

Zázrak z vody a mouky, bez kterého by se nám špatně žilo

Je to zvláštní. Když člověk nemá na talíři pár dní chleba, ať už z jakéhokoli důvodu, cítí se podveden osudem. Je nesvůj, něco mu chybí. Bez zdánlivě obyčejného krajíce neumí žít. Je pro něj nejen součástí jidelníčku, ale i symbolem hodnoty, úcty k práci i jejím výsledkům. Symbolem vůně domova, tepla dobrých sousedských vztahů. Pohostinnosti, hojnosti i chudoby. Přátelství mezi národy. Hrdosti na to, co lidstvo umí. A jak řekl v rozhovoru Petr Křivka, předseda představenstva Svazu pekařů a cukrářů v ČR, je to skutečně zázrak z vody a mouky. Avšak není jen tak samozřejmé, že si tohoto zázraku dopřáváme bezstarostně den co den, aniž bychom domýšleli, co všechno s naší klidnou a chutnou snídaní nebo večerí souvisí. Jak se tedy dnes vede českým pekařům a cukrářům, a čeho by rádi docílili?



S jakými výsledky ukončili pekaři a cukráři rok 2022?

Na tuto otázku není jednotná odpověď. Máme za sebou jeden z nejtěžších roků za poslední dobu a další před námi, který se beze sporu zařadí mezi velmi těžké. Pekařina se dlouhodobě řadí mezi obory s velmi nízkou marží, je tedy potřeba dobře počítat, každou investici dobře uvážit.



**Petr Křivka, předseda představenstva
Svazu pekařů a cukrářů v ČR**

Je to dané hlavně tržním prostředím v ČR. Přes 70 % produkce v oboru prodáváme prostřednictvím obchodních řetězců, jde tedy o velmi silně konkurenční platformu. Roční výsledky se velice liší, záleželo hlavně na vývoji cen energií a délce fixace smluv, což ovlivnilo hospodářský výsledek v každé firmě. Do problémů se dostaly i firmy, které neměly na investice do technologií se zaměřením na úspory energie a lidských zdrojů. Firmy, u nichž se nepodařilo technologie obměnit, např. mají starší pece s nesrovnatelně větší spotřebou energie a nevyužívají odpadní teplo atd., vykazují výrazně vyšší provozní náklady než pekárny s novými technologiemi.

Turbulence růstu v podstatě všech nákladů byla tak rychlá, že trvalo řadu měsíců, než se vůbec alespoň částečně povedlo propstat část nákladů do prodejních cen. Doufáme ve stabilizaci a uklidnění celkové situace. Z pohledu Sva- zu musím konstatovat i nespravedlnost kompenzací za energie, kde malé firmy za minulý rok nedostanou vůbec nic, zatímco velké až 50 mil. Kč. Vždy jsem se snažil prosazovat rovný přístup ke všem a toto vnímám jako křivdu, hlavně na malých a středních firmách, tedy těch, které jsou v současnosti nejvíce ohrožené.

První dny tohoto roku ukazují firmám nutnost pomoci zaměstnancům se zátěží, která se

valí na jejich rodiny, tedy bude potřeba navýšit mzdy, rezervy ve většině firem již vyčerpaly „covidové roky“. Částku na navýšení mezd tedy budeme muset hledat jinde. Doufáme ve stabilizaci tržního prostředí, abychom se mohli vrátit k dlouhodobému plánování, které je ve spojení s dlouhodobě nízkou marží v našem oboru naprosto klíčové.

Naplnily se obavy z toho, že někteří budou muset ukončit své podnikání s ohledem na drahé energie? Nebo spíše hledali řešení a výrobu udrželi?

Energie jako takové opravdu „zamávaly“ nejen s pekaři a cukráři. Jako Svaz jsme se rozhodli neposkytovat informace o firmách, které ukončily nebo plánují ukončit podnikání. Konec podnikání je pro lidi velmi složité období a většina se s touto informací moc chlubit nechce, i když skončit v této situaci, která se opravdu nedala predikovat, není žádnou ostudou. Ně kterým firmám informace o plánovaném nebo už samotném ukončení činnosti přinesla velké komplikace jak v dodavatelském, tak odběratelském řetězci, nebo i při jednáních s bankami.

pokračování na straně 4

Kaufland a Lidl podporujú zálohy na PET a plechovky

Ochrana životního prostředí a trvalá udržitelnost jsou jednou z priorit největších obchodních řetězců v České republice Kauflandu a Lidl. Oba patří do skupiny Schwarz, která ve svých závazcích v této oblasti vychází z mezinárodní strategie REset Plastic, jejíž vizí je „Méně plastů – uzavřené cykly“.

Podle konceptu cirkulární ekonomiky cílí na snížení množství plastů používaných ve výrobě i v obchodech, kdy odpad nesmí být vnímán jako odpad, ale jako znovu využitelný materiál. Skupina přislíbila, že do roku 2025 sníží množství plastového odpadu nejméně o 20 % a všechny produkty vlastních značek bude nabízet výhradně v obalech z recyklovatelných materiálů, a pro dosažení tohoto cíle podniká celou řadu aktivit. Tou nejnovější je podpora zavedení zálohového systému pro PET lahve a plechovky v České republice.

V zemích, kde obchodní řetězce Kaufland a Lidl působí, a v nichž byl zálohový systém již zaveden, se výrazně zvýšila míra recyklace PET lahví. Ty lze následně zpracovat na recyklat a využít na výrobu nových plastových lahví. Cílem je zavést i v České republice takový systém sběru odpadu, který umožní třídít použité nápojové obaly. „Je pro nás důležité, aby byl tento systém uživatelsky komfortní a snadný. Naším cílem je, aby díky němu zákazníci zálohované obaly, včetně obalů privátních značek, mohli v budoucnu vracet v jakékoli prodejně,“ vysvětluje tisková mluvčí společnosti Kaufland Renata Maierl.

Cirkulární přístup, tedy recyklace „z lahve do lahve“, je dle odborných studií nejšetrnějším způsobem nakládání s nápojovými obaly. „Dobře nastavený zálohový systém je efektivním opatřením proti odhazování odpadků v přírodě, a výrazně snižuje znečištění životního prostředí. Zavedení systému záloh sníží dle odborných studií dopad nápojových obalů na životní prostředí téměř o 30 %. Až o 95 % méně odhozených nápojových obalů v přírodě ukazuje po zavedení záloh také zkušenosti ze zahraničí,“ doplnil tiskový mluvčí společnosti Lidl Tomáš Myler.

Od ledna 2022 spustilo zálohový systém Slovensko, následovalo Lotyšsko. Funkčním zálohovým systémem na PET lahve a plechovky tak nyní disponuje již celkem dvanáct evropských zemí. „Ministerstvo životního prostředí pracuje na návrhu zákona o zálohách, který dá státu do rukou unikátní nástroj na využití dnešního odpadu jako cenného surovinového zdroje. Debátujeme s desítkami expertů od výrobců nápojů, odpadových firem, obchodníků až po obce a do konce letošního roku bychom chtěli návrh zákona předložit vládě. Legislativně v něm podchytíme možné zálohování PETek, ale i jiných typů obalů nebo výrobků,“ sdělil náměstek ministra životního prostředí Petr Hladík. **(tz)**

Najdete uvnitř listu

**Efektivní správa investic klientů
a výrazná aktivita na trhu** **3**

O businessu, oceli, nápadech 7

**Naučte se s firmou pracovat tak,
jako byste jich měli pět** **11**

**Zásadní role dat
při budování odolnosti firem** **14**

Pražská strojírna je první českou společností s certifikací protikorupčního systému řízení ISO 37301 **16**

Agrární komora ČR a Česká národní banka řešily ceny potravin

Prezident Agrární komory České republiky Jan Doležal a guvernér České národní banky Aleš Michl se v lednu sešli v Praze, aby jednali o cenách potravin. Hovořili o mechanismu cenotvorby potravin a možnostech budoucího vývoje, na který má vliv i kurz koruny vůči euru či výše úrokových sazeb. Dalšími tématy byly nová Společná zemědělská politika Evropské unie a dodržování pravidel v souvislosti s novelou zákona o významné tržní síle.

Průměrná míra inflace činila v loňském roce podle dat Českého statistického úřadu 15,1 %, což je druhá nejvyšší hodnota od vzniku samostatné České republiky. Cenový vývoj potravin, stravování a ubytování mají na tomto růstu největší podíl, zdrazily meziročně o více než čtvrtinu. „Na cenotvorbě potravin se podílejí všechny

články v rámci dodavatelsko-odběratelské vertikály, ale každý si takzvaně ukousne různě velkou část. Promítají se do nich vedle cen zemědělců dále náklady a přírážka zpracovatelů, náklady na dopravu a skladování, a především náklady a přírážka velkých obchodů. Zemědělci mají na ceny potravin pro zákazníky jen malý

vliv a na příkladu vajec nebo kuřat je jasné vidět, že zemědělci zdražovali nejpomaleji ze všech, nejen v tomto případě. K zajištění kvalitních a cenově dostupných potravin pro obyvatele by podle nás pomohlo snížení DPH na základní potraviny, jako to již udělaly jiné státy Evropské unie. Je však třeba zajistit, aby se toto snížení skutečně projevilo na spotřebitelských cenách a pomohlo zákazníkům," řekl prezident Agrární komory České republiky Jan Doležal, který vyzval zástupce České národní banky k užší spolupráci.

Guvernér České národní banky Aleš Michl sdělil, že prioritou pro Českou národní banku je obnovení cenové stability v Česku. (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 nebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

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

Datum vydání: 14. února 2023

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

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

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.,
Modřická 334/63, 664 48 Moravany

Časopis je v roce 2023 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



**Komunikujme a hledejme
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**

Došlo-li 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

Chudí a bohatí

Řídící elita se v polovině ledna sešla v Davosu na každoročním zasedání Světového ekonomického fóra. Na úvod si účastníci vyslechli sotva překvapivou zprávu, že nůžky mezi extrémně chudými a bohatými se dál bezprecedentně rozvírají. Za příčinu byly označeny pandemie covid-19 a energetická krize. Zatímco lidé platí za energie a potraviny čím dál víc, korporacím to přináší enormní zisky. I střední třída se zmenšuje a čelí stále větším problémům. Platí to zejména pro menší podnikatele a živnostníky, jimž v mnoha případech hrozí bankrot a likvidace. V České republice mnohé firmy končí nebo omezují činnost zejména v oborech, které jsou náročné na spotřebu všech vstupů. Stát se snaží pomáhat, ale jde spíše o symbolické gesto. Všichni cítíme, že nyní jde do tuhého a je nutné, jak se říká, mobilizovat rezervy. Věřím však, že i z této krize vyjdeme očištěni a posíleni, jak už jsme toho byli mnohokrát svědky.

Pavel Kačer

Zaujalo nás

Božkov oblékl vodky do nového

Česká jednička na trhu, značka Božkov, představila nový design svého portfolia vodek, který prošel během několikaletého vývoje zásadní proměnou. Je moderní, prémiový a odráží kvalitu a poctivost značky oblíbené mezi spotřebiteli. Současně se změnou designu spouští prodej novinky Božkov Jemná se sníženým obsahem alkoholu, a reaguje tak na vzrůstající oblibu méně alkoholických nápojů. Vzhled obalu vychází z povedeného designu celého portfolia značky Božkov. „Po několikaletém výzkumu a vývoji můžeme potěšit spotřebitele, kteří dávají přednost alkoholickým nápojům s nižším obsahem alkoholu, novinkou Božkov Jemná 30 %. Věříme, že se bude líbit, a doufáme, že stejně jako naše klasická vodka, se i ta s nižším obsahem alkoholu bude mít na trhu patřičný úspěch,“ sdělil Michal Jakl, Group Brand Manager společnosti Stock Plzeň-Božkov.

(tz)

Mediální partnerství v roce 2023

1. Soutěž MANAŽER ROKU
2. Soutěž Ambasador kvality České republiky
3. Soutěž Marketér roku
4. Konference Kvalita – Quality 2023
5. Soutěž Česká chuťovka 2023
6. Projekt Ocenění Českých Podnikatelek
7. Projekt Ocenění Českých Lídů
8. Projekt Ocenění Českých exportérů
9. Projekt Inspiromat – Klub manažerek
10. Konference SYMA
11. Konference Dny kvality 2023

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, konzultant
- **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**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **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**, ekonom
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- **David Kubla**, ředitel úseku spolkových činností a propagace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksí, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.

Ve znamení zvýšené spotřeby energie

Koncová spotřeba energie v roce 2021 byla v Česku o 3,3 % vyšší, než byl průměr za předpandemické roky 2017–2019. Větší nárůst zaznamenalo pouze Rumunsko a Bulharsko, o třetí místo se dělíme ještě s Maďarskem. Naopak v 19 uniích státech koncová spotřeba energie klesla. Vyplývá to z nejaktuálnějších dat Eurostatu.

Odborníci z poradenské skupiny Moore Czech Republic očekávají, že v následujících měsících dojde v celé Evropě k dalšímu poklesu spotřeby v návaznosti na úsporná opatření firem i domácností kvůli vysokým cenám. Ty jsou v Česku relativně jedny z nejvyšších, roky 2022 a 2023 tak pod tímto vlivem nepochybně zaznamenají výrazné snížení spotřeby.

V průměru došlo v rámci Evropské unie k 2,1% poklesu. Spotřeba energie rostla zejména v zemích střední a východní Evropy. Naopak největší úsporu zaznamenala s 10 % Malta. „Ve srovnání s předcovidovým obdobím jsme byli mezi hrstkou evropských států, kterým v roce 2021 po poklesu způsobeném protipandemickými uzávěrami vzrostla koncová spotřeba energie. S ohledem na to, že oživení ekonomik probíhalo v evropských zemích srovnatelně a žádná země nečelila fatálním hospodářským důsledkům, je evidentní, že zá-

padní země zvládly ve srovnání s námi úspěšně implementovat alespoň dílčí úsporná energetická opatření,“ uvedl partner poradenské skupiny Moore Czech Republic Petr Kymlička s tím, že tento fakt byl pro dané země výhodou v loňském roce, kdy započala energetická krize. „Je pravděpodobné, že kvůli vysokým cenám elektřiny budou nejen roky 2022 a 2023, ale i další, ve znamení úsporných opatření, což bude mít na snižování spotřebované energie v EU významný vliv,“ dodal Petr Kymlička.

Koncová spotřeba energie dosáhla roku 2021 v Evropské unii 968 milionů tun ropného ekvivalentu. To přesahuje cílovou hodnotu stanovenou unijními státy pro rok 2030 o 14,4 %. Oproti roku 2020, který byl poznamenán covidovou pandemií, se evropské státy vzdálily od společného cíle o 7,3 procentního bodu. „Při pohledu na delší časový úsek je patrné, že koncová spotřeba energie se v rámci Evropské unie snižuje. V roce 2006 byla spotřeba vyšší než cíl stanovený na rok 2030 bezmála o čtvrtinu, od té doby dochází k postupnému snižování spotřeby,“ komentoval Petr Kymlička. Současně upozornil, že pro splnění cíle ve spotřebě koncové energie v roce 2030, který je stanoven na úroveň 850 milionů tun ropného ekvivalentu, by musela každoroční úspora celé EU činit zhruba 2,1 %. Právě takový pokles unie zaznamenala v celkovém srovnání posledních předpandemických let s rokem 2021.

(tz)

Přes 250 subjektů v cestovním ruchu získalo Znamku Q

Kvalitu v cestovním ruchu symbolizuje Znamka Q. Značku, kterou iniciovali sami podnikatelé, mohou získat profesionálové v turizmu. Pokud jsou klientsky vstřícní, pečují o kvalitu a úspěšně projdou certifikačním procesem. Aktuálně ji má právo užívat už víc než 250 subjektů.

Znamka Q se uděluje ve spolupráci s Českou unií cestovního ruchu a profesními asociacemi. „Znamku Q může používat víc než 250 subjektů, od cestovních kanceláří, cestovních agentur přes turistická a informační centra, kempy, skiareály po fitness, bazény a horské průvodce,“ řekla ředitelka odboru produkt managementu, výzkumu a B2B spolupráce České centrály cestovního ruchu CzechTourism Veronika Janečková a dodala: „Certifikáty mají platnost tři ro-

ky a pro držitele znamenají nejen příležitost zviditelnit se například na našem portálu kudyznudy.cz, ale také návod, jak zvýšit spokojenost uživatelů služeb v cestovním ruchu.“

O Znamku Q lze požádat zapojenou profesní asociaci. Těch je devět: Asociace cestovních kanceláří ČR, Asociace českých cestovních kanceláří a agentur, Asociace lanové dopravy, Asociace turistických informačních center, Asociace bazénů a saun ČR, Asociace kempů ČR, Svaz venkovské turistiky a agroturistiky, Český spolek horských průvodců a Česká komora fitness. Kamil Schaumann z Řídícího centra kvality České unie cestovního ruchu doplnil: „Znamka Q je schopna podpořit konkurenceschopnost Česka jako významné turistické destinace. Jde o vodítko pro výběr poskytovatelů služeb, které už funguje v řadě států, například ve Francii, Švýcarsku, Španělsku či Německu.“

(tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
partner:**



partner plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 24. rokem!

Efektivní správa investic klientů a výrazná aktivita na trhu

Flexibilita, profesionální i efektivní správa investic klientů, jejich dynamický nárůst a výrazně větší aktivita na trhu – to vše stojí za organickým růstem společnosti SAB Finance, stejně tak i bank Trinity Bank v České republice a FCM Bank na Maltě, ve kterých má SAB Finance významnou kapitálovou účast. Souhrnný celkový zisk těchto společností přesáhl před zdaněním a auditem historicky rekordní hranici 1,3 miliardy korun.

„Rosteme, pokračujeme v rozšiřování nabídky služeb i servisu a společně s klienty i akcionáři bohatneme, kdy zisky z našeho podnikání vrátíme nejenom zpět do dalšího růstu firem, ale i pravidelně vyplácíme ve formě dividendy akcionářům,“ komentoval výnosy na akcii, ale zároveň i historicky nejvyšší zisk Radomír Lapčík, který z pozice zakladatele a největšího akcionáře ovládá společnost SAB Finance. Ta vlastní akciové podíly v české bance Trinity Bank a v maltské FCM Bank.

Pro SAB Finance, českou jedničku na trhu v oblasti devizových obchodů pro firemní klientelu, byl rok 2022 rekordním. Účetní zisk dosáhl hodnoty 268 miliónů korun před zdaněním a auditem. Oproti roku 2021 jde o růst hospodářského výsledku o 34 %, a znamená, že zhodnocení akcií dosáhlo výše 8 % p.a. Česká měna má nadále vysokou volatilitu, tomu odpovídá stále vysoká potřeba českých firem zajišťovat kurz měny vůči výkyvům, a stabilizovat tak vlastní podnikání. Tržby v roce 2022 tak přesáhly hladinu půl mili-

ardy korun, v porovnání s rokem 2021 je to výsledek přibližně o 25 % lepší. Udržela se i dynamika meziročního růstu ve srovnání s předchozím obdobím 2020/2021. Rekordní byly i FX operace u spotových i forwardových obrotů.

Rok 2022 byl pro klienty i akcionáře (podíl SAB Finance 10,21 %) banky úspěšný. Stabilní růst se odrazil v rekordním zisku jedné miliardy korun před zdaněním, oproti roku 2021 jde o nárůst o 400 %. Přesná hodnota zisku bude známa po auditu hospodaření banky. Pětinasobná hodnota zisku oproti roku 2021 je mj. i výsledkem výrazného zaměření na služby i servis klientům. To, že to byla správná cesta, ukazuje více než stoprocentní nárůst počtu klientů, kdy v posledním měsíci roku 2022 Trinity Bank pokořila metu 100 000 klientů. „Naše aktivita na trhu, důraz na aktivní rozšiřování pobočkové sítě a profesionální služby orientované na každého jednotlivého klienta pomohly bance v jinak složitém a externími vlivy významně ovlivněném roce využít příležitosti pro velmi dynamický růst. A to nejenom v tržbách či zisku, ale logicky i v bilanční sumě,“ krátce komentoval výsledky roku Dušan Benda, předseda představenstva Trinity Bank.

V roce 2022 Trinity Bank rozšířila svou pobočkovou síť o nová obchodní místa v Českých Budějovicích, Hradci Králové, Liberci, Plzni i Ostravě. Další nová pobočka bude otevřena v následujících týdnech v Olomouci. „Chceme být respektovanou středně velkou středoevropskou zemskou bankou se silným profesním i ekonomickým zázemím v regionech,“ nastínil rozvoj Trinity Bank pro další období její předseda před-

stavenstva Dušan Benda. V roce 2022 FCM Bank (podíl SAB Finance ve výši 99 %) navýšila svůj kapitál a výrazně si upevnila svou pozici na trhu v oblasti poskytování úvěrů a financování developerských projektů. Banka generovala zisk 3 mil. euro před zdaněním a auditem. Jde o polovinu lepší výsledek než v roce 2021.

Zároveň s novým rokem 2023 posílila management banky Kateřina Štěrbová, která nastoupila na pozici Chief Executive Officer. Jde o historicky první Češku, která vystoupala až na samotný vrchol manažerské struktury a vede mezinárodní banku. „Věřím v další úspěšný rok společnosti, přesně dle hesla největšího českého podnikatele minulosti, zlínského Tomáše Bati. Ten říkal, že dobrý obchod je takový, kde jsou spokojeni všichni zúčastnění. Pro nás to znamená, že v příštím roce musíme být spokojeni nejenom my, ale také naši klienti a též akcionáři,“ komentoval, s odkazem na Tomáše Batu, Radomír Lapčík filozofii svého podnikání ve finančnictví v souvislosti se službami i servisem pro klienty očekávání hospodářských výsledků roku 2023.

V roce 2023 bude česká národní měna nadále silně volatilní vůči světovým měnám, pro mnohé české podniky i exportéry bude tak stále nutností předcházet měnovým kurzům a zajišťovat se proti nim. Stejně tak SAB Finance očekává další organický růst jak české, tak i maltské banky, ve kterých drží vlastnické podíly.

O Trinity Bank

Banka navazuje na úspěšnou historii Moravského Peněžního Ústavu, který byl založen v ro-

ce 1996 ve Zlíně a patřil mezi největší spořitelní družstva v České republice. V roce 2018 získal bankovní licenci a od roku 2019 operuje na českém trhu pod obchodním jménem Trinity Bank. Trinity Bank dosáhla v roce 2022 svého významného milníku – pokořila nejenom hranici 100 000 klientů, ale poprvé za svou krátkou bankovní existenci dosáhla zisku jedné miliardy korun před zdaněním. Více informací na www.trinitybank.cz.

O SAB Finance

Společnost SAB Finance a.s., založená zlínským podnikatelem Radomírem Lapčíkem, působí na trhu již 19 let a poskytuje své služby téměř 20 000 firemním klientům. Devizovou licenci získala SAB Finance od ČNB v roce 2004 a je českou jedničkou na trhu v oblasti devizových obchodů pro firemní klientelu. Akcie SAB Finance se od ledna 2021 obchodují na Burze cenných papírů Praha. Investorům nabízí akcie s dvakrát ročně vyplácenou dividendou. Společnost SAB Finance má kapitálovou účast v maltské bance FCM Bank Limited a v české bance Trinity Bank. Více informací na www.sab.cz

O FCM Bank

Licenci k poskytování bankovních služeb získala FCM Bank na Maltě v roce 2010. V listopadu 2017 převzala FCM Bank česká společnost SAB Finance. Maltská FCM Bank má i svou pobočku v Praze, ta sídlí v administrativní budově Nile House v pražském Karlíně. Více informací na www.fcmbank.com.mt/cz. (tz)

Rok 2022 ve znamení nejsilnější poptávky po zlatě za více než deset let



Loňský rok, který se nesl ve znamení vysoké inflace, geopolitické krize, nejistoty a mnoha dalších událostí, zapříčinil vysoký příliv investic do zlata. Podle nejnovější zprávy Světové rady pro zlato WGC byla loňská poptávka po žlutém kovu nejsilnější od roku 2011, tedy za více než deset let.

Za tímto nárůstem stojí hlavně maloobchodní poptávka a enormní nákupy centrálních bank. Globální poptávka po zlatě vzrostla v roce 2022 o 18 % na 4741 tun, což bylo na podobné úrovni

jako v roce 2011. Překážkou nebyly ani určité odlišnosti ze strany ETF.

Centrální banky patří stále mezi hlavní a významné hráče na poli celosvětové poptávky

po žlutém kovu. Tuto pozici významně potvrdily již v roce 2018 a také 2019, kdy jejich nákupy a hromadění žlutého kovu dosáhly tehdy rekordních úrovní od konce zlatého standardu v 70. letech 20. století. Celkové nákupy v roce 2018 činily zhruba 656,2 tuny, což bylo například oproti roku 2017 navýšení o 73,34 % (rok 2017 – nákup cca 378,56 tuny). V roce 2019 činily zhruba 650,3 tuny. Propad hromadění zlata nastal v covidovém roce 2020, kdy čisté nákupy centrálních bank činily pouze 255 tun, v roce 2021 se trend znovu obrátil a ná-

kupy vzrostly o 450 tun. Podle nejnovější zprávy Světové rady pro zlato trend pokračuje a hlad centrálních bank po žlutém kovu roste. Ve třetím čtvrtletí nakoupily téměř 400 tun zlata, ve čtvrtém čtvrtletí dokonce 417 tun. Loňské nákupy tak dosáhly rekordních hodnot a překonaly i dosavadní rekord z roku 2018. Za rok 2022 nakoupily centrální banky celkem 1136 tun zlata, což je nejvyšší hodnota od roku 1967. Centrální banky mají v tuto chvíli největší zlaté rezervy v historii, a to zhruba 35 500 tun.

Jakub Petruška, analytik společnosti Zlatáky.cz

INZERCE

VEKRA
OKNA | DVEŘE

Kvalitní interiérové dveře VEKRA

pro klidné a designové bydlení



Otočné a posuvné interiérové dveře, celoskleněné dveře, atypická řešení i skleněné stěny vám vyrobíme na míru podle vašich požadavků.



4 + 1 DŮVOD proč dveře **VEKRA INTERIER**

- výborný útlum hluku** díky kvalitní vnitřní struktuře a speciálně tvarovanému těsnění
 - kvalitní povrchová úprava** CPL nadstandardní tloušťky 0,3 mm
 - mimořádně tiché panty** s teflonovým povlakem odolné tření
 - zaoblené hrany ve standardu** pro větší odolnost před poškozením
- PLUS NAVÍC: PRODLOUŽENÁ ZÁRUKA 5 LET**

12 SHOWROOMŮ V ČR

Vyzkoušejte si naše výrobky na showroomech VEKRA po celé ČR. Naši odborníci vám rádi pomohou s výběrem a odpoví na vaše dotazy.



Více na www.vekra.cz

Česká republika má Asociaci vyjednávačů

V České republice vznikla Asociace vyjednávačů – nezávislá profesní organizace, která propojuje špičky oborů. Rok 2023, kdy asociace začíná oficiálně fungovat, se tak v rámci české vyjednávačské scény zapisuje do historie. Iniciátorem a hlavním zakladatelem je mezinárodní profesionální vyjednávač a současně prezident asociace Radim Pařík. Asociace vyjednávačů aktuálně sdružuje 1500 členů a má pobočky v pěti zemích, včetně Slovenska.

„Zaštiňujeme ty nejlepší kvalifikované vyjednávače. Aby se mohli vzdělávat, aby měli platformu, kde společně sdílí znalosti i zkušenosti a navzájem se zdokonalují,“ uvedl Radim Pařík. Cílem asociace je také posouvání samotného oboru vyjednávání, nastavení standardů a jejich soulad s vývojem ve světě. Členové Asociace vyjednávačů podporují osvětu a profesionalizaci této disciplíny. „Pokud české firmy, ale i úřady a ministerstva vyjednávají lepší dohody, zároveň tím přispějí ke zvýšení hrubého domácího produktu a posunou Českou republiku k ekonomicky silnějším státům Evropské unie,“ doplnil Radim Pařík.

Česká republika se díky vzniku Asociace vyjednávačů už teď řadí mezi státy jako Velká Británie, Německo, Švýcarsko nebo Spojené státy americké, kde podobné organizace fungují desítky let a kde je vyjednávání považováno za vědeckou disciplínu vyučovanou na univerzitách. V České republice je možné program strategického vyjednávání pod vedením Radima Paříka absolvovat na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

Asociace vyjednávačů je první a jedinou takovou asociací v České republice. Otevírá svým



Radim Pařík, prezident Asociace vyjednávačů

členům přístup k nejmodernějším trendům vyjednávání s prokazatelně funkčními strategiemi a taktikami, se kterými operují vyjednávači FBI nebo Mossadu a vyučují je odborníci například na Harvardské univerzitě nebo IMD (International Institute for Management Development). Každému členu asociace poskytuje odborný a informační servis a podporu při řešení konkrétních problémů. Její členové se hlásí ke kodexu profesionálního vyjednávače.

Česká Asociace vyjednávačů uplatňuje při vyjednávání požadavky v oblasti společenské odpovědnosti a ekologické a hospodářské udržitelnosti. „Odpovědnost a udržitelnost pro nás nejsou proklamace. ESG a s ním spojené stan-

dardy máme od začátku formulovány v našem kodexu a jsou jedním z pilířů asociace. Otevřeně se k nim hlásíme. Vyjednávání bude zároveň při přechodu na ESG nezbytné pro všechny podnikatele a úřady. Aby si vyjednali lepší smlouvy a výhodnější podmínky. Hodnocení ekonomicko-hospodářským indexem se přitom nevyhne ani profese vyjednávání,“ vysvětlil její výkonný ředitel Adam Dolejš.

Hlavní sídlo Asociace vyjednávačů je v Praze. Své pobočky má také na Slovensku v Bratislavě, v Londýně, Hong Kongu a v americkém Bostonu. Asociace vyjednávačů spolupracuje mimo jiné se Schranerovým vyjednávacím institutem ve Švýcarsku, Kohlrieserovým institu-

tem vedení lidí, světovým Klubem vyjednávačů, Akademií řeči těla Joea Navarra nebo s Univerzitou Tomáše Bati a sdružuje také vyjednávače bezpečnostních složek.

„Funkční principy krizového vyjednávání, které celosvětově používají ozbrojené složky například při záchraně rukojmí, používají i nejlepší společnosti v businessu nebo organizace ve veřejném sektoru, které čekají těžká vyjednávání. Vždy totiž vyjednáváme s člověkem, který má svůj vlastní, odlišný pohled na svět, má rozdílné cíle i motivy. Pomocí vyjednávání s tím lze efektivně pracovat. Jsem rád, že mohu stát u vzniku Asociace vyjednávačů, a pomáhat tak lidem a organizacím uzavírat lepší dohody a budovat lepší a kvalitnější vztahy,“ řekl koordinátor pražských policejních vyjednávačů a zakládající člen Asociace vyjednávačů Karel Pošíval.

Asociace spoluvytváří světovou podobu vyjednávání tím, že mezinárodně sdílí vědomosti a postupy. Vyjednávači se přitom rekrutují z celého spektra podnikatelských činností a oborů. „Nemusíte být hned policejním vyjednávačem, abyste mohli využít schopnost vyjednávat. Vyjednávání se jako kompetence prolíná všemi obory. Hodí se v businessu, v neziskovém sektoru, v politice, a samozřejmě v běžném životě. Každý z nás vyjednává několikrát denně, aniž by si to uvědomoval. Oceňuji, že se Radimovi a jeho kolegům podařilo v České republice přivést k profesionálnímu vyjednávání stovky lidí, že se o vyjednávání začalo ve společnosti více hovořit, a věřím, že se to v rámci asociace bude dařit nadále,“ dodal bývalý španělský policista Salva Badillo, profesionální vyjednávač spolupracující s nevládní organizací Hermione, která se zabývá krizovým a záchranářským vyjednáváním. (tz)

Zázrak z vody a mouky, bez kterého by se nám špatně žilo

dokončení ze strany 1

Co ale mohu sdělit, je, že činnost v našem oboru ukončily firmy s celkovým obratem dosahujícím téměř jedné miliardy Kč. To znamená téměř 5 % výrobní kapacity celého oboru.

Co se týká druhé poloviny dotazu, je pro mě velmi milé překvapení, že firmy nešly cestou snižování kvality produkce. Každý si moc dobře uvědomuje, že jediné vysokou kvalitou může být úspěšný. Ve většině firem došlo k redukci sortimentu, u některých výrobků byla již cena tak vysoká, že se jejich výroba nevyplácela. Příslušné receptury máme schované a těšíme se, až si doba a zákazníci o výrobky s vyšší přidanou hodnotou znovu řeknou.

Oč bude váš Svaz usilovat letos, co pro pekaře hodlá udělat? Roste zájem mladší generace o pekařské řemeslo?

Chtěli bychom se více zaměřit na propagaci našich výrobků, ukazovat jejich nenahraditelnost a nesporný přínos ve výživě lidstva. Máme připravené projekty, rozdělené do více kategorií. Za prvé jde o koordinaci PR aktivit se zaměřením na propagaci oboru a jejich výrobků. Dalším směrem je neméně důležitá spolupráce s odbornými školami, cílem je navýšení počtu vyučených v oboru. V této oblasti organizujeme současně Pekař roku – junior, jejíž letošní ročník proběhne v Kladně. Pravidelně se setkáváme se zástupci škol, organizujeme pro ně vzdělávací akce. V této činnosti rozhodně neholdáme polevit, celkový počet žáků v oboru nám mírně roste: doufáme, že tento trend bude pokračovat. Ja-

ko Svaz jsme se zapojili do projektu Českých cechovních norem, i tuto činnost máme v prioritách. Další velmi důležitou prioritou jsou dotace, obor se mezi potravináři pohybuje úplně na konci v možnostech přístupu k dotacím. Budeme usilovně lobovat, abychom zajistili v co možná největší míře přístup k čerpání dotací pro pekaře a cukráře v ČR. Na všechny tyto úkoly se můžeme zaměřit hlavně díky velmi silnému týmu manažerů, který se nám sešel v představenstvu a dozorčí radě Svazu. Povedlo se nám navázat na dlouholetou práci našich předchůdců a uděláme vše, abychom oboru pomohli. Za výbornou práci kolegům velice děkují.

Každý si moc dobře uvědomuje, že jediné vysokou kvalitou může být úspěšný. Ve většině firem došlo k redukci sortimentu u některých výrobků byla již cena tak vysoká, že se jejich výroba nevyplácela. Příslušné receptury máme schované a těšíme se, až si doba a zákazníci o výrobky s vyšší přidanou hodnotou znovu řeknou.

Na trhu jsme nikdy neviděli tolik zajímavých chlebů, drobného pečiva, koláčů, slaných dobrot k zakousnutí jako v současné době. Zákazníci baží po novinkách, ale zároveň nejvíce nakupují to, naž jsou léta zvyklí, a také si více pečou doma. Co z toho pro váš obor plyne?

Trh jako takový se velmi dynamicky vyvíjí. I díky tomu se stal náš obor velmi moderním

a rychle se rozvíjejícím. Vedle velkých a moderních provozů nám však vzniká velmi krásný a zajímavý trend, mikro firmy o několika zaměstnancích, kteří pečou jen pro pár zákazníků, a hlavně pro svůj obchůdek. Osobně jsem si tyto nadšence zařadil do skupiny „Art pekař/cukrář“, jejich zaměření je většinou cílené na zákazníky, kteří jsou ochotni si za kvalitu připlatit. Vyrábějí vše ručně, velmi často používají špaldové a celozrnné mouky a svůj kvas. S výrobky si hrají a věnují jim velkou rukodělnou péči. Vyrábějí sice jen několik set kousků, ale naučili se velmi dobře ovládat marketing a za svoji práci si nechávají velmi dobře zaplatit. Tito fandové pečiva ve většině případů přispívají k rozmanitosti trhu a poukazují na krásy našeho oboru. Trend domácího pečení chleba osobně vnímám velmi pozitivně, lidé si osahají, jaká je práce, než tento zázrak z mouky a vody vyrobí, kolik to vše stojí úsilí a času. Díky nabytému zkušenosti pak nepovažují chléb za něco obyčejného, nudného, ale za produkt, který má svou hodnotu a pro lidskou výživu jde o naprosto nepostradatelný zázrak v mnoha podobách.

Cukrařina se po desetiletích dostala zase na výsluní. Před jakými výzvami stojí?

Cukráři budou mít velmi těžký rok, zdražení vstupů bylo opravdu nemilosrdné. Cena másla, vajec, cukru je nesrovnatelná s cenami, na které jsme byli roky zvyklí. Navíc náklady na energie

při pečení, a poté na chlazení výrobků cukráře neskutečně zatížily. Jak je národ vystrašený neustálou masáží strachem, je zákusek oproti chlebu v nevýhodě. Zákusek si totiž většina lidí odepře hned mezi prvními výdaji, které se rozhodne omezit. Avšak úroveň vyráběného sortimentu je vysoká, některé výrobky jsou téměř uměleckým dílem, obor jde milovými kroky vpřed. I proto věřím, že se tato situace brzy stabilizuje a budeme si moci nejen větrníkem obalovat nervy nadále.

Myslíte si, že si lidé začnou více vážit potravin, přestanou plýtvat?

To již nastalo, nákupní seznam obsahující deset rohlíků a velký chléb je dávno minulostí. Lidé nakupují méně a za své peníze chtějí kvalitu. Dlouhodobě je sledován trend v nárůstu u výrobků s menší gramáží, jejichž prodej roste na úkor klasické Šumavy. Lidé raději koupí výrobek s menší gramáží, ale zato častěji. Sledujeme i změnu u převážně mladých lidí, kde k nám přichází trend upřednostňování toustových chlebů. Mladí mají rádi tousty a sendviče, a preferují je před chlebem s vysočinou. Jak jsem říkal, každý, kdo si vyzkouší upéct chléb doma (a nejen ten), si ho určitě dokáže vážit. Pochopí, že je to opravdu zázrak z vody a mouky a že bez chleba by se nám opravdu špatně žilo.

za odpovědi poděkovala Eva Bříxi



Lidé si uvědomují, jak moc se mění svět práce

Žijeme v turbulentní době, vše okolo nás se proměňuje. Ve velkém se to dotýká především podnikové sféry, zaměstnanců, pracovníků a technologií. Dokážeme na změny včas a správně reagovat? Ptali jsme se Jaroslavy Rezlerové, generální ředitelky ManpowerGroup s.r.o.

Práce bude brzy jiná, nová, nebo pojedeme dál v zajetých kolejích?

Přestože ekonomika směřuje ke zmírnění růstu, poptávka po specifických dovednostech je silná a talentů je stále nedostatek. Zaměstnavatelé budou i nadále hledat cesty, jak správně kombinovat lidi, technologie a dovednosti, aby se vypořádali s budoucí ekonomickou nejistotou. Proto jsme se zeptali zaměstnanců i zaměstnavatelů po celém světě, jak se proměňuje způsob jejich práce a spolupráce, jakým novým výzvám čelí v pracovním prostředí a jak se v měnícím se světě práce přizpůsobují. Nikdy to nebylo aktuálnější.

Jako globální společenství čelíme několika závažným problémům – řešení změny klimatu, překlenutí nedostatku lidí s potřebným profilem a využití skrytého potenciálu. Ano, zaměstnanci se soustředí na úspěch a kariérní postup, ale také jim velmi záleží na ochraně klimatu, rovnosti, rozmanitosti a rovných příležitostech pro všechny. Mnohé se kolem nás zlepšuje, ale i nadále musíme cílevědomě spolupracovat, abychom překonali problém rozdělení světa, urychlili lidský pokrok a snížili nerovnost. Pomáhat lidem rozvíjet potřebné dovednosti, které rozšíří možnosti technologií, vytvoří budoucnost práce, která se více přiblíží představám lidí, pomůže k prosperitě většiny lidí, nikoliv jen pro několik málo z nich.

Kdo a co utváří podobu práce? Které faktory dnes hrají hlavní roli a proč?

Naše studie identifikuje 14 klíčových trendů, které ovlivňují dnešní zaměstnavatele a jejich zaměstnance. Patří mezi ně demografické změny, možnosti individuální volby, využívání technologií a nové faktory konkurenceschopnosti. Průzkum vyhodnocuje dopad řady nových prvků, jako jsou generační posun v očekáváních týkajících se zaměstnání a důraz zaměstnanců, zákazníků a investorů na společenskou a environmentální odpovědnost, snížení významu vysokoškolského vzdělání u uchazečů a potřeba vědecky založeného testování skutečných



Mgr. Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup s.r.o.

schopností, dovedností a potenciálu zaměstnanců. Je to také otázka rostoucí nerovnosti, kterým čelí ženy v práci, požadavky zaměstnanců na rozvoj flexibilních a hybridních forem práce. Nakonec je tu i snaha firem zmírňovat rizika v neustále se proměňující globální ekonomice ať už zvyšováním odolnosti dodavatelských řetězců a konsolidací dodavatelů, energetické náročnosti provozu, nebo mezinárodního přístupu k talentům.

Nedostatek vhodných talentů není jen naší bolestí, projevuje se všude. Proč je tomu tak?

Lidstvo stárne a porodnost stále klesá. Ekonomicky aktivní populace a počet zaměstnanců v ČR se zmenšuje, ale poptávka po zaměstnancích roste. Technologická revoluce navíc proměňuje podobu celé ekonomiky, mění způsoby práce a poptávku po dovednostech zaměstnanců. Rychle roste zájem o technické a digitální dovednosti, ale zároveň také o ty měkké, a to ve vzájemné kombinaci. Rozchází se také představy zaměstnanců a zaměstnavatelů a komplikovaněji k sobě hledají cestu. Ne vždy je ale nedostatek uchazečů objektivním faktem a za nezáměr zaměstnanců si mohou i firmy samy i svým přístupem k náboru a k organizaci svých týmů.

A kde vidíte největší zdroje pracovní síly? Ve vyšším zapojení žen, seniorů, obecně těch, jejichž dovednosti teď nikdo nevyužívá?

Velké mezery jsou v tom, jak firmy prezentují sebe jako zaměstnavatele a své pracovní pozice, nebo také v tom, jak se dokážou přizpůsobovat individuálním potřebám zaměstnanců. Změnili to, pak jim to může otevřít cestu k nevyužitým rezervám na trhu práce, jako jsou zájemci o částečné úvazky a flexibilní formy práce. Mezi dnes nevyužitými lidmi jsou rodiče malých dětí, lidé se zdravotním hendikepem, studenti nebo třeba právě důchodci. Další překážkou jsou různé automatizované formy předvýběru uchazečů a přílišný důraz na položky v životopise. Mnozí uchazeči bez vysokoškolského vzdělání nemají přístup k lepším pracovním místům, přestože mají dovednosti a zkušenosti, které je činí relevantními kandidáty. Začínají selhávat i možnosti mezinárodního náboru, který doposud stačil nepoměr mezi nabídkou a poptávkou kompenzovat. Nejdůležitějším řešením je zaměřit se na rozvoj stávajících a nových zaměstnanců, což zní jednoduše, ale těžko se to nastává. Obsahuje totiž schopnost dlouhodobě sledovat a měřit potenciál zaměstnanců, umět predikovat budoucí potřeby kvalifikací a s několikaletým

předstihem si talenty připravovat. To se těžko realizuje v době, kdy firmy neví, co budou jejich zákazníci chtít příští měsíc.

Jak se musí tedy změnit zaměstnavatelé, čím nejlépe osloví potenciální zájemce? A jakými proměnami projdou pracoviště?

V důsledku pandemie se pro mnoho zaměstnanců stala flexibilní práce realitou a došlo ke změně paradigmatu v tom, jak lidé sladují svůj pracovní a osobní život. Chtějí mít větší možnost volby, kdy, kde a jak budou svou práci vykonávat. A cení si věcí, jako je osobní naplnění, učení a růst, a ne pouhého kariérního postupu. Lidé hledají zaměstnavatele, kteří uznávají a aktivně podporují zdravější rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem. Milióny žen opustily během pandemie zaměstnání a mnohé z nich se do něj dosud nevrátily, protože se jim

staré způsoby práce zdají méně slučitelné s novými životními prioritami. Organizace musí změnit představu o tom, kdy, kde a jak se práce vykonává, nabídnout rovné odměňování a podporovat rekvalifikaci, což nejen ženy přivede zpět, ale pomůže zmírnit celosvětový nedostatek talentů. Flexibilita ale musí fungovat jak pro zaměstnance, tak pro jejich zaměstnavatele. Hybridní práce zahrnuje různorodé modely a přístupy, často velmi specifické v určitých odvětvích nebo pro určité profese. Není možné definovat jednotné doporučení pro flexibilní práci platné pro všechny typy firem, týmů a pracovních pozic. Nejdůležitější je vůle hledat cesty v každém individuálním případě.

Nevyplatí se vsadit spíše na roboty, umělou inteligenci a digitální technologie než na lidi?

Investice do automatizace a digitalizace rostou ve všech odvětvích a pandemie tento trend ještě urychlila. Technologie mění náplň práce jak

u výrobních pozic, tak i u těch vysoce kvalifikovaných a kreativních. Některé pozice může plně nahradit, ale vytvoří mnohem více jiných příležitostí, práci zjednoduší a zpříjemní. Lidé si začínají uvědomovat, jak moc se díky technologiím a inovacím zlepšil svět práce – už

není přesné uvažovat o rozporu „člověk vs. automatizace“. Firmy nyní potřebují využít sílu technologií k rehumanizaci – nikoliv dehumanizaci – pracoviště. Poslední věcí, kterou budou stroje schopny udělat, je projevit úctu, uznání nebo péči o druhé. Takže i když si někteří mohou myslet, že s rostoucím významem technologií bychom se všichni měli stát datovými vědci a naučit se kódovat, ve skutečnosti je potřeba, aby lidé posilovali své lidské, měkké dovednosti, což jsou ve skutečnosti v náboru ty nejobtížnější hledané dovednosti. V našem průzkumu zaměstnanci tvrdí, že produktivita není nejdůležitějším předpokladem pro dobrý výkon jejich práce. Více zaměstnanců si myslí, že schopnost spolupracovat, řešit problémy a být důvěryhodný jsou důležitější pro jejich dobrý výkon než pouhá vysoká produktivita.

otázky připravil Pavel Kačer

Nebojte se přijmout absolventa

Absolventi čelí na trhu práce předsudkům i konkurenci zkušenějších. Firmy k najímání mladých pracovníků po škole přistupují zdrženlivěji. Podle zaměstnavatelů obsazení pozice absolventem znamená víc práce se zaškolením a nesplnění představ o délce praxe a zkušenostech. Uplatnit mladého člověka přitom může firmě přinést řadu výhod. Mladí lidé umí ovládat moderní technologie, mají inovátorské myšlení i schopnost dotáhnout úkoly k úspěšnému cíli. Zároveň jsou „nepopsaným listem“, teprve si utvářejí pracovní návyky, a toho mohou firmy využít.

Přestože mládí a elán přináší do firmy svěží vítr, firmy častěji sahají po zkušených zaměstnancích. Oproti představě přitom neplatí, že zaměstnanci s praxí jsou schopni rychleji nastoupit do nové agendy. „Zaškolení kohokoli bývá často ve firmách v plenkách. Nemají na to čas nebo nastavený systém. A tak když může nastoupit někdo, kdo vypadá, že má leccos za sebou, je to plus. Zkrátka podle firmy hotový člověk. Ale to, že někdo už danou pozici vykonával jinde, neznamená až zase tolik. Zaškolení se totiž netýká jen odbornosti, ale mělo by se týkat i způsobu komunikace ve společnosti, systémového nastavení, oběhu dokladů přes úklid,

v podstatě všech pravidel,“ řekla Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem.

Studenti a absolventi jsou na začátku kariéry a dychtí po vlastním rozvoji. Nemají sice návyky, ale tím ani ty špatné, které se u starších kolegů hůře odbourávají. To je pro firmu příležitost. Záleží, zda toho umí využít. Pokud nabízí jen mzdu, je to špatně. „Nakonec zaškolení absolventa i zkušeného zaměstnance trvá časově stejně, ale jen u absolventa máme ohromnou příležitost mu ještě vložit pracovní návyky, hodnoty i vnímání jeho sebehodnoty. Rčení „vychovat k obrazu svému“ nebo „ohýbat proutek, dokud je mladý“, nepřestane platit, i když se svět změnil několikrát. Takzvaný nepopsaný list dává mnohem větší možnosti a kreativitu oběma stranám,“ vysvětlila Irena Vrbová a dodala: „Na mladé sportovce má většinou největší vliv trenér, pokud je dobrý. Na mladé absolventy může mít největší vliv šéf, pokud se této role zhostí a využije ji správně. Je to náročný úkol, ale sklídí nádherné, zralé plody.“

Důležité je zjistit, čemu absolventa naučila rodina, okolí, a jaké jsou jeho představy. Ví, co je zodpovědnost, trpělivost? Jak se to dělá, aby firma měla na mzdy? Co od života i práce očekává? A ví to vůbec? Jsou to materiální hodnoty, nebo je tam i něco víc? V některých firmách může ta-



Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto

ké dojít ke střetu mladé a starší generace, která má o mladých lidech hotové mínění. Mladí jsou podle ní líní, nespolehliví a dávají přednost volnému času před tvrdou dřinou. „Pokud takový konflikt nastává, ukazuje to spíše na nezdravé prostředí ve firmě, kterou nemá šéf či vedoucí pod kontrolou. Ve firmě totiž nikdy nebudou

lepší lidé, dokud si to o nich nebude myslet i jejich lídr. Cesta je pak jediná, vytvořit jasnou vizi a koncept, kdo ve firmě je, proč a jak se k sobě navzájem chováme,“ upřesnila Irena Vrbová. Přesto mohou mít zpočátku někteří absolventi nereálné požadavky a přehnané sebevědomí. Takové mínění je ale podle Ireny Vrbové falešné a není postaveno na zdravých základech.

„Nejvíce pro ně šéf může udělat, když jim nastaví zrcadlo. Posadí je zjednodušeně řečeno k mašině a ukáže jim, kde teď jsou a kolik cesty je před nimi,“ nastínila Irena Vrbová a doplnila, že všechny nemusíme házet do jednoho pytle: „Ať už je nazýváme generací Y, nebo Z, jsou mezi nimi motivovaní lidé, kteří hledají v zaměstnání smysl, v životě rovnováhu, ale práce se nebojí. Jdou si za svým a někteří mají třeba odvahu po škole založit vlastní firmu. Vrhnou se na zajímavou činnost nebo produkt, a to jim přináší pocit naplnění a smyslu. Někdo začne šít boty, jiný vyrábí biokosmetiku. Jeden z mých klientů, který se vyučil kuchařem, vybudoval úspěšnou kusovou výrobu na čokolády. Smyslem jeho práce nejsou peníze na prvním místě, ale to, že může tvořit a vymýšlet nové příchutě a limitované edice čokolád. A když přijde zpětná vazba, že ta poslední verze byla výborná, těší ho to a vnímá sebehodnotu. Nakonec si buduje svoji vlastní etiku, firma ho baví a je neprodejný. A to je pro něj největší přínos.“ (tz)

DODO a ROSSMANN v Maďarsku testují možnosti doručování zásilek pomocí dronů

Technologicko-logistická společnost DODO, která zajišťuje logistiku v rámci tzv. poslední míle, zahájila v Maďarsku společně se sítí drogerií ROSSMANN pilotní projekt doručování objednávek do domácností pomocí dronů. První zkušební let v rámci přípravy na doručování zásilek odstartoval z prodejny ROSSMANN v nákupním centru Savoya Park v maďarské Budapešti. Trasa byla vybrána tak, aby dron překonal poměrně dlouhou vzdálenost a rozmanitý geografický terén v rámci přípravy na různorodost budoucích dodávek leteckou cestou. Místo startu a cíl doručení od sebe byly vzdáleny 15 km, přičemž celková trasa byla prodloužena přeletem dronu přes řeku Dunaj. Výslednou vzdálenost, včetně vzletu a přistání, dron překonal za 14 minut.

V první fázi zkušebního provozu DODO a ROSSMANN testují, jak rychle lze objednávkou pomocí dronů doručit při zajištění stoprocentně bezpečných podmínek. Právě za tímto účelem byl proveden zkušební let, při němž se mimo jiné hodnotila také doba potřebná k umístění balíku na dron a k odletu a dosednutí. Cílem pilotního letu bylo především změřit čas potřebný pro jednotlivé fáze doručování, proto během něho zatím nebyly doručovány reálné zásilky.

Bezpečně a za pár minut bez ohledu na silniční provoz

Zvláštní pozornost byla věnována zejména vytvoření bezpečných podmínek pro letecké doručování, klíčová proto byla simulace zdvižení zásilky do vzduchu. Celý proces, od umístění a zajištění doručovací schránky, přistávacího a vzletového manévru až po samotný let na místo doručení trval celkem 14 minut, přičemž dron letěl průměrnou rychlostí 50 km/hod, ve výšce mezi 20 a 50 metry. Protože hmotnost po-

tenciálně doručovaného balíku nemá významný vliv na rychlost letu dronu, výsledky simulace se dají z pohledu parametrů letu považovat za přesné.

Využívání dronů v tuto chvíli podléhá přísným předpisům jak na vnitrostátní úrovni, tak na úrovni EU. Vzhledem k povaze činnosti tohoto pilotního provozu a vzletové hmotnosti spadá projekt pod zvláštní kategorii provozu, která vyžaduje příslušná regulační povolení.

„Pro DODO jdou chytrá logistika a inovace ruku v ruce. Neustále hledáme nové způsoby, jak zkrátit dobu doručení a snížit dopad logistiky na životní prostředí, proto chceme být maximálně připraveni na moment, kdy místní legislativa povolí také doručování s pomocí dronů. Ačkoliv některé americké firmy již dnes tuto službu nabízejí a v některých částech USA pomalu rozšiřují, místní regulace podobné aktivity zatím v komerční sféře neumožňují. Věříme, že realizaci podobných pilotních projektů můžeme přispět k tomu, že se i u nás tento způsob

doručování jednou stane běžnou součástí nabídky doručovacích služeb,“ komentoval Peter Menky, komerční ředitel společnosti DODO.

Testy budou pokračovat

DODO ve spolupráci s firmou ROSSMANN plánuje pokračovat. V rámci vývoje doručování s pomocí dronů nejprve vyhodnotí výsledky prvních testů, a v další fázi pilotního projektu mají obě společnosti ambici uskutečnit další zkušební let, během kterého dron doručí zásilku mezi výchozím a cílovým bodem.

„ROSSMANN je nejdynamičtější se rozvíjícím řetězcem drogerií a parfumerií v Maďarsku. Je pro nás nesmírně důležité, abychom dokázali držet krok s našimi zákazníky a chceme se proto nacházet v čele i při testování a nastavování nových trendů. Věříme, že doručování



pomocí dronů bude jedním z klíčových řešení budoucnosti v e-commerce, které dokáže uspokojit i požadavky nejnáročnějších zákazníků. Společnost DODO vnímáme jako spolehlivého partnera, který nám pomůže tento způsob doručování zákazníkům nabídnout, jakmile to bude možné,“ dodal Ádám Fürjes, marketingový manažer skupiny ROSSMANN Hungary Ltd.

Společnost DODO vždy usilovala o udržitelnost snižováním ekologické stopy svých dodávek a zavedení doručování i s pomocí dronů by v této oblasti představovalo významný krok vpřed. Tímto způsobem bude možné vyhnout se dopravním zácpám a dalším faktorům, které zvyšují dopad doručování na životní prostředí i na kvalitu života ve městech. Kromě Maďarska by se získané zkušenosti mohly do budoucna uplatnit také v dalších zemích, kde DODO působí, včetně České republiky.

Maďarsko si společnost DODO pro svůj pilotní provoz vybrala i z toho důvodu, že se zde podobný test dosud neuskutečnil. Pro firmu jde navíc o důležitý trh, kde se jí dlouhodobě daří. Jen za poslední rok zde objem objednávek vzrostl o 150 %, kurýři ve 35 maďarských městech zajišťují logistiku kromě řetězce drogerií ROSSMANN také například pro maďarský Hervis či síť lékáren Benu. Pilotní testování dronů přitom není prvním zkušebním provozem, který má DODO v Maďarsku již za sebou – v minulosti společnost například s pomocí elektrických vodních skútrů bezemisně doručovala jídlo jachtářům na jezeře Balaton. (tz)

Tuzemské firmy více poptávají řešení pro efektivní hospodaření s vodou

Mezi českými firmami vzrostl zájem o opatření pro úspornější hospodaření s vodou. Důvodem jsou vyšší ceny energií i letošní možnost získání dotace na tato řešení. Některé podniky si proto již nyní nechávají zpracovat takzvaný vodní audit, který pro ně v budoucnu může být nutnou podmínkou pro získání finančního příspěvku. Zároveň lze u společnosti v Česku pozorovat i určitou zdrženlivost spojenou s nejistotou. Ačkoliv úsporná vodohospodářská řešení poptávají, s finální investicí do nich spíše váhají.

Vysoké ceny energií v současnosti mění chování tuzemských firem, které se více než v minulosti zaměřují na úspory. V jejich případě přitom nejde pouze o výdaje na energie, úzce se totiž týkají také hospodaření s vodou. „Podniky poptávají úsporná opatření pro efektivní hospodaření s vodou výrazně více než v minulosti. Zajímá je, kde všude by ve svém provozu mohly ušetřit. Vítají pak zejména opatření, která se nepojí pouze s vodou, ale i s energetickou složkou, na-

příklad s efektivnějším využitím odpadního tepla,“ řekl Petr Hajný, vedoucí divize voda ze společnosti Hutira, která řešení pro efektivnější hospodaření s vodou navrhuje a realizuje.

Vliv na rostoucí poptávku po lepším hospodaření s vodou však podle něj nemají pouze vysoké ceny energií, ale i současná popularita takzvaného vodního auditu. Ten byl totiž v loňském roce nutnou podmínkou pro to, aby firmy mohly žádat o dotace z Národního plánu obnovy na řešení pro šetrnější práci s vodou a vodními zdroji. Součástí auditu jsou vždy mimo jiné i návrhy opatření, ke kterým může podnik přistoupit, aby zefektivnil své vodní hospodářství. Aby pak bylo možné na toto řešení získat dotaci, musela být splněna alespoň jedna ze dvou podmínek. Návrh měl buď snížit roční spotřebu vody o 5 %, nebo zajistit úsporu 100 m³ vody za rok.

Do konce září minulého roku bylo možné žádat o dotace z Národního plánu obnovy v programu Úspora vody v podnicích. Podle Petra Hajného však nakonec nebyla vyčerpána celá alokovaná částka. „Máme signály, že by výzva mohla být v letošním roce znovu vypsaná.

Ve druhé polovině roku mají být spuštěny výzvy v programu OP TAK na podporu aktivit pro efektivnější nakládání se zdroji, tedy i s vodou. Zároveň je vysoce pravděpodobné, že žádost o dotaci bude nutné opět podložit vodním auditem,“ řekl Petr Hajný.

Některé firmy tak podle něj již nyní zpracovávají auditu poptávají, aniž by zatím mohly o dotaci žádat. Využívají tak klidnějšího období, vyhotovení celé dokumentace totiž může vzhledem k její obsáhlosti zabrat i více než měsíc. „Část podniků tak už činí, ostatním to doporučujeme. Pokud začnou audit poptávat až v momentu, kdy bude dotační výzva vypsaná, může se stát, že auditující subjekty vzhledem k omezeným kapacitám a množství zakázek nezvládnou uspokojit veškerou poptávku,“ doplnil Petr Hajný.

Auditorem může být pouze subjekt s oprávněním autorizovaného inženýra v oblasti vodohospodářských staveb. Audit v konkrétní firmě vždy hodnotí například stáří vodohospodářské infrastruktury, množství vody na vstupu a výstupu, způsoby práce s vodou i případnými odpadními vodami, nakládání s dešťovou vodou či

zajištění proti rizikům sucha nebo povodní. Podobně široký je pak i počet možných způsobů, jak má podnik s vodou hospodařit efektivněji. Od těch nejjednodušších až po složitá řešení na recyklaci odpadní vody. „Z těch jednoduchých, ale často velmi účinných, může jít například o instalaci úsporných prvků na umyvadlech nebo finanční motivaci zaměstnanců, aby šetřili vodou. Složitější technologická řešení pak vyžadují vyšší investice a firmy hodnotí jejich návratnost,“ uvedl Petr Hajný.

Ačkoliv tuzemské firmy aktuálně poptávají řešení pro efektivnější hospodaření s vodou více než v minulosti, podle Petra Hajného se dá očekávat, že minimálně v nejbližší době se na tato opatření budou snažit spíše získat dotace. „Rostoucí náklady na energie uvrhly podniky do velké nejistoty. I když mají možnost realizovat úsporné vodohospodářské opatření s návratností kolem tří let, což je velmi slušné, tak se pečlivě rozmyšlejí a z opatrnosti investici často odkládají. Dotační podpora by mohla tuto situaci zlepšit,“ uzavřel téma vedoucí divize voda společnosti Hutira. (tz)

Balíkový přepravce GLS se propojil se sítí AlzaBoxů

Mezinárodní balíkový přepravce GLS začal doručovat balíky z e-shopů mimo své balíkomaty GLS Parcel Box nově i do sítě AlzaBoxů. Společnost reaguje na dlouhodobě rostoucí oblibu balíkomatů, které v současnosti aktivně využívá již každý pátý Čech, jak vyplývá z průzkumu společnosti GLS, jenž každoročně realizuje pomocí aplikace Instant Research. Doručování do AlzaBoxů je dalším krokem ve zvyšování flexibility služeb GLS, který přispěje k většímu pohodlí zákazníků i ke snížení uhlíkové stopy přepravovaného zboží.

Balíkový přepravce GLS dále posiluje svou přepravní síť v Česku a připojuje ke svým výdejním místům a balíkomatům, tzv. GLS Parcel Boxům, také rozsáhlou síť výdejních automatů společnosti Alza.cz. Reaguje tak na jejich rostoucí oblibu. V roce 2016 balíkomaty aktivně využívala pouhá 3 % lidí, dnes je to již pětina (20 %). Zákazníci společnosti GLS mají nově možnost adresovat svoje zásilky i do sítě

1300 AlzaBoxů, které jsou postaveny na strategických a frekventovaných místech. „Neustálé rozšiřování flexibility naší přepravní sítě je v současnosti nesmírně důležité. Chceme našim zákazníkům nadále poskytovat svoje tradičně vysoce spolehlivé přepravní služby s maximálním přizpůsobením doručování na poslední míli dle jejich aktuální volby. Jsme proto velmi rádi, že díky propojení se sítí Al-

zaBoxů jim můžeme být ještě blíž, když počet výdejních míst v letošním roce překročí hranici 3000,“ uvedl Pavel Včela, ředitel GLS Česká republika.

Kromě dostupnosti a dosažitelnosti AlzaBoxů je dalším přínosem pro zákazníky provoz bez výpadků, dostatečná kapacita a zabezpečení. Díky velkokapacitním boxům se 100 a více schránkami se tak lidé mohou spolehnout na volnou kapacitu pro jejich balíčky. „Naším cílem je, aby se AlzaBoxy staly součástí infrastruktury obcí tak jako připojení k internetu nebo mobilní signál. Lidé nepřemýšlejí nad tím, kdo je poskytuje, ale co jim přináší. Proto jsme rádi, že se do sítě v Česku a na Slovensku připojuje další velký dopravce, jakým je GLS. Otevírá tak cestu do AlzaBoxů dalším tisícům e-shopů

a opět je o něco přibližuje tomu, že si lidé budou moct vyzvednout všechny své zásilky na jednom místě, pohodlně a v čase, který jim vyhovuje,“ řekl Jakub Krejčíř, místopředseda představenstva Alza.cz.

Připojení k síti AlzaBoxů nepřinese pouze další možná místa k vyzvedávání balíčků, ale napomůže také ke snížení emisí, o které společnost GLS v rámci balíkové přepravy dlouho usiluje. „Udržitelná doprava a ochrana životního prostředí jsou součástí našich dlouhodobých aktivit. Využití sítě AlzaBoxů tak napomůže nejen ke snížení uhlíkové stopy, ale také k lepšímu nakládání s veřejným prostorem. Nejsme totiž nuceni stavět ve všech lokalitách další nové boxy, naopak efektivně využíváme již vytvořenou doručovací kapacitu,“ dodal Pavel Včela. (tz)

O businessu, oceli, nápadech

Dnes už není běžné, aby obchodníci hutní materiál nabízel se ztrátou, jen aby ho prodali a dokoupili zpět za nižší ceny. Spotřebitelé klesající ceny těší, prodejce pochopitelně naopak. Když nakupujete materiál, který prodáváte s pěti až desetiprocentní marží a cena vám o 20 % klesne, není to příjemné. Ocel je nezbytný materiál pro moderní svět. Přitom jejich výrobců je čím dál méně. Ať už kvůli špatné ekonomické, nebo ekologické situaci v západním světě příliš nových oceláren nevzniká. V Číně je ocelářský průmysl na obrovském vzestupu oproti ostatním zemím. Vytváří si tak ohromně silnou pozici ve světě. Hrozí nám do budoucna stejná závislost na oceli obdobně jako v současné době na ruském plynu? A kdy dosáhnou ceny hutního materiálu svého dna? Na tyto otázky, ale nejen na ně, odpověděl prodejce hutního materiálu a CEO společnosti Atreon, s.r.o., Patrik Duda.



Patrik Duda, jednatel a ředitel společnosti Atreon, s.r.o.

Silná průmyslová základna má zásadní význam pro hospodářský růst Evropy, zachování udržitelných pracovních míst a konkurenceschopnost na světových trzích. Jak si starý kontinent v ocelářském průmyslu vede?

Silné ocelářství tvoří základ mnoha průmyslových hodnotových řetězců, například v automobilovém průmyslu. Roční obrat ocelářského odvětví v EU činí 166 miliard eur, vytváří 1,3 % HDP unie a poskytuje 328 000 přímých pracovních míst, a ještě větší počet nepřímých a závislých pracovních míst. Evropské ocelářství se vyznačuje moderními, energeticky a CO₂ účinnými závody, které produkují výrobky s vysokou přidanou hodnotou. A výrobky pro světový trh založené zejména na vynikající síti pro výzkum a vývoj. Evropská unie ročně vyprodukuje v průměru 170 milionů tun surové oceli. Po Číně je však stále až druhým největším výrobcem oceli na světě. Jak víme, výroba oceli není úplně ecofriendly. A to má samozřejmě velký vliv na její cenu. Pokud máte produkovat ocel v zemi, kde se ekologie natolik hlídá, je těžké produkci škálovat. Například Čína je v tomto však opakem.

Navzdory silnému potenciálu ocelářského průmyslu EU se jeho konkurenční postavení na světovém trhu v posledních letech zhoršilo. Co to způsobilo?

Nedávné hospodářské zpomalení v rozvíjejících se ekonomikách mělo od roku 2014 negativní dopad na celosvětovou poptávku po oceli. Nadměrná výroba oceli vedla k dramatickému růstu vývozu, destabilizaci světových trhů s ocelí a poklesu cen oceli na celém světě. Tržní ceny některých ocelářských výrobků se v důsledku prudkého nárůstu objemu propadly až o 40 %. Některé třetí země reagovaly zavedením obchodních omezení a jiných forem obchodních překážek. Nadměrná kapacita navíc vyvolala bezprecedentní vlnu nekalých obchodních praktik, které narušují rovné podmínky v celosvětovém měřítku. Ty přenášejí břemeno globální nadbytečné kapacity neúměrně na evropské výrobce a jejich zaměstnance. Přijde mi zajímavé, že ve světě je trend oceláren spíše na poklesu. Jinými slovy, některé ocelárny kvůli špatné ekonomice nebo ekologii končí. A nově moc nevzniká. To vytváří spousty otázek, co bude s ocelí za pár desítek let.

Čína má ocelářský průmysl na obrovském vzestupu. Vytváří si tak neskutečně silnou pozici ve světě. Čím to, že je tak napřed?

Od roku 2007 se produkce oceli v Číně zdvojnásobila a v Evropské unii o pár desítek procent naopak klesla. Není výjimkou, že si Čína získává v některých částech průmyslu svoji dominanci. A stejně tak je to i ve výrobě oceli. Aktuálně Čína vyprodukuje více než polovinu světové oceli, což je obrovská dominance. Loni vyprodukovala 980 000 tun oceli. Propast mezi Čínou a ostatními zeměmi je opravdu velká. Obecně víme, že v Evropě nové ocelárny příliš nevznikají. Pokud dochází k nějakým transakcím, tak jsou to spíše velké holdingy kupující už fungující ocelárny, které například renovují. Zatímco v Číně se staví ocelárny nové. Rozhodně nám tedy do budoucna hrozí závislost na oceli ze zahraničí. Tento trend je jednoznačný. Na druhou stranu to částečně řeší antidumpingová cla na některou ocel z Číny. Zajímavostí je, že běžná konstrukce z čínské oceli v České republice není příliš oblíbená. A takřka se s ní nesetkáte. Výhodou je, že máme vlastní ocelárny a mnoho dalších v blízkém okolí, v Maďarsku, na Slovensku atd. Jak to bude vypadat v budoucnu, je však otázkou.

Strádající prodejci mají mimo jiné vliv na stavební a zpracovatelské firmy. Jak jsou na tom momentálně ceny hutního materiálu?

Pro takové firmy je snižování cen hutního materiálu výhodné. Když už nejdou dolů ceny energií, tak alespoň materiálu. O firmách, které by mohly parazitovat na zdražování, se teď už však hovořit nedá. Materiál momentálně sice trochu povyskočil, ale není to nic razantního. Cena se postupně stabilizuje. Stále však lítá nahoru dolů, dokud si opět nenajde optimální střed. Cena hutního materiálu od dubna 2022 klesá. Bylo to krátkodobě dost vyšponované kvůli konfliktu na Ukrajině. Teď si hledá svoje dno. Já věřím, že výraznější materiály už dolů nepůjdou. To by se ocelárnám při dnešních nákladech na energie moc nevyplatilo.

Proč začala cena nedávno zničehonic tak stoupat?

Cena oceli na přelomu let 2020 a 2021 začala enormně růst kvůli celosvětové pandemii.

S odeznívající pandemií se začalo více utrácet, čímž vznikla i větší poptávka po výrobcích z oceli, a to logicky ovlivnilo ceny. Další faktor byl, že během pandemie byla výroba pozastavena. Spustit produkci pozastavené vysoké pece není úplně levná záležitost. Tak si představte situaci, kdy je kvůli pandemii spousta oceláren pozastavených, pandemie následně skončí, a všichni chtějí utrácet peníze.

V současnosti je situace taková, že je poptávka po oceli výrazně vyšší. A k tomu jsou kvůli znovuoobnovení výroby vyšší i náklady na výrobu. Tyto faktory skokově ovlivnily cenu oceli. Takové situace logicky ocelárny využily a téměř celý rok 2021 se takto ceny šponovaly. Ke konci roku 2021 přišla logická korekce, kdy se trh přesýtl, cena klesla a začala se stabilizovat. Nikdo však nečekal, že v únoru 2022 přijde konflikt na Ukrajině, který jednak částečně pozastavil produkci oceli z Ukrajiny a zároveň opět výrazně zvýšil poptávku především o specializovanou balistickou ocel. Sám si pamatuji, že tato balistická ocel prostě nebyla sehnána. Když se objevila, okamžitě jsem koupil poslední kamion této oceli v ČR.

Žažíváme momentálně změnu trendu, nebo je to jen lehký výkyv?

Scénář z roku 2020/2021 se opakoval. Jen z trochu jiných důvodů. Nyní jsme v situaci, kdy si trh hledá své dno, jak jsem naznačil. Cena teď velmi spadla. V nejvyšším bodě se běžná ocel prodávala třeba i za 50 Kč/kg. Nyní se prodává zhruba za 28 Kč/kg. Od dubna 2022 cena jenom klesá. Ke konci roku 2022 se cena lehce odrazila. Je však otázkou, zda je to změna trendu, nebo jen lehký výkyv a cena se bude dále snižovat. To bude přímo ovlivněné tím, jak se bude vyvíjet celkově ekonomická situace ve světě. Jestli bude recese pokračovat, je pravděpodobné, že i cena oceli bude klesat, nebo bude minimálně stagnovat. Stavební a zpracovatelské firmy sázejí na to, že bude cena chvíli stagnovat, protože osm měsíců jen klesala. Některá korekce je tudíž přirozená. Silně pochybuji, že bude cena výrazněji růst, takže se spíše přikláním k tomu, že bude cena buď stagnovat, nebo dlouhodoběji lehce klesat. Spíše ale věřím v směr pouze s lehkými výkyvy. Jakožto prodejce oceli silně doufám, že nás už žádné poklesy nečekají.

Je podle vás český zákazník s trhem hutního materiálu u nás spokojený?

V businessu, kde jsem se pohyboval předtím, jsem si musel každého zákazníka opravdu zasloužit, o každého bojovat. V obchodu s hutním materiálem mi skoro připadá, že baťovské pravidlo „Náš zákazník, náš pán“ platí naopak. O zákazníky není nouze a prodejci se chovají arogantně. Skoro jsem nevěřil vlastním očím, že tak velkou mezeru na trhu dosud nikdo neobsadil. Rozhodl jsem se tu příležitost využít a změnit tento trh k lepšímu. Typický záměrník objednáva několik různých materiálů. Málokdy se mu povede, aby mu je všechny nabídl

jeden dodavatel. Takže musí brát minimálně ze dvou zdrojů. Náš sortiment je velmi komplexní, a i to, co nemáme na webových stránkách, vždycky umíme sehnat. Další naše silná stránka je cena. Určitě patříme k nejlevnějším na trhu. Velkoobchodním zákazníkům při objednávkách minimálně v jednotkách tun nabízíme totéž. Jen se více hraje na cenu. I v tom jim umíme vyjít vstříc.

Máte v paměti začátky společnosti Atreon?

Vznikla těsně po tom, co začal konflikt na Ukrajině. A já se s naší firmou rozhodl Ukrajině pomoci prostřednictvím výroby balistických ocelových plátů. Naštěstí jsem měl kolem sebe spousty zkušených známých ze zbrojního průmyslu. Velmi rychle jsme sehnali totálně nedostatkovou balistickou ocel. Vykoupili jsme veškeré zásoby, které jsme v ČR byli schopni sehnat. Náš samotný výrobek byl však pouze polotovár, který pak byl jen dalším článkem k dotáhnutí do finální podoby. A právě zde se zrodil nápad Atreon, prodej hutního materiálu. Když jsem zjistil, jak funguje trh s hutním materiálem, nemohl jsem tomu uvěřit. Doslova jsme museli prodejce prosit, aby nám něco prodali. Díky tomu jsem si uvědomil, jaká příležitost je zlepšit tento trh. Zároveň, oproti mým jiným podnikatelským nápadům, je toto relativně konzervativní business. Proto jsem se rozhodl využít svůj časem získaný kapitál a jít „all in“. Začal jsem tedy vybírat všechny svoje investice. Prodal jsem byty (zbývá mi jich už jen šest, které ještě nabízím). Vybíral jsem crypto. A prodal sportáka. Místo toho jsem koupil dodávky, spousty železa a dalších hraček. Jak tohle dopadne, uvidíme později.

V 19 letech jste začal v pozici finančního poradce. Co vám tato práce dala do profesního života?

Ve 21 až 23 letech jsem začal levně kupovat byty na Ústecku. Ne v ghettech, ale normální pěkné byty. Koupil jsem jich 34. O rok později jsem vstoupil do online businessu, a dostal se tak k projektu Naughty Harbor, který jsem založil ve 27 letech. Ten vlastním došně. Ve zmíněném projektu jsem se naučil fungovat v e-commerce. A to díky e-shopu, který vedeme. Ač je to relativně malý trh, povedlo se nám stát se jedničkou a udělat z toho relativně pěkně výdělečný projekt. Ve 29 letech jsem hledal další výzvu. A úplnou náhodou se dal dohromady s partou tří kluků, kteří se zabývali průmyslovou robotikou a výrobou. Rozhodl jsem se s nimi rozjet společný business. Po čtyřech měsících snažení jsem si však uvědomil, že to nebyla správná volba týmu. I když jsem v průmyslu neměl žádné zkušenosti, rozhodl jsem se tedy projekt rozjet sám. Jako jediný společník. A začít na zelené louce. Přizval jsem svého výborného kamaráda Jirku Vyskočila, který je technicky zaměřený, je houževnatý a má cenné zkušenosti. On nyní řídí firmu po technické stránce. Já po té strategické a obchodní.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



Pracovat v pojišťovně znamená podávat pomocnou ruku

Pojišťovna Kooperativa je špičkou na trhu v pojišťovacích produktech a službách. Právě na ty zaměřuje poslední dobou svoji pozornost co nejvíce, protože cítí, že ve složitých situacích je důležité člověku především dobře poradit. Zkrátka pomoci. Velmi dobře ví, že úspěšný pojišťovací poradce je vlastně takovým „rodinným lékařem“. Tento názor zastává i ředitel interního obchodu Kooperativy Martin Pokorný:

O práci pojišťováků, tedy pojišťovacího poradce, koluje řada mýtů. Jaká je tato práce ve skutečnosti?

Náročná na čas, psychiku i na pravidelné vzdělávání, ale zároveň nesmírně zajímavá a pestrá a velmi atraktivně odměňovaná, když se dělá pořádně. Já pojišťovacího poradce nevnímám jako klasickou práci „od-do“, ale spíše jako životní styl a poslání. Je pro lidi, kteří rádi mluví s ostatními, poradci jsou komunikativní a učenliví, jsou i trochu psychologové, a to zejména, když s klientem řeší pojistnou událost. Práce v pojišťovně znamená především neustále chránit své klienty před nástrahami života a světa, pomáhat v nouzi, předcházet případným rizikům, tedy podávat pomocnou ruku. A to se mi na tom moc líbí.

Které aspekty práce pojišťovacího poradce jsou nejlákavější?

Kromě potenciálně velmi zajímavých výdělků, speciálně u Kooperativy, oceňují zájemci o práci

v našem týmu hlavně tradici, stabilitu a sílu firmy a také souhrn vlastností a aspektů Kooperativy, který bych nazval asi nejlépe „lidskost“. Většina nováčků je po nástupu překvapena, že i v takto velké korporaci panuje přátelská atmosféra, silná loajalita a efektivní spolupráce všech.

V čem to spočívá?

Jsem přesvědčen, že zejména v kvalitě lidí v Kooperativě. My každému zájemci jasně řekneme, že v tom není a nebude sám. Poctivě se nováčkům věnujeme a vše je naučíme. Máme propracovaný adaptační program a systém vzdělávání, a dokonce si u nás můžete vybrat, zda chcete být zaměstnanec, nebo pracovat na IČO. Obě cesty jsou v našem interním obchodě možné, protože jako jedni z mála máme vlastní obchodníky jako zaměstnance. V zásadě stačí, pokud má člověk chuť se učit novým věcem, je empatický, má „tah na bránu“, má rád lidi a baví ho komunikace s nimi. Adaptace probíhá systematicky, nováček přesně ví, jakou podporu má k dispozici od svého manažera, který se mu intenzivně věnuje, učí ho prodej, chodí s ním ke klientům, hledá potenciál na trhu a řídí jeho rozvoj. Na pozadí toho všeho má nový obchodník k dispozici celý tým odborníků, kteří ho rozvíjejí jak odborně, tak i obchodně.

Velmi málo lákavá je však představa shánění klientů dům od domu či volání na neznámá čísla...

To už dávno není pravda. Nám jde primárně o kvalitní péči a je řada klientů, kteří nemají jas-



Martin Pokorný, ředitel interního obchodu Kooperativy

ně daného „svého“ klientského poradce. Jinými slovy, nový člověk může dostat na starost klienty, o které bude pravidelně pečovat. O jejich rodiny, firmy, známé, příbuzné... Takto vlastně postupem času „vznikli“ naši neúspěšnější poradci, které si postupně se zvětšující okruh jejich klientů neustále doporučoval. Naším cílem je dlouhodobá péče o klienty, jejich potřeby a obavy. Rozhodně u nás nikdo nechodí od domu k domu a nezvoní na neznámé, máme 21. století.

Co od pojišťovacího poradce vyžaduje příslušná legislativa?

Je určitě důležité mít pozitivní přístup k dalšímu vzdělávání, což souvisí i se současnou legislati-

vou. Každý klientský poradce musí absolvovat odbornou zkoušku, bez které nemůže tuto činnost vykonávat. Tím se ale zároveň vyčistil pojistný trh od lidí, kteří mnohdy neměli dostatečné znalosti k odbornému poradenství a tato činnost byla pro ně jen třeba krátkodobá brigáda. Změny v legislativě jsou určitě dobré, protože pojišťovat lidi a chránit je před riziky je prostě odborná a zodpovědná práce, a my chceme, abychom se mohli klientům vždy a za všech okolností „podívat do tváře“. Prostě úspěšný pojišťovací poradce si musí získat osobní vztah a důvěru klientů, stát se jejich „rodinným lékařem“, aby se na něho při řešení jakýchkoliv potřeb v pojištění opětovně obraceli.

ptal se Pavel Kačer

ČPP spustila novou podobu svého klientského portálu

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group představila v prosinci 2022 klientům zcela novou podobu webové aplikace MojeČPP. Získávají tím dokonalejší přehled o všech svých pojistných smlouvách, jednodušší úpravy celé řady údajů, komfortnější komunikaci s pojišťovnou a mnoho dalších vylepšení. Nová generace webové klientské zóny vznikala primárně podle požadavků samotných klientů.

Nová podoba webové aplikace MojeČPP navazuje na úspěšné internetové pojišťovnictví, které ČPP spustila již před více než 12 lety. Jako jedna z prvních pojišťoven v Česku začala klientům nabízet náhled na všechny jejich pojistné smlouvy a transakce, změny vybraných parametrů, kontaktních údajů a možnost nastavení pojistných smluv. „Nová klientská zóna si klade za cíl kvalitně a příjemně odbavit požadavky klientů, kteří chtějí ušetřit čas nebo nemohou využít osobní

kontakt na pobočce či telefonicky přes klientskou linku. Proto jsme vložili mnoho úsilí a času do zcela nové technologické platformy, kterou aplikace MojeČPP využívá,“ vysvětlila důvody změny Renata Hucková, ředitelka Úseku rozvoje obchodu a inovací ČPP. Webová aplikace MojeČPP je poskytována klientům zdarma.

MojeČPP lze označit za pobočku, která nikdy nezavírá. Klienti se na ní mohou připojovat nejen ze svého počítače, ale aplikace je optima-

lizována i pro prohlížení přes mobilní telefony. „Pro přihlášení stačí se jen zaregistrovat, nebo lze využít i bankovní identitu BankID. Všichni pak získají jedinečnou možnost mít své pojistné smlouvy kdykoliv a kdekoli jako na dlani. A k tomu i možnost nepřetržitě vyřizovat celou řadu úkonů,“ dodala Renata Hucková.

Mezi nejběžnější operace internetového pojišťovnictví MojeČPP patří zejména:

- zjišťování informací o sjednaných pojistných smlouvách
- sjednávání nových pojistných smluv
- provádění změn a aktualizace údajů
- kontrola plateb pojistného a zobrazení historie
- zjišťování informací o škodách
- možnost posílat online dokumenty ke smlouvám i škodám

■ možnost vygenerovat si novou zelenou kartu po změně registrační značky, čísla technického průkazu či příjmení

Webová aplikace MojeČPP je poskytována klientům zdarma. Dostupná je na moje.cpp.cz.

ČPP spravuje 2,3 miliónu smluv a zajišťuje služby pro 1,3 miliónu klientů. Obchodní síť ČPP tvoří šest regionálních ředitelství se sídly v Praze, Plzni, Hradci Králové, Českých Budějovicích, Brně a Ostravě. Své služby klientům poskytuje prostřednictvím sítě poboček a kanceláří po celé České republice.

ČPP patří mezi progresivní firmy, které nabízejí svým klientům dlouhodobě také digitální služby pro sjednání pojištění i následnou komunikaci. (tz)

Výplatu škod ve Slavii zrychluje umělá inteligence

Jako jedna z prvních na trhu začala Slavia pojišťovna využívat služby umělé inteligence při likvidaci škod. Klientům autopojištění nabízí webovou aplikaci od společnosti Audatex. Díky ní nemusí s opravou čekat na příjezd mobilní techniky – software je navede, co všechno mají vyplnit a nafotit, a pokud jsou podklady v pořádku, ve více než polovině případů získají výplatu škody do pěti dnů.

Pilotní program likvidace škod za pomoci umělé inteligence běžel ve Slavii pojišťovně od října a dnes už jede naplno. Jak to funguje? Klient získá v SMS zprávě elektronický klíč, který mu umožní otevřít webovou aplikaci. Nemusí tedy sám nic instalovat. „Program pak klienta nasměruje, ukáže mu, co má nafotit, poté vyhodnotí rozsah poškození a automaticky spočítá náklady

na opravu,“ uvedl Radek Ambler, vedoucí likvidace pojistných událostí motorových vozidel ve Slavii pojišťovně. Aplikaci lze využít pro většinu menších škod na osobních vozidlech všech běžných značek. Skvěle funguje především u škod do 100 000 korun, tedy například u tzv. parkovacích škod. Zatím neumí vyhodnotit škody na speciálních vozidlech či u nehod s poškozením motoru. Předností systému je rychlost likvidace škody – pokud klient zvolí vyřízení škody rozpočtem a všechny podklady zašle v odpovídající kvalitě, čtvrtina škod je uhrazena do dvou dnů, 60 % do pěti dnů. Klient navíc nemusí mít strach, že by systém něco nezvládl – od počítače kontroluje každou škodu likvidátor a pokud má pochybnosti o kvalitě dodaných podkladů či správnosti výpočtu, ozve se zpět a vše dořeší „postaru“, což znamená, že se například s klientem dodatečně domluví na prohlídce vozu. (tz)

Kooperativa loni odhalila přes 500 podvodů

V roce 2022 Kooperativa zaznamenala nárůst odhalených pojistných podvodů, a zejména uchráněné hodnoty, která přesáhla 100 miliónů korun. „Prošetřovali jsme přes 700 podezřelých pojistných událostí a v 500 případech jsme prokázali podvodné jednání. Celková uchráněná hodnota přesáhla 104 miliónů Kč. V roce 2021 to bylo 400 podvodů za 58 miliónů Kč. Nárůst u uchráněné hodnoty je tedy téměř 100 %,“ zhodnotila rok 2022 Dita Němečková, vedoucí Odboru vyšetřování a prevence v pojišťovně Kooperativa.

Nejproblémovějším regionem v roce 2022 byla Praha a střední Čechy, kde Kooperativa odhalila 166 podvodů za 59,3 miliónu Kč. Nejméně podvodů pak její vyšetřovatelé odhalili v Karlovarském kraji a v kraji Vysočina. „Opět nejvíce případů jsme řešili v oblasti pojištění vozidel, s uchráněnou hodnotou 49 miliónů Kč, pak následuje životní a úrazové pojištění, osm miliónů korun,“ doplnila Dita Němečková.

V loňském roce také padly rozsudky v kauze organizovaného podvodu v úrazovém poji-

tění, známém jako MEDICAL, který policie začala šetřit v roce 2013. Na podvod, který organizoval pojišťovací poradce a podíleli se na něm lékaři z celé ČR, tehdy upozornila Pojišťovna České spořitelny a Kooperativa. Hlavní organizátor pojistného podvodu byl odsouzen na devět let nepodmíněně, a také další obžalovaní odešli od soudu s nepodmíněnými tresty. Rozsudek není ještě pravomocný. Jde však o jednu z nejvyšších trestů, které v souvislosti s pojistným podvodem doposud padly. (tz)

S významnými vadami se setkáváme zřídka

Čím vším se zabývají auditoři, kteří spolupracují s Českou společností pro jakost? Oblastí, do nichž vstupují, je řada, od automobilového až po potravinářský průmysl. Jeden z těchto odborníků, Ing. Tomáš Čapek, CSc., jednatel firmy UniConsulting s.r.o., v rozhovoru přiblížil, proč je audit pro firmy důležitý, co přináší a jaké záležitosti řeší.

Spolupracujete s Českou společností pro jakost jako auditor. Čeho se vaše práce týká především?

Českou společnost pro jakost vnímám už ze svého působení na České zemědělské univerzitě v Praze jako zdroj informací a zajímavých akcí. Jako auditor spolupracuji s ČSJ již 17 let. Specializuji se na bezpečnost potravinářských provozů. V drtivé většině audituji potravinářské výroby v souvislosti s národní certifikací HACCP. Jde o certifikaci, která zahrnuje všechny legislativní požadavky z oblasti národních i evropských předpisů. Další požadavky obsahuje Věstník MZe 2/2010, který požadavky certifikace definuje.

Co to znamená pro kvalitu ve firmách? V čem jim pomáháte?

Činnost při auditu certifikovaného HACCP je soustředěna převážně na bezpečnost potravin. Systematicky předchází ohrožení zdraví a života spotřebitelů. Zlepšuje funkčnost systému HACCP jako základního pilíře udržitelné potravinářské výroby. Audit ověřuje funkčnost a účinnost systému HACCP nezávislým certifikačním orgánem, tedy mezinárodně uznávaným principem auditu třetí nezávislou stranou. To je princip, který hraje významnou roli i pro odběratele potravinářských výrobků. Je to signál o spolehlivosti partnera – dodavatele.

Jak audit v tomto případě funguje?

Kvalita procesů společností je nastavena a každoročně ověřována auditním mechanismem. Aktualizace vhodnosti procesů ve výrobě, ke které je společnost vedena, je aktivita, která bez určitého impulsu ve firmách většinou zaostává. Společnosti mají procesy nějak definovány, bez

toho nelze vyrábět. Audit podporuje a definuje míru dokumentace vhodné pro jednotlivé činnosti, tak, aby i po případném odchodu klíčových pracovníků byly vhodné postupy uchovány. Dokumentace slouží také jako vodítko pro pracovníky. Při auditu je posuzována praktická skutečnost ve výrobě proti nastavené dokumentaci. Zde mnohdy dochází k rozevírání nůžek, kdy se za čas bez aktualizace praxe odchýlí od nastavení procesů v dokumentaci. Udržování procesů v odpovídajícím stavu spočívá v nutnosti stálé revize a zlepšování, ke kterému ve většině firem nedochází v ideální míře. Každý má na svém úseku většinou velké množství činností, které lze označit jako operativu. Jedině audit je mechanismus, kdy lze pomocí vzorkování prověřit a případně navést firmu k revizi dlouho neaktualizovaných procesů v co nejkratším čase.

Firma získá při auditu jistotu prověření všech zákonných povinností, ale tím i klíčových procesů, kde pomocí auditorových otázek dochází k navedení pracovníků k úvaze o revizi a zlepšování probíraných činností. Po skončení auditu má management společnosti k dispozici seznam neshodných požadavků, nad kterými je nucen se zamyslet a výsledek dát auditorovi k posouzení.

Hodně se zaměřujete na potravináře. Tento obor je každodenně pod veřejnou kontrolou samotných spotřebitelů, strážníků. Jakost je zde tedy pod drobnohledem. Přesto, co se firmám v tomto odvětví moc nedaří, v čem chybují? Nač se je snažíte upozornit?

Neřekl bych, že se potravinářským firmám příliš nedaří. Samozřejmě jsou některé specifické oblasti, kde je situace horší, nebo je více mediálně probírána. Chápu, že bezpečnost a kvalita potravin je téma pro každého občana velmi důležité, a řekl bych čím dál důležitější. To je ale spíše pozitivní trend. Pokud se týká výrobců potravin, je u nás tradičně situace velmi dobrá. Po určitém období devadesátých let, kdy se do oboru tlačili podnikatelé bez příslušného vzdělání, technických možností nebo nutného kapitálu, se trh vyčistil. Ti výrobci potravin, kteří přežili, jsou na velmi dobré až skvělé úrovni. Významné vady, které by nás měly naplňovat obavami, se nachází opravdu zřídka.



Ing. Tomáš Čapek, CSc., jednatel firmy UniConsulting s.r.o., auditor spolupracující s Českou společností pro jakost

Například tedy?

Starší výroby mají někdy problémy s technickým stavem konstrukcí. Stále se objevuje plíseň v rozích místností. Je způsobena buď špatnou tepelnou izolací, nebo podceněním kapacity odtahu. Potom nepomůže žádné Savo, ale poměrně náročná stavební úprava. Zpříšňují se také nároky na čistitelnost prostor i strojů. Každá spára může být zdrojem kontaminace výrobků. Nešťastné řešení zaoblených přechodů stěn a podlahy dodatečně připevněnými plastovými nebo kovovými tvarovkami, díry ve stěnách po odstranění technologií jsou poměrně časté.

Vzdělávání a školení pracovníků by měl být stálý plánovaný proces, kterému některé firmy

nevěnují dostatečnou pozornost. Při existující fluktuaci je třeba brát tuto povinnost jako neměnné pravidlo, i když někdy slyším od majitelů společností, že vzdělávají pracovníky pro konkurenci.

Poslední dobou se více diskutuje o trvanlivosti výrobků...

Drobné závady zaznamenávám také ve stanovování trvanlivosti výrobků, kdy chybí testy na konci trvanlivosti, které by měly mimo jiné ověřit obsah deklarovaných látek, na jejichž množství se výrobce odkazuje na spotřebitelském značení.

Ne vždy je výrobcům jasné, od kdy se začíná stanovená trvanlivost výrobku počítat. Je to zpracování základních surovin, konec výroby, nebo až značení výrobku před expedicí?

Ne každý řeší potřebu vnímat trvanlivost surovin v souladu s trvanlivostí výrobku. Posouzení technologických operací nebo vlastností surovin, které mohou přispět k prodloužení trvanlivosti suroviny v rámci vyráběného výrobku, je nutné vyhodnocovat. Sledovatelnost šarží surovin i výrobků jako zákonný požadavek je také na různé úrovni. Jen špičkoví výrobci mají tuto povinnost řešenu automatizovaně za pomoci čárových kódů nebo QR kódů. Většinou sledování unikají suroviny používané pouze občas a přídatné látky. Zapomíná se také na evidenci obalů nebo pomocných látek např. filtrů a filtračních hmot.

Poměrně často nacházím prošlé suroviny, které byly použity na nějaké vzorkování, nebo suroviny málo využívané. Obaly v přímém kontaktu s potravinou nejsou mnohdy vnímány při uskladnění jako potravinářské suroviny. Jde o horší skladovací podmínky nebo nezakrytí již otevřených primárních obalů. Ne vždy pracuje firma pouze s materiály v přímém kontaktu s potravinou, které odpovídají nařízení 1935/2004. Jde mnohdy o drobné plastové předměty, jako misky cedníky, stěrky, pasy atp.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

pokračování rozhovoru najdete v březnovém vydání Prosperity

INZERCE

SYMA 2023 SYSTÉMY MANAGEMENTU KONFERENCE

30.–31. března 2023

Hotel Occidental, Na Strži 1660/32, Praha 4

Konference je určena všem zájemcům o oblast systémů managementu, absolventům kurzů a držitelům certifikátů.

Informace a program konference najdete na adrese <https://syma.csq.cz/>

30. 3. 2023

- Společné jednání
- Automotive I. (na vlně VDA 6.3)
- Systémy managementu EMS a BOZP
- Zlepšování, dobrá praxe, nové trendy

31. 3. 2023

- Automotive II. (kulatý stůl Core Tools)
- Novinky v normách pro systémy managementu
- Měkké auditorské dovednosti
- Společné jednání – diskuzní stůl Lidé v systémech managementu

Kaufland přináší už 25 let radost českým zákazníkům

Moderní nákupní prostředí, bohatý výběr, kvalita, čerstvost produktů a příznivé ceny. Kaufland v Česku přináší zákazníkům radost už čtvrt století. První prodejnu otevřel obchodní řetězec v Ostravě v roce 1998, od té doby nabízí široký sortiment kvalitních a čerstvých produktů s důrazem na spolupráci s lokálními dodavateli a pohodlné nakupování v příjemném prostředí celkem ve 140 prodejnách.

Společnost klade velký důraz na moderní technologie, společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj a podporuje komunity v místech, kde působí. „Po celou dobu našeho působení na českém trhu patří mezi naše základní pilíře férové jednání, široká nabídka kvalitních a čerstvých produktů za příznivou cenu a prvotřídní zákaznický servis. Chceme být první volbou jak pro naše zákazníky, tak i pro naše zaměstnance. Víme, že rozhodují činy. Naši dlouhodobou strategií je odpovědné podnikání s důrazem na udržitelnost a podporu komunit,“ řekl generální ředitel Kauflandu Stefan Hoppe.

Moderní nákupní prostředí, bohatý výběr, kvalita, čerstvost produktů a jedinečný zákaznický servis. Už 25 let poskytuje Kaufland v České republice, do níž z Německa expandoval jako vůbec do první ze sedmi zemí, to nejlepší. Po první prodejně v Ostravě-Zábřehu se Kaufland brzy objevil v dalších českých městech. V roce 2003 otevřel v Hradci Králové už padesátou prodejnu. Téhož roku také zahájil provoz vlastní



masozávod v Modleticích a v roce 2006 pak distribuční centrum v Olomouci.

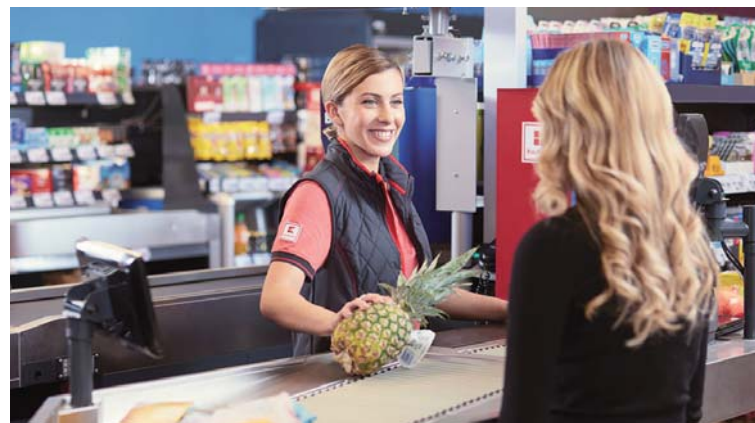
V roce 2010 Kaufland uvedl výrobky privátní značky K-Classic, další rok už ve Veselí nad Moravou představil svou stou prodejnu. Stále častěji se angažoval i v dalších oblastech. Postupně zahájil spolupráci s různými neziskovými organizacemi. Potřebným daruje potraviny přes Českou federaci potravinových bank. Díky Fondu Kaufland, zřízenému pod Nadačním fondem Českého rozhlasu Světluška, pomáhá zrakově postiženým. Kaufland je také významným partnerem Centra Paraple či organizací Helpes, Loono nebo Debra ČR. Mnoha sbírek se účastní i samotní zákazníci, kteří spolu s Kauflandem v loňském roce na dobročinné účely darovali celkovou částku 60 miliónů korun.

Velkým milníkem bylo v roce 2020 spuštění věrnostního programu Kaufland Card, do kte-

rého se za dva roky zapojilo přes dva milióny zákazníků. Program nabízí slevy na míru, kupóny na oblíbené zboží, atraktivní soutěže nebo výhody u prestižních partnerů. Společnost zároveň na prodejních rozjela službu K-Scan, díky níž si zákazník může nákup jednoduše naskenovat pomocí chytrého telefonu nebo ručních skenerů a rovnou vložit do tašky.

V průběhu posledních dvou let Kaufland znovu výrazně investoval do svých logistických procesů. Rozšířil distribuční centrum v Olomouci o automatizované sklady AKL a HRL a otevřel nový sklad pro ovoce a zeleninu v Modleticích.

Řetězec nezapomíná ani na své pracovníky. V současné době zaměstnává přes 23 000 lidí. Kromě stabilního finančního zázemí zaměstnancům poskytuje příjemné pracovní prostředí a řadu benefitů. „Záleží nám na spokojenosti



našich zaměstnanců a vážíme si jejich pracovního úsilí a loajality. Jsem moc rád, že je mezi námi zhruba sto zaměstnanců, kteří tvoří silný Kaufland tým již 25 let,“ dodal Stefan Hoppe.

K oslavě čtvrtstoletí na českém trhu společnost připravila pro nakupující od začátku roku cenovou kampaň „25 let nejlepší cena pro Česko“, v níž každý týden přináší výhodné nabídky napříč celým sortimentem.

Díky svým činům a aktivitám Kaufland získal řadu ocenění. V poslední době vyhrál Národní cenu České republiky za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj a dle studie společnosti Impact Metrics je znovu také nejudržitelnějším obchodním řetězcem v ČR. Za rok 2022 se dokonce stal pátou nejúspěšnější společností v anketě Českých 100 Nejlepších. Společnost také už počtvrté za sebou obhájila ocenění Top Employer Czech Republic. (tz)

V dm drogerii zákazníci lovit slevy nemusejí

Aby si mohli zákazníci drogerie dm své nákupy předem promyslet, garantuje společnost dm u veškerého sortimentu dlouhodobé ceny. Produkty totiž změní cenu vždy minimálně na čtyři měsíce. Zákazníci ušetří nejen peníze, ale také čas, jelikož nemusejí pokaždé hledat akční nabídky a srovnávat ceny.

Pilířem cenové strategie společnosti dm drogerie markt je garance dm dlouhodobých cen. Zákazníci tak mají jistotu, že zvolené produkty pořídí vždy výhodně a v momentě, kdy je skutečně potřebují. „Zákazník v nás může mít důvěru, že mu nabídneme produkty za výhodné ceny, které jistíme minimálně po dobu čtyř měsíců. Přinášíme tím jistotu cenové stability, aby si mohli zájemci naplánovat své nákupy a zboží pořídit v době, kdy ho skutečně potřebují. Šetří tak ne-

jen svým časem, ale i penězi,“ řekl Jiří Peroutka, manažer komunikace dm. „Taková byla i zásada Götze W. Wernera, zakladatele společnosti dm. Řídíme se jí dodnes,“ doplnil.

Podle průzkumu společnosti dm, který realizovala agentura STEM/MARK v roce 2020, totiž 64 % českých žen v akcích často nakoupí i zboží, které sice obvykle používají, v daný moment je ale nepotřebují. Celá čtvrtina žen pak ve slevách nakupuje i zboží, které běžně

nepoužívá, a jediným motivem k jeho nákupu je právě sleva.

Garance dlouhodobých cen se v dm týká celého sortimentu a je dostupná pro všechny, kteří v oblíbené drogerii nakupují. K jejímu využití totiž nejsou potřeba věrnostní karty ani slevové kupony. Za stejnou cenu potom lidé pořídí své oblíbené produkty jak v prodejnách, tak na online shopu dm i v aplikaci Moje dm. „Naše strategie dlouhodobých cen prohlubuje důvěru mezi námi a zákazníkem. Díky tomu patří dm mezi nejúspěšnější značky na trhu,“ dodal Jiří Peroutka.

Mnoho zákazníků se do dm vrací i díky oblíbeným privátním značkám. Skoro každý druhý produkt v nákupním košíku zákazníků po-

chází z řad dm značek. Spotřebitelé mohou vybírat z více než 4600 produktů od celkem 32 dm značek, které nabízejí skvělý poměr mezi kvalitou a cenou.

Společnost dm oceňuje loajalitu a věrnost zákazníků, a proto nabízí věrnostní program dm active beauty, v němž je v současné době registrováno více než 2,4 miliónu zákazníků, kteří za posledních 12 měsíců při nákupu alespoň jednou použili kartu. Registrace v programu a aktivní využívání aplikace Moje dm představuje pro uživatele výhodu. Body nasbírané za provedené nákupy mohou proměnit ve slevu na celý nákup. Díky exkluzivním eKuponům v aplikaci Moje dm mohou sbírat body ještě rychleji, a tím častěji využívat možnosti slevy na nákup. (tz) ■■■

Pro velkoobchod makro ČR jsou zaměstnanci klíčoví, proto se jim za poslední rok a půl už počtvrté zvedly mzdy

Velkoobchod makro ČR je férovým partnerem nejen pro své zákazníky a dodavatele, ale především pro své zaměstnance. Mzdy proto zvedal za posledních 18 měsíců už čtyřikrát. Zaměstnanci si tak přilepšili až o 25 %.

Sít velkoobchodů makro ČR opět zvyšuje mzdy svým zaměstnancům. Od 1. prosince 2022 si mzdově přilepšili zhruba o 10 %. „Za nadstandardní služby poskytované našim profesionálním zákazníkům patří největší dík všem kolegům. Jsme proto nesmírně rádi, že můžeme našim zaměstnancům poděkovat za jejich práci také finančně navýšením mezd, a dát jim tak najevo, že si jich vážíme. Za poslední rok a půl navýšujeme mzdy už počtvrté, a celkově jsme tak našim zaměstnancům zvýšili mzdy v průměru o celou čtvrtinu,“ vysvětlila Daniela Hrbková, personální ředitelka makro ČR. První

zvýšení mezd přišlo v červenci roku 2021, druhé následně v listopadu. Loni velkoobchod zvyšoval poprvé v březnu a podruhé v prosinci.

Nejvyšší nárůst mezd proběhl za poslední měsíce u zaměstnanců, kteří působí přímo v prodejnách a distribučním centru makro ČR. Zaměstnanci právě na těchto pozicích jsou sou-



časnou situací rychle rostoucích životních nákladů ohrožení nejvíce. Od letošního ledna se navýšení dočkají i zaměstnanci v centrále společnosti. Kromě růstu mezd dostanou v průběhu příštího roku všichni zaměstnanci poukázky na nákup zboží v makro v celkové hodnotě 20 000 Kč.

Zaměstnanci jsou v makro ČR základním pilířem úspěchu celé firmy. „U nás v makro se všechno točí kolem dobrých vztahů mezi zaměstnanci a našimi zákazníky. Většina zákazníků u nás nakupuje pravidelně a spoustu let, známe je osobně a přizpůsobujeme jim naši nabídku. Právě tím se jako velkoobchod výrazně lišíme od klasického retailu. Chceme být profesionálními partnery v jejich podnikání a děláme vše pro to, abychom jim dobrým partnerem byli a zůstali. Abychom toto zajistili, neustále produktově vzděláváme naše zaměstnance na všech pozicích a ve všech odděleních. Chceme, aby každý z kolegů byl odborníkem ve

své kategorii. Pokud chcete pracovat například se sortimentem ryb, u nás budete za chvíli o rybách vědět úplně všechno,“ popsala Daniela Hrbková a dodala, že zaměstnance v makro ČR nespojuje jen společný zaměstnavatel, ale i láska ke gastronomii.

Kromě finančních odměn se velkoobchod makro ČR stará také o zdraví svých zaměstnanců. Nadstandardní zdravotní péči v podobě online lékařského poradenství nabízí už více než rok. „Jde o zdravotní benefit, který kombinuje klasickou lékařskou péči s online medicínou a je dostupný 24 hodin denně sedm dní v týdnu. Tento benefit za uplynulý rok využilo mnoho kolegů při nejrůznějších příležitostech a pomohl například při rychlém objednání k lékaři prostřednictvím zdravotního koordinátora,“ uvedla Daniela Hrbková. Kromě online lékařské péče nabízí také sezónní očkování proti chřipce, inspirující workshopy na téma fyzického a mentálního zdraví či Multisport kartu. (tz)

Naučte se s firmou pracovat tak, jako byste jich měli pět

Podnikat jako živnostník může být skvělý start samostatné kariéry. Začala tak cesta mnoha slavných českých firem, které si vybudovaly jméno nejen v tuzemsku, ale i za hranicemi. Jenže touží-li podnikatel po tom, aby vytvořil velký podnik, měl by podle Ing. Jiřího Jemelky, MBA, zakladatele a majitele JPF Czech s.r.o., zvolit jiný přístup k řízení.

Vy sám jste jako živnostník začínal. Proč si myslíte, že je zrovna živnostenský přístup pro podnikání spíše rizikem?

Začínal jsem tak před dvaceti lety. Tehdy jsem ještě nebyl ve světě businessu příliš ostřílený hráč a hlava mi přímo přetékala nápady. Živnost vám dává poměrně dobrý rozlet, můžete si osahat oblast podnikání z různých stran. Uvede vás do toho, co znamená podnikat v malém a být zodpovědný sám za svou aktivitu. To se v běžném zaměstnání naučit nemusíte. Plně ve vašich rukou je veškerá administrativa, provozní aktivity, marketing, organizace, obchodní vztahy. Živnost považuji za prima tréninkovou dráhu. Jsou to první krůčky, než se vydáte do opravdového podnikání se všemi náležitostmi. Otestujete vlastní síly, máte plnou kontrolu nad tím, co se s vaší miniaturní firmou děje. Nemyslím si tedy, že být živnostníkem je cíl, ale spíše cesta. Když máte ale vyšší ambice, začne vás živnostenský postoj k podnikání spíše zdržovat a rozptylovat.

V čem přesně může podnikatele brzdit?

Jako živnostník si za vše zodpovídáte sám a vše také sám koordinujete. Tím zpravidla podnikatel přichází o čas a energii. Když vycházím ze svých zkušeností odborníka na executive interim management, to hlavní, čemu se musí businessman (nebo businesswoman) věnovat, je především vize, strategické plánování a rozvoj. Podnikání je totiž ve skutečnosti dynamický proces a jakékoli ustrnutí vás připravuje o výhody. Už z principu věci tedy ustrnout znamená firmu odsuzovat k úpadku. Když jste ale zavaleni dílčími povinnostmi, o něž by se měli ve firmě starat další kolegové, které obvykle nevyhnutelně nabere, když se vám začne dařit

Vaše představa nemusí být nutně lepší než způsob, kterým se k tomu postaví daný zaměstnanec. Jestli lidem budete takto přistihovat křídýlka, rozvoje podniku se nedočkáte. Místo zkušených orlů si budete v hnízdě chovat takové jedince, kteří kvůli vaší praxi zakrní.



Ing. Jiří Jemelka, MBA, zakladatel firmy JPF Czech s.r.o.

a rozrůstáte se, nemůžete se chovat jako majitel ke svému podniku vůbec zodpovědně. Odbíháte od podstaty podnikání k mikromanagementu a nedokážete vyjít ze své bubliny každodenních povinností.

A nestačí tedy přijmout jen nové lidi?

Ano i ne. Další lidé jsou vítáni. Ale pozor, měli by být kompetentní. Živnostníci se často snaží potřebě rozvoje týmu vyhovět prostřednictvím rodinných příslušníků. To může a nemusí být vhodná cesta. Dcera může být, i když s minimem počátečních zkušeností, nakonec zručná v péči o zákazníky, teta v oblasti expedice a brácha ve finančním hospodaření. Ale taky se může stát, že pro samý les živnostník nevidí stromy a naprosto mu uniká, že jeho dceru ta práce absolutně nenaplnuje. Nebo že by bráchovi, i když to s čísly umí, šel daleko lépe marketing. Když přemýšlíte o zaměstnancích, musíte nabrat takové, kteří jsou pro danou oblast a úkoly vhodní, kteří je chtějí dělat a budou se učit. A pak už je jedno, zda budou z rodiny, najdete je mezi přáteli, na LinkedInu, nebo se vám přihlásí přes inzerát.

A teď ta druhá část rovnice. Když už na něco lidi přijímáte, musíte jim taky svěřit zodpovědnost a jasně si to ve vaší malé firmě musíte zorganizovat. Za co kdo zodpovídá a kam sahají jeho pravomoci. Majitel společnosti nemůže fungovat jako opatrovník.

Co se děje, když to tak není?

Pak se stává, že pracovníci, a to je všeobecná tendence doby, nebo možná i pozůstatek minulosti, od zodpovědnosti budou dávat ruce pryč. Každý z týmu bude chtít do detailu posvětit každou drobnost. A o to je to horší! Od článku na blogu přes post na sociálních sítích až po značku mýdla na toaletách. I když zaměstnáváte tým, v důsledku děláte práci za něj. To je špatně. To je jeden extrém. Lepší není ani situace, kdy svému týmu svěříte úkol, a přestože je splněn dobře, kritizujete postup a způsob, jakým toho bylo dosaženo. Vaše představa nemusí být nutně lepší než způsob, kterým se k tomu postaví daný zaměstnanec. Jestli lidem budete takto přistihovat křídýlka, rozvoje podniku se nedočkáte. Místo zkušených orlů si budete v hnízdě chovat takové jedince, kteří kvůli vaší praxi zakrní.

Kam takové jednání vede?

Do problémů. Důsledkem obou přístupů budete zahlceni mikromanagementem, který ještě nik-

dy k velkým věcem nevedl. Pravděpodobně také nastanou personální potíže. Tyto přístupy jsou sebezničující. Je to rakovina každého businessu.

Dá se to napravit?

Pro každého podnikatele mám jednoduchou radu. Představte si, že tu vaši malou firmu o pěti nebo deseti nebo střední o dvou stech lidech vedete tak, jako byste vlastnili podniků pět. Jedině tak se můžete k firmě chovat natolik zodpovědně, že se při rozvoji neztratíte v každodenních záležitostech.

Když jde o vývoj produktu, tak to nechávejte na komunikaci marketingu a produktového oddělení. Očekáváte prezentaci výsledků. Kladete dotazy, máte připomínky, chcete slyšet podložené argumenty. Ale neděláte za své lidi jejich práci. To samé se děje při přípravě na přechod k nové logistické službě nebo v případě rozhodování o vstupu na nový trh.

Zdá se ale, že podnikatel se sice zbaví nějakých výkonných povinností, avšak konečná rozhodnutí v těchto běžných záležitostech stejně leží na něm...

Viděli jste už někdy majitele pěti firem, v níž by tento člověk zároveň dělal výkonného ředitele? Já ne. Když se máte k podnikání postavit podle mého doporučení, dřív či později budete potřebovat svého CEO, který bude za běžné exekutivní záležitosti zodpovídat a bude o nich podle nastavených strategií rozhodovat. Role majitele a ředitele by měly být vždy oddělené. Z principu. Je to osvobození pro majitele a výhra pro firmu.

Mohl byste tedy shrnout, jak by se měl majitel života firmy účastnit, aby se jeho společnosti dařilo?

Vedle toho, že se stará o rozvoj a směřování podniku, dává mu nějakou vizi a řeší s nejvyšším vedením výsledky, výkon, pozici na trhu a zásadní otázky firemní budoucnosti, což je mimo jiné často také otázka produktového vývoje, apod., má ještě jednu výsadu. Může využít svého potenciálu a starat se o zaměstnance způsobem, který aktivuje firemní potenciál. Zkrátka jako kvalitní lídr, který rozumí firmě a lidem v ní, dokáže je pochopit i motivovat. A tím ze své firmy udělá lovebrand na straně zaměstnanců, organizaci, která se nejen bude dobře vyjímat v životopise, ale zaměstnanci ji také mají rádi.

ptala se Kateřina Šimková

Pozor na nespolehlivé subjekty, je jich už víc než 26 000

V loňském roce v ČR přibýlo 2159 subjektů, které nespolehlivě odvádí DPH nebo jsou označeny jako nespolehlivé osoby. Dun & Bradstreet aktuálně na černé listině nespolehlivých firem registruje 26 158 subjektů – z toho 4934 nespolehlivých plátců DPH a 21 224 nespolehlivých osob, celkem o 13 % víc než koncem roku 2021. Nejvíc nespolehlivých firem podniká v pronájmu a správě nemovitostí, zprostředkování velkoobchodu a službách.

„Registr nespolehlivých plátců DPH a subjektů, které závažným způsobem porušují povinnosti vztahující se ke správě daně, se v prvních třech kvartálech uplynulého roku plnil nebyvale pomalým tempem. Skok nastal ve čtvrtém čtvrtletí, kdy na černé listině přibýlo 1200 subjektů. Podobný scénář jsme zaznamenali i v roce 2021,“ řekla analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová. „Současně mírně vzrostl počet nespolehlivých plátců DPH, který začal klesat v roce 2018. Naopak počet nespolehlivých osob narůstá kontinuálně od roku 2017,“ dodala Petra Štěpánová

s tím, že naprostá většina nespolehlivých osob byla v minulosti plátcem DPH, nicméně poté, co byla označena jako nespolehlivý plátec DPH, došlo ke zrušení registrace k platbě z přidané hodnoty.

Detailnější analýza Dun & Bradstreet ukázala, že nejvíc nespolehlivých firem podniká v pronájmu a správě nemovitostí, zprostředkování velkoobchodu a službách. Do první pětky se zařadil také nespécializovaný velkoobchod a stravování.

Za nespolehlivou je považována firma, která nemá v pořádku daňové doklady a úřad jí vyměří daň alespoň 500 000 Kč, a také podnik podezřelý z účasti na podvodu. Za nespolehlivého plátce může být označena i společnost, která opakovaně neplní lhůty pro povinná podání. Nespolehlivou osobou se na základě rozhodnutí správce daně může stát fyzická i právnická osoba. Jde buď o subjekty, které nejsou plátcí DPH a závažným způsobem poruší povinnosti vztahující se ke správě daně, nebo o subjekty, jež přestaly být plátcem DPH v okamžiku, kdy byly uvedeny v registru nespolehlivých plátců DPH. (tz)



foto Pixabay

Top 5 oborů činnosti s nejvyšším počtem nespolehlivých firem

obor činnosti	nespolehliví plátcí	nespolehlivé osoby	celkem
Pronájem a správa vlastních nebo pronajatých nemovitostí	398	2384	2782
Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení	402	2313	2715
Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti	392	2079	2471
Nespecializovaný velkoobchod	274	995	1269
Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních	258	1131	1389

zdroj: Dun & Bradstreet

Devět z deseti Čechů platí pravidelně hotovostí, v počtu bankomatů zaostáváme

Závěrem loňského roku nastal definitivní konec elektronické evidence služeb (EET). Nastane hromadný exodus restaurací zpátky k hotovosti? Podle expertů je právě menší ochota podnikatelů přijímat platební karty na dohled. A pokud je budou přijímat, karetní poplatky přejdou na zákazníka – dosud je totiž převážně platí banka nebo obchodník, u kterého člověk nakupuje.

Velká bankomatová síť, především v malých obcích, stále chybí. To potvrzuje i aktuální výzkum společnosti STEM/MARK pro poskytovatele bankomatů Euronet. Podle něj by až polovina osob uvítala více bankomatů v místech, kde se pohybují nebo žijí. Jedním z důvodů, proč drobní prodejci a restaurace v malých obcích vůbec zvažovali bezhotovostní platby, bylo povinné zavedení EET, a tím i vynucený krok směrem k určité úrovni digitalizace. Obraty v těchto podnicích nebývají velké a poplatky za platební terminály a jednorázová zařízení EET pokladen mohly být až devastační.

**Poplatky za platbu kartou
se přenášejí na zákazníky**

„Digitální platby nejsou bez poplatků. Poplatky se platí při každé transakci a jdou karetním společností. Někdy to uživatel nepozná, protože tyto poplatky na sebe bere banka nebo obchodník. Ale trendem dle mého názoru bude, a můžeme to vidět i na případu největšího e-shopu u nás, že při nákupu zboží na firmu tyto poplatky při platbě kartou už uhradí zákazník. Protože proč by si měl obchodník ukrájet z marže jenom kvůli tomu, že přijímá karty?“ komentoval situaci Ondřej Kozák, výkonný ředitel společnosti Euronet ČR.

Frekvence výběrů každoročně stoupá

Ač by se na první pohled mohlo zdát, že hotovosti již dávno odzvonilo, opak je pravdou. Čtvrtina Čechů stále nedá na hotovost dopustit a vyloženě ji preferuje před platbou kartou. Ve věkové kategorii 30 až 44 let je to dokonce třetina. Podle průzkumu denně využívá platbu v hotovosti 1 ze 4 lidí, z nich 30 % mužů, ale pouze 19 % žen. V minimálně týdenní frekvenci jde až o 89 % lidí.

„Podle našich dat vidíme, že lidé využívají dennodenně ke svým platbám hotovost. Každý den se uskuteční přes 6500 výběrů z Euronet bankomatů, kterých je 650 po celé České republice. Mimo Prahu dokonce dochází k výběrům hotovosti ještě ve větší frekvenci než před pandemií. Větší potřeba hotovosti značí i to, že

A man in a white shirt and suspenders is using an ATM. The ATM screen displays "EUR CZK" and a stylized icon of a building. The man is looking down at the machine, and his hand is near the card slot. The background is a light-colored wall.

Platební terminály nejsou standardem

Hlavní důvod, proč lidé platí hotově, nepřekvapí – obchodníci platbu kartou neprijímají. Pro 30 % z nich bývá důvodem také potřeba rozměnit si. Načež každý pátý člověk platí ze zvyku nebo má rád větší kontrolu nad svými financemi. Nejčastěji spontánně uváděným důvodem je platba drobné částky, někdy spojená s poplatky za platbu kartou.

„V malých městech stále není platba kartou standardem. Restauracím ani službám se nevyplatí si platební terminály pořizovat a zákaz-

níci musí disponovat hotovostí. Bankomatů je ale stále minimum a obyvatelé musí dojíždět do větších měst. To stojí jak čas, tak dodatečné náklady," sdělil Ondřej Kozák.

Alternativy neřeší problém

Často uváděnou alternativou k výběrům z bankomatu je výběr hotovosti u kasy v místním obchůdku. Avšak samotné uchovávání hotovosti má řadu háček, které by málokterý obchodník zvládl akceptovat. Ondřej Kozák k tomu podotkl: „Bankomat musí splňovat přísná kritéria na bezpečnost, ať už při jeho plnění hotovosti, nebo při provozu. Když to zjednodušíme, musí vydržet výbuch, a pokud se i přesto zloděj dostane k penězům, musí je znehodnotit. Všechna tato rizika bere Euronet

na sebe. Nedokážu si predstaviť, že bychom ručili za jakéhokoli obchodníka.“

Hotovost není zadarmo

Avšak právě z důvodu bezpečnosti a údržby je ekonomika bankomatů nákladná. I proto se větším bankám nevyplatí bankomaty především do menších obcí umístit. Přitom právě tam jsou nejpotřebnější.

„Je důležité si uvědomit, že hotovost a její dostupnost není zadarmo. Většinová společnost má dojem, že je to garantovaná služba zdarma. Ekonomika bankomatů je ale nákladná: nákup zařízení, včetně moderních zabezpečovacích prvků, jeho údržba, platba nájmu, doplňování hotovosti, čištění nebo servis. Zpracování transakcí probíhá přes karetní společnosti (nejčastěji VISA a Mastercard), které určují poplatkovou politiku za výběry nebo vklady z bankomatů. Samotný provozovatel bankomatu má jenom velmi omezené možnosti, jak své příjmy ovlivnit,“ dodal Ondřej Kozák.

Třetina Čechů nemá kde si vybrat

Nedostupnost hotovosti potvrzují i výsledky průzkumu, podle kterého by 50 % Čechů uvítalo více bankomatů v místech, kde se pohybují. Největší zájem je v obcích do jednoho tisíce obyvatel. Třetina Čechů se potýká s problémem, že potřebují hotovost, ale nemají si ji kde vybrat.

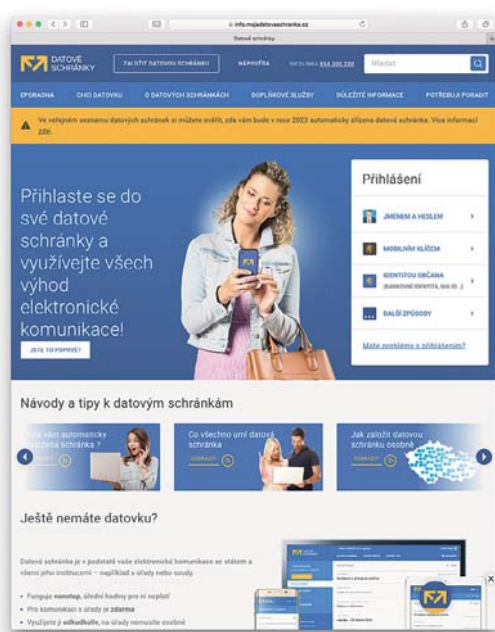
„S inflací, rostoucími cenami za energie, ale hlavně cenami za pohonné hmoty se prodraží i cesta za hotovostí. Při dnešní ceně benzínu a například 12 kilometrech dojezdu, nemluvě o dalším poplatku za výběr, pokud jde o jinou banku, než u které máme založený účet, se cena za výběr mnohonásobně zvýší,“ upozornil Ondřej Kozák.

Podle průzkumu by až polovina Čechů uvítala více bankomatů ve svém okolí.

Celých 31 % lidí ale vypovědělo, že má bankomat velmi daleko od bydliště. Nepřekvapí, že nejhorší dostupnost uvedli respondenti z malých obcí do tisíce obyvatel. V pěší vzdálenosti zde bankomat má pouze 14 % lidí. V obcích s 1 000 až 5 000 obyvateli má bankomat v pěší vzdálenosti už 41 % lidí.

„V obcích do tisíce obyvatel se do situace, kdy si nemají kde vybrat, alespoň občas dostává více než 53 % lidí. Snažíme se poskytnout právě malým obcím možnost umístění bankomatů s poplatky za výběr podle smlouvy s jejich bankou,“ doplnil Ondřej Kozák. Bohužel bankomatová síť v Česku stále chybí, a ač by se mohlo zdát, že se rozvíjí doba digitální, každý by měl mít právo platit i hotovostí. (tz)

Průzkum mezi OSVČ: Stát jim zřizuje datové schránky,
většina z nich s tím počítá



V průběhu prvního čtvrtletí zřídí stát všem OSVČ elektronickou datovou schránku a bude s nimi komunikovat výhradně jejím prostřednictvím. Týká se to přibližně dvou miliónů osob s živnostenským oprávněním a zhruba 200 000 právnických osob. Podle průzkumu poradenské skupiny Moore Czech Republic bylo na konci loňského roku se změnou obeznámeno 86 % osob samostatně výdělečně činných. Podle odborníků poradenské skupiny je přechod na komunikaci pomocí datových schránek důležitým krokem v rámci digitalizace státní správy.

Veškerá komunikace mezi státem a OSVČ se během prvního kvartálu přesune do elektronické sféry. Pomocí datové schránky budou OSVČ například podávat daňová přiznání či budou informováni o pokutách. „Digitalizace státní správy je pro fungování administrativy ve 21. století naprosto zásadní. Díky datovým schránkám se zjednoduší komunikace, a tím zvýší efektivita úředních procesů, dojde k finanční úspoře a v neposlední řadě je tento způsob také šetrnější k životnímu prostředí,“ komentoval Marcela Hrdá, partnerka pora-

denské skupiny Moore Czech Republic. Podle průzkumu pro poradenskou skupinu Moore Czech Republic měla na konci loňského roku zřízenou datovou schránku zhruba polovina z oslovených respondentů. Podle Ministerstva vnitra celkový počet datových schránek v tuto chvíli dosahuje téměř 1,7 miliónu. Začátkem příštího roku jich pak podle Ministerstva vnitra přibude 2,2 miliónu. „Očekáváme, že přechod na datové schránky bude poměrně plynulý a probleméme větší problémů. Nejen proto, že je o změně mezi OSVČ v tuto chvíli

již vysoké povědomí, ale také s ohledem na dosavadní zkušenosti, kdy devět z deseti OSVČ, které již datovou schránkou disponují, ji aktivně a pravidelně využívá," řekla Marcela Hrdá.

V průběhu ledna až března budou všem OSVČ doporučeným dopisem zaslány na adresu trvalého bydliště či sídla přístupové kódy do datové schránky. „Problém mohou mít ti, kteří nemají v obci uvedenu aktuální adresu, na které se fakticky vyskytují,“ upozornila Natalia Vlachopulosová z advokátní kanceláře Moore Legal CZ s tím, že v datové schránce mohou osoby samostatně výdělečně činné očekávat všechna rozhodnutí a výzvy od správních orgánů. „Každá taková písemnost se přitom automaticky považuje za doručenu,“ vysvětlila. Přechod na komunikaci prostřednictvím datových schránek je realizován v návaznosti na změnu zákona o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů. Zřizování schránek začalo 1. ledna 2023 a proběhne ve třech vlnách. (tz)

Lidé si loni přes Czech Point pořídili přes dva a půl miliónu výpisů

Občané si prostřednictvím systému Czech Point pořídili v roce 2022 přes 2,52 miliónu výpisů. Za celých téměř 16 let existence služby šlo o nejvytíženější rok – ve srovnání s předcházejícím rokem byl nárůst přes 21 % a oproti doposud rekordnímu roku 2016 čísla narostla o více než 14 %.



Za vyšším využíváním služby stojí i možnost podávání žádostí o mimořádný příspěvek na dítě, čísla by ale i tak prolomila historický mezník. Výrazný je trend rostoucího zájmu o elektronickou komunikaci – rekordní byl počet žádostí o zřízení datové schránky i převod listinných dokumentů do elektronické podoby. Vyplývá to ze statistik systému, který pro Ministerstvo vnitra provozuje společnost NEWPS.CZ. „Oblíbenost využívání kontaktních míst veřejné správy Czech Point stále roste. Podávání žádostí o mimořádný příspěvek na dítě navíc ukázalo, že lze tento eGovernmentový projekt snadno využít i pro řešení jednorázových agend,“ řekl Martin Řehořek, ředitel NEWPS.CZ. Ten stál u zrodu projektu Czech Point a jeho implementace od samého po-

čátku a je jednatelem společnosti NEWPS.CZ, která Czech Point provozuje již od roku 2008, tedy téměř po celou dobu jeho existence.

„Statistiky ukazují jednoznačný trend stále rostoucího zájmu občanů o elektronickou komunikaci se státem a úřady. V loňském roce byl historicky rekordní počet žádostí o zřízení datové schránky na kontaktních místech veřejné správy, podalo ji téměř 149 000 občanů. Naprosto zřetelně je dlouhodobý trend digitalizace vidět u ověřené konverze dokumentů. Opět poklesl počet konverzí z elektronické do listinné podoby (232 000 celkem) a zároveň opakovaně rostl počet konverzí

opačným směrem, tedy z listinné do elektronické podoby (471 000). Není to přitom tak dávno, kdy zájem byl opačný. Ještě v létě 2018 byly počty stejné,“ doplnil Martin Řehořek z NEWPS.CZ.

Výpisu z obchodního rejstříku si lidé v roce 2022 pořídili celkem 79 000. Toto číslo již dlouhodobě každý rok klesá, stejně jako počet pořizovaných výpisů z katastru nemovitostí – zájemci si jich v loňském roce pořídili celkem 138 000. Na stabilní úrovni se drží výpis ze živnostenského rejstříku (29 000) nebo všeobecně nejžádanější služba Czech Pointu, výpis z rejstříku trestů (664 000). Za celou dobu existence Czech Point systém poskytl přes 29,6 miliónu výpisů.

Projekt Czech Point představuje garantovanou službu pro komunikaci se státem prostřednictvím jednoho univerzálního místa, kde je možné získat a ověřit data z veřejných i neveřejných informačních systémů, úředně ověřit dokumenty a listiny, převést písemné dokumenty do elektronické podoby, a naopak, získat informace o průběhu správních řízení ve vztahu k občanovi nebo dát podání pro zahájení řízení správních orgánů. Czech Point tak přináší značné ulehčení komunikace se státem, protože

umožňuje využívat údaje ve vlastnictví státu tak, aby byly minimalizovány požadavky na občany. V současné době má Czech Point přes 7300 poboček na obecních úřadech, poštách, u notářů, v kancelářích Hospodářské komory, ale i na více než stěch zastupitelských úřadů v zahraničí. Každoročně si přes tento systém občané pořídí přes dva milióny výpisů.

Společnost NEWPS.CZ vznikla ze servisní organizace Novell Professional Services, jejímž hlavním úkolem byla podpora prodeje produktů Novell na území České a Slovenské republiky. V průběhu několika let se stala významným dodavatelem systémů českého eGovernmentu a již několik let patří mezi Top 100 ICT společností v Česku. Společnost NEWPS.CZ je specialista na IT procesy, digitalizaci, ochranu dat a zabezpečené přístupy. Podílí se na projektech jako Czech Point, Informační systém datových schránek, vnitřní integrace ICT systémů krajů a měst a mnoha dalších. Tyto projekty jsou dnes základními pilíři elektronizace veřejné správy. S nadsázkou lze tvrdit, že v České republice neexistuje úřad, který by nepoužíval řešení firmy NEWPS.CZ. (tz)

Využití sítě E.ON Drive vzrostlo meziročně na dvojnásobek

Dvakrát tolik odebrané energie i dvojnásobný počet využití dobíjecích stanic ve srovnání s rokem 2021. Vedle toho neustále se rozšiřující síť dobíjecích bodů. Ve srovnání s předložkou dosáhla veřejná dobíjecí síť pro elektromobily E.ON Drive v uplynulém roce nových maximálních ukazatelů. Řidiči v její síti odebrali více než 1,3 GWh elektrické energie během téměř 80 000 dobítí na více než 450 dobíjecích bodech, které mohou aktuálně využít. Zároveň statistiky loňského roku potvrzují trend využívání ultrarychlých dobíjecích stanic, které patřily k nejvytíženějším v síti E.ON Drive.



„K počtu elektromobilů na českém trhu máme v Česku jednu z nejrobustnějších dobíjecích sítí v Evropě. Nicméně je potřeba si uvědomit, že s rozvojem technologií vozidel přichází i potřeba po vyšších výkonech a zde jsme naopak na chvostu. Již nyní proto připravujeme celou řadu projektů, které tuto poptávku pokryjí. Statistiky z minulého roku nám tyto předpoklady jen potvrdily,“ vysvětlil Martin Klíma, jednatel společnosti E.ON Drive Infrastructure, která má v rámci skupiny E.ON výstavbu veřejné dobíjecí sítě na starost. Právě ultrarychlé dobíječky vedou žebříčku nejvytíženějších stanic. Vůbec nejvytíženější dobíjecí stanicí v síti E.ONu byla ultrarychlá dobíječka ve Vystrkově. Na ní v uplynulém roce odebrali řidiči 72 MWh elektrické energie a na jedno dobítí průměrně odebrali 36,67 kWh. Druhou nejvytíženější stanicí byla ultrarychlá dobíječka v Rozvadově s odebranou energií 65 MWh a třetí v řadě pak ve Vyškově. „Trendem poslední doby je také soustředění dobíjecích bodů do společných hubů. Naše ultrarychlé stanice nestojí osamocně, ale jsou doplněné o další dobíječky tak, abychom byli schopni uspokojit co největší počet zájemců. Co se týče lokalit, tak nejvíce dobítí i odebrané energie jsme evidovali ve Vystrkově u Humpolce. Následovala lokalita Rozvadov

s UFC a DC dobíječkou a na třetím místě byl náš rychlodobíjecí hub v Sulejovicích, který jsme otevřeli loni v únoru,“ dodal Martin Klíma s tím, že právě v Sulejovicích řidiči odebrali na třech dobíjecích energií v objemu 54 MWh.

Nezastupitelné místo mají ve veřejném dobíjení také DC a AC stanice. U DC stanic dobili řidiči téměř 60 % celkové odebrané energie. Nejvytíženější v tomto ohledu byly dobíječky u hypermarketů Globus v Čakovicích nebo v Českých Budějovicích. V žebříčku nejvytíženějších stanic ale figuruje třeba i AC stanice u českobudějovického supermarketu Terno. „Například statistiky této stanice jsou pro nás překvapením, ale potvrzuje se, že AC dobíjení má na poli elektromobility také své místo a v lokalitách, jako jsou tzv. body zájmu smysl,“ doplnil Martin Klíma.

Součástí veřejné sítě E.ON Drive v České republice jsou i tzv. partnerské dobíječky, kdy si dobíjecí stanici pořídí soukromý subjekt a E.ON ji připojí do své sítě, otevře veřejnosti a spravuje pro zákazníka jako jakoukoliv jinou stanici v síti. Těchto stanic je v síti E.ON Drive aktuálně více než sto. I je řidiči hojně využívají, nejvíce v Jihočeském a Jihomoravském kraji. Celkem na nich klienti provedli za uplynulý rok téměř 10 000 transakcí. „Když se podíváme podrobně na využitost partnerských stanic, tak ta vůbec nejvytíženější je dobíječka v brněnské Olympii. V horních patrech žebříčku se dále drží Davo Oil v Olbramovicích, Teplárna Liberec nebo několik stanic v rezortech na Lipensku,“ doplnil Jakub Kott, vedoucí oddělení Mobility services společnosti E.ON Energie, která pro své partnery stanice zajišťuje.

V minulém roce společnost E.ON pro své zákazníky registrované v programu E.ON Drive výrazně rozšířila možnosti tzv. roamingu, kdy mohou dobít jednou kartou či mobilní aplikací na většině tuzemských dobíjecích stanic bez potřeby dalších registrací. Během léta totiž přidala k této službě i mezinárodní rozměr a tuto možnost rozšířila pro své zákazníky do devíti dalších evropských zemí (Slovensko, Německo, Polsko, Rakousko, Chorvatsko, Slovinsko, Rumunsko, Maďarsko a Itálie). „Zákazníkům jsme se snažili vždy nabídnout hlavní dobíjecí síť. Aktuálně nechceme rozšiřovat počet zemí, kde mohou klienti s naší kartou dobít, ale snažíme se spíše zahušťovat možnosti dobíjení v těchto oblastech. To se nám daří a zákazníci mohou s naší kartou využít už téměř 50 000 dobíjecích bodů napříč těmito oblastmi,“ dodal Jakub Kott. (tz)

INZERCE

AERS

Domácí bateriové úložiště HES

- Chytré, na síti nezávislé, energetické řešení
- All in one
- 3-fázový, 10 kW
- kapacita 41 kWh
- second-life Li-Ion články
- Asymetrická zátěž
- Ostrovní režim

ENERGETICKÁ ZÁLOHA OBJEKTU

VYKRYVÁNÍ ŠPIČEK V DOMÁCNOSTI

VLASTNÍ SPOTŘEBA Z AKUMULACE

AKUMULACE V DOBĚ PŘEBÝTKŮ

SNÍŽENÍ HODNOTY HLAVNÍHO JISTIČE

PODPORA ELEKTROMOBILITY

www.aers.cz

Zásadní role dat při budování odolnosti firem

Vzhledem k tomu, že globální ekonomika stále čelí významným výzvám, včetně recese, odborníci ze společnosti Dun & Bradstreet, předního světového poskytovatele dat a analytiky pro obchodní rozhodování, představili několik předpovědí, pokud jde o co nejlepší využití jejich dat.

Petra Štěpánová, analytička tuzemské pobočky Dun & Bradstreet, k tomu uvedla: „Podniky čeká v roce 2023 další náročné období kvůli pokračujícímu pomalému hospodářskému růstu, zvýšené komplexnosti regulace a prudce rostoucím provozním nákladům. Jedním z neefektivnějších způsobů, jak v podnikání vybudovat odolnost, je být proaktivní a připravený na nepředvídatelné prostředí. Data a analytika mohou firmám pomoci nejen řídit a zmírňovat rizika, ale také identifikovat příležitosti k přizpůsobení a růstu.“

Společnost Dun & Bradstreet identifikovala pro rok 2023 šest trendů v datové oblasti – od významu kvality před kvantitou dat až po zvýšený důraz na ochranu soukromí a správu dat.

1. Kvalitní data se stanou životně důležitými

Pokud jde o maximální využití dat, měly by se firmy zaměřit na kvalitu, nikoliv na kvantitu. Používání nekvalitních nebo nevhodných dat může způsobit více škody než užítka, oslabit sílu cenných dat, která organizace má, a ztížit odvození skutečné hodnoty. Nicméně „vyčištění“ těchto dat, stejně jako zajištění aktuálnosti datového cloudu společnosti, se ukazuje jako významná obchodní výzva. Z tohoto důvodu je důležité mít k dispozici tým, který je zodpovědný za udržování pořádku v datovém majetku firmy. I když technologie, jako je umělá inteligence (AI), mohou pomoci snížit zátěž, stále je nutný

lidský, odborný dohled, aby nedocházelo k chybám. Ve světě, kde zažíváme tolik „prvenství“ (klimatická krize, pandemie, bezprecedentní výzvy globálního dodavatelského řetězce) a ve kterém se umělá inteligence často učí z minulých událostí, aby pomohla předvídat budoucí výsledky, je snadné pochopit, v čem spočívá problém. Prediktivní metodiky nyní jednoznačně vyžadují odlišná data a analýzy, aby bylo možné porozumět nejisté budoucnosti.

2. Vzroste datová regulace

Regulační důraz na ochranu soukromí a správu dat se bude i nadále zvyšovat. Společnosti budou muset spravovat svá data a analytické metody, aby zajistily, že jsou spravovány a používány nejen v souladu se současnými předpisy, ale také tak, aby držely krok s vyvíjejícím se regulačním prostředím. Regulátoři po celém světě se zaměřují nejen na ochranu soukromí, ale také na umístění dat, etické využívání dat a umělé inteligence, přeshraniční přenos dat a vysvětlitelnost použitých metod.

3. Více úsilí s nižšími náklady při práci s daty

Vzhledem k tomu, že se některé trhy po celém světě dostávají do recese, firmy často pocítí finanční zátěž. Efektivní a účinné využívání dat, stejně jako automatizace, proto bude pro firmy zásadní, aby zefektivnily svůj provoz a pomohly týmům rychleji přijímat chytrější rozhodnutí. Data nepřinášejí užitek pouze plánovacím oddělením, ale pomáhají i prodejnímu či marketingovému týmu, a nakonec i vedení společnosti fungovat efektivněji a komplexněji. Odolnost, zejména v dobách velkého stresu, je podpořena tím, že máte k dispozici správné informace pro rozhodování, abyste přežili v době stresu a v budoucnu se rychle zotavili.



Data mohou a měla by být využívána jako pomoc při důkladném finančním plánování. To bude důležitější než kdykoli předtím, aby týmy věděly, zda jim jejich zákazníci zaplatí včas, a také aby řídily termíny pro své dodavatele a zajistily jejich plnění. Stres v jakémkoliv ekosystému běžně spočívá ve stranách, které spolu přímo neinteragují. Pokud jde o prodejní týmy, data pomohou udržet stávající, loajální zákazníky tím, že pochopí nejlepší načasování a kontaktní body pro udržení spokojenosti. Stejně tak pomohou pochopit a předvídat měnící se potřeby zákazníků a zároveň identifikovat nové potenciální klienty.

4. Zajištění návratnosti investic do dat

Aby firmy mohly přijímat co nejeefektivnější rozhodnutí, budou muset své systémy zásobovat vysoce kvalitními daty, která budou přesná, včasná a vhodná pro daný účel. Data mohou být příliš často stará, neúplná nebo mohou pocházet z jediného, potenciálně zkresleného zdroje. Na rčení „špatná data dovnitř, špatná rozhodnutí ven“ je něco pravdy. Správná a kvalitní data poskytnou společnostem informace, které jim pomohou proplout turbulentním obdobím.

Aby bylo zajištěno, že podnik ze svých dat vytěží maximum, je třeba tato data vyčistit, ověřit, sloučit, obohatit a propojit do jednoho úplného a přesného pohledu. Podniky se budou

muset zamyslet nad daty, která přijímají, a vyhodnotit, zda jsou tato data vhodná pro naplnění jejich potřeb a podporu strategických rozhodnutí.

5. Nutnost přehodnocovat datové strategie

Společnosti budou muset neustále přehodnocovat a testovat svou datovou strategii. Datová strategie, která fungovala v roce 2021 nebo dokonce 2022, nemusí být v roce 2023 vhodná. Průběžné testování umožní společnosti zavést datovou strategii, která odráží její potřeby, je navržena tak, aby řešila problémy a rizika a současně identifikovala příležitosti.

Firmy budou muset podniknout kroky k obnově, nejen k přežití – jakkoli to může být v těžkých časech obtížné, společnost bude muset mít na zřeteli budoucnost, aby byla „fit“ pro dobu, kdy se svět dostane ze současné špatné situace. Pokud existuje tlak na nižší výdaje, firma musí utrácet chytřeji.

6. Odborníci na data přinesou přidanou hodnotu

Vedoucí představitelé firem se musí obklopit odborníky, kteří jim přinesou přidanou hodnotu, zejména prostřednictvím nových datových poznatků. Mít ty správné partnery pomůže firmám nastavit a realizovat robustní datovou strategii, která umožní vybudovat odolný podnik. (tz)

Společnost dm zvýšila mzdy, nejvíce si polepšili spolupracovníci na nižších pozicích

Společnost dm od 1. ledna 2023 zvýšila mzdy všem svým spolupracovníkům. Nejvíce si polepší lidé na nižších pracovních pozicích, kterým bude mzda zvýšena o 12 %. Společnost dm tak chce zamezit rozevírání nůžek mezi jednotlivými pozicemi. V dm drogerii jde již o třetí zvýšení mezd za uplynulých 13 měsíců.

Spokojenost spolupracovníků a atraktivita jako zaměstnavatele je pro společnost dm drogerie markt jedním z dlouhodobých cílů. Společnost proto hned na začátku roku 2023 zvedla mzdy. „Mzdy všech spolupracovníků byly zvýšeny rozdílně. Větší procentuální zvýšení se tý-

ká prodavaček/pokladních prodejen a skladových dělníků našich logistických center, kterým byla mzda zvýšena o 12 %,“ přiblížil Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt. Upozornil, že takových pozic je ve společnosti dm většina, a dodal, že průměrný ná-

růst mezd představuje celkem 10,98 %. Tímto krokem reaguje dm drogerie markt na ekonomické změny. „Věříme, že opatření alespoň částečně zmírní pokles reálných mezd a pomůže všem spolupracovníkům lépe zvládnout aktuální nelehké období. Přestože inflace dopadá na nás všechny, osobám s nižšími příjmy přináší výraznější komplikace, proto jsme se rozhodli pro procentuálně rozdílné zvýšení,“ vysvětlil Jiří Peroutka.

Za poslední rok přitom dm drogerie markt zvyšovala mzdy již potřetí. K 1. lednu 2022 byly

zvýšeny o 4 % a dále mimořádně také 1. července o 8 % pro nemanážerské pozice a o 4 % pro pozice manažerské. Společnost dm může k těmto krokům přistoupit zejména díky ekonomické stabilitě, kterou prokázala i v minulém složitém období, a díky růstu produktivity práce. V obchodním roce 2021/2022 zvýšila dm obrát o 11,38 % na 13,8 miliardy korun. „Dynamického růstu bychom nedosáhli bez společného úsilí všech našich spolupracovníků, kteří odvádějí skvělou práci, za což jim děkujeme,“ zdůraznil Jiří Peroutka. (tz)

Extrémní události brzdí rozjezd nového podnikání

Stále nové a extrémní události, se kterými se firmy po celém světě v posledních čtyřech letech musí vyrovnávat, se odrazily i do zájmu podnikatelů o rozjezd nového businessu v Česku. Loni založili 28 133 firem, což je o 5 % méně než v roce 2021, a jenom o 4 % více než v krizovém pandemickém roce 2020, kdy bylo založeno nejméně společností za posledních sedm let. Celkový počet firem v ČR vzrostl o 17 522 na 551 893. Informace v lednu zveřejnila poradenská společnost Dun & Bradstreet.

„Večírek se nerozjel. Globální i tuzemská ekonomika již čtvrtým rokem čelí významným výzvám, se kterými se musí vyrovnávat. Extrémní události přicházejí jedna za druhou – pandemie, válka v Evropě, vysoká inflace, energetická krize v Evropě nebo bezprecedentní narušení globálních dodavatelských řetězců. Firmy dusí vysoké náklady a významný pokles spotřebitelských vý-

dajů,“ zhodnotila výsledky analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová. Současně dodala: „Je jisté, že firmy se i v letošním roce budou muset vyrovnávat s mnohými překážkami a udržet se na vysoce konkurenčním trhu bude pro ně stále náročné.“ Loni bylo založeno 28 133 firem,

což je o 5 % méně než v roce 2021. „Podnikatelé však firmy nezakládali rovnoměrně. V prvním pololetí vzniklo o 10 % víc firem než v druhé polovině roku. To zřejmě souviselo se zhoršováním ekonomického vývoje v ČR i Evropě,“ uvedla Petra Štěpánová. Aktuálně je v ČR registrováno

551 893 firem, z toho 522 237 společností s ručením omezeným a 29 656 akciových společností. Přesto, že loni vzniklo přes 28 000 nových firem, celkový počet registrovaných subjektů se zvýšil o 17 522, zatímco v roce 2021 o 15 797 a v roce 2020 o 11 555. (tz)

Počty nově založených firem v ČR 2013–2022

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
s.r.o.	27 203	28 588	26 079	28 799	30 385	31 204	27 946	26 104	24 266	22 227
a.s.	930	1025	959	982	885	983	891	849	604	618
celkem	28 133	29 613	27 038	29 781	31 270	32 187	28 837	26 953	24 870	22 84

Celkový počet firem v ČR 2013–2022

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
s.r.o.	522 237	507 400	491 849	480 451	465 920	449 360	425 744	405 410	385 979	366 432
a.s.	29 656	26 971	26 725	26 568	26 398	26 258	25 817	25 582	25 372	25 120
celkem	551 893	534 371	518 574	507 019	492 318	475 618	451 561	430 992	411 351	391 552

* statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti, tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod.

zdroj: Dun & Bradstreet

Vzrostl zájem o plošné ceny paliv

Extrémní ceny motorových paliv loni nutily podnikatele po předchozích covidových rocích k dalším nezbytným úsporám. Firmy, včetně drobných podnikatelů tak stále více využívají plošné ceny paliv, které jsou dlouhodobě pod průměrem trhu a platí univerzálně v dané síti čerpacích stanic. Podle dat nákupní aliance Axigon narostl v roce 2022 objem paliva natankovaného v režimu plošné ceny meziročně o 14 %, přičemž úspora oproti standardním totemovým cenám činila v průměru 2 koruny na každém litru paliva.

Tlak na omezení nákladů nejprve kvůli dopadům pandemie a hned na to v souvislosti s válkou na Ukrajině vedl k tomu, že mnohé firmy doslova objevují tankovací karty, které mohou být výhodné i pro drobné podnikatele. „Umožňuje to koncept nákupní aliance, která sdružuje poptávku více podnikatelských subjektů bez ohledu na jejich velikost. To zajistí členským firmám podmínky jinak dostupné pouze velkým

podnikům, a to bez závazků k minimálním odběrům,“ vysvětlil Damir Duraković, generální ředitel nákupní aliance Axigon, která je autorizovaným distributorem tankovacích karet Shell. A dodává, že Axigon patří s 10 000 členských firem k největším odběratelům pohonných hmot v Česku.

Hlavním benefitem dostupným dnes již i živnostníkům jsou tzv. plošné ceny pohonných hmot, které byly původně určené zejména velkým podnikům nebo autodopravcům. Plošná cena je vyhlašovaná zpravidla na týdenní bázi a pro držitele tankovací karty platí v dané síti čerpacích stanic bez ohledu na lokalitu a místní ceny na výdejních stojanech. To může být extrémně výhodné kupříkladu při tankování na dálnici, kde bývají ceny paliv výrazně nadprůměrné.

„Z dlouhodobého hlediska se pohybují plošné ceny benzínu i nafty pod cenovým průměrem celého trhu. V roce 2022 činila průměrná úspora při využití našich tankovacích karet 2 Kč/l. V případě dálničních čerpaček ale dosáhla 3,30 Kč/l, přičemž v některých týdnech to

bylo i 5 Kč/l,“ popsal Damir Duraković s tím, že 90 % celkového objemu pohonných hmot byl loni s tankovacími kartami Axigonu nakoupen právě za plošné ceny. Celkově šlo o necelých 70 milionů litrů pohonných hmot, což je meziročně o 14 % více. Na rozdíl od standardních totemových cen, které mají vždy určitou setrvačnost, reagují plošné ceny velmi pružně na aktuální vývoj na trzích. V loňském prvním cenově velmi turbulentním pololetí tak nastávaly i situace, kdy bylo možné například v celé síti Shell tankovat za nižší cenu než u nejlevnějších diskontních čerpaček.

V době extrémních cenových výkyvů však nastávaly také opačné situace, kdy byly plošné ceny kvůli rychlým změnám krátkodobě výše než standardní stojanové ceny. „V takovém případě lze tankovací kartu „přepnout“ z režimu plošné ceny do režimu klasické pevné slevy z aktuální ceny na dané čerpače,“ doplnil Damir Duraković s tím, že sleva ze stojanových cen činí například v síti Shell pro firmy sdružené v Axigonu 1,20 Kč/l. (tz)

Udržitelnost

Trendy, které budou formovat logistiku v roce 2023

V uplynulých letech došlo v oblasti logistiky k neuvěřitelně rychlému vývoji a ani rok 2022 nebyl výjimkou. „Zásadní tlak pro transformaci vytvořila covidová pandemie, která doprave otestovala v jejich efektivitě. Přinesla také příležitosti pro modernizaci logistiky. Další nátlak s sebou nesl i rok 2022 s válečným konfliktem na Ukrajině, rostoucí inflací a energetickou krizí,“ řekl Miroslav Michalko, ředitel společnosti Zaslat.cz.

Navíc, jak vyplývá ze zákaznických průzkumů Zaslat, požadavky ze strany zákazníků na rychlost dodávání, transparentnost a ekologii jsou čím dál tím vyšší. Z průzkumů za rok 2022 vyplývá, že jako nejsilnější faktor stále vnímají zákazníci Zaslat zejména cenu dopravy. Ve srovnání s předchozími lety ale roste význam kvality služby. Konkrétně přesnost doručení, poskytnutý servis a rychlost objednávkového procesu. Zatímco před pěti lety tento faktor posuzovala jako jeden z top pěti důležitých necelá pětina zákazníků, nyní je to více než 60 % dotázaných. Důležitost ekologie v očích zákazníků dokonce vzrostla několikanásobně, zatímco před pěti lety se dostala do top pěti hodnot pouze u 5 % dotázaných, nyní obsadila celkově čtvrtou pozici. Proměny v uživatelských hodnotách vytváří další tlak na dopravce, kteří se musí požadavkům přizpůsobovat velkou rychlostí. Z průzkumu také vyplývá, že zákazníci nejsou natolik loajální jednomu dopravci, jako tomu bylo dříve, ale hledají takové, kteří uspokojí většinu jejich potřeb.

Pandemie koronaviru značně urychlila digitalizaci a automatizaci ve všech oblastech logistiky. Předchozí roky tak byly především o zkva-

litňování skladových procesů. Odborníci se shodují, že v roce 2023 tomu nebude jinak. „Rozhodně se vyplatí investovat do softwarového vybavení, které nejen umožní výrazně zefektivnit provoz, ale zároveň snížit jeho náklady, což je při současné situaci klíčové. Jedině tak jsou udržitelné současné ceny přepravy,“ popsal Miroslav Michalko a dodal: „Mnoho samoučících systému navíc dokáže převzít řadu úkolů v logistice. Například plánování nejlepších tras, což z dlouhodobého hlediska přinese snížení nákladů, zrychlení dopravy i snížení uhlíkové stopy.“

Na popularitě nabývá také robotizace. „Firmy začínají spatřovat v implementaci robotů svou budoucnost. Ti dokážou vyřešit problém s nedostatkem lidských zdrojů, navíc pracují rychleji a nepřetržitě. I přesto ale nástup dronů a robotických skladníků namísto lidské pracovní síly v nejbližších letech neočekáváme. V čem se v logistice jeví jako možné jejich využití, je obstarání takzvané první a poslední míle. Tedy vyzvednutí a doručení zásilek v rámci prvních a posledních kilometrů a odlehčení kurýrům zejména v hektickém období jako je třeba předvánoční období,“ řekl Miroslav Michalko.

Využití umělé inteligence je jedním z nástrojů, jak pomoci zákazníkovi personalizovat jeho nákupní zážitek. „Právě s těmito prvky začínáme pracovat i my v Zaslat. Věříme, že můžeme být tak trochu pionýry na poli balíkové logistiky,“ zmínil Miroslav Michalko. Silným trendem bude využití umělé inteligence i v oblasti zákaznické péče. „S nástupem nových jazykových modelů nejsme daleko od doby, kdy budou zákazníci preferovat raději konverzaci s umělou inteligencí, protože bude rychlejší a kompetentnější. A to nejenom u jednoduchých dotazů na cenu a parametry dopravy, ale i u složitých té-

mat, jako je celní řízení do konkrétní země,“ uvedl k využití umělé inteligence v logistice.

Velmi začínajícím trendem českého e-commerce trhu je rozšířená realita, která pomáhá odstranit jednu z jejích výrazných slabín – možnost vidět produkt v realu. „Rozšířenou realitu začíná implementovat do svých prodejních aktivit již mnoho firem. Její hlavní výhodou je, že umožňuje kupujícímu vyzkoušet zboží bez toho, aniž by ho musel mít v ruce. Na trhu totiž jsou a budou produkty, které raději nakupujeme offline, abychom si je mohli vyzkoušet a prohlédnout. Rozšířená realita je tak budoucností e-commerce. Firmám umožní prodávat zcela online, bez nutnosti otevřené kamenné prodejny,“ připomněl Miroslav Michalko.

Snaha firem přizpůsobit logistiku čím dál striktnějším nárokům na udržitelný provoz je v posledních letech velmi rezonujícím trendem. Mnoho přepravních společností rozšířilo své vozové parky o ekologicky šetrné vozy a doručují svým zákazníkům pomocí elektromobilů či elektrokol, čímž výrazně šetří životní prostředí a snižují uhlíkovou stopu. K tomu napomáhá i optimalizace doručovacích tras. „Udržitelnost začíná být čím dál důležitější také pro zákazníky, což si většina logistických firem uvědomuje. Spotřebitelé jsou ochotni připlatit si nejen za udržitelné výrobky, ale také za ekologičtější balení i přepravu. Řada společností tak zavádí speciální obalové materiály, které jsou šetrnější k životnímu prostředí i možnost ekologičtější přepravy. V Zaslat.cz očekáváme, že tento trend bude nadále zrychlovat,“ uzavřel Miroslav Michalko. Zaslat.cz plánuje v letošním roce testovat pilotní program znovupoužitelných přepravních boxů, který by pak nabídlo například pravidelným zákazníkům. (tz)

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

Nezapomeňte na knihu



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

Tichá řeč těla – Jak číst myšlenky a pocity jiných lidí

Thorsten Havener

Kniha popisuje psychologický systém, díky kterému můžeme myšlenky ostatních vidět, aniž by řekli jediné slovo – jen pomocí vnímání a pečlivého pozorování. Chceme-li porozumět ostatním, musíme pochopit způsob, jakým přemýšlíme my sami. Teprve pak následuje druhý krok, při kterém můžeme obrátit pohled na svoje bližní a pokusit se je „rozšifrovat“. Mentalista a autor bestsellerů Thorsten Havener v této nové publikaci představuje praktické metody, jak na to.



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

Postní kuchařka – od kořene po nať

Pavel Drdel

Půst nabírá různých podob dle dané tradice a náboženství. Nejběžnější je vzdát se na určitou dobu masa. Postní kuchařka Pavla Drdela ukazuje, že to nemusí znamenat ochudit se o dobrou chuť jídla nebo radost z vaření. Kniha obsahuje více než 80 receptů na moderní a chutná bezmasá hlavní jídla, polévky a saláty i 60 návodů, jak uchovat sezónní zeleninu díky fermentaci, nakládání, sušení, sezónní recepty na jaro, léto, podzim i zimu z lokálních surovin. Koupí knihy podporujete Postní sbírku Diakonie ČCE.

Naše kavárna

Předsedou představenstva ČPP P. Wiesner

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group má nového předsedu představenstva Pavla Wiesnera, který nahradil dlouholetého šéfa Jaroslava Besperáta. Ten náhle zemřel ve věku 51 let.

Logistiku řídí P. Kotora

Novým ředitelem logistiky společnosti PST CLC Mitsui-Soko byl jmenován Petr Kotora. Tuto funkci převzal po Jiřím Bradnovi.

L. Bočková řídí HR a marketing Miwa

Česká společnost Miwa, která vyvinula systém minimalizující při nákupech jednorázové obaly, má novou ředitelku HR a marketingové komunikace. Stala se jí Lucii Bočková.

Sponzoring, charita, pomoc

T-Mobile podporil dvě charitativní sbírky.

T-Mobile již podesáté pořádá v předvánočním čase sbírku Pomáhejme příběhům. Ta podporuje blízké zaměstnanců, kteří se nejčastěji vinou tragické události, nemoci nebo úrazu ocitli v těžké životní situaci. Jubilejní ročník vynesl 1 003 500 korun a rozdělil si je mezi sebou 20 příběhů. Polovinu částky darovali samotní pracovníci, druhou přidal T-Mobile. (tz)

Lego naší legislativy

Platby pojistného na zdravotní pojištění v roce 2023

Minimální měsíční záloha na zdravotní pojištění v roce 2023 pro osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ) bude činit 2722 Kč. Výše minimální zálohy OSVČ se každý rok mění, protože je navázaná na průměrnou mzdu v národním hospodářství. V roce 2023 bude průměrná měsíční mzda činit 40 324 Kč, tzn. že od 1. 1. 2023 se minimální záloha na zdravotní pojištění OSVČ zvýší na 2722 Kč.

Navýšit odváděnou částku si musí všechny OSVČ, které mají povinnost dodržet minimální vyměřovací základ a dosud platí minimum 2627 Kč (výše pro rok 2022), případně platí více než tuto částku, ale méně než 2 722 Kč. „Zálohy OSVČ jsou splatné od 1. dne kalendářního měsíce, za který se platí, do 8. dne měsíce následujícího. V praxi to znamená, že zálohu za leden je potřeba zaplatit od 1. 1. do 8. 2. 2023,“ uvedla Viktorie Plívová, tisková mluvčí VZP.

OSVČ, za něž zároveň platí pojistné stát (důchodci, studenti aj.), nemají povinnost dodržet minimální vyměřovací základ. Zálohy jako OSVČ však platit musí, a to ve výši vypočtené podle svých skutečných příjmů a výdajů.

Měsíční zálohy neplatí OSVČ, která je zároveň zaměstnancem a samostatná výdělečná činnost není hlavním zdrojem jejich příjmů. Tzv. OSVČ vedlejší odvádí až pojistné ve výši vypočtené v každoročním přehledu o výši daňového základu OSVČ.

Pro rok 2023 platí stát za jednoho státního pojištěnce pojistné ve výši 1900 Kč měsíčně. Tuto částku stanovuje novela zákona České národní rady o pojistném na veřejné zdravotní pojištění (č. 592/1992 Sb.) ze dne 31. 8. 2022.

V závislosti na zvyšování minimální mzdy se vždy zvyšuje také pojistné osob bez zdanitelných příjmů (OBZP) a minimální pojistné zaměstnanců. Od 1. ledna 2023 se minimální mzda zvyšuje z 16 200 Kč na 17 300 Kč. Tím se mění výše měsíčního pojistného u OBZP a minimální měsíční zdravotní pojištění u zaměstnanců, které pro rok 2023 činí 2336 Kč. Pojistné je splatné od 1. dne kalendářního měsíce, za který se platí, do 8. dne měsíce následujícího. Tzn. že lednovou platbu musí OBZP ve výši 2336 Kč uhradit od 1. 1. 2023 do 8. 2. 2023.

Pojistné zaměstnanců se odvádí od 1. do 20. dne následujícího kalendářního měsíce. Tzn. platba za měsíc leden je splatná od 1. 1. 2023 do 20. 2. 2023. (tz)

Pražská strojírna je první českou společností s certifikací protikorupčního systému řízení ISO 37301

Pražská strojírna je od prosince 2022 držitelem mezinárodního standardu pro Compliance management systému (CMS) ISO 37301:2021. Jedná se o nejvyšší normu v oblasti ochrany proti korupci a oblasti komplexního CMS. Jejím cílem je zabránit úplatkářství a jiným nežádoucím a protiprávním jevům a jednáním, zajistit zdravé fungování a konkurenční prostředí dané organizace a podpořit vnitřní firemní kulturu. K získání certifikace bylo zapotřebí zpracování rozdílové analýzy a navrhnout případná nápravná opatření k odstranění nedostatků a zajistit jejich náležitou implementaci.

Analýzu pro Pražskou strojírnou zpracovala společnost Screening Solutions. Z výsledků vyplývaly nedostatky nižší úrovně závažnosti a šlo spíše o přenastavení některých interních procesů, případně o jejich formální zakotvení. V souladu s normou byl kladen důraz na tři základní procesy a jejich revizi – plánování, podpora a leader-

ship. Nyní je CMS ve společnosti zaměřen na čtyři pilíře – korupce, hospodářská soutěž, ochrana osobních údajů a životní prostředí. „Stále se zpřisňující regulace, nárůst legislativních požadavků i norem, globalizace odrážející se v podnikání na různých teritoriích s různými regulačními požadavky – to vše způsobuje, že jsme čím dál

tím častěji vystavováni problémům s dodržováním zákonů a norem. Jejich případná porušení například z důvodu špatného nastavení systému mají zároveň více než kdy předtím za důsledek hrozbu postihů právních, finančních či jiných. Je proto nutné problematiku compliance řešit strukturovaně a systematicky,“ vysvětlil Robert Masarovič, předseda představenstva a generální ředitel Pražské strojírně a.s. Implementace opatření a předmětné normy do prostředí společnosti probíhala kontinuálně od února do prosince roku 2022 a zahrnovala v návaznosti na provedení sběr relevantních dat ohledně fungování společnosti zejména revizi interních směrnic, postupů a procesů a tvorbu komplexní compliance dokumentace (od kontextu organizace přes politiku

CMS po příručku CMS, včetně risk registru či nástrojů k hodnocení compliance rizik), zřízení funkce compliance manažera nebo školení. Nakonec byl systém otestován a komplexně zrevizován a byl také připraven plán fungování CMS a komunikace na následující období. Audit byl realizován společností United Registrar of Systems Czech v prosinci 2022. Úspěšné získání certifikace je společným dílem všech zaměstnanců, kteří pomohli v nastavení veškerých CMS pravidel a zakotvení všech interních procesů, a vedení společnosti, která stále hledá nové způsoby ve zlepšování fungování firmy. Vedení Pražské strojírně si od získání certifikace mimo jiné slibuje posílení důvěryhodnosti na trhu a získání další z konkurenčních výhod. (tz)

Kooperativa získala ocenění MS Awards

Již 23. rokem oceňuje společnost Microsoft zajímavá řešení či aplikace svých partnerů. V uplynulém ročníku získala pojišťovna Kooperativa první místo v kategorii Hybrid work a Culture change. Oceněno bylo řešení Digitální transformace prostředí VIG ČR s podporou Microsoft 365, které pro Kooperativu realizovala společnost manica, s.r.o. Ocenění převzali v lednu zástupci Kooperativy a společnosti manica.

„Realizací tohoto projektu jsme získali škálovatelné řešení pro komunikaci a moderní prostředí pro výměnu dokumentů, což jsou služby, které zastávají v současnosti důležitou roli při interakci s klienty a partnery. Paralelně se službami Exchange Online, Microsoft Teams byly také

nasazeny nové intranety Kooperativy a ČPP, které sdílejí společný technický základ služby SharePoint Online, jenž je dále využit pro intranety ostatních společností VIG ČR. Celá implementace je pak zahrnována do nového bezpečnostního konceptu. V neposlední řadě získali

uživatelé plnohodnotný přístup ke službám M365 ze svých mobilních zařízení,“ zhodnotil zvolené řešení Dušan Drdla, ředitel Úseku informačních technologií v pojišťovně Kooperativa. „Získání ceny Microsoft Awards za rok 2022 v kategorii Hybrid Work & Culture Change s projektem Digitální transformace prostředí VIG ČR je pro nás speciální důvod k oslavě. Chut slavit je o to silnější, že je to právě ve spojitosti se společností Kooperativa. Vnímáme cenu jako významné ohodnocení naší vzájemné spolupráce a přínosu, o který jsme se po celou dobu projektu snažili,“ uvedl Tomáš Kutěj, CEO

společnosti manica s.r.o. Soutěž Microsoft Awards oceňuje nejlepší a nejnovativnější řešení nebo aplikace na podporu digitální transformace vyvinuté partnery z programu Microsoft Partner Network pro své klienty za uplynulý období. Při hodnocení se odborná porota v rámci jednotlivých odvětví zaměřuje na to, jak technologie pomohly změnit vztah se zákazníky, a způsob práce zaměstnanců, jak umožnily inovovat procesy a výrobu, nebo jak napomohly vzniku nových produktů a služeb. Vítězná řešení jsou doporučována a podporována společností Microsoft v ČR a na Slovensku. (tz)

Kaufland mezi Top 5 v žebříčku Českých 100 Nejlepších

Společnost Kaufland opět prokázala, že patří mezi absolutní špičku, když v loňském ročníku prestižní ankety Českých 100 Nejlepších obsadila 5. místo. Stejně jako v roce 2021 se tak podle odborníků řadí vedle nejrenomovanějších značek, jako je ČEZ, Mattoni, Skupina Sev.en Energy či Sportisimo.

Kaufland se navíc jako jediný retailový řetězec stal součástí elitní skupiny již počtvrté za sebou. „Tohoto výjimečného ocenění si velmi vážíme a vnímáme ho především jako uznání

všem našim zaměstnancům za jejich kontinuální pracovní úsilí a profesionalitu,“ řekl Stefan Hoppe, generální ředitel obchodního řetězce. Porota, která v již 27. ročníku soutěže organi-

zované společností Comenius rozhodovala o nejlepších firmách v České republice, vyzdvihla mimo jiné společenskou a environmentální odpovědnost Kauflandu, který pravidelně a intenzivně pomáhá neziskovým organizacím a potřebným, výrazně se angažuje v potravinových sbírkách nebo v podpoře sportu, klade důraz na ochranu životního prostředí, trvale spolupracuje s lokálními dodavateli či podporuje množství komunitních pro-

jektů v regionech, v nichž působí. Kaufland dlouhodobě prokazuje kvality také v personální oblasti, za což byl čtyřikrát v řadě vyhodnocen jako nejlepší zaměstnavatel. Mimořádné pocty se dostalo rovněž člence vedení Kauflandu Kláře Beňáčkové, která v rámci letošních Českých 100 Nejlepších patří mezi osm žen oceněných titulem Lady Pro. Ten je udělován ženám, které dokázaly skloubit mimořádné úspěchy v kariéře s rodinným životem. (tz)

INZERCE

**TAKOVÉ LIDI HLEDÁME,
KTERÍ ŘEŠÍ NEČEKANÉ
SITUACE RYCHLOSTÍ BLESKU.**

www.kooperativnilide.cz


Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP