu, a v případě problémů klienta upozorní. Jako první na trhu nabízíme i možnost havarijního pojištění veteránů, včetně těch na tzv. veteránských značkách,“ představil unikátní výhody pojištění veteránů Aleš Zethner, ředitel Úseku pojištění motorových vozidel v Kooperativě.

Zájemci si mohou vybrat ze tří balíčků, již základní Rozjezd nabízí nejen povinné ručení a asistenční služby, ale také pojištění nezaviněné nehody. V takovém případě za klienta komuni-

kaci s pojišťovnou viníka zajistí Kooperativa a klient nemusí nic složité řešit. Dva další balíčky Mezipln a Naplno zahrnují i pojištění pro případ odcizení celého vozidla nebo živelní pojištění. Varianta Naplno pak navíc i pojištění havárie vozidla. Zároveň klient v obou těchto variantách získá telematickou jednotku Xmatron, která pomůže ochránit pojištěného veterána.

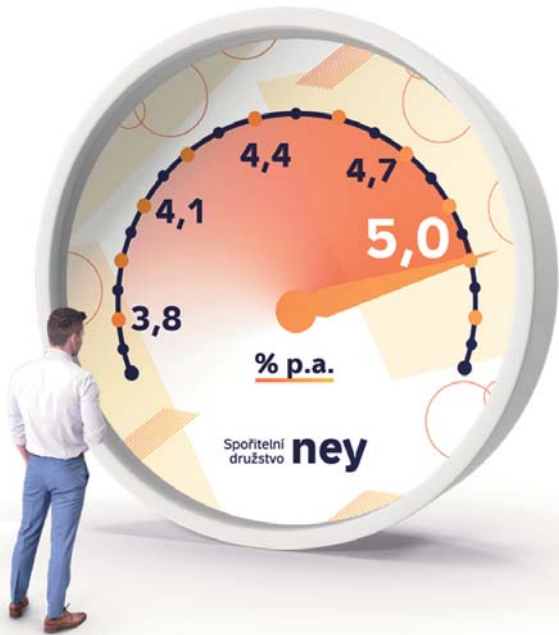
Telematická jednotka je propojena s mobilní aplikací ve smartphonu, takže klient může online sledovat polohu vozidla (GPS lokace), dostane varování v případě pokusu o odcizení vozidla (pokus o odtah, zvedání a jiné pohyby vozu), nabízí také sledování teploty a vlhkosti v místě parkování. Zajišťuje i automatické volání asistenčních služeb v případě nehody nebo možnost vedení knihy jízd.

Pojištění veteránů je určeno pro motocykly a osobní automobily historicky a sběratelsky cenné, které jsou starší než 25 let. Připojistit si zájemci mohou i skla, zavazadla nebo úraz. Pro varianty Mezipln a Naplno je povinná vstupní prohlídka vozidla a klienti si u nich mohou volit ze tří limitů maximálního ročního nájezdu, a to 1000, 3000 nebo 7000 km ročně. (tz)

INZERCE

Termínovaný vklad

zvyšujeme sazby termínovaného úročení



Počet měsíců nebo let	3 m	6 m	1 rok	2 roky	3 roky	4 roky	5 let	7 let	10 let
Standardní sazba p. a.	4,77 %*	5,0 %*	4,55 %*	4,0 %*	3,4 %*	3,0 %	3,1 %	3,2 %	3,2 %

Úrok připsaný na konci období vkladu, min. vklad 20 000 Kč

* Platí při vkladu od 500 000 Kč vč.

Dlouhodobě nejvýhodnější úročení na trhu. Není čas ztrácet čas.

www.ney.cz

Spořitelni družstvo ney

Proč si strany v IP mediaci naslouchají



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

V minulém příspěvku jsme se seznámili s druhou fází mediace, ve které IP mediátor aktivně naslouchá stranám. V rámci této fáze mediace je cílem IP mediátora zjistit skutečné potřeby a zájmy stran konfliktu. Při mediaci je totiž nezbytné odhalit a dostat na povrch důvody, potřeby, motivy a skutečné zájmy stran. Proto v rámci této druhé fáze IP mediátor aktivně stranám naslouchá a pojmenovává předměty jednání. Strany konfliktu však nejsou zatím připraveny spolu efektivně komunikovat a vzájemně si naslouchat. K tomu dochází až ve třetí fázi mediace, které se budeme v tomto příspěvku věnovat.

V rámci třetí fáze mediace strany navazují na to, co slyšely v rámci předcházejícího projevu stran, když hovořily k IP mediátorovi, a to střídavě po sobě. Vzájemná komunikace stran v této fázi ještě nebyla IP mediátorem dovolena, ale strany vše slyšely a mohly si dělat poznámky o tom, co druhá strana říkala a jaké jsou její skutečné zájmy a potřeby. IP mediátor v této druhé fázi hojně pracoval s emocemi, pojmenovával a popisoval sdělení stran pro ně i pro sebe a pojmenovával také předměty jednání. Teprve v třetí fázi mediace strany konfliktu hovoří mezi sebou, přičemž cílem této fáze je, aby si vzájemně strany vyjasnily, jak situaci nyní chápou.

Např. v rámci minule uvedeného příkladu sporu o výši odměny původce technického řešení při realizaci výzkumného projektu může být velký problém přivést strany k pozitivnímu jednání. Přitom je to klíčové pro celý tým, výzkumnou organizaci i obchodní partnery. Dotčený zaměstnanec má za to, že nejsou spravedlivě (případně vůbec) nastavena pravidla pro určení jeho odměny za vytvoření vynálezu, a požaduje jednorázově dodatečné finanční vypořádání. Zaměstnavatel je naopak toho názoru, že odměna v podobě mzdy zaměstnance (původce) je dostatečná a není připraven podílet se na zisku z licenčních poplatků. Popírá právo původce na dodatečnou přiměřenou odměnu, přestože původce, který vytvořil vynález v pracovním poměru, na nějž zaměstnavatel uplatnil právo na patent, má přitom právo vůči zaměstnavateli na přiměřenou odměnu. 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. Strany však nejsou schopny zatím spolu pozitivně komunikovat.

Poté, co IP mediátor vyzve strany konfliktu, aby mluvily spolu napřímo a sdělily si navzájem, jak nyní situaci chápou, si strany aktivně naslouchají. Zaměstnavatel tak díky předchozímu sdě-



lení původce teprve nyní zjistil, že skutečnou potřebou původce je např. jeho uznání v rámci pracovního týmu a také dále potřeba finanční jistoty z důvodu nemoci rodinného příslušníka. O tom zaměstnavatel dosud vůbec nevěděl. Naopak původce nevěděl, že hlavním důvodem dosud odmítavého postoje zaměstnavatele je obava, že požadovaný finanční nárok, bude-li vyplacen jednorázově, ohrozí další financování výzkumného projektu. IP mediátor může strany v této fázi aktivně vést k zrcadlení jejich pocitů, parafrázování či shrnutí dosavadních sdělení stran. V případě potřeby tak činí za strany konfliktu sám, a přispěje tak k posunu v mediačním jednání směrem do další čtvrté fáze, jejímž předmětem je hledání konkrétních řešení.

Strany si tedy za pomoci IP mediátora ve třetí fázi mediace vzájemně naslouchají. Cílem této třetí fáze je vzájemně se pochopit a poznat

pohled druhé strany, porozumět potřebám druhé strany a nebát se tyto potřeby otevřeně pojmenovat. IP mediátor se snaží vzniklou situaci nově pojmenovat a pozitivně ji záramovat. Stranám tak IP mediátor umožní změnu jejich dosavadních pozic. V případě, že se stranám vzájemně nepodaří pochopit potřeby druhé strany, nelze v procesu mediace pokračovat do fáze hledání řešení. Někdy je proto nutné se vrátit zpět do předchozí fáze (druhé) a znovu aktivně zjišťovat skutečné potřeby a zájmy stran, a třeba i nově pojmenovat předmět jednání.

padně zda existují nějaké skutečnosti, o kterých druhá strana dosud neví a jsou důležité. Pokud strany došly ke vzájemnému porozumění, IP mediátor tuto skutečnost ocení s tím, že jde o posun, který umožňuje stranám hledat řešení pojmenovaného předmětu jednání.

IP mediátor také pomáhá v této fázi stranám tím, že shrnuje a vyzdvihuje nové vidění jejich situace, upozorní na shodné oblasti jejich zájmů a potřeb (stabilita výzkumného týmu, splnění zadaných úkolů), tak i dosavadní neshody (výše a způsob finančního ohodnocení původců). IP mediátor může v procesu mediace strany vyzvat k výměně jejich rolí a vést je tomu, aby viděli situaci očima druhé strany. IP mediátor se stran přímo zeptá, co by strany dělala, kdyby byla na místě druhé strany, a naopak, nebo vyzve strany, aby si zkusily představit, co obvykle lidé dělají v takové situaci.

Pokud si strany navzájem naslouchají, přestávají spolu bojovat, konflikt odeznívá a strany začínají vzájemně komunikovat. IP mediátor je v tom podporuje, shrnuje sdělení stran a poukazuje na to, že strany už vidí situaci nyní jinak. Pojmenovává přítom shody a rozdíly, které strany přivedly k mediaci. V případě, že strany si vzájemně nenaslouchají, jsou negativní ve svých projevech, nejsou schopny se vzájemně chápat a bojují spolu, nelze postupovat dále. IP mediátor se pokusí mediačními technikami tento vývoj zvrátit ve prospěch stran, kdy hledá zejména v minulosti fungující vztahy mezi stranami, současné důvody konfliktu, dosud skryté potřeby stran nebo v čem spočívá jejich znepokojení.

Na konci třetí fáze jsou strany schopné si vzájemně naslouchat a komunikovat spolu. Jejich reakce jsou pozitivnější. IP mediátor vyzdvihne jejich nový přístup, shrne a záramuje novou situaci, přičemž zdůrazní, co všechno mají strany společné. IP mediátor umožnil, aby se strany konfliktu navzájem pochopily a přivedl je ke vzájemné spolupráci. Teprve poté může IP mediátor zahájit další čtvrtou fázi, jejímž cílem je hledání konkrétních návrhů řešení předmětů jednání, které byly zapsány IP mediátorem na flipchartu. 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

Posilování firemní kultury založené na důvěře a dobrých vztazích je jednou z priorit českých zaměstnavatelů

Poslední dva roky měly vliv na vnímání role mezilidských vztahů na pracovišti. Většina z těch, kteří v době lockdownů pracovali z domova, pociťovala jako jeden z největších problémů absenci neformálních vztahů s kolegy, nemožnost mezi sebou prodiskutovat řešené úkoly, zeptat se na názor. To má vliv na současnou situaci, kdy je kvalita vztahů na pracovišti důležitá pro sedm z deseti zaměstnanců.

V současné době vztahy na pracovišti poměrně trpí. Projevuje se dlouhodobá stresová zátěž, výpadky v dodavatelských řetězcích a zvýšený ekonomický tlak. V průzkumu HR Pulse, který mezi HR pracovníky firem v ČR prováděla společnost Profesia CZ, 49 % respondentů uvedlo, že posilování firemní kultury založené na důvěře a dobrých vztazích považují pro letošní rok za prioritu.

Zaměstnance zpravidla motivuje k lepším výkonům dobré platové ohodnocení nebo možnost získat zajímavé benefity. Mezi hnací síly pra-

covníků také patří vnitřní motivace, pochvala od vedení nebo aktivní podpora zdravých vztahů v kolektivu. To, co ještě před několika lety znělo spíše jako proklamace, nyní hraje reálnou roli v tom, zda firma udrží klíčové zaměstnance.

„Náš přístup k zaměstnancům a chování v celé firmě je již mnoho let postaveno na dlouhodobě udržitelných hodnotách. Mezi ně patří například snaha získat a udržet ty nejlepší lidi, dát jim podmínky k dalšímu růstu. Také respekt k jednotlivcům a k jejich odlišnosti i integrita v tom, co si myslíme a co říkáme. Možnost pracovat v dobrém kolektivu lidí, kterých si váží, uvádějí naši zaměstnanci jako jeden z důvodů, které je motivují k setrvání ve firmě,“ popsala situaci ve společnosti Accenture její HR manažerka Šárka Vránová.

Za poslední dva roky si zaměstnanci zvykli fungovat více samostatně a s ostatními koordinovat průběžné výsledky. V mnoha firmách jsou ale různé omezování, sledování ve zbytečných detailech, takže nemají pocit, že nad svými pracovními životy mají kontrolu. Stejně tak lidi demotivuje, pokud si myslí, že jejich práce ne-

má smysl, že celkový výsledek nemá kvalitu, kterou by se mohli pochlubit. To vede ke stresu, únavě a znechucení, ale také ztrátě motivace a zájmu o výsledek práce.

„Jako český výrobce konkurujeme levným produktům, často vyrobeným v Asii, zejména kvalitou. Stavíme na tom, že používáme jakostní materiály, pracnější střihy a postupy, které zaručují, že naše výrobky budou pohodlné, na návrhu kolekci spolupracujeme se zajímavými designéry. Naši firemní kulturu jsme postavili na tom, že zaměstnanci vědí od A do Z o celém vývojovém, výrobním a distribučním procesu, na kterém se navíc mohou podílet. A mohou být na svou práci hrdí, což se nám v dlouhodobém horizontu potvrzuje jako dobrá strategie,“ řekl spolumajitel české značky spodního prádla Styx Ruslan Skopal.

V době, kdy se zaměstnanci na pracovišti nepotkávají každý den, získávají na důležitosti mezilidské vztahy. Vůle poradit si, pomáhat, nezištně kooperovat, bez nich prostě ochabuje. Kolektiv a vztahy na pracovišti nás mohou motivovat víc, než si sami dokážeme připustit. Ze-

jména v atmosféře rychle rostoucích firem je důležitý tento aspekt nepodcenit.

„V době pandemie si více než 70 % zaměstnanců stěžovalo, že nejsou propojení s kolektivem. HR manažeři z více než 40 % společností tak pociťovali jako prioritu pracovat na tom, aby lidé znovu cítili sounáležitost. Tomu se momentálně podřizuje i část jejich činnosti – ať už jde o podporu neformálních vztahů ve firmě, pořádání mimopracovních akcí a aktivit nebo přizpůsobení firemních prostor tak, aby podporovaly neformální komunikaci,“ řekl Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz.

„Budování firemní kultury, stmelování týmu a aktivní podpora kvalitních mezilidských vztahů na pracovišti je pro nás klíčovým faktorem. Jako dynamicky rostoucí společnost, která nedávno vstoupila na český trh, pokládáme za důležité vytvořit silnou firemní kulturu a kvalitní kolektiv. Klíčovými jsou pro nás vedle týmovosti a respektu také inovace. Jinými slovy, chceme talenty nejen podchytit, ale i dlouhodobě udržet,“ sdělila Jitka Jetlebová, HR ředitelka společnosti IC Group. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Přední evropský propagátor kvality s českou manažerskou posilou

Svět se houpe v nejistotě. Nejde o strach z toho, co se děje, spíše o narušení ekonomických vztahů ve smyslu materiálového nebo energetického zásobování, začínají se objevovat výpadky zboží na trhu. Mnoho firem připouští, že mohou skončit, pokud nebude obyvatelstvo koupěschopné, pokud se nezlevní některé výrobní vstupy. Mění se dodavatelé, ukazují se záporné nadměrné globalizace, ale je jasné, že ani lokální výroba a spotřeba vše nezachrání. Vzorce, podle kterých se svět řídil, přestávají platit. Tím více však, možná neviditelně, roste význam určitých fenoménů, například úloha managementu kvality a kvality jako takové. Hovořila jsem o tom s Ing. Romanou Hofmanovou, která má v České společnosti pro jakost na starosti certifikaci osob. Právě byla zvolena viceprezidentkou Evropské organizace pro kvalitu (EOQ):

Co to pro vás osobně znamená?

Pro mě osobně to znamená určité završení mé profesní kariéry. Vnímám to jako ocenění dlouholeté práce v rámci jednotlivých výborů EOQ. Zároveň mé zvolení a jmenování беру i jako ocenění aktivit České společnosti pro jakost v rámci EOQ. Je to pro mě i určitý závazek, protože přede mnou byli členy výkonného výboru EOQ pouze paní doktorka Anežka Žaludová a Ing. Jan Hnátek. Oba moji předchůdci se angažovali na mezinárodním poli, a zvláště paní doktorka Žaludová je legendou v oblasti kvality nejenom v České republice, ale i ve světě.

EOQ je přední evropský propagátor kvality díky rozšíření sféry svého vlivu po celé Evropě i mimo ni. Sdružuje národní partnery (jakým je například ČSJ u nás) i další přidružené členy a jejich prostřednictvím šíří povědomí o kvalitě. Cílem EOQ je zlepšit evropskou společnost prostřednictvím podpory kvality v jejím nejširším smyslu.

V oboru kvality jste řadu roků aktivní, nač se především zaměřujete?

V oblasti kvality působím již více než 20 let. Celou dobu se zaměřuji na oblast personální certifikace, zejména na posilování atraktivity a důvěryhodnosti personální certifikace, vytváření jasných pravidel pro jednotlivé obory, vytváření

národních a evropských schémat. Nedílnou součástí mé práce je i propagace personální certifikace mezi širokou veřejností nejenom ve výrobních firmách. Zaměřujeme se i na personální certifikaci „juniorů“, která je primárně zaměřena na čerstvé absolventy vysokých škol. Práce s mladou generací je velice důležitá pro budoucnost kvality.

Ozřejmila byste poslání EOQ i to, jak se její činnosti přenášejí do praktického života firem a organizací?

EOQ je přední evropský propagátor kvality díky rozšíření sféry svého vlivu po celé Evropě i mimo ni. Sdružuje národní partnery (jakým je například ČSJ u nás) i další přidružené členy a jejich prostřednictvím šíří povědomí o kvalitě. Cílem EOQ je zlepšit evropskou společnost prostřednictvím podpory kvality v jejím nejširším smyslu. Důležité je i zmínit hodnoty EOQ, které jsou:

Pospolitost: Pro všechny obory podnikání, každý se počítá, každý přispívá.
Zjednodušení: Ve všem co děláme, kdo co dělá, ve strategiích a plánech.
Pragmatičnost: Neobjevujeme znovu kolo, řešíme věci realisticky, soustředíme se na cíle.
Akceschopnost: Pracujeme tak, aby se plány uskutečnily.

Certifikáty EOQ nabízejí záruku, že jejich držitelé jsou vysoce kvalifikovaní odborníci. EOQ v rámci své činnosti zajišťuje uznání certifikačních orgánů pro certifikaci personálu a dále poskytovatelů školení/kurzů. EOQ je také vysoce hodnocena pro své normativní dokumenty v různých oblastech systémů managementu.

Nově EOQ nabízí online webináře zaměřené na různé firmy a uplatňování různých metod kvality při jejich řízení. Tyto webináře jsou bezplatné a ČSJ je umožní absolvovat svým členům.

Které projekty evropského rozměru najdete uplatnění i u nás?

Jako první bych zmínila ocenění European Quality Leader (EQL). Toto ocenění je udělováno každoročně a vybírá se z vítězů národních soutěží, kterou je u nás Manažer kvality roku. EQL oceňuje lídry kvality, kteří umožnili své organizaci dosáhnout významného úspěchu zejména prostřednictvím svých vůdčích schopností, podpory týmové spolupráce a implementace procesů kvality. EOQ dává možnost online prezentace vítězi a finalistům.



Ing. Romana Hofmanová, viceprezidentka Evropské organizace pro kvalitu

Druhým významným projektem je EQTM – Evropská ochranná známka kvality. Ta představuje záruku na produkty vysoké a trvanlivé kvality. Jde o relativní novinku v rámci aktivit EOQ. V současné době byly již tyto známky kvality uděleny ve více než pěti členských zemích EOQ. Velký zájem o ně projevují zejména nadnárodní společnosti, které své produkty nabízejí nejen na evropském trhu, ale i v rámci celého světa jako např. Firma Bosch.

Už znáte přesně své úkoly v činnosti EOQ?

Ano, budu se zabývat tvorbou nových schémat EOQ tzv. Lighter Schemes, kde jsem byla jmenována vedoucí projektu. Tento projekt je zaměřený na vypracování odlehčených – zjednodušených schémat navazujících na stávající schémata EOQ. Klasické obory personální certifikace jako např. Manažer kvality, Auditor kvality, Manažer EMS, BOZP byly vždy určeny pro profesionály na nejvyšší úrovni. Součástí požadavků na žadatele bylo náročné (časově i na znalosti) školení, doložení dlouhodobé praxe a zpracování náročné studie. Většina osob ale při své práci nevyužije takto hluboké znalosti a dovednosti, ale zaměstnavatel potřebuje ověřit základní znalosti a dovednosti pracovníka. Jejich ověření třetí nezávislou osobou pak bude sloužit jako doklad, že daný člověk je schopen práci na určité úrovni vykonávat.

Poptávka po takto odlehčených schématech je nyní v celé Evropě. Důležitý v této oblasti je zejména soulad požadavků na držitele certifikátu v rámci Evropy. A protože zde působí mnoho

mezinárodních firem, bude pak jednodušší stanovit požadavky na určitou pozici.

Co vyplyne z vašeho zapojení pro Českou společnost pro jakost?

ČSJ má možnost být u zdroje aktuálních informací v oblasti kvality, a zejména personální certifikace. Také se můžeme podílet na strategickém rozhodování v rámci EOQ, především ovlivnit směr dalšího vývoje v oblasti personální certifikace nejenom v Evropě, ale i v celém světě.

Přinese vaše zvolení českým firmám možnost více ovlivnit dění na poli kvality, případně být u vzniku nových projektů a schémat, které v rámci EOQ vznikají?

Členové jednotlivých pracovních skupin v rámci EOQ mají možnost oslovit ke spolupráci i své členy, či externí spolupracovníky. V minulosti se na projektech EOQ podíleli odborníci z firem a univerzit např. z Německa, Portugalska, Rakouska nebo Švýcarska. Takto je možné být přímo u zpracování nových schémat EOQ pro personální certifikaci a pro vzdělávání. Také je zde příležitost pro větší sdílení nejlepší praxe a pro výměnu zkušeností. Pod hlavičkou EOQ se rovněž organizují různé průzkumy, které mohou sloužit jako cenný zdroj informací pro národní partnery a jejich členy.

Nemálo podnikatelů se obává důsledků covidu i války na Ukrajině, a tedy narušených ekonomických vztahů napříč světem. Jak může pomoci k určité stabilitě podniků kvalita?

Snahou firem by mělo být minimalizovat dopady rizik, a to nejen globálních, tak, aby byly připraveny na všechna významná výchýlení. Bohužel to, co zažíváme v posledních letech, tedy zejména epidemickou situaci a válku, jsou extrémní vnější okolnosti, které ovlivňují jak soukromý, tak veřejný sektor.

Kvalita může pomoci správnému nastavení systému řízení, identifikaci a ošetření klíčových procesů – tedy jde o přístup business continuity managementu, který nám pomůže v rychlejší obnově činnosti. Nesmíme podceňovat management rizik také u plánovaných i běžících projektů. Doporučuji se celkově věnovat rozvoji kvality, budování dobrého jména u zákazníků i dalších partnerů, investovat do vzdělání a odbornosti zaměstnanců, protože v dobách krize se tyto investice zúročí.

ptala se Eva Brixí

Získejte prestižní ocenění v soutěži Ambassador kvality České republiky

Česká společnost pro jakost vyhlásila již 5. ročník soutěže Ambassador kvality České republiky. Účast v soutěži nabízí všem organizacím nezávislé posouzení jejich přístupu ke kvalitě, a je tak vítanou a vhodnou zpětnou vazbou pro vedení organizace, že je na dobré cestě k udržitelné kvalitě a úspěchu. Toto platí zvláště pro současné turbulentní období. Soutěž je určena nejen firmám, ale také organizacím veřejného sektoru.

Česká společnost pro jakost dlouhodobě usiluje o rozvoj a popularizaci nástrojů managementu kvality a systémů řízení. Chce tak přispívat i k ekonomickému úspěchu organizací v České republice. Soutěž Ambassador kvality ČR je založena na posouzení přístupu firem ke

kvalitě, která je nezbytným předpokladem pro dlouhodobou úspěšnost, v rámci hodnocení se posuzují i ekonomické výsledky. Kvalita v tomto programu oceňování není však chápána pouze jako souhrn přístupů, které vedou k zajištění podmínek pro výrobu kvalitních produktů či poskytování kvalitních služeb, ale zahrnuje i další aktivity, mezi které patří například aktivní propagace a komunikace kvality u všech důležitých zainteresovaných stran, inovace produktů, odpovědný a udržitelný přístup k podnikání.

V rámci ocenění je hodnoceno pět oblastí. První je zaměřena na ekonomické ukazatele. Druhá oblast se zaměřuje na to, jaká ocenění v oblasti kvality organizace získala, jaké má akreditované certifikáty a případně jaká personální „kvalitářská“ ocenění mají pracovníci v organizaci. Třetí hodnocenou oblastí jsou

aktivity organizace na podporu kvality. Tam patří například zapojení do národních či mezinárodních profesních organizací, organizování odborných akcí, publikační či přednášková činnost pracovníků. Čtvrtá oblast je zaměřena na udržitelný rozvoj a ochranu životního prostředí, a poslední oblast na ochranu spotřebitele.

Snahou bylo připravit soutěž pro uchazeče co nejméně administrativně náročnou. Organizace vyplní jednoduchý dokument, kterým je přihláška a sebehodnotící dotazník v jednom. Dotazník je zpřístupněn na internetových stránkách České společnosti pro jakost. Kvalifikování hodnotitelé provedou posouzení údajů uvedených v dotazníku. Účast v první fázi soutěže je bezplatná. Poplatek za účast platí pouze ti, u kterých bude provedeno jednodenní hodnocení na místě.

Přihlášky se přijímají do konce září. Slavnostní vyhlášení cen probíhá na podzim v rámci slavnostního večera při příležitosti pořádání Dnů kvality, což je dvoudenní konference zaměřená na systémy managementu a moderní nástroje řízení. Letos se uskuteční ve dnech 7. a 8. listopadu.

V posledních letech uspělo v soutěži několik významných organizací. Vítězi cen a Ambasadory kvality České republiky v podnikatelském sektoru se staly společnosti Koyo Bearings Česká republika s.r.o. (2022), Kaufland Česká republika v.o.s. (2021), Albert Česká republika, s.r.o. (2019) a Škoda Auto, a.s. (2018).

ČSJ by ráda vyzvala všechny firmy, které „dobře fungují a fandí kvalitě“, aby zvážily svoji účast v letošním ročníku soutěže a nebalý se zviditelnit. Informace jsou na webových stránkách www.csq.cz/udilene-ceny-a-souteze. (tz)

HB Index: Nemovitosti v prvním čtvrtletí zdražují stejným tempem jako v loňském roce

Růst cen nemovitostí nezastavil ani v úvodu letošního roku. V prvním čtvrtletí zrychlily nejvíce ceny bytů, konkrétně o 5,4 %. U rodinných domů a pozemků je tempo růstu cen srovnatelné s posledním čtvrtletím loňského roku. Zatímco ceny rodinných domů vzrostly o 4,7 %, pozemky zaznamenaly růst o 5,6 %. Meziročně tak tempo růstu v případě pozemků dosáhlo rekordních 23,7 %.

„Ani v prvním čtvrtletí nového roku nedošlo k ochlazení trhu a nemovitosti i nadále podražují. Tempo růstu zatím nezpomalily ani kroky České národní banky v oblasti úrokových sazeb. Ceny tak dále rostou stejným tempem jako v loňském roce. Svůj podíl na tom má pravděpodobně malá nabídka nemovitostí, vysoký růst stavebních nákladů, obava z dalšího nárůstu úrokových sazeb a snaha lidí ochránit investicemi do nemovitostí finanční prostředky před pádivou inflací,“ vysvětlil Jiří Feix, předseda představenstva Hypoteční banky a ČSOB Stavební spořitelny.

HB Index 1Q 2022 – Bytové jednotky:

„Vývoj velmi vysokého růstu cen u bytů pokračoval i v prvním čtvrtletí a dosáhl opět nad 5 % hranici. Tempo nárůstu cen bylo nejvyšší v těch krajích, kde jsou v České republice dlouhodobě byty nejlevnější. Na pražském trhu postupně prodeje zpomalují, i zde ale růst cen atakuje 5 %. Do cen u nových výstaveb se začínají promítat rostoucí stavební náklady, ale také zvyšující se nároky na vybavení novostaveb či vyšší úroveň staveb z hlediska Průkazu energetické náročnosti budov,“ shrnul Jiří Feix.

HB Index 1Q 2022 – Rodinné domy:

„Oproti minulému období tempo růstu mírně stoupl, meziročně tak růst indexu atakuje hranici 20 %. Lidé mají i nadále největší zájem o rodinné domy, které nepotřebují rekonstrukci, a to kvůli rostoucím stavebním nákladům, které znamenají horší předvidatelnost při plánování rozpočtu. Z důvodu nižších cen zájemci vyhledávají nemovitosti ve vzdálenějších lokalitách od velkých měst. Pokud mají lidé zájem o novostavby v developerských projektech, nejčastěji sahají po řadových zástavbách. Celkově jsou však rostoucí



ceny a nedostupnost stavebních materiálů velkou přítěží pro stavitele,“ doplnil Radim Maštalíř, expert pro oblast oceňování majetku v ČSOB.

HB index 1Q 2022 – Pozemky:

„Pozemky i nadále zaznamenávají největší nárůst ze všech segmentů, i když v prvním

čtvrtletí roku tempo růstu cen mírně zpomalilo. Kategorie pozemků dlouhodobě naráží na limity trhu spojené s nízkou nabídkou i s problematikou zastaralých územních plánů a nedostatečné kapacity inženýrských sítí pro výstavbu. I v této kategorii zaznamenáváme nárůst zájmu o pozemky vzdálené od měst, které jsou lépe cenově dostupné. Co se týče výstavby v hlavním městě, nově schválený Fond spoluúčasti investorů na rozvoji území má pomoci financovat veřejnou infrastrukturu, na kterou finance města nestačí. V následujících obdobích tak očekáváme nárůst poptávky po pražských parcelách na brownfieldech, které do dnešní doby nebyly pro developery atraktivní z důvodu vysokých nákladů na vybudování základních podmínek pro výstavbu,“ uzavřel Jiří Feix.

(tz)

	mezičtvrtletní změna (%)	Index (Q1 2010 = 100)	meziroční změna	mezičtvrtletní změna (%)	Index (Q1 2010 = 100)	meziroční změna	mezičtvrtletní změna (%)	Index (Q1 2010 = 100)	meziroční změna
	byty			rodinné domy			pozemky		
Q1/2021	3,8	177,4	20,6	3,2	159,2	19,6	5,2	194,8	23,7
Q2/2021	3,8	184,1		4,2	165,9		5,5	205,5	
Q3/2021	5,0	193,3		4,8	173,9		5,1	215,9	
Q4/2021	5,0	203		4,6	181,9		5,7	228,2	
Q1/2022	5,4	214		4,7	190,4		5,6	240,9	

Válka na Ukrajině změnila startupové prostředí

Válka má dopad na české i globální startupy. Zájem o investování klesl od začátku konfliktu o celých 37 %. Jen v únoru spadl objem investic o téměř třetinu. Podle odborníků z investičního akcelérátoru Soulmates Ventures, který se věnuje udržitelným projektům, dojde sice časem k oživení, trh se ale změní. Velká příležitost bude v těch odvětvích, která řeší aktuální problémy, na atraktivnosti porostou zejména oblasti zaměřené na udržitelnost a soběstačnost.

V roce 2021 dosáhlo financování startupů od Venture Capital (VC) fondů v Evropě rekordní výše 116 miliard dolarů. To představuje meziroční nárůst o 159 %. Změnu tohoto pozitivního trendu přinesla ale v posledních měsících rostoucí inflace a válka na Ukrajině. „V letošním roce dochází ke snížení investiční aktivit na trzích, což se pak promítá i do situace na startupové scéně. Naopak cítíme, že se kapitál začíná přelévat do oblastí udržitelnosti,“ řekl Václav Gregor z investičního akcelérátoru Soulmates

Ventures. Prudce klesl především počet investičních kol. Ještě před útokem jich bylo zveřejněno 1284, což v průměru vychází na 80 ohlášených kol na pracovní den. Jen čtyři dny od vypuknutí války na Ukrajině došlo podle serveru Crunchbase k poklesu o polovinu. Server Crunchbase dále uvádí, že ode dne, kdy začala invaze na Ukrajinu, oznámilo 154 startupů po celém světě počáteční (seed), ranou (early-stage) nebo pozdní fázi (late-stage) rizikové investice. Celkově tyto investice dosáhly 3,65 miliardy dolarů. To znamená, že v průměru bylo v 39 kolech investováno 912 milionů dolarů za jeden pracovní den. „To není malé číslo, ale ve srovnání s předchozími výsledky jsou to spíše zanedbatelné cifry. Například za prvních 23 únorových dní oznámily společnosti celosvětové financování v počáteční až pozdní fázi ve výši 30,68 miliardy dolarů,“ vysvětlil Václav Gregor.

V Evropě celkově je v současnosti náročné získat kapitál pro pre-seed a seed-stage startupy. Výjimkou jsou podle Soulmates Ventures udržitelná odvětví. „Zpomalení oznamování finan-

cování v posledních dnech samozřejmě nemusí nutně znamenat, že startupy nezískávají kapitál. Může to znamenat jen to, že se rozhodly tak, že nyní není nejlepší čas na oznámení nových kol, nebo se dohodly s investory na odložení investice,“ vysvětlil Václav Gregor.

Podle serveru Sifted například v prvním kvartále 2022 dominovala v zelených investicích Francie, kde bylo investováno 881 milionů eur. Spojené království získalo ve čtvrtém čtvrtletí 2021 jednu miliardu eur, v prvním čtvrtletí 2022 se však proinvestovalo pouze 384 milionů eur. Finsko sice v prvním čtvrtletí registrovalo jen čtyři dohody o udržitelnosti, zaznamenalo investice ve výši 236 milionů eur díky obří investici do vesmírného startupu ICEYE ve výši 123 milionů eur a 112 milionů eur pro startup Swappie. Investicím do klimatických technologií v minulém čtvrtletí dominovaly dohody v energetickém sektoru (30 %) – možná nepřekvapivě, vzhledem k naléhavému zájmu v celé Evropě o odklon od ruského plynu. Dobře si vedla i repasovaná elektronika. Podle Soulmates Ventures se proto neočekává

ani naprosté zmrazení investičních kol v Evropě, ale i v Česku. „U nás nebude situace tolik ovlivněna. Je možné, že zde dojde k pozastavení, a dokonce i k ukončení rozjednaných investic. Primárně půjde pouze o situace, kdy má investor nebo startup své primární aktivity spojené s Ukrajinou nebo Ruskem,“ uzavřel Václav Gregor.

O Soulmates Ventures

Soulmates Ventures je investiční ekosystém složený z akcelérátoru, inkubátoru a investičního fondu soustředící se na udržitelné, zelené a technologické inovace pro udržitelnou budoucnost. Pomocí strategických partnerství posouvají Soulmates Ventures zelené technologické inovační projekty z fáze ověřeného MVP do rostoucího a škálovatelného businessu, který je v případě potřeby připraven na růst na globálním trhu nebo na vstup velkého investora. Soustředí se na oblasti vzduch, voda, energie, mobilita, vzdělání, zdraví, potravinářství a cirkulární ekonomika. Společnost řídí Hynek Sochor a Václav Gregor.

(tz)

Ozvěny konference Byznys s inovacemi 2022

Snížení prostředků na aplikovaný výzkum, inflace, bezpečnost a soběstačnost ČR a EU – to byla hlavní témata panelové diskuze představitelů vlády a poskytovatelů veřejné podpory na aplikovaný výzkum pořádané Asociací výzkumných organizací v dubnu v Praze.

Do debaty se zapojila ministryně pro vědu a výzkum Mgr. Helena Langšádlová, náměstek ministra zemědělství Ing. Petr Jílek, náměstek ministra průmyslu a obchodu Ing. Petr Očko, Ph.D., předseda TAČR prof. Petr Konvalinka, kteří

diskutovali společně se zástupci výzkumných organizací Ing. Ilonou Müllerovou, místopředsedkyní AV ČR, Ing. Liborem Krausem, prezidentem AVO, a moderátorem akce doc. Janem Nedělníkem, viceprezidentem AVO.

Všichni účastníci ve svých vystoupeních zdůraznili význam výzkumu a inovací a potřebu rychlých aplikací pro řešení bezpečnostních výzev v Evropě, nutnost vnímat pojem bezpečnosti v širších souvislostech a nezbytnost zajistit dodávky surovin, energie a potravin v době, kdy je Evropa ohrožena válečným konfliktem na Ukrajině. Helena Langšádlová ve svém vystoupení akcentovala své priority pro zachová-

ní výše prostředků na aplikovaný výzkum, nicméně rovněž uvedla složitou situaci z hlediska tvorby rozpočtu právě s ohledem na bezpečnostní priority ČR a nutnost transformace energeticky náročných provozů. Zdůraznila potřebu mezinárodní spolupráce českého výzkumu a vývoje i s ohledem na české představitelství Evropské unii.

Petr Očko poděkoval AVO za aktivní účast v tvorbě RIS3 strategie a hostům krátce představil připravované dotační možnosti v programech TREND a Country 4 Future. Rovněž Petr Konvalinka informoval o připravovaných výzvách pro letošní rok; s ohledem na zpoždění ve

vypisování operačních programů mohou být pro podnikatelské subjekty a výzkumné organizace velmi důležité. Petr Jílek vyzdvihl význam zemědělského aplikovaného výzkumu, který pomáhá zemědělským podnikatelům v transformaci k efektivnějšímu a udržitelnějšímu hospodaření.

Ilona Müllerová prezentovala aktivity AV ČR v oblasti transferu technologií, což je jednou z priorit akademie. Libor Kraus jednání shrnul: „Jsem rád, že jsme se všichni shodli na nutnosti prosazování zájmů aplikovaného výzkumu, že AVO může počítat se spoluprací jak se zástupci veřejné správy, tak AV ČR.“

(tz)

CzechTrade za 25 let našel tisícům exportérů nové odběratele

Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade si připomíná 25 let od svého založení. Za dobu své existence představila světu více než 3200 úspěšných exportních projektů z České republiky. Pro exportéry CzechTrade zrealizoval celkem 35 545 zakázek a zajistil konkrétní obchodní příležitosti formou 42 570 poptávek firem z celého světa. CzechTrade je součástí vládní podpory exportu a poskytuje informační a asistenční služby českým firmám, které podnikají na zahraničních trzích.

Při pomoci českým exportérům se CzechTrade opírá o vlastní zahraniční síť, která čítá 50 kanceláří působících pro 57 zemích na 5 kontinentech. Ročně poskytnou ředitelé zahraničních kanceláří a místní kvalifikovaní odborníci v průměru 4500 konzultací na exportní témata. Jednoznačně mezi nejoblíbenější služby, které ročně využije až 800 firem, a které realizují přímo specialisté ze zahraničí, patří ověření zájmu o výrobek a společné prezentace na veletrzích po celém světě.

Agentura každoročně pořádá Meeting Point CzechTrade, největší proexportní B2B akci v Česku, kde zástupci firem konzultují s řediteli zahraničních kanceláří své obchodní záměry na zahraničních trzích.

„Za 25 let existence agentury CzechTrade prošel svět dynamickými změnami. CzechTrade však vždy dokázal na tyto změny rychle reagovat a poskytnout exportérům nadstandardní servis. Příkladem je současná krize na Ukrajině, která měla na část českých exportérů zásadní dopad. My jsme však nezaváhali a nabídli jsme jim pomocnou ruku,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Otevření nové kanceláře v Gruzii v reakci na válku na Ukrajině

V současné době se CzechTrade věnuje mimo jiné pomoci českým exportérům, kteří se potýkají s komplikacemi spojenými s válkou na Ukrajině. „Ukrajina a Rusko představovaly pro některé české firmy klíčové trhy. Teď, když jsou tyto trhy téměř uzavřené, potřebují pro své produkty najít náhradní odbytiště. Firmám s tím aktivně pomáháme. Na začátku května

jsme například otevřeli nové zastoupení v Gruzii a během roku otevřeme minimálně další dvě kanceláře na pečlivě vybraných perspektivních trzích,“ komentoval situaci Radomil Doležal.

Letos CzechTrade rozšířil své portfolio o nové služby, jako je Exportní inkubátor. „Tato služba umožňuje firmě rozvíjet podnikání, využívat kanceláře a poradenské služby v zahraničí po dobu až šesti měsíců,“ vysvětlil Radomil Doležal. Další přidanou službou jsou Exportní aliance, které sdružují firmy tak, aby byla jejich prezentace v zahraničí efektivnější. „Členové aliance sdílejí náklady, ale i know-how. Jejich produkty se navzájem doplňují,“ vysvětlil Radomil Doležal.

CzechTrade vzdělává exportéry

Agentura díky službě exportního vzdělávání realizuje odborné semináře a školení, i firemní školení na míru. „Semináře nejsou zaměřené pouze na mezinárodní obchod, ale také na manažerské nebo komunikační dovednosti. České firmy učíme především na příkladech z praxe,“ upřesnil Radomil Doležal.

CzechTrade sleduje nové trendy i v oblasti průmyslového designu, a může tak radit českým firmám, jak nejlépe využít design v praxi. „Skrze národní platformu Design Centrum CzechTrade spolupracujeme s designéry. České firmy tak mohou využít práci renomovaných profesionálů, uplatnit kvalitní design a zvýšit tím svou konkurenceschopnost na zahraničních trzích,“ doplnil.

Zprávy, rady a návody pro české podnikatele

Pomoci firmám zorientovat se v podnikatelském prostředí a dostat se snadno a rychle k ověřeným informacím zajišťuje od roku 2001 agentura CzechTrade přes portál BusinessInfo.cz, jehož gestorem je Ministerstvo průmyslu a obchodu. Příběhy úspěšných exportérů, které se zde také prezentují, inspirují podnikatele k využívání služeb státu, jež jim výrazně usnadní vstup na zahraniční trhy. BusinessInfo.cz se stal stabilní součástí českého mediálního trhu. Rozsahem svého obsahu je tento portál naprosto unikátní a patří mezi nejnavštěvovanější ekonomická online média. (tz)

Kdo investoval do digitalizace procesů, přežije snáz

Ani pár měsíců od vypuknutí války na Ukrajině a uvalení ekonomických sankcí není nikdo schopen předpovědět hloubku dopadů na českou ekonomiku, která se stále ještě vzpamatovává z covidových let. Jedno je však jasné: už jen kvůli inflaci a materiálové krizi přijdou změny, které si svým rizikem nezadají s třináct let starými hospodářskými otřesy. Tentokrát však mají firmy jednu zásadní výhodu, kterou naznačily poslední roky. Ty, které úspěšně prošly digitální transformací procesů, se dokážou rychleji adaptovat na změny a odolávat výkyvům. V segmentu malých a středních podniků, které jsou změnami nejohroženější, je jich však podle RSM stále minimum.

Mezi nejohroženější podniky podle RSM v současnosti patří malé a střední výrobní firmy, které jsou nejvíce zasažené všemi výše zmiňovanými vlivy. V Česku přitom z necelých 400 000 aktivních firem spadá do kategorie malých a středních asi 215 000. Těch výrobních je asi jedna pětina. Jejich problémy se však mohou řešit v podstatě celém segmentu, který se na HDP podílí zhruba 40 %.

Už nyní malými a středními firmami otřásly dva intenzivní covidové roky, takže pouze 7 % z nich – tedy kolem 15 000 – v současnosti vykazuje růst obrátu, zisku i počtu nových za-

městnanců. A nyní by se měla situace vlivem konfliktu na Ukrajině ještě více komplikovat. Podle RSM je již nyní jasné, že se válečný konflikt do života podnikatelů propíše jako nejsilnější událost za poslední roky.

Řešením by se podle RSM v českých realitách měla stát především větší podpora digitalizace procesů. Přestože většina malých a středních podniků v minulosti přijala dílčí opatření, stav jejich IT infrastruktury je stále nedostatečný. Nejčastěji chybí centrální podnikové systémy s jasně definovanými vstupy a výstupy, které by dokázaly řadu procesů automatizovat. Ty mimo jiné zvyšují efektivitu a snižují ztráty a v dlouhodobém hledisku uchovávají konkurenceschopnost i v turbulentních dobách. Naopak firmy, které digitální transformaci neprošly, zůstávají vůči otřesům výrazně zranitelnější.

„Navenek se může zdát, že české podniky mají fázi přípravy jejich IT infrastruktury z minulých let za sebou a že v jejím středu stojí silný podnikový systém, o který se mohou opřít. Není to však pravda. Podle našich poznatků se 70 % podniků na tuto změnu teprve chystá,“ uvedla Zuzana Kubíková, Management Consulting Manager společnosti RSM Technology CZ. „Podniky vlivem klidné ekonomické dekády digitalizaci velice často provázaly a teď se budou snažit chytnout na poslední chvíli. O to více se rozevrou nůžky mezi těmi, které pomocí své IT infrastruktury reálně začnou šetřit i vydělávat.“



Podle Zuzany Kubíkové není výjimkou, že si podnik se stamiliónovým obrátem vede svou skladovou evidenci stále v excelovských tabulkách nebo prostřednictvím papírových dodacích listů. V porovnání s konkurencí – ať už českou, nebo zahraniční – která má své procesy centrálně řízené, pak logicky zaostává. Rozevíráni takzvaných digitálních nůžek v segmentu malých a středních podniků tak bude nejrychlejší za poslední roky.

„Takové podniky se musí často cíleně zaměřit na identifikaci problémů na trhu a následné přehodnocení strategie namísto toho, aby to za ně průběžně dělal jejich systém. Trvá jim pak násobně delší dobu, než na tržní změny zareagují. Každý takový moment jim pak

pochopitelně oslabuje pozici,“ zmínila Zuzana Kubíková. Následující měsíce tak povedou ke zvýšené poptávce po implementaci podnikových systémů. Odhodlat by se pod tlakem skutečností mohly i ty nejkonzervativnější podnikatelé. Podle RSM se dá v segmentu malých a středních firem očekávat až třetinový nárůst. Jak však upozornila Zuzana Kubíková, rozhodně nejde o změnu, kterou je možné projít v průběhu několika málo týdnů.

„Implementace podnikového systému není sprint, ale maraton. Procesní analýza, implementace a následné ladění může být projekt přesahující klidně jeden rok. Zvlášť v době, kdy bude celá řada firem teprve nastavovat svou novou strategii,“ zmínila Zuzana Kubíková. „Na druhou stranu – pokud je někdy vhodné začít, tak je to právě dnes. Přichází hodně složitá doba a již teď je jasné, že datově řízené firmy to budou mít výrazně jednodušší.“

Poradenská síť RSM se globálně zaměřuje hlavně na středně velké společnosti. Po tzv. velké čtyřce (Deloitte, PwC, EY a KPMG) je druhým největším poradenským subjektem na světě, tedy šestým celkově. V Česku jí pak (opět s vyloučením velké čtyřky) patří čtvrtá příčka, osmá celkově. Síť působí s 860 pobočkami ve 123 státech. V Česku a na Slovensku provozuje pobočky v Praze, Brně, Pardubicích, Třebíči a Bratislavě. V roce 2021 rostla nejrychleji z přední desítky poradenských společností. (tz)

V základním jmění firem je 2,5 biliónu korun

Celkový objem kapitálu registrovaného v základním jmění tuzemských firem se za poslední rok snížil o 0,7 %. To představuje pokles o 17,32 miliardy korun na 2456,75 miliardy. Objem tuzemského kapitálu se zvýšil o 12,8 miliardy, zatímco zahraniční stagnoval na loňské hodnotě 145 miliard korun. Objem kapitálu, u kterého nelze z dostupných zdrojů určit majitele, se meziročně snížil o 30 miliard na 146 miliard, což představuje pokles o 17 %. Analýzu vlastnické struktury českých firem zveřejnila v květnu poradenská společnost Dun & Bradstreet.

Vlastnická struktura českých firem (2017–2022)

základní kapitál (mld. Kč)	2022	podíl na celku	2021	podíl na celku	2020	podíl na celku	2019	podíl na celku	2018	podíl na celku	2017	podíl na celku
ČR	1 425,39	55,97 %	1 412,57	55,09 %	1 391,72	57,32 %	1 431,20	57,01 %	1 482,01	54,42 %	1 498,42	54,77 %
zahraniční celkem	975,60	38,31 %	975,61	38,05 %	859,6	35,40 %	894,94	35,65 %	1 047,52	38,46 %	1 014,59	37,08 %
neznámý vlastník	145,76	5,72 %	175,89	6,86 %	176,84	7,28 %	184,26	7,34 %	193,86	7,12 %	222,91	8,15 %
ZK celkem	2 546,75	100,00 %	2 564,07	100,00 %	2 428,16	100,00 %	2 510,41	100,00 %	2 723,39	100,00 %	2 735,92	100,00 %

zdroj: Dun & Bradstreet

„V uplynulých dvou letech se ekonomiky u nás i ve světě potýkaly s důsledky pandemie koronaviru. Globální obchod se zpomalil, trhy se musely vyrovnávat s výpadky dodávek zboží a významným narušením dodavatelsko-odběratelských řetězců. Inflace vzrostla. Navzdory pokračující krizi vývoj podnikatelské základny spíše stagnoval a nezažnamenali jsme výraznější odliv, zejména zahraničního kapitálu,“ řekla analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová.

Na 56 % registrovaného kapitálu českých firem ovládají tuzemští vlastníci, což je o necelý procentní bod více než v roce 2011, ale méně než v letech 2019 až 2020. A 38 % je v rukou zahraničních majitelů, což je nejvyšší podíl za poslední čtyři roky. U necelých 6 % společností registrovaných v ČR nelze dohledat vlastnickou strukturu. (tz)

Rekordní inflaci ženou nahoru hlavně ceny energií

Míra inflace v zemích eurozóny, potažmo i dalších evropských zemích, včetně ČR, je na nejvyšších hodnotách od 70. let minulého století. Podle analýzy pojišťovny Allianz Trade se na růstu cen budou téměř ze dvou třetin podílet rostoucí ceny energií a potravin. Podle aktuální analýzy přitom ještě cenové tlaky nedosáhly vrcholu, ten pojišťovna očekává během druhého čtvrtletí.

Celková inflace v zemích eurozóny dosáhla v dubnu meziroční hodnoty 7,5 %, podle analytiků Allianz Trade lze za prudkým nárůstem cen hledat kombinaci několika faktorů – silné ekonomiky a jejího opětovného otevření po pandemii, ale i problémy v pružnosti dodavatelských řetězců, kdy stále křehký globální systém výroby a distribuce nezvládal držet krok

O společnosti Allianz Trade

Allianz Trade je světovým lídrem v pojištění pohledávek s více než 52 000 klienty a zastoupením ve více než 50 zemích. Společnost je členem skupiny Allianz. Specializuje se na pojištění komerčních rizik dodavatelských úvěrů proti neplacení ze strany odběratele. V České republice působí již od roku 1997.

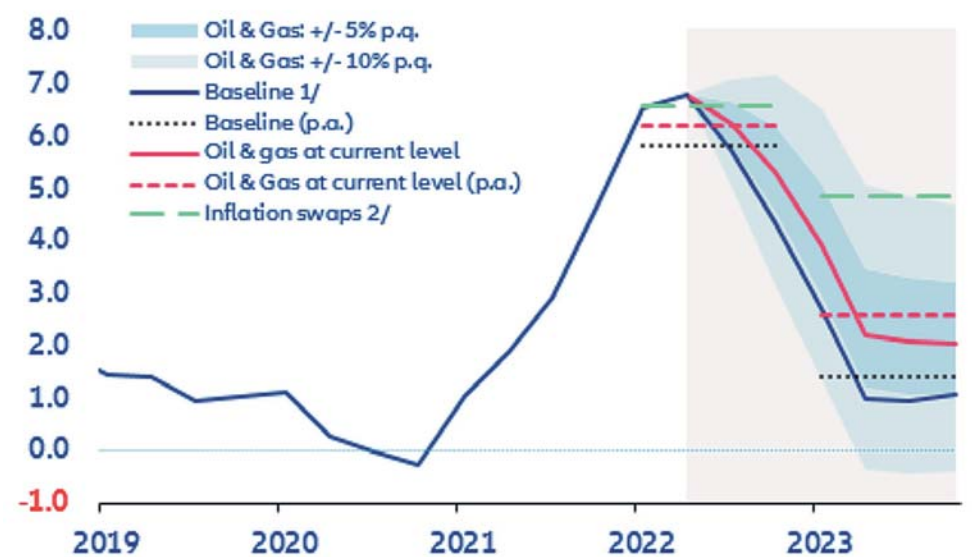
s poptávkou po pandemii. Ruská agrese na Ukrajině pak tlak na růst cen ještě dále zvýšila – především v segmentu komodit, nejvíce pak energií.

„S tím, jak se konflikt na Ukrajině prodlužuje a v Číně se objevují nová ohniska nákazy covid-19 jsou důsledky rostoucích životních nákladů dalekosáhlé a vyvolávají závažné otázky o vhodnosti běžně používaných inflačních modelů a z nich odvozených politických rozhodnutí,“ upozornila ředitelka Allianz Trade pro ČR Iva Palusková.

Přestože se analýza pojišťovny věnovala eurozóně, inflační dynamika je podobná i v těch zemích Evropské unie, které zatím společnou měnu nepoužívají, včetně ČR. Podle dat Českého statistického úřadu inflace v dubnu meziročně vzrostla o 14,2 %, ve srovnání s předchozím měsícem ceny stouply o 1,8 %.

Podle Paluskové se navíc dá očekávat, že inflační vrchol je stále teprve před námi. „Na základě našich základních prognóz vývoje bez embarga EU na dovoz ruské ropy a plynu očekáváme, že celková inflace dosáhne vrcholu ve druhém čtvrtletí roku 2022; tento výsledek by platil i v případě, že by ceny energií zůstaly na současně zvýšené úrovni až do konce příštího roku. V případě nepříznivého scénáře v podobě embarga EU na ruský vývoz energií, které by dále zvýšilo ceny, by se vrchol celkové infla-

Vývoj celkové inflace podle různých scénářů vývoje cen energií (% r/r, čtvrtletní průměr)



ce posunul až na konec roku,“ přibližila předpověď Allianz Trade Palusková. Analytici společnosti Allianz Trade očekávají, že se inflace v eurozóně v letošním roce stabilizuje na úrovni 6,5 % a v příštím roce na 2,5 %.

Jádrová inflace by nicméně měla zůstat neobvykle vysoká – v průměru 2,5 % (meziročně),

což je více než dvojnásobek v desetiletí před pandemií covid-19. Jádrová inflace se na růstu spotřebitelských cen v letech 2001–2021 podílela 55 %. Odborníci Allianz Trade však odhadují, že v roce 2022 bude pouze 35 % celkové inflace připadat na jádrovou inflaci a zbytek na rostoucí ceny potravin (17 %) a energií (48 %). (tz)

Investiční skupina RSBC zahájila nabídku dluhopisů z nové emise

Konzervativní investoři usilující o ochranu reálné hodnoty svých úspor mají od minulého týdne na českém trhu novou možnost, jak zhodnotit peníze. Přední tuzemská investiční skupina RSBC zahájila nabídku dluhopisů z nové emise, která bude sloužit k financování atraktivních realitních projektů. Jedním z nich je například plánovaná přestavba průmyslových budov v bývalé industriální zóně ČKD Kolben-Daněk v pražské Kolbenově ulici na exkluzivní bytové prostory.

Dohromady plánuje RSBC tímto dluhopisovým programem získat 500 miliónů korun; investořům nabízí celkem čtyři typy dluhopisů s rozdílnou dobou splatnosti a pevným úrokovým výnosem odpovídajícím dle typu dluhopisu:

- Dvouletý – výnos 5,5 % p.a.
- Tříletý – výnos 6 % p.a.
- Čtyřletý – výnos 6,5 % p.a.
- Pětiletý – výnos 7 % p.a.

„S ohledem na charakter nemovitostních projektů cílíme dluhopisovým programem především na investory, kteří mají zájem o dlouhodobé zhodnocování peněz. I proto

jsme výnos odstupňovali podle délky splatnosti. Největší zájem očekáváme o cenné papíry se splatností čtyři a pět let,“ uvedla Jana Zbortková, tisková mluvčí RSBC Holding a.s.

Distribuci dluhopisů RSBC z nové emise zajišťují exkluzivně společnosti 4fin Better together, a.s. a Broker Trust, a.s., administrátorem emise je Cyrrus. Nominální hodnota každého dluhopisu z nové emise byla stanovena na 10 000 korun, přičemž výše minimální investice činí 50 000 korun. Výplata kuponu bude probíhat pololetně formou bezhotovostního převodu.

Pro RSBC Holding jsou podle Zbortkové dluhopisy vedle bankovních úvěrů a vlastních zdrojů součástí standardní palety nástrojů pro financování investičních záměrů. Nyní plánované realitní projekty v různém stupni rozpracování bude skupina vedle dluhopisového programu financovat také vlastními prostředky.

Jedním z aktuálních projektů je zmíněná výstavba areálu Loftu Kolbenova. V rámci plánovaného redevelopmentu bývalé industriální zóny v Kolbenově ulici dá architektonické studio a developer Masák & Partner ve spolupráci s RSBC Holding vzniknout celkem 215 špičkovým bytovým jednotkám loftového charakteru, jež chytře využijí průmyslový ráz prvorepublikových budov. Dokončení bytů o celkové podlahové ploše přesahující 12 000 m² a jejich následný prodej skupina předpokládá do konce roku 2024.

Také další realitní projekty RSBC Holding, jež budou spolufinancovány prostředky z nové

dluhopisové emise, jsou zaměřeny na rezidenční bydlení a komerční nemovitosti. Více informací o aktuálně nabízené emisi dluhopisů naleznete v prospektu cenného papíru schváleném Českou národní bankou.

Základem portfolia české investiční skupiny RSBC jsou rezidenční a komerční nemovitosti, úrodná půda, realitní fondy či průmyslové a zemědělské společnosti v České republice i v zahraničí. Holding se zaměřuje také na poskytování profesionálních služeb v oblasti akvizic, správy a obchodování s nemovitostmi či na venture kapitálové investice na poli nových technologií ve vzdělávání a zdravotnictví. Investiční filozofie skupiny založené v roce 1998 původně za účelem správy restituovaného majetku rodiny Schönfeldů stojí na konzervativním přístupu, dlouhodobé stabilitě, rodinných hodnotách a úctě k tradicím. Aktuálně je součástí skupiny RSBC celkem 35 společností, souhrnná hodnota aktiv přesahuje pět miliard korun. (tz)

Termínovaný vklad – sázka na jistotu se zhodnocením až 5,0 % p. a.

Většina lidí, kteří ušetřili nějaké peníze a snaží se najít nejvhodnější variantu zhodnocení, volí termínovaný vklad. Nejde přitom jen o začínající střadatele, kteří hledají, jak své finance nechat vydělávat, nebo starší generaci, pro niž je právě termínovaný vklad nejbezpečnější a jistou investicí či formou spoření s bonusem. Finance do NEY spořitelního družstva vkládají i ostřílení investoři a s oblibou kombinují různé částky a délky vkladů.

„Termínovaný vklad je dlouhodobě jedním z nejoblíbenějších finančních produktů na trhu. Využívají jej hlavně lidé konzervativnějšího smýšlení, kteří vědí, že své finanční prostředky nebudou po nějakou dobu potřebovat, a přitom při investování nechťejí riskovat na trhu s akciemi, komoditami nebo kryptoměnami či vložit své peníze do podílových fondů. V případě spořicíh účtů a termínovaných vkladů mají totiž



počet měsíců nebo let	3 m	6 m	1 rok	2 roky	3 roky	4 roky	5 let	7 let	10 let
vklad 0–500 000 Kč	4,4 %	5,0 %	4,2 %	3,6 %	3,0 %	3,0 %	3,1 %	3,2 %	3,2 %
vklad od 500 000 Kč vč.	4,77 %	5,0 %	4,55 %	4,0 %	3,4 %	3,0 %	3,1 %	3,2 %	3,2 %

jistotu, že o svůj vklad nepřijdou, a navíc jej zhodnotí,“ vysvětlil Lukáš Hartl, předseda představenstva NEY spořitelního družstva.

Právě Termínovaný vklad patří mezi dlouhodobě nejoblíbenější produkty NEY spořitelního družstva a byl opakovaně označen za vůbec nejvýhodnější ve své kategorii hned v několika prestižních žebříčcích. „Ocenění nás velmi těší. Už šestým rokem se snažíme o úspěch na trhu právě s termínovaným vkladem a po celou dobu držíme prvenství a získáváme ocenění. Je to pro nás skvělá zpětná vazba, že je produkt oblíbený a úspěšný a že ho děláme dobře,“ řekl Lu-

káš Hartl a dodal: „Trh je nyní, pokud jde o úrokové sazby, velice turbulentní, a my na to, co se děje, okamžitě flexibilně reagujeme a sazby navyšujeme.“ Sazby v posledních měsících strmě rostou jak u měsíčních přípisů úroku, tak u přípisů na konci období vkladu. Změnil se i trend investorských vkladů. Zatímco doposud byl největší zájem o střednědobé termínované vklady s délkou spoření tři roky, nyní lidé často volí i krátkodobé vklady, kdy své peníze uloží pouze na několik měsíců.

„V dnešní nejisté a proměnlivé době naši střadatelé častěji sahají i po krátkodobých vkla-

dech, aby měli peníze brzy opět k dispozici. Právě to reflektujeme a navýšili jsme sazby i na těchto typech produktů,“ uvedl Lukáš Hartl.

Smlouvu je možné uzavřít minimálně na tři měsíce, maximálně pak na deset let. Například úroková sazba při vázanosti vkladu do půl miliónu korun na rok dosahuje výše 3,6 % p. a. Ještě zajímavější jsou úrokové sazby u vkladů od 500 000 korun výše. V takovém případě je roční termínovaný vklad úročený 4,0 % ročně. Krátkodobě lze nyní zajímavě zhodnotit peníze už třeba na půlroční úložce se sazbou 5 % p. a., a to bez ohledu na výši vkladu. (tz)

Jak firma zraje k úspěchu

Každý podnik nějak začínal. Většinou nápadem jednoho nebo více lidí. Know-how, pracovitost, štěstí, vytrvalost a houževnatost. To jsou základy, na nichž se sen mění v hmatatelný tržní subjekt, jenž kromě identifikačního čísla dodává produkty a služby zákazníkům. Jak ale firmy zrají k úspěchu a kontinuitě, komentuje Ing. Jiří Jemelka, MBA, majitel společnosti JPF (J.I.P. pro firmy), která se specializuje na interim management.

Fáze první: adrenalinové začátky s jedním mužem v čele

Vládnout firmě do třiceti zaměstnanců může jediný člověk, pokud je od přírody dobrý v organizaci i komunikaci. Tato fáze vývoje firmy stojí výhradně na schopnostech, dovednostech a charizma jednoho člověka. „Taková sólo dráha může být v začátcích okouzlující adrenalin. Člověk se vzrušením prožívá každý dílčí úspěch, novou zakázku i úspěšně vyřešený problém. A tímto entuziasmem dokáže nakazit své kolegy. Je příznačná pro mladé inovativní kolektivy,“ komentoval první vývojovou fázi, jíž si projde většina malých a středních firem, Jiří Jemelka.

Zranitelnost tohoto uspořádání v podniku je však značná, jestliže nejsou vymezeny kompetence všech zaměstnanců a není určena zastupitelnost v případě nenadálých událostí. „Pokud majitel onemocní, nebo je jinak dlouhodobě indisponován, řada menších podniků nepřežije, a ve fázi svého začátku zároveň zaniká,“ podotknul Jiří Jemelka.

Fáze druhá: stovka lidí a princip řízení svépomocí

Jakmile se kolektiv rozroste nad třicet lidí, obvykle je nutné vymezit nějakým způsobem kompetence tak, aby byla zajištěna důsledná komunikace napříč firmou a zároveň bylo pečováno

o controlling. „V řadě menších firem kolem sebe zakladatel spontánně shromáždí pět až deset klíčových spolupracovníků. Buduje tak organicky určitou intuitivní manažerskou strukturu, která má pomoci rozdělit úkoly a odpovědnost ve firmě tak, aby se majitel mimo exekutivy mohl věnovat také vizi a strategii,“ popsal druhou vývojovou fázi Jiří Jemelka. V mnohém totiž už přestává postačovat nejen manažerská kapacita, ale také odborné znalosti zakladatele, který se snaží podnik rozvíjet a více profesionalizovat. První manažerský okruh ve firmě se obvykle generuje z nejbližších spolupracovníků majitele, kterým důvěřuje. „Právě důvěra může být velmi ošemetným měřítkem výběru prvních kolegů manažerů. I přes to, že funguje, je třeba ji prověřovat a vytvořit si systém kontroly a reportingu, který pomůže zakladateli udělat si náhled na celek a bez něhož se například při rozvažování marketingových aktivit a rozpočtu na inovace neobejde,“ upozornil Jiří Jemelka.

Tento přirozeně utvořený organizmus řízení svépomocí také může narážet na omezené schopnosti a dovednosti v rámci specializace jedince. Pokud se stane, že klíčový člověk odejde s pošramocenou hrdostí, mnohdy může firmě škodit. „V praxi narážíme na případy, kdy klíčový zaměstnanec odchází, jelikož vyhodnotíme, že nemá dostatek zkušeností pro vykonávání své pozice. Ublížené ego pak může přinášet původní firmě řadu nepříjemných důsledků – od krádeže databází přes prodej interních informací až po nekalé obchodní praktiky,“ poukázal na rizika Jiří Jemelka.

Fáze třetí: manažerská profesionalizace každodenního života

Jedná se často o majitele firem do 500 zaměstnanců, kteří si silně uvědomují, že jejich business potřebuje důsledné každodenní vedení. To však překračuje možnosti zakladatelů a ti najímají



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

prvního výkonného ředitele a sami se stahují do pozadí. Těžštěm jejich zájmu již nejsou každodenní provozní radosti a starosti, nýbrž strategické plánování a směřování podniku, případně rovněž controlling. „Firma s více než sto zaměstnanci si již zaslouhuje pevné profesionální vedení nejen z křesla ředitele, ale rovněž na jednotlivých úsecích. Někdy jde o kmenové zaměstnance, jindy si firma najímá externisty a poradce. Není však zlato vše, co se trpí. Je potřeba důsledně rozlišovat mezi extraligou čili najatými odborníky, kteří opravdu umí a patří mezi nejlepší v oboru, a tzv. secondhandem čili lidmi, kteří se jako odborníci tváří, ale praxi zárnou nemají,“ vybídl k opatrnosti Jiří Jemelka.

Špatně zvolení odborníci dokážou poslat ke dnu skvělou firmu. Podobně to může být s nevhodně zvoleným adeptem do křesla CEO. „Při výběru dbejte nejen na kompetence a reference, ale také na povahu a charakter. Důležité je, zda tento člověk dokáže pracovat s několika sty zaměstnanci, obchodními partnery a dodavateli tak, aby se podniku otevírala cesta k další expanzi, místo aby se musely hasit požáry v mezilidských vztazích na pracovišti,“ potvrdil Jiří Jemelka.

Fáze čtvrtá: zralá firma zářící na businessovém nebi

V této fázi podnik využívá celý systém podnikatelskomanažerského řízení. Za denní operativu je zodpovědný profesionální management. S externími konzultanty firma spolupracuje na poli řešení odborných činností a zvláštní problematiky, na niž přímo firma nemá specializované know-how nebo výkonný aparát. „Podniky si v této fázi života najímají celé konzultační nebo specializované společnosti. Tím se jim také dostává řada impulzů a podnětů od těchto B2B partnerů. Vhodné to může být na poli marketingu, právních služeb nebo při pronikání na zahraniční trhy. Snaha vše realizovat výhradně in-house nemusí být levná, a v důsledku ani efektivní. Vyspělý business se nebojí spolupráce, ale profituje z ní, přináší do podnikatelských aktivit totiž unikátní zkušenost, šetří náklady i čas,“ podotknul Jiří Jemelka.

Firma s takovou silou a základy mívá obvykle orgán na principu správní rady. V některých případech jde o zákonnou povinnost, ale dokonce i společností s ručením omezeným může podobné, byť neformální, uspořádání velmi pomoci. „Taková správní rada se obvykle skládá z pěti až sedmi lidí. Jedno až dvě místa jsou vyhrazena pro majitele s jeho rodinou. Další jedno až dvě patří zkušeným manažerům, kteří obvykle nemají příslušnost k danému podniku. Na radě se dále podílí jeden až dva manažeři přímo z firmy, a často je přizván také důvěryhodný externí konzultant,“ popsal Jiří Jemelka. Takováto rada má za úkol co nejlépe chránit zdraví firmy a starat se o její nejlepší zájmy. Ostržení manažeři zde mají nezastupitelnou roli, protože podniku výrazně pomáhají překonávat problémy a výzvy, které přirozeně i vlivem okolností v tak velkém subjektu nastávají. Nejde tak jen o jakýsi poradní orgán, ale především o orgán, který se zaručil za kontinuitu podnikatelského úspěchu. (tz)

Dynamika rozvoje podnikatelského prostředí je největší ve městech kolem Prahy a Brna

V rámci letošního ročníku výzkumu Město pro byznys srovnali analytici agentury Datank, která za výzkumem stojí, jak se změnilo podnikatelské prostředí ve městech za deset let, tedy mezi roky 2011 a 2021. Předmětem zájmu se stala data čtyř hlavních oblastí, týkajících se obyvatelstva, pracovního trhu, podnikatelského prostředí a ekonomiky. Součástí bylo také dotazníkové šetření na spokojenost s kvalitou komunikace mezi podnikateli a zástupci měst.

Pokud jde o celkové srovnání stavu podnikatelského prostředí za posledních deset let, obecně platí, že větší rozvoj v přepočtu na obyvatele zaznamenávají menší města, jako jsou Brandýs nad Labem / Stará Boleslav, Říčany, Lysá nad Labem, Slavkov u Brna nebo Pohořelice. Z krajských měst je na tom celkově nejlépe Olomouc, ale ani ta se nevejde do první sledované desítky všech měst a obcí s rozšířenou působností. Z krajských měst je na tom dobře také Plzeň a Pardubice.

Z krajských měst je nejdynamičtější Olomouc

V oblasti podnikatelského prostředí, která zahrnuje například počet firem nebo počet živnostníků v přepočtu na obyvatele, zaznamenala největší pokrok Olomouc. Ta je také nejdynamičtější v oblasti pracovního trhu, kde jsou však výsledky srovnávací roky 2011 a 2021 vyrovnané u všech krajských měst, podobně jako v ekonomické oblasti, což ukazuje na stabilitu velkých měst. V oblasti obyvatelstva je na tom nejlépe Plzeň, která má i do budoucna potenciál mládnout.

Největší pokrok ze všech měst a obcí zaznamenal Brandýs nad Labem / Stará Boleslav

Souměstí ležící na severovýchod od Prahy dosáhlo nejlepších hodnot, tedy nejvýraznějšího skoku za posledních deset let, pokud jde o obyvatelstvo, tedy jeho nárůstu a snižující se věkové strukturu. Do první desítky ze všech 205 ORP se

dostalo také v oblasti pracovního trhu a podnikatelského prostředí.

Jak jsou na tom krajská města v detailu?

V demografické oblasti, konkrétně v indexu stáří zaznamenávajícím poměr mezi lidmi nad 64 let a dětmi do 14 let, omládlý za posledních deset let nejvíce Brno, Plzeň a Pardubice. Pokud jde o největší nárůst počtu dětí, ten je nejvýraznější v Plzni, a to více než pětinový. Počet ekonomických subjektů roste nejrychleji v Olomouci, počet právnických osob v Jihlavě. Pokud jde o oblast pracovního trhu, je vývoj celkově dobrý, přibývá firem, které doslova luxují uchazeče o práci. Nejvýrazněji se to za deset let projevilo v Olomouci, kde se počet uchazečů o práci v přepočtu na počet ekonomických subjektů snížil nejvíce. Zvyšování průměrné mzdy je ve všech krajských městech rovnoměrné, a to v rozmezí 1,5–1,6násobku v porovnání s rokem 2011. Ekonomicky, konkrétně v kapitálových výdajích, jsou nejprogressivnější Karlovy Vary, v likviditě Jihlava.

Jak jsou na tom v detailu všechna města?

Pokud jde o změnu počtu obyvatel a jeho věkovou strukturu, dostal se Brandýs nad Labem / Stará Boleslav mezi nejlepší tři ve všech konkrétních sledovaných údajích, dobře jsou na tom také Říčany, Černošice nebo Slavkov u Brna. Podnikatelské prostředí se z pohledu nárůstu počtu ekonomických subjektů, nárůstu právnických a fyzických osob v přepočtu na obyvatele nejrychleji rozvíjí v Bohumíně, Blovicích, Telči a Kravařích. Průměrné mzdy nejvíce narostly

v západočeských městech Stříbro a Tachov, a to zhruba 2,3x za posledních deset let. Nejvyšší nárůst podílu kapitálových výdajů na celkových výdajích obce zaznamenaly Konice a Jablunkov, nejvyšší nárůst likvidity Kravaře a Blatná.

Podnikatelé čekají podporu od svých měst, ta zase od centrálních institucí

Analytická agentura Datank provedla v rámci srovnání dynamiky podnikatelského prostředí také dotazníkové šetření mezi všemi městy a obcemi s rozšířenou působností a mezi třemi sty podnikateli. Rozdíl v pohledech panuje především ve spokojenosti s prací úřadu ve vztahu k podnikatelům. Kladně vlastní práci zhodnotilo 92 % zástupců měst, podnikatelé jsou však spokojeni jen ze 48 %. Pokud jde o kapacity úřadů pro bezproblémový chod, 80 % zástupců měst se domnívá, že je dostatečná, totéž si myslí pouze 44 % dotazovaných podnikatelů. Jinými slovy by si podnikatelé přáli vyřizování potřebných věcí dvakrát rychleji. U spokojenosti s kvalifikací úředníků už není rozdíl tak výrazný, jeho poměr je 90 % ku 57 %. Z dotazníkového šetření také vyplývá, že místní úřady by ocenily větší pomoc ze strany centrálních úřadů, a to zejména pokud jde o snížení administrativy, byrokracie, větší vstřícnost a celkovou podporu. Podnikatelé od měst očekávají větší podporu, informovanost a propagaci. Podnikatelé také příliš nevědí, s čím jim města, v nichž působí, konkrétně pomáhají. Pozitivně hodnotí možnost pronájmu prostor.

Shoda mezi podnikateli a zástupci měst panuje především v potřebě digitalizace, kterou považuje 98 % představitelů měst a 89 % podnikatelů za správné řešení pro efektivní správu měst. Celkem 98 % měst a 93 % podnikatelů se shodlo na tom, že by bylo přínosné, aby úřady mohly při zadávání veřejných zakázek upřednostňovat místní podnikatele, což však naráží na zákonné limity.

Při příležitosti zveřejnění srovnání dynamiky vývoje měst se konalo diskuzní setkání se zástupci územní samosprávy, podnikatelského prostředí a dalších. Podle Vlastimil Goly, radního pro oblast Smart Cities z plzeňského magistrátu, je Plzeň jedním z příkladů úspěšně se rozvíjejícího města. „Snažíme se, aby se Plzeň stala technologickým centrem. Podporujeme technické vzdělání mládeže, robotizaci i startupy. Naším cílem nejsou montovny, ale provozy s vyšší přidanou hodnotou. Nadané lidi a úspěšné firmy si však zároveň musíme udržet,“ upozornil. Jako příklad podpory podnikatelů uvedl podnikatelské vouchery, jimiž město proplácí firmám výdaje na vývoj u vybrané výzkumné společnosti. „Obrovským tahákem pro veřejnost je třírozměrný projekt města DUET v rámci Smart City nebo oslavy konce druhé světové války,“ dodal Vlastimil Gola.

To, že turismus a rozvoj města mohou jít ruku v ruce, potvrdil Jan Herget, ředitel agentury CzechTourism. „Každé město má své turistické magnety, v Plzni je to mimo jiné známý pivovar, na který se jezdí dívat lidé z celého světa. Velkou roli hraje také skvělá dostupnost po dálnici z Prahy. Plzeň a Ostrava jsou příkladem ocelového a uhelného města, které dokázalo tato historická fakta proměnit ve svůj prospěch,“ řekl Jan Herget s tím, že mezi návštěvníky těchto atrakcí je mnoho nadaných studentů, o něž mají magistráty velký zájem. „Cestovní ruch může být pro města obrovský pomocník,“ doplnil Jan Herget.

S tím souhlasí i Živnostník roku 2016 Středočeského kraje David Lomos ze šperkařského ateliéru Daloo: „Plzeň má opravdu co nabídnout. My například úspěšně oslovujeme svatebčany ze zahraničí a nabízíme jim zdejší prostředí k uspořádání obřadu,“ uvedl jako příklad David Lomos. Zkušenosti s městskými úředníky není podle jeho slov vždycky příkladná, ale situace na úřadech se podle jeho slov časem zlepšuje. (tz)

Nejvíc kapitálu v českých firmách kontrolují majitelé z Lucemburska a Německa

Firmy a fyzické osoby z Lucemburka jsou, z pohledu objemu ovládaného kapitálu v základním jmění českých firem, podruhé v řadě za sebou, největšími zahraničními vlastníky našich firem. Těsně následují Němci a s odstupem pak Nizozemci. Největší nárůst mezi lety 2021 a 2022 zaznamenali majitelé ze Slovenska, Kypru a Maďarska. Téměř o polovinu se snížil objem kapitálu z USA. Informace zveřejnila v květnu poradenská společnost Dun & Bradstreet.

Žebříček největších zahraničních vlastníků podle investovaného kapitálu do základního jmění českých firem již druhý rok vede Lucembursko, a to přes to, že objem kontrolovaného kapitálu meziročně klesl o 1,5 miliardy korun na necelých 170 miliard. „Mírný odliv kapitálu jsme zaznamenali také v případě německého kapitálu. Přesto Němci s téměř 167 miliardami korun v základním jmění tuzemských firem zůstávají druhými největšími zahraničními vlastníky, přičemž rozdíl mezi objemem německého a lucemburského kapitálu je minimální,“ upřesnila analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová. S výrazným odstupem následují vlastníci z Nizozemska (107 miliard korun). Největší meziroční růst, mezi dvaceti největšími zahraničními vlastníky, v relativních hodnotách, vykázal slovenský (+38 %), kyperský (+21 %) a maďarský kapitál (+20 %). Naopak k výraznému poklesu došlo v případě amerického (-49 %) kapitálu. Celkový objem zahraničního kapitálu u 20 největších zahraničních vlastníků se meziročně zvýšil o 0,8 % z 915 miliard korun na 922 miliard korun. Jde o nejvyšší hodnotu za poslední čtyři roky. (tz)



Top 20 největších zahraničních vlastníků českých firem podle objemu investovaného kapitálu do základního jmění (v mld. Kč) – vývoj 2016–2022

země	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021–2022	2021–2022
Lucembursko	169,87	171,39	107,7	109,5	126,98	95,8	71,79	-1,52	-0,89 %
Německo	166,64	169,77	96,00	166,8	286,96	239,21	240,87	-3,13	-1,84 %
Nizozemsko	106,76	106,88	128,6	113,3	111,34	161,85	175,54	-0,12	-0,11 %
Rakousko	80,19	75,06	74,9	75,1	75,27	76,99	86,23	5,13	6,83 %
Velká Británie	52,68	55,14	54,9	37,67	44,1	42,76	40,61	-2,46	-4,46 %
Kypr	50,57	41,94	41,7	41,34	55,2	55,71	60,53	8,63	20,58 %
Francie	49,82	49,15	53,6	49,48	49,8	50,19	49,72	0,67	1,36 %
Polsko	40,16	40,1	39,96	37,76	35,46	29,39	32,49	0,06	0,15 %
Belgie	30,57	30,32	25,18	25,56	25,16	24,79	24,58	0,25	0,82 %
Slovenská republika	30,04	21,83	28,29	25,97	25,61	26,52	37,83	8,21	37,61 %
Korejská republika	27,63	25,29	25,32	24,48	22,9	23,62	22,97	2,34	9,25 %
Švýcarsko	19,61	19,32	18,94	22,73	22,76	22,1	33,98	0,29	1,50 %
Itálie	19,17	19,27	18,63	18,78	19,06	19,72	11,68	-0,1	-0,52 %
Maďarsko	15,4	12,85	7,93	8,1	8,12	3,46	3,42	2,55	19,84 %
Japonsko	15,15	15,56	18,13	19,14	18,2	18,18	18,02	-0,41	-2,63 %
USA	13,13	25,64	25,2	24,22	24,39	23,62	23,6	-12,51	-48,79 %
Španělsko	11,01	11,11	10,97	11,17	11,04	13,62	11,56	-0,1	-0,90 %
Švédsko	8,57	8,66	8,65	9,00	8,96	8,95	6,47	-0,09	-1,04 %
Monako	7,85	8,26	8,04	8,04	8,19	8,27	0,05	-0,41	-4,96 %
Rusko	7,41	7,65	7,42	7,37	8,33	8,47	8,46	-0,24	-3,14 %
Top 20 celkem	922,23	915,19	800	835,4	987,83	953,22	960,4	7,04	0,77 %

zdroj: Dun & Bradstreet

Výstavba průmyslového parku P3 Plzeň Myslinka může začít

Developer a správce průmyslových nemovitostí P3 obdržel stavební povolení na haly budoucího parku P3 Plzeň Myslinka. Budovy s celkovou plochou přibližně 64 000 m² developer nabízí k výstavbě na míru konkrétním zájemcům. Od podepsání nájemní smlouvy se mohou nastěhovat přibližně do desíti měsíců.

Plzeňsko patří na trhu průmyslových nemovitostí k jednomu z nejžádanějších. Přispívá k tomu silné zastoupení průmyslových firem, a zejména geografická blízkost západního souseda. Také park P3 Plzeň Myslinka těží z blízkosti dálnice D5 a města Plzeň, přičemž obojí je od parku vzdálené jen pár minut.

Zajímavé synergie by mohl přinést fakt, že jen šest minut cesty odsud, v Nýřanech, se nachází park P3 Plzeň, který si velmi oblíbil ze-

jména výrobní firmy a společnosti s orientací na automobilový průmysl. Pro logistiku může být výhodou nejenom přímé napojení na dálnici D5, ale i blízký železniční terminál kontejnerové přepravy.



„P3 Plzeň Myslinka je skvělým místem pro rozvoj výrobního nebo logistického businessu kvůli blízkosti krajského města a dálnice D5. Díky možnosti výstavby na míru si může nový nájemce halu uzpůsobit přesně podle svých

představ, což je v praxi často výhodnější než si pronajmout zdánlivě levnější halu, ale bez možnosti zvláštních stavebních nebo provozních úprav,“ řekl Aleš Zacha, šéf developmentu P3 pro Českou republiku.

Developer plánuje postavit celkem pět hal s celkovou pronajímatelnou plochou téměř 64 000 m², k dispozici budou jednotky od 3500 m² do 30 000 m². V první etapě vzniknou dvě haly o rozloze 7000 m² a 9600 m².

Všechny haly budou splňovat vysoký standard certifikace BREEAM Excellent. Zateplené můstky, kvalitní izolace a použití LED osvětlení představují úsporu na energiích, a šetrnější přístup k životnímu prostředí naplňuje i použití udržitelnějších stavebních materiálů a výsadba zeleně respektující místní druhovou skladbu.

Další výstavbu developer aktuálně realizuje v Lovosicích a také na svém historicky prvním českém brownfieldu v Ostravě-Vítkovicích. (tz)

Americká hypotéka pomůže s investováním i problémy v cash flow

Americká hypotéka se na českém trhu rychle zabydlela a těší se mezi lidmi oblibě. Proč? Tento neúčelový úvěr zajištěný nemovitostí nabízí řadu možností využití, respektive dokáže řešit nemalé problémy, investiční záměry či komplikované životní události. Produkt nabízí široké možnosti využití. Jestliže vás čekají velké výdaje financované úvěrem, a přitom máte vhodnou nemovitost k zástavě a prodeji, řešení je nasnadě.

Konkrétních příkladů je celá řada. Například možnost nákupu cenově zajímavého zboží v rámci obchodních aktivit, rychlé řešení výplaty společníka z firmy nebo studium vašich potomků v zahraničí či nový automobil. „Příkladem může být také situace, kdy jste si na nemovitost půjčili od rodičů a ti náhle potřebují peníze zpět. Díky americké hypotéce je řešení jednoduché,“ řekl Lukáš Hartl, předseda představenstva NEY spořitelního družstva.

Velmi častým účelem je pak konsolidace menších úvěrů. „Pokud byste se rozhodli pro konsolidaci prostřednictvím běžného spotřebitelského úvěru, vyjde vás to rozhodně draž. Důvodem jsou velké rozdíly v úrokových sazbách těchto typů úvěrů,“ vysvětlil Lukáš Hartl.

Americká hypotéka vám vytrhne trn z paty i v případě, že se vám kupříkladu naskytne zajímavý nebytový prostor k přestavbě na bytový. V „nebytovém“ stavu jej ale nemůžete financovat

klasickou (levnější) hypotékou. Prostřednictvím té „americké“ to není problém. Neobejdete se však bez standardní zástavy v podobě bytu, rodinného domu či stavebního pozemku, který je určen k budoucímu prodeji a splacení úvěru.

„Výhodou našeho produktu Americká hypotéka je to, že klienti po celou dobu trvání smlouvy neplatí žádné měsíční splátky. Celý úvěr, tedy jistinu, včetně úroků, splácejí až na konci trvání, a to buď prodejem nemovitosti, nebo z jiných zdrojů. Zároveň u nás žadatelé nemusejí dokladovat příjmy tak, jak to musejí činit v bance. Zárukou je pro nás zastavovaná nemovitost. Na úvěr v našem družstvu tedy dosáhnou například mladí lidé, kteří nemají dostatečnou finanční minulost, protože teprve

začali pracovat, anebo podnikatelé, kteří optimalizují daňová přiznání,“ doplnil Lukáš Hartl s tím, že maximální výše úvěru se bude odvíjet od odhadní ceny nemovitosti či nemovitostí – pokud jich dáte do zástavy více. Z této ceny pak získáte úvěr zpravidla do výše zhruba 60 % hodnoty. Díky tomu, že odpadá klasické posuzování bonity klienta a jeho věku, mohou tento typ hypotéky využít i starší lidé.

Americkou hypotéku u NEY spořitelního družstva lze sjednat se splatností jeden rok až pět let. Půjčit si můžete až 30 miliónů korun. Po celou dobu zůstává klient majitelem nemovitosti a sám také řeší její prodej za jím stanovenou cenu, která však musí dosahovat minimálně výše úvěrového dluhu ke splacení. Úroková sazba je odpovídající riziku a začíná na 9,5 % p. a. (tz)

Flexibilní formy zaměstnávání i ve směnných provozech

V České republice nastupuje trend flexibilního zaměstnávání ve směnných provozech. Nejvíce je rozšířený na Moravě. Po pilotním období, které proběhlo na konci roku 2021, spustil startup Flecto ostrou verzi platformy pro flexibilní zaměstnávání. Projekt začal v lednu ve Zlínském a Olomouckém kraji a během prvního kvartálu se do něj zaregistrovalo přes 1600 uživatelů. I přes nabídku zkrácených směn si uživatelé nejčastěji vybírají osmihodinové a většinou jich odchodí sedm až deset měsíčně. V současné době probíhá nábor zaměstnavatelů do systému také v Jihomoravském kraji. Expanze do dalších krajů proběhne v následujících měsících.

Lidé chtějí mít v práci stále více svobody a možností. Jedním z primárních faktorů je pro ně možnost samostatného plánování pracovního a osobního času. A přesně s tímto požadavkem pracuje digitální platforma Flecto, která umožňuje dělení plných úvazků na jednotlivé směny. Uživatelé si tak mohou zcela sami rozvrhnout svůj čas a chodit do práce, kdy se jim to zrovna hodí. Webová aplikace je vhodná zejména pro ty, kteří z různých důvodů nemohou nebo nechtějí odpracovat plný úvazek a potřebují větší flexibilitu. Mezi ně patří například lidé pečující



foto Pixabay

o osobu blízkou, rodiče na rodičovské dovolené, studenti nebo aktivní senioři. Podle statistik se jen za první kvartál letošního roku do systému zaregistrovalo více než 1600 zájemců, a to zejména ze Zlínského a Olomouckého kraje.

Privýdělek hledají i živnostníci a zaměstnanci

Podle statistik chodí na směny přes Flecto 60 % mužů a 40 % žen. U samotných registrací uživatelů do platformy je ale statistika opačná (60 % žen, 40 % mužů). Průměrný věk flektářů je u žen 43 let a 37 let u mužů. Nejvíce zastoupenou skupinou, která službu využívá, jsou ženy ve věku 40 let. „Uživatelé odchodí kolem sedmi až deseti

směn za měsíc, nejčastěji si pak vybírají směny 8hodinové. Flektáři preferují víkendové či noční směny, protože pak mají více času zařídit si osobní záležitosti ve všedních dnech. Ve většině případů pak jde o dlouhodobé brigádníky. Kromě uchazečů, na které jsme platformou původně cílili, pozorujeme zvýšený zájem i od živnostníků a zaměstnanců, kteří si takto privýdělávají k jiné práci,“ říká Jana Stehlíková, spoluzakladatelka společnosti Flecto.

Část registrací patří dobrovolníkům

V březnu navíc Flecto nabídlo své služby zdarma všem neziskovým organizacím, které koordinují dobrovolníky pomáhající uprchlíkům. „Zájem projevil pět organizací. V tuto chvíli je již spuštěn projekt Diecézní charita Brno, do kterého se během jednoho týdne zaregistrovalo na dobrovolnickou práci více než dvě stě uživatelů. Organizovat dobrovolné aktivity při těchto počtech je již velmi náročné. My jsme celý proces zautomatizovali během několika hodin,“ komentuje Kateřina Tkadlecová, taktéž spoluzakladatelka společnosti Flecto. Tkadlecová zároveň dodává, že se v praxi ukazuje, že je platforma vhodným nástrojem pro organizaci krátkodobých brigád, jako jsou například festivaly či eventy. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.

www.albatrosmedia.cz

Ňouma z áčka

Ivona Březinová

Toník je neprůbojný, trochu nešikovný a bojácný, prostě kam ho člověk postaví, tam ho najde. Tatínek je věčně na cestách, maminka má o syna strach a vychovává z něho jelímánka. Během jedné výpravy do starého sklepení dojde k nehodě. Děti zpanikaří, nikdo si nevadí. Co udělá Ňouma Toník?

Řád sladkého sněhuláka

Ivona Březinová

Přemek chodí do páté třídy, má spoustu plánů do budoucna, chtěl by se stát slavným karatistou. Po jednom náročném sportovním soustředění se mu udělá špatně. Odvezou ho do nemocnice a tam se dozví diagnózu – cukrovka. Bude moct žít jako dřív?

Zájezd snů

Halina Pawlowská

motto Zájezd snů je knížka povídek, ve kterých hraje hlavní roli cestování a konkrétní místa ve světě i u nás. A nenajdete v ní jen rady a nečekané pointy, ale i moudré postřehy a hodně optimizmu a smíchu.

Rozvod šestkrát jinak

Petra Soukupová, Radek Ptáček, Pavel Bušta, Petra Dvořáková, Michal Sýkora, Tereza Semotamová, Ondřej Buddeus

GRADA Máloco způsobí v dětské duši takový zmatek jako rozvod rodičů. Dá se toto náročné období zvládnout, aniž by si z něj děti odnesly trauma? Jak jim vše vysvětlit? A jaké problémy přináší rozvod do světa dospělých? Nejen o tom pojednávají povídky předních českých spisovatelů, které doplňují ilustrace zavedených výtvarníků.

Pravda nebyla k dostání

Lucie Hlavinková

motto Píše se rok 1982 a v patnáctileté Janě se kromě dospělosti probouzí i poznání, že s minulostí její rodiny není cosi v pořádku. Otec před rokem zemřel a v matčině ložnici se ukrývá sešit plný nepochopitelných zápisků. Dokáže Jana najít pravdu o rodinné historii i vlastní identitu?

Sesterstvo a kouzelná kočka Fabiola

Lucie Hlavinková

ALBATROS Spolužačky Báru, Míšu a Elu, která se do města zrovna přistěhovala, dá jednoho dne dohromady Fabiola, kočka jejich osamělých sousedky, paní Ládvíkové. A to z jednoho prostého důvodu: chce, aby jí holky pomohly vyřešit dávnou záhadu, která paní Ládvíkovou už dlouho trápí. Při společném pátrání se toho dozví hodně nejen o naší nedávné minulosti, ale hlavně o sobě samých.

Sama v Tokiu

Marie Machytková

GRADA Fascinující příběh novinářky, která propadla japonské kultuře. Kam až může člověka zavést jedno nenápadné rozhodnutí naučit se kaligrafii? Proč má Japonsko sílu vás zničit i zachránit zároveň? A jaké to je, být úplně sama ve světě, kde je intimním gestem i podání ruky? Vydejte se na životní cestu za poznáním odlišné kultury i vlastního já.

Střepy na via Gemito

Domenico Starnone

KNIHA ZLIN Jak se vyrovnat s dětstvím stráveným ve stínu autoritativního a zahořklého otce? V silně autobiografické rodinné kronice jednoho z nejvýznamnějších současných italských spisovatelů ožívá genius loci italské Neapole druhé poloviny minulého století. Složitý vztahy, nenaplněné ambice, prokletí průměrnosti, žárlivost – to vše v sugestivním vyprávění, z něhož dýchá syrovost života.



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

Síla hněvu – Jak ovládnout a využít hněv

Friederike von Aderkas

Také vás v dětství učili, že hněv je něco špatného? To je však velká chyba. Právě hněv je znakem naší duševní pohody. Pokud jej budete potlačovat a nevnímat mu pozornost, dříve nebo později vás dožene. Autorka vám ukáže, jak se díky hněvu dostat blíže ke svým skutečným potřebám a přáním i jak můžete využít hněv pro autentický a spokojenější život. V knize najdete cvičení pro práci s hněvem a strategie, jak svůj hněv pozitivně využít ve svůj prospěch.



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

Zeleninová kuchařka

Petr Klíma

Přemýšlíte-li o tom, že omezíte ve své stravě maso, mléko, lepek či cukr a přikloníte se ke zdravému a k životnímu prostředí ohleduplnému způsobu stravování, ale nevíte, co vlastně vařit, pak je tato kniha určena právě vám! Úspěšný titul se dočkal druhého vydání v upravené grafice. Vyzkoušejte osvědčené postupy na zdravá a výživná jídla plná zeleniny, luštěnin a zdravých obilovin, které šéfkuchař Petr Klíma každodenně připravuje v restauraci Country Life. Všechny recepty vymyslel, uvařil i nafotil, je také autorem dalších úspěšných veganských kuchařek.

INZERCE



Účetní a poradenská firma

FISKUS CZ s.r.o.

vám nabízí:

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

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

www.fiskus.cz

Naše kavárna

M. Cepek ředitelem ČRa

Vedení Českých Radiokomunikací posílil Martin Cepek. Zkušený manažer z oblasti televizního vysílání bude zastávat nově vytvořenou pozici Ředitele pro broadcast.

ČSOB posílí M. Tkáč

Od 1. července 2022 se novým výkonným ředitelem Compliance ve skupině ČSOB stane Miroslav Tkáč. Ve funkci nahradí Václava Potůčka, který se rozhodl po čtrnácti letech úspěšné kariéry opustit skupinu ČSOB a KBC.

Sponzoring, charita, pomoc

Globus pro lepší svět

Každý z patnácti hypermarketů Globus podporuje šestým rokem finančními dary veřejně prospěšné organizace, nemocnice či školy ve svém blízkém okolí prostřednictvím programu Globus Lepší svět. Od letoška se program soustředí na podporu péče a zdraví ve společnosti a rozdělí letos celkem 2 250 000 korun po celé České republice. „Vnímáme, že organizace v okolí našich hypermarketů potřebují podpořit své dobré záměry, jež mají prospět zdraví obyvatel v našem regionu. Jsme jeho součástí, a proto jsme připraveni vždy dobré záměry podpořit,“ řekla Aneta Turnovská, tisková mluvčí hypermarketů Globus. (tz)

Lego naší legislativy

Umělá inteligence z pohledu spotřebitele

Používáte chytrý mobilní telefon, počítač, uvažujete o chytré domácnosti nebo takovou domácnost už máte? Jezdíte autem a chodíte po ulicích? Pak je důležité vědět, že počítačové programy zpracovávají údaje, které vaše chování vytváří, a to různým způsobem a k různým účelům. „S umělou inteligencí je to jako s ohněm. Je to dobrý sluha, ale zlý pán,“ uvádí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest, a doplňuje: „Spotřebitelé si musí být vědomi základních principů umělé inteligence a současných i budoucích pravidel jejího používání.“

Už v současné době je zpracování údajů fyzických osob významně regulováno, zejména obecným nařízením o zpracování osobních údajů, které je i u nás známé pod anglickou zkratkou GDPR. Tato pravidla musí zachovávat i každý systém, který se sám učí a optimalizuje, tedy systém využívající umělou inteligenci. Tyto systémy nemohou libovolně zpracovávat vaše osobní údaje, například nemohou bez právního důvodu sledovat vaše chování na ulici a spojovat toto chování s jinými daty. Návrh nového nařízení o umělé inteligenci jde však dále. „Důvodem pro připravovanou evropskou regulaci umělé inteligence je zachování základních práv a hodnot unie, při zachování konkurenčních výhod, které rozvoj systémů užívajících umělou inteligenci mohou společností přinášet,“ vysvětlila Eduarda Hekšová. Některé praktiky, jako například tzv. social scoring známý z Číny, má být chystaným nařízením jednoznačně zakázán.

A co by vás jako spotřebitele mělo při výběru zařízení nebo aplikace z pohledu rizik spojených s umělou inteligencí zajímat? První otázkou, kterou si musíte položit je, zda zařízení nebo aplikace někam po internetu předává data. Druhou otázkou je, zda vám vadí možnost, že zařízení nebo aplikace za vás do větší nebo menší míry může rozhodovat. Pokud vám to vadí, musíte si zjistit, zda vám byla dostatečně, jasně a srozumitelně vysvětlena kritéria pro toto rozhodování a zda s těmito kritérii souhlasíte. „Je možné, že průměrný spotřebitel bude mít s hodnocením dopadů zařízení a aplikací užívajících nástroje umělé inteligence potíže,“ obává se Eduarda Hekšová a pokračuje: „To je však pouze špička ledovce. Umělá inteligence může zpracovávat a hodnotit celou řadu údajů, která se spotřebiteli dotýkají nepřímě. Představte si třeba svůj životopis zaslaný velké korporaci. Je možné, že velké množství žádostí o práci vyhodnotí program bez účasti člověka s použitím kritérií, které se tento program naučil používat. Budou tato kritéria v souladu se zákonem? To nevíme.“ (tz)

Unikátní plán rozvoje prodejní sítě PENNY

V roce, kdy si připomíná 25 let působení na českém trhu, PENNY expanduje. Na počátku roku jeho prodejní síť překročila hranici 400 prodejen. V prvním čtvrtletí roku otevřelo pro zákazníky tři nové prodejny, nyní pokračuje příprava a výstavba na dalších místech České republiky.

Připomeňme jen, že Penny Market s.r.o. je dceřinou společností mezinárodního obchodního řetězce REWE, který je jednou z největších světových obchodních sítí. Na český trh vstoupil Penny Market v roce 1997 a zaměřil se na rozvoj nových prodejen v regionech. Díky tomu dnes provozuje jejich nejširší síť v ČR, a poskytuje práci více než 6000 zaměstnancům, kteří ročně obslouží na 150 milionů kupujících. Pravidelně slaví úspěchy v programu Volba spotřebitelů a svým zákazníkům poskytují věrnostní program PENNY karta. Od začátku působení v ČR podporuje lokální dodavatele, nabízí široký sortiment českých produktů, a zároveň privátních značek, které zákazníci najdou exkluzivně jen v řetězci PENNY. Pochlubit se může sítí s nejvyšším počtem prodejen v České republice, v tomto roce kompletně dokončí její modernizaci. Na co všechno se mohou příznivci značky PENNY ještě letos těšit, a jaká je vlastně strategie při modernizaci a budování nových prodejních míst, jsem se zeptala Václava Šímy, vedoucího stavebního oddělení PENNY:

Otevíráte jednu novu prodejnu za druhou, stoupá také počet těch modernizovaných. Kde v nejbližších dnech přibude další?

V letošním roce jsme otevřeli již tři nové prodejny, konkrétně v Ústí nad Labem, Kolíně a v Olomouci. Aktuálně máme v běhu několik dalších projektů, do konce roku chceme otevřít celkem až 15 nových prodejen. Například na podzim příjemně překvapíme obyvatele Českého Krumlova. Na ulici 5. května dokončujeme jednu z našich atypických prodejen tak, aby co nejvíce zapadla do atmosféry jednoho z nejkrásnějších českých měst. Bude výjimečná, věřím, že zaujme již na první pohled.



Tak bude vypadat prodejna v Českém Krumlově



Záběr na prodejnu v Hořicích

Čím je tedy stavba ojedinělá?

Ve spolupráci s památkáři a místní samosprávou jsme s našimi architekty vytvořili koncept, který plně respektuje lokalitu tohoto proslulého města a nenásilně zapadá do stávající zástavby. Prodejna je rozdělena do dvou objektů a bude tak působit jako dvě menší budovy. Při její stavbě jsme využili tradiční materiály jako pálené tašky, štukové omítky a měděné oplechování, současně však bude prodejna technologicky vybavena podle našich nejaktuálnějších požadavků, například bych jmenoval vytápění/chlazení pomocí tepelných čerpadel, využití zbytkového tepla z potravinářského chlazení, vzduchotechniku s vysokým stupněm rekuperace. Myslím, že to bude velmi povedené dílo s řadou benefitů.

Jaké další prodejny mají následovat?

Bude to prodejna v Charvátské Nové Vsi, kde už jsou práce v plném proudu. Tato stavba bude zajímavá tím, že kombinuje klasické zdivo a dřevo jako střešní konstrukci. V těchto dnech již také PENNY zahájilo stavbu základové desky v Zámukách, v nejbližších dnech pak začnou stavby v Hlučíně nebo Přibyslavi.

Je to jedno místo za druhým, kde se PENNY zabydluje...

Pro nás je tento rok výzvou. Samozřejmě proces výstavby je velmi složitý, to zná asi každý, kdo někdy stavěl, ale plánujeme otevřít až 15 nových prodejen. Na řadě míst pak realizujeme skutečně unikátní projekty, ať už je to zmiňovaný Český Krumlov, nebo Charvátská Nová Ves, a to jak z pohledu architektonického, tak z hlediska použitých materiálů. Jdeme cestou, kdy je naším cílem ještě více upřednostňovat přírodní a tradiční prvky, které kombinujeme s nejmodernějšími úspornými a ekologickými technologiemi. To znamená, že i letos vybavujeme prodejny, a to jak nové, tak modernizované, kromě jiného fotovoltaikou, tepelnými čerpadly, úspornými chladicími systémy, LED světly a tak dále.



Václav Šíma, vedoucí stavebního oddělení PENNY

Nač se tedy mohou zákazníci ještě těšit?

Do konce roku by se nových prodejen měli dočkat mimo jiné také obyvatelé Prahy nebo Skutče. Kromě výstavby těch nových se letos soustředíme na dokončení modernizace celé naší sítě. Na moderní podobu se mohou těšit zákazníci například v Novém Bydžově, Duchcově, Kopřivnici, Varnsdorfu či v Rosicích. Do rozvoje a modernizace sítě investovala PENNY od roku 2017 více než 1,5 miliardy korun. A skutečně do prosince plánujeme mít více než 410 prodejen a modernizovanou celou obchodní síť.

Přestavba prodejen v takovém tempu i výstavba dalších je velkorysý cíl. Jaké jsou dosavadní zkušenosti?

Do konce roku 2021 dostalo novou podobu Markthalle již 344 našich prodejen. Celý projekt odstartoval v Praze na Lehovci. Od té doby každý rok přestavujeme okolo 70 prodejen. U standardní základní modernizace je to pět dní, kdy prakticky vybouráme interiér prodejny, vyměníme osvětlení, chladicí technologie, obklady, regály, zkrátka vytvoříme zcela nové prostředí pro naše zákazníky, aby se cítili příjemněji, a co je důležité, současně to znamená významné ekologické úspory energií a nové komfortnější zázemí pro zaměstnance.

Koncept Markthalle, který je navržen v duchu tržště s výrazným využitím přírodních prvků se v průběhu let, i na základě připomínek zákazníků a zaměstnanců, stále vyvíjí...

Od zahájení projektu, když první skici vznikly v roce 2015, jsme postupně přešli na druhou a třetí generaci naší představy. V průběhu let se měnil design, když jsme například hledali materiály s větší odolností a poskytující lepší komfort zákazníkům i zaměstnancům. Vývojem prošlo i LED osvětlení, kdy máme navržena unikátní světla jen pro naše prodejny, hledáme stále úspornější chladicí a mrazicí technologie apod. Zvýšil se například důraz na zázemí pro zaměstnance, pro které jsme navrhli nový směr s cílem vytvořit pro ně prostředí, kde si mohou

v průběhu náročného dne odpočinout a k tomu mít veškerý komfort.

Významná je vaše péče o životní a pracovní prostředí, což se stavebními aktivitami úzce souvisí. Co se vám již podařilo?

Daří se nám snižovat energie rychleji, než jsme plánovali. Od roku 2014 jsme v prodejnách například snížili spotřebu elektriny o 13 %, v rámci distribučních center pak o 25 %. Celkově klesla uhlíková stopa o polovinu. PENNY tak plní své cíle, když si před deseti lety stanovilo snížit do roku 2022 spotřebu energií o 9,3 %, a zároveň snížit emise CO₂ o 23 %. Na poklesu energetické náročnosti prodejen má největší podíl právě modernizace celé obchodní sítě. V rámci přestavby každé prodejny vyměňujeme prakticky všechna elektrická zařízení. Dochází k obměně světel za LED svícení, a to jak vnější, tak vnitřní. Zavádíme nejmodernější chladicí a mrazicí boxy, loni jsme instalovali na desítkách prodejen solární technologii, využíváme zpětné odpadní teplo z mrazicí a chladicí techniky, a u nových prodejen navíc i tepelná čerpadla. Od roku 2020 také nakupujeme ze 100 % zelenou energii.

Mohou vámi zmiňovaná fakta přimět k zamýšlení i zákazníci?

Domnívám se, že ano. Když si spočítáte, že pouze v případě instalace LED osvětlení na všech prodejnách jde o úsporu takového množství elektrické energie, kterou spotřebuje více než 500 českých domácností, které mají byt 3+1, jsou to víc než zajímavá čísla. Solární technologie pak pokrývá u každé prodejny až 40 % její celkové spotřeby. Udržitelnost a ochrana životního prostředí je nejen pro celou skupinu REWE, ale i pro nás v České republice, jednou z nejdůležitějších oblastí. Uvědomujeme si, že naše činnost má dopad na životní prostředí, a právě proto je naší snahou ho nejen snižovat, ale současně se snažíme dávat i něco navíc. Kromě dlouhodobého programu energetických úspor tedy podporujeme výsadbu nových stromů v souladu s projektem Sážíme budoucnost, vracíme včelstva do přírody nebo pomáháme uklízet v rámci projektu Uklidíme Česko.

Rád bych zmínil i to, že PENNY je už od roku 2017 držitelem certifikace ISO 50001, která potvrzuje plnění mezinárodních standardů hospodaření s energiemi. Věnuje se také vzdělávání zaměstnanců v rámci projektu Energetického managementu. Vnímáme, že je potřeba zvyšovat obecné povědomí o tom, jak se chovat hospodárně a šetrně. Přitom stačí tak málo, a to nejen v práci, ale i doma. Vypínat nepoužívané spotřebiče, třeba po odchodu z kanceláře počítač, klimatizaci nebo i lampičku, zkrátka zbytečně nesvitit, hlídat námrazu, jak doma v lednici nebo v prodejnách v chladicích boxech, či hlásit závady na vybavení. Nejenže jde o ekonomický přínos, ale je spočítáno, že kdyby každá domácnost v České republice ročně ušetřila 54 kWh, pak by bylo možné odstavit 1,5 bloku klasické uhelné elektrárny. A kdyby to udělaly všechny domácnosti v Evropě, nemuselo by existovat 91 uhelných elektráren nebo 1,4 bloku jaderné elektrárny.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Interiér, v němž je radost nakupovat