



INZERCE

Penzijní spoření stále výhodné pro zaměstnavatele i zaměstnance

Přáním snad většiny lidí je dožít se vysokého věku ve zdraví a spokojenosti. Tedy také mít na stáří kde bydlet, co jíst, dostupnou lékařskou péči a možnost užívat si rodiny či zálib, možná ještě i trochu pracovat, být užitečnými. Jednou z možností, jak k tomuto komfortu přispět, je penzijní spoření. A neustálé vzdělávání těch, kteří svému důchodovému věku zatím nepřikládají příliš pozornosti. Penzijní spoření však prochází řadou změn. O tom, že má stále smysl jak pro jednotlivce, tak i pro zaměstnavatele, je následující rozhovor. Otázky patřily Janě Petrovské, člence představenstva KB Penzijní společnosti, a.s.:

Jak zasáhnou nedávné legislativní změny do penzijního spoření?

Změny v penzijním spoření se dotkly hlavních parametrů produktu. Prodloužila se minimální délka spoření pro řádnou výplatu na 120 měsíců z původních 60 u smluv uzavřených od 1. ledna 2024. Od základu daně je nyní možné odečíst si až 48 000 Kč v součtu všech produktů spoření na stáří. Klienti si nově mohou původní penzijní připojištění přerušit a současně uzavřít novou smlouvu o doplňkovém penzijním spoření. To znamená, že budou mít možnost umístit své nové vklady do fondů nabízejících vyšší potenciální výnos s ohledem na svůj rizikový profil. Nejvíce diskutovanou změnou je navýšení státních příspěvků a ztráta nároku starobních důchodců na státní příspěvek.

Bude i nadále přinášet penzijko určitý benefit firmám, které zaměstnancům přispívají?

Zaměstnanecké benefity jsou nově osvobozeny od odvodů a daní pouze do výše poloviny prů-



Jana Petrovská, členka představenstva KB Penzijní společnosti, a.s.

měrné mzdy, což pro rok 2024 činí 21 983 Kč. Jediný benefit, u kterého nedochází k žádné změně z pohledu zaměstnavatele, je právě příspěvek na produkty spoření na stáří. Stále platí daňové zvýhodnění až do výše 50 000 Kč na každého zaměstnance. Poskytování benefitu v podobě příspěvku například na penzijní spoření může být i nadále velmi výhodné jak pro zaměstnavatele, tak pro zaměstnance. V KBPS navíc odměníme smlouvy sjednané do 31. března 2024 s příspěvkem zaměstnavatele v případě splnění podmínek bonusem 1000 Kč.

Přibývá ve vašem případě podniků, které hradí část výdajů na tento druh spoření svým pracovníkům? Třeba v porovnání se situací před deseti lety?

Počet zaměstnavatelů, kteří přispívali před deseti lety, ve srovnání s dneškem neustále roste. Průměrně u KBPS registrujeme ročně 1500 nových zaměstnavatelských subjektů. Počet smluv se zaměstnavatelským příspěvkem v roce 2014 představoval 19 % a v roce 2023 to bylo již 35 % nově sjednaných smluv.

pokračování na straně 4

Daně a freelanceři

Navigace daněmi pro digitální nomády a freelancery přináší v éře rostoucí flexibility práce značné výzvy. Digitální nomádi a freelanceři, kteří pracují na dálku z různých zemí, se musí potýkat s komplikovanými daňovými povinnostmi, které vyplývají z jejich mobilního způsobu života.

Jedním z příkladů je případ českého programátora freelancera, který žije v Praze, ale pracuje pro klienty jak v České republice, tak v Německu, a část roku stráví v Německu. Přestože je daňovým rezidentem ČR a své příjmy daní v Česku, německý daňový úřad upozornil na potenciální nedostatky v jeho daňovém přiznání. Tento případ poukazuje na typické dilema digitálních nomádů: obtížnost dokazování, v kterém státě byla práce skutečně vykonána.

Zaměstnanci, kteří cestují do zahraničí na kratší dobu než šest měsíců, obvykle nečelí významným daňovým důsledkům díky mezinárodním smlouvám o zamezení dvojího zdanění. Situace se však komplikuje, pokud zaměstnanec stráví v zahraničí více než půl roku. V tomto případě se musí registrovat u místních finančních úřadů. Komplikovaná situace rovněž nastává u zdravotního a sociálního pojištění. Předtím, než zaměstnanec vyjede, by měl mít potvrzení od České zprávy sociálního zabezpečení, že podléhá českému systému sociálního pojištění. To je takzvaná A1, formulář, který platí v celé Evropské unii. Když zaměstnanec vycestuje kamkoliv mimo Evropskou unii, musí si zjistit, jestli mu nevzniká povinnost podle místních předpisů. Je určité nezbytné se i při pobytu na takto krátkou dobu podívat zároveň na imigrační předpisy a jejich specifika.

Pro freelancery je situace ještě složitější. Bez ohledu na délku pobytu v zahraničí musí zvážit místní právní požadavky na vykonávání jejich činnosti. Klíčovým faktorem je zde pojem „stálá provozovna“. Jde o daňový koncept, který znamená, že freelancer má v cizí zemi místo určené pro svou činnost. Nemusí jít o nějakou kancelář, může to být klidně jen chatrč na pláži, kterou bude mít pronajatou na své jméno. Zároveň platí, že činnost v provozovně musí vykonávat dlouhodobě a trvale, přičemž zvyklost říká, že je to minimálně 6 měsíců. Pokud však freelancer vyjede na kratší dobu, obvykle mu stálá provozovna nevzniká, a proto své příjmy stále daní v České republice.

Proměnlivý svět digitálního nomádství a freelance práce vyžaduje proaktivní přístup k plánování a dodržování daňových povinností. S rostoucím zájmem finančních úřadů o sledování ekonomických aktivit na dálku je nezbytné porozumět složitostem daňových zákonů a sociálního zabezpečení.

Miroslav Kocman,
daňový expert
poradenské kanceláře Rödl & Partner

Najdete uvnitř listu

Česká firma vyvinula unikátní technologii, která může vyřešit evropský problém s plasty 3

Český železniční průmysl ročně vytvoří stovky míst pro absolventy středních škol 6

Kvalita jako předmět touhy, nikoli jen volby 9

Řešení makro ČR ukazují, jak může gastronomie ustát těžké časy 10

Realitní trh u nás letos ožívá 16

Licence k základním standardním patentům

Přístupem EU k základním standardním patentům (SEP) se zabývala Evropská komise již od roku 2017, aktualizovaný dokument v únoru prošel Evropským parlamentem po více než šesti letech vyjednávání. Díky němu by mělo dojít ke zlepšení licenčních postupů a k zachování konkurenceschopnosti a inovační kapacity evropské ekonomiky.

Podle pravidel organizací pro vývoj standardů mohou firmy i jednotlivci patentovat své technické příspěvky k určitým normám. Patenty, které zabezpečují klíčovou technologii nezbytnou pro daný standard a nelze je nahradit jinými technologiemi (tzv. essential patents), často představují překážku pro vstup nových účastníků na trh, ať už jde o samotnou standardizovanou technologii, či přidružené produkty a technologie.

„Evropský právní rámec bude vhodným nástrojem ke zlepšení licenčních postupů v rámci průmyslových odvětví. Konkurenceschopnost společností do značné míry závisí na možnosti využívat standardizované technologie, a to za spravedlivých, přiměřených a nediskriminačních podmínek. Toto nařízení má za cíl zlepšit evropské inovace tím, že učiní licencování standardizo-

vaných technologií, jako je WiFi nebo 5G, transparentnější a předvídatelnější,“ řekl Ondřej Kovařík, europoslanec z frakce Renew a člen Hospodářského a měnového výboru.

Navržená iniciativa má zajistit, aby koncoví uživatelé, včetně malých podniků a spotřebitelů v EU, mohli využívat produkty založené na nejnovějších normalizovaných technologiích. Zároveň se snaží majitele patentů SEP povzbudit, aby inovovali, vyráběli a prodávali výrobky v EU a byli konkurenceschopní na neevropských trzích. Cílem je také široké zavádění normalizovaných technologií v odvětví internetu věcí.

„V této souvislosti se mají díky registraci v databázi zpřístupnit podrobné informace o patentech SEP s cílem usnadnit jednání o licencích, a zároveň se má zlepšit informovanost o udělování licencí k patentům SEP. Implementátorům budou rovněž k dispozici informace o celkových nákladech na licencování, včetně souhrnných licenčních poplatků. Obecně se očekává, že nové podmínky také pomohou malým a středním podnikům v Evropě,“ dodal Ondřej Kovařík.

Nová pravidla budou mít vliv na veškerý průmysl, velmi citelně se ale dotknou například automobilového tržního segmentu. „V součas-

nosti bohužel firmy v automobilovém průmyslu často čelí soudním zákazům a nadměrným licenčním poplatkům, aby se vyhnuly časově náročným a nákladným soudním sporům nebo zastavení výroby. V nejhroších případech musí automobilky stáhnout produkty z trhu,“ popsal Ondřej Kovařík dnešní turbulentní dobu, kdy evropský automobilový trh je pod silným tlakem společeností z USA, ale především z Číny. Podle europoslance, který je zároveň členem Výboru pro dopravu a cestovní ruch, budou mít z přijatého dokumentu prospěch převážně evropské společnosti, které jsou většinou implementátory SEP, zatímco většina držitelů SEP sídlí právě v USA a Asii.

„Tato výhoda bude nejen pro automobilový průmysl, kde se bezdrátové komunikační technologie hojně využívají, naprosto klíčová. Zákondárci Evropské unie ale musí zaujmout ambiciózní postoj a po držitelích SEP požadovat, aby poskytli licenci každému ochotnému nabyvateli licence bez ohledu na jeho postavení v dodavatelském řetězci. To umožní evropským dodavatelům automobilového průmyslu získat přímé licence a konkurovat za stejných podmínek mimoevropským společnostem,“ uzavřel Ondřej Kovařík.

(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: brix@iprosperita.cz

Datum vydání: 12. března 2024

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

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

Bc. Kateřina Šímková, 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 inzertem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzert.

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 2024 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

Klimatické změny

Únor přinesl jarní počasí. Je to jen anomálie, nebo se opravdu mění klima? Jakým informacím o vývoji planety věnovat pozornost, jakých strážáků si nevšímat a co opravdu respektovat? Je na to vůbec odpověď, když vezmeme v potaz to, co na zemi platí a neplatí?

Eva Brixí

Zaujalo nás

Philip Morris k udržitelnosti

Zájem o bezdýmné alternativy mezi dospělými kuřáky, kteří by jinak pokračovali v kouření cigaret, nadále významně roste. Jak nakládat s vysloužilými zařízeními nebo použitými náplněmi, aby dopady těchto produktů na životní prostředí byly co možná nejnížší, řeší společnost Philip Morris programy na jejich opětovné využití. Nyní díky tomu v Česku a na Slovensku nově nabízí repasovaná zařízení IQOS Iluma Refreshed, která zároveň splňují kritéria nejvyšší kvality. „Nabídka repasovaných elektronických zařízení je dalším dílkem v mozaice našich aktivit v oblasti udržitelnosti. Dbáme nejen na dopady samotné výroby našich produktů na životní prostředí, ale také na to, co se s nimi děje po skončení jejich životnosti. Řada IQOS Iluma Refreshed je repasovaným dříve použitým zařízením, které uživatel vrátil na jedno z necelé stovky sběrných míst,“ řekl Roman Grametbauer, manažer pro udržitelnost Philip Morris ČR. „Všechna zařízení, která nám zákazníci přinesou, v recyklačním centru pečlivě zkontrolujeme a roztřídíme. Ta neopravitelná jsou rozebrána, a následně recyklována. Zařízení, která jsou vhodná k obnově či opravě, využijeme v souladu s přísnými normami pro kvalitu a bezpečnost k repasování a následnému prodeji. Od pouhého zpětného odběru elektrozařízení pro recyklaci se tak nyní posouváme k novému modelu, který je zaměřen také na opětovné použití našich výrobků,“ dodal.

Společnost Philip Morris v Česku a na Slovensku nabízí nejen zmíněné programy pro sběr a využití elektronických zařízení, ale i jejich náplní. Ty mohou uživatelé sbírat a odevzdávat do sběrných boxů, které jsou umístěny ve všech prodejnách IQOS. (tz)

Mediální partnerství v roce 2024

1. Soutěž Ambassador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2024
4. Soutěž Česká chuťovka 2024
5. Projekt Inspiromat – Klub manažerek
6. Konference SYMA
7. Konference Dny kvality 2024
8. Soutěž Hvězda GERnétic ČR a SR

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, brand manager FlowBEAUTY s.r.o.
- **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.**, členka 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.

CzechTrade podepsal memorandum o vzájemné spolupráci s Veletrhy Brno

Memorandum mezi agenturou na podporu obchodu CzechTrade a společností Veletrhy Brno stvrzuje jejich budoucí kooperaci a společné zájmy. Spolupráce mezi zmiňovanými subjekty je rozdělena do dvou částí, tou první je participace na přípravě a realizaci cest a jednání představitelů BVV se zahraničními partnery. Druhá část spolupráce je podpora CzechTrade při akvizičních procesech BVV. Memorandum podepsali generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal a generální ředitel BVV Jan Kubata 12. února 2024.

Agentura na podporu obchodu CzechTrade deklaruje záměr vzájemně prospěšné spolupráce, společných zájmů a využití synergií vyplývajících z činnosti společnosti Veletrhy Brno. „CzechTrade bude s BVV spolupracovat na poli internacionalizace brněnských veletržních akcí, a to v rámci svých asistenčních služeb za využití sítě svých zahraničních zastoupení. Účelem tohoto memoranda je vyjádřit vůli a připravenost ke vzájemné spolupráci při přípravě, realizaci, propagaci nebo medializaci projektů, při nichž je vzájemná kooperace obou společností prospěšná,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade a dodal: „Společnost Veletrhy Brno vnímáme jako matadora v oblasti pořádání veletrhů a výstav, a proto je vzájemné propojení vybraných aktivit výbornou příležitostí, jak prezentovat naše služby. CzechTrade se každý rok účastní Mezinárodního strojírenského veletrhu s akcemi Meeting Point CzechTrade nebo Sourcing Day, proto spolupráce mezi námi není úplnou novinkou.“

Spolupráce bude rozdělena do dvou částí, přičemž v první je úlohou CzechTrade podílet se na přípravě a realizaci cest a jednání představitelů BVV se zahraničními partnery. V druhé části se budou společně podílet na akvizici nových klientů BVV, kde budou podporou ředitelů zahraničních kanceláří dle konkrétní potřeby. Oba účastníci memoranda také deklarují vůli se vzájemně informovat o pořádaných akcích, seminářích, workshopech a dalších formách vhodných k vzájemné spolupráci. „Veletrhy Brno jsou nejvýznamnější veletržní správou středoevropského regionu, některé z našich veletrhů, jako např. Mezinárodní strojírenský veletrh, patří k evropským lídrům v příslušné veletržní branži. Agentura CzechTrade nám může být přínosem a podporou především při našich zahraničních aktivitách, a my ji naopak při prezentacích jejich služeb a dalších aktivit,“ sdělil Jan Kubata, generální ředitel společnosti Veletrhy Brno. Ze strany CzechTrade bude k poskytování uvedených informací pro BVV využita služba CzechTrade denně, newsletter, který na denní bázi poskytuje aktuální přehled o zahraničních obchodních příležitostech.

Důležitou součástí memoranda je spolupráce s BVV na dalším rozvoji strategického tématu smart cities. V rámci svých akvizičních kampaní může CzechTrade informovat své klienty o aktivitách BVV v oblasti smart cities (např. Urbis The Smart Cities Meetup) a BVV umožní prezentaci aktivit CzechTrade na akcích, které bude v rámci svého areálu na téma smart cities pořádát. CzechTrade bude také dále vytvářet podmínky pro efektivní podporu Exportní aliance CzechTrade Elements for Smart City v rámci aktivit BVV v této oblasti. (tz)

T-Mobile se stává novým partnerem Svazu průmyslu a dopravy ČR

Svaz průmyslu a dopravy ČR a společnost T-Mobile výrazněji spojují své síly. Prohlubují tak vzájemnou spolupráci a navazují na dřívější společné projekty. Tento krok potvrzuje důležitost digitalizace pro ekonomiku a regionální rozvoj ČR. Partnerství se zaměří mimo jiné na podporu digitální transformace průmyslu a rozvoj digitální infrastruktury, které jsou klíčové pro udržení konkurenceschopnosti firem i veřejné správy. Partnerství Svazu průmyslu a T-Mobile umožní větší podporu českého průmyslu prostřednictvím inovací a moderních technologií. S vysokou pravděpodobností přinese i vznik nových pracovních skupin, které se v rámci SP ČR budou vybraným tématům věnovat. T-Mobile se vedle společnosti ČEZ stává již druhým partnerem Svazu průmyslu a dopravy ČR. Do partnerství přináší mimo jiné i svou expertizu v oblasti digitální transformace průmyslových odvětví a moderních technologických řešení, jako jsou 5G sítě, datová centra, internet věcí nebo bezpečnost. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

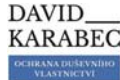
hlavní
partneři:



partner plus:



partneři:



odborní partneři:

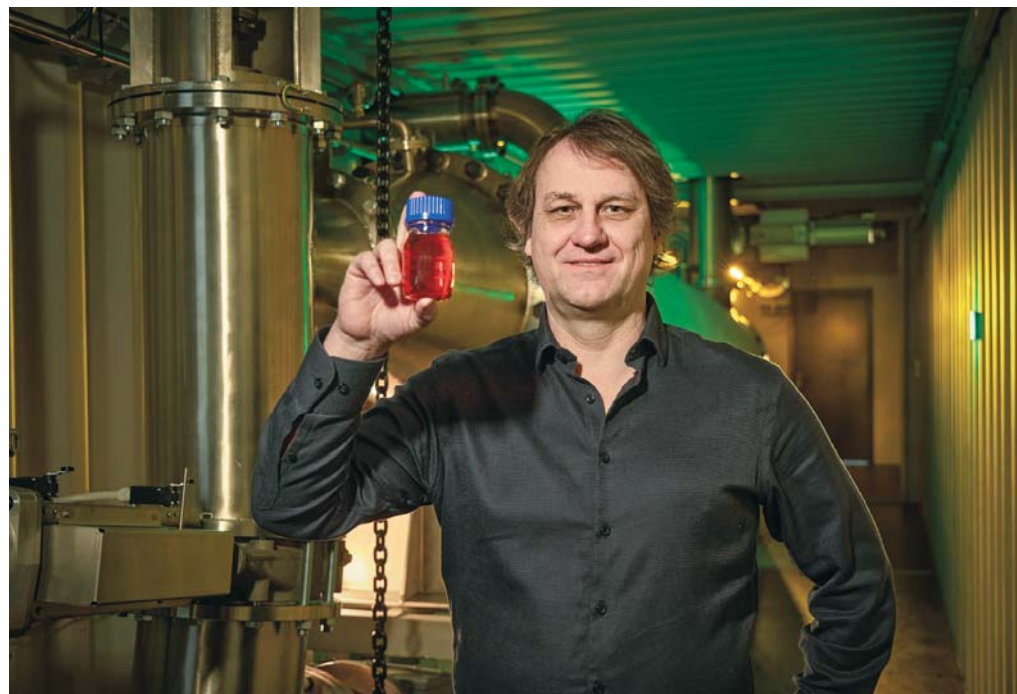


Prosperita vás provází děním v businessu už 25. rokem!

Česká firma vyvinula unikátní technologii, která může vyřešit evropský problém s plasty

Česká společnost Green Future jako první na světě představila funkční komerční jednotku na thermochemickou recyklaci plastů. Tato technologie zvládne zpracovat veškerý obsah „žluté popelnice“ a může být světovým řešením recyklace plastů, které dnes z velké části končí ve spalovnách. Funkční jednotka na thermochemickou recyklaci již stojí v Moravskoslezském kraji, letos plánuje firma začít stavět další dva areály v Česku a jeden v Rakousku. Do deseti let cílí Green Future na ovládnutí 10 % evropského trhu recyklace plastů.

Technologie společnosti Green Future je první funkční jednotkou na thermochemickou recyklaci plastů připravenou na komerční použití. Zakladatel Green Future Michal Pivrnec se spojil s českými vědci ze společnosti Enress a společnými silami se jim podařilo dokončit dlouholetý vývoj první komerčně využitelné jednotky na thermochemickou recyklaci plastů na světě. Jejich revoluční technologie zvládne zrecyklovat až 90 % vstupního plastu. Zbytek se z 5 % změní na inertní uhlíkatý zbytek použitelný v gumárenství nebo zemědělství a z dalších 5 % na energetický plyn. Ten je možné použít pro výrobu elektřiny využitelné pro komunitní energetiku nebo pohon jednotky.



Michal Pivrnec, zakladatel firmy Green Future

Funkční jednotka stojí v Moravskoslezském kraji, připravuje se na komerční provoz

První funkční jednotka na thermochemickou recyklaci stojí ve Dvorcích u Bruntálu a v současné době se připravuje na přechod z vědeckého

na komerční provoz. Green Future se totiž daří získávat potřebná povolení pro provoz a v současné době běží schvalovací řízení. Komerční provoz by tak měl začít do konce roku. Jako průkopník v oboru se přitom společnost stále „pere“ především s limity české legislativy.

„Máme podporu Moravskoslezského kraje, Ministerstva životního prostředí, schválení výsledného produktu od Ministerstva průmyslu a obchodu a další. Stále ale narážíme na určité limity v legislativě, která s funkční technologií nepočítala. Například energetický plyn, který při procesu vzniká, je v rámci zákona o odpadech považován právě za odpad a v současné době ho musíme místo využití likvidovat. Naštěstí se setkáváme s pozitivním ohlasem na naši technologii a daří se nám proslapávat i tu legislativní cestu. Během prvního pololetí letošního roku by tak měla vzniknout vyhláška řešící využití plynů a kapalných paliv z odpadu,“ řekl Michal Pivrnec, CEO a zakladatel Green Future.

Pyrolýzní olej jako cenná komodita

Firmy jsou díky pravidlům Evropské unie nuceny přistupovat ke svému odpadu ekologicky a metoda Green Future dokáže tento postup zajistit. Velkým tématem je likvidace plastového

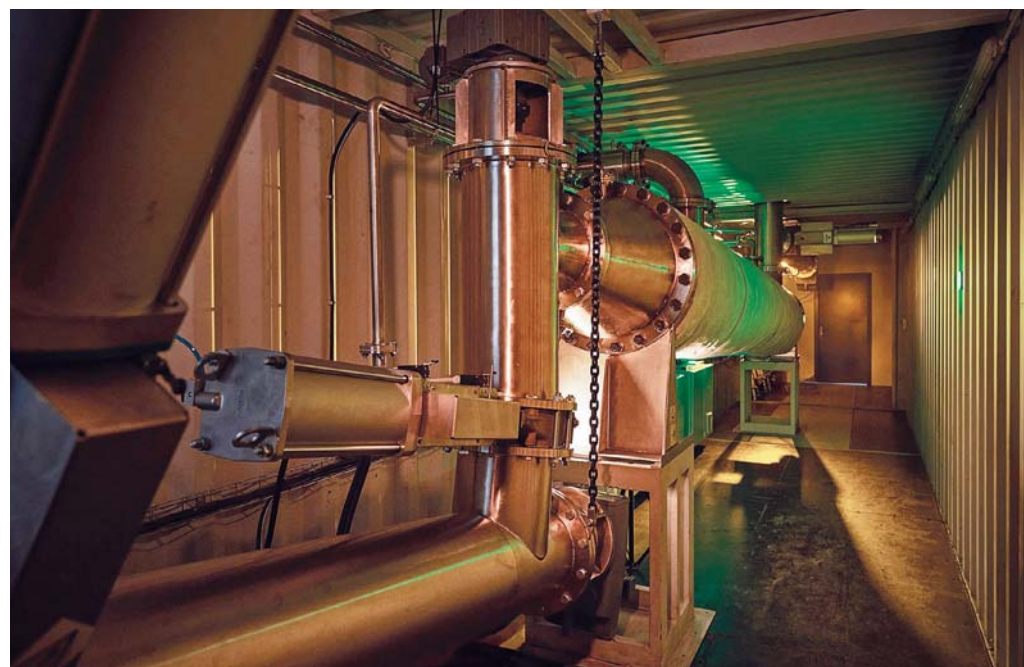
odpadu i pro samosprávy. Ty totiž musí v současné době obsah žlutých popelnic třídit a plasty, které není možné recyklovat, musí nechat odvézt a zlikvidovat. To je každoročně stojí nemalé peníze. Green Future chce od obcí a měst tento odpad odebírat zdarma a zobchodovat až finální produkt v podobě pyrolýzního oleje. Právě po něm je na trhu obrovská poptávka, protože podle směrnice EU Fit for 55 musí výrobci plastů nahradit 30 % ropy nefosilním zdrojem.

„Z plastového odpadu dokážeme jako jediní vyrobit pyrolýzní olej tak kvalitní, že je ho možné bez dalších úprav použít na výrobu plastů. Takto kvalitní látka má na trhu vysokou cenu. Za den provozu jedna jednotka vyrobí až 15,3 tuny pyrolýzního oleje fungujícího jako zelená náhrada ropy, 0,85 tuny energetického plynu a 0,85 tuny uhlíkatého zbytku. To vše v hodnotě skoro 200 000 Kč,“ vysvětlil Michal Pivrnec.

Do konce roku se začnou stavět dvě recyklační centra v Česku a jedno v Rakousku

V současné době Green Future v Česku jedná s různými firmami a samosprávami o odběru plastového odpadu a jeho zpracování ve vlastních plánovaných provozech. Do konce roku by měla v naší republice začít vznikat další dvě recyklační centra. Jedno v Ústeckém a druhé ve Středočeském kraji s celkovou kapacitou zpracování 22 000 tun plastů ročně. Green Future zároveň hledá partnery, kteří mají zájem o vybudování vlastních recyklačních center. Mezi prvními, se kterými se dohodli, je rakouská obec Hauskirchen. Na jejím území vznikne do konce tohoto roku první komerční areál na thermochemickou recyklaci v Rakousku s kapacitou zpracování 30 tun plastového odpadu denně. Celková investice do areálu je odhadovaná na 12 milionů eur.

Plány Green Future ale nekončí v Česku a okolních zemích: „Počítáme s tím, že v první fázi rozšiřování technologie do Evropy se staneme tvůrcem evropského trhu. Do pěti let bychom chtěli po celé Evropě postavit 120 thermochemických jednotek, které zvládnou zpracovat 700 000 tun plastů. To představuje 1,5 % celého evropského trhu recyklace plastů. Při dodržení tempa plánovaného rozšiřování míříme do deseti let na 10 % evropského trhu recyklace plastů,“ uzavřel úvahu Michal Pivrnec. (tz)



INZERCE

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



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

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

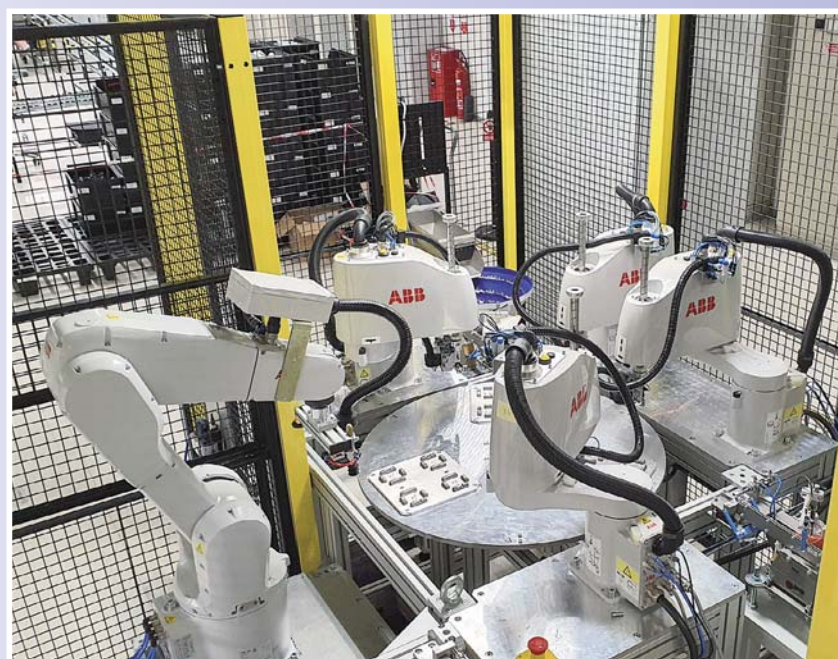
Naše moto:

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

Kontakty:

e-mail: obchod@elap.eu

web: www.elap.eu



Většina firem kvůli vyšším nákladům, administrativě a nejasnostem propustila dohodáře

Zaměstnavatelé v reakci na legislativní změny u dohod o provedení práce a pracovní činnosti, vyvolané novelizací zákoníku práce a konsolidačním balíčkem, snížili počty uzavřených dohod. Práci nejčastěji přerozdělili mezi ostatní zaměstnance, najali osoby samostatně výdělečně činné, nebo dohody převedli na zkrácené či plné pracovní úvazky. Najímají také více pracovníků v rámci jiných smluvních vztahů, jako jsou například smlouvy o dílo, nebo využívají služeb pracovních agentur. Zhruba 30 % zaměstnavatelů uvedlo, že v jejich firmách neměly vládní změny na zaměstnávání pracovníků na dohody žádný vliv. Vyplývá to z nového šetření Hospodářské komory mezi 457 podniky napříč republikou.

„Firmy na úpravy zareagovaly víceméně tak, jak avizovaly loni v létě s tím, že nakonec zaměstnaly méně pracovníků na IČO a na jiné typy smluv, než původně plánovaly. Reakce firem na změny u dohod byla oproti jejich původním očekáváním mírnější i proto, že k dalším pro firmy nákladným a administrativně náročným úpravám má dojít až od letošního prvního července,“ uvedl viceprezident Hospodářské komory Tomáš Prouza.

Počty dohodářů snižovaly nejvíce velké firmy nad 250 zaměstnanců. Zhruba 60 % z velkých firem alespoň částečně jejich práci přerozdělilo mezi ostatní zaměstnance. Nejcitlivěji reagovaly firmy působící v osobních službách, ze kterých k žádným změnám v zaměstnávání na dohody nepřikročila pouhá pětina, zatímco v ostatních odvětvích je podíl těchto firem výrazně vyšší.

Změny v pravidlech pro zaměstnávání na dohody mimo pracovní poměr zavedla novela zákoníku práce a vedle toho také vládní konsolidační balíček. Zaměstnavatelé musí zaměstnancům na dohody nově rozvrhovat pracovní dobu alespoň tři dny předem. Dohodáři mají také nově nárok na dovolenou a příplatky za práci o víkendech a svátcích.

Konsolidační balíček navíc letos od 1. července zavádí povinnost zaměstnavatelů ohlašovat

vat dohodáře ČSSZ. Zároveň při souběhu dohod u více zaměstnavatelů a překročení limitu vznikne povinnost z odměny odvádět sociální a zdravotní pojištění a zaměstnavatel je bude muset zpětně doplatit, což zaměstnavatelům masivně zvýší byrokracii a zvedne nejistotu při personálním plánování.

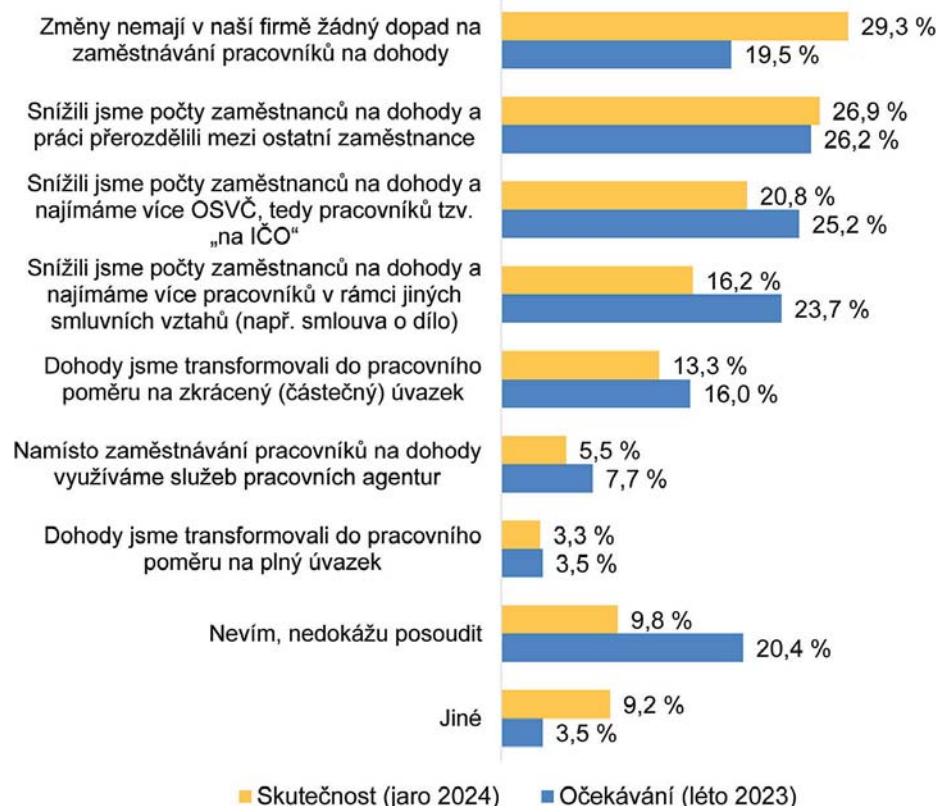
Hospodářské komoře mj. vadí, že by zaměstnavatel do poslední chvíle nevěděl, kolik ho dohodář nakonec bude stát. Obává se také, že kvůli parametrickým úpravám klesne účast některých skupin obyvatelstva, jako jsou studenti, matky na rodičovské nebo senioři na trhu práce, kterou ale Hospodářská komora dlouhodobě doporučuje kvůli nepříznivému demografickému vývoji naopak zvýšit. Úpravy dohod proto napadla jak v mezirezortním připomínkovém řízení, tak i při schvalování ozdravného balíčku.

„Na jednáních se zástupci ministerstev a poslanci prosazujeme, aby se nemuselo cokoliv počítat, a následně doměřovat pojistné, což by zaměstnavatelům zjednodušilo zaměstnávání pracovníků na dohody. Zaměstnavatelé navíc potřebují dostatek času pro úpravu personálních systémů, jsme proto rádi, že vláda na základě našich argumentů připravuje odklad nových pravidel na příští rok. Teď se proto musíme soustředit na zjednodušení nových pravidel tak, aby zbytečně nezvedala byrokracii ani náklady,“ dodal Tomáš Prouza, který oceňuje, že MPSV naslouchá zaměstnavatelům a snaží se najít systém, který nebude tak administrativně složitý a nepřehledný jako původní návrh.

Vládní koalice by o úpravách dohod mohla jednat už tento týden. Z jednání v expertní skupině vyplývá, že na smlouvu, kterou firma s dohodářem nahlásí ČSSZ jako první, by se dál mohla vztahovat současná pravidla. Pojistné by se z ní platilo jen v případě, že měsíční výdělek u této firmy přesáhne zhruba 10 000 Kč, stejně jako je tomu dnes.

„Naprostá většina dohod slouží jako příležitostný přívýdělek, a pro tyto dohody by měla zůstat platit původní pravidla, tedy aby se do určité výše neplatilo zdravotní ani sociální pojištění. Dosavadní limit 10 000 Kč, stanovený v roce 2012, už ale inflace dávno znehodnotila, a proto Hospodářská komora doporučuje tento

Reakce na změny v oblasti dohod o provedení práce a dohod o pracovní činnosti vyplývající z novely zákoníku práce a konsolidačního balíčku



pozn.: Otázka umožňovala zvolit více možností, proto součet procent v grafu není roven 100

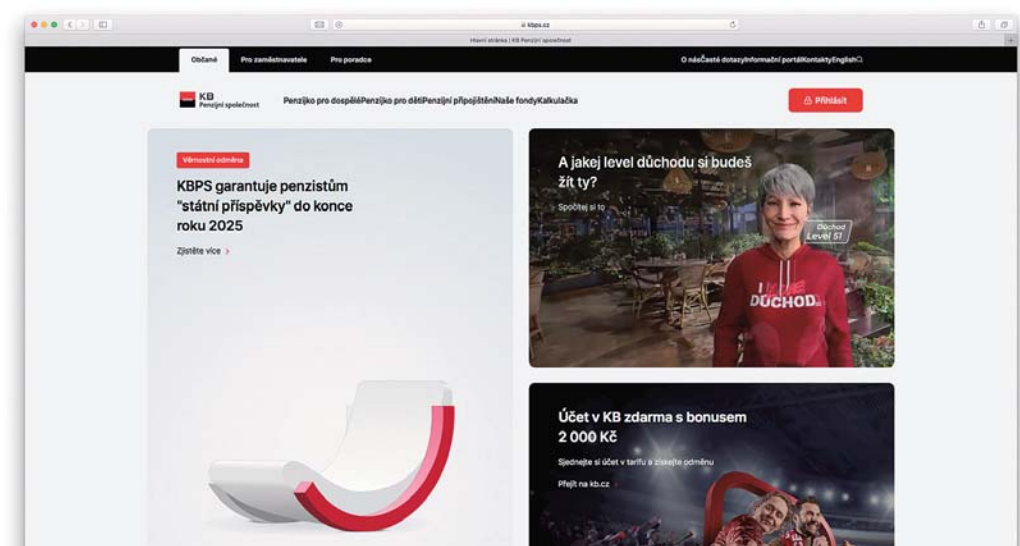
limit zvýšit alespoň na 15 000 Kč. Pokud má zaměstnanec více dohod, je základním požadavkem Hospodářské komory, aby bylo pro zaměstnavatele jednoduše zjištělné prostřednictvím kontroly ve státě vedené evidenci, jestli je ta jeho první, nebo až další v řadě. Zaměstnavatel nemůže nést odpovědnost za to, že mu zaměstnanec neřekl případně pravdu o tom, jestli už má uzavřenou jinou dohodu,“ apeloval viceprezident Hospodářské komory.

Podle dřívějších šetření Hospodářské komory práci na dohody poskytuje 93 % zaměstnavatelů. Novým pravidlům se tak musí přizpůsobit přes 250 000 zaměstnavatelů. Firmy na do-

hody zaměstnávají hlavně studenty, seniory a matky na rodičovské.

Vláda se rozhodla výrazně omezit dohody kvůli praxi, kdy se lidé vyhýbají placení pojistného uzavíráním dohod u mnoha zaměstnavatelů. Podle propočtů MPSV na základě dat z roku 2021 se v ČR neplatí pojistné odvody z více než 50 miliard korun dohodových výdělků, a systém sociálního zabezpečení tím přichází zhruba o 15 miliard korun ročně. I proto Hospodářská komora požaduje upravit pravidla tak, aby dohoda pro přívýdělek zůstala jednoduchá a výhodná pro toho, kdo si chce svou vlastní aktivitou navýšit své příjmy. (tz)

Penzijní spoření stále výhodné pro zaměstnavatele i zaměstnance



dokončení ze strany 1

A mohou zaměstnavatelé platit-přispívat i lidem, kteří u nich pracují na dohody? Nebo čerstvým důchodcům, kteří ale dál zůstali v zaměstnaneckém poměru na hlavní pracovní poměr?

Obecně lze přispívat na jakoukoliv smlouvu se zaměstnavatelem, včetně DPP nebo DPČ, smlouvy o výkonu funkce jednatele a dalších, ze které je poskytnuto nějaké finanční plnění. Dle schválených legislativních změn přijdou

právě starobní důchodci od 1. července 2024 o státní příspěvky. V KBPS jsme ale pro tuto skupinu klientů připravili Věrnostní odměnu. V případě splnění podmínek akce jim nadále budeme na smlouvu připisovat odměnu ve vyšší původních státních příspěvků, a to až do konce roku 2025.

Avšak za určitých podmínek...

Ano, starobní důchodci, kteří mají na svém penzijní spoření částku minimálně 500 000 Kč nebo vloží mimořádný příspěvek, získají od KBPS odměnu ve výši původního státního pří-

spěvku, který jim byl naposledy připsán v lednu 2024. Pro splnění této podmínky lze prostředky i mimořádně vložit a pokračovat ve spoření jako dříve. Další podmínkou je, že tito klienti nemají požádáno nebo nejsou již ve výplatní fázi jakékoliv penze a dále si na smlouvu spoří alespoň 300 Kč měsíčně.

Na svůj důchod si u nás odkládá pořád velmi málo lidí, přesto se podle vašich dat situace lepší, zejména se to týká mladší generace, která pochopila, že jen na stát se ve stáří nebude moci spoléhnout. Co k tomu podle vás napomáhá?

Podle mého názoru existuje několik faktorů, které napomáhají zlepšení situace, nicméně klíčovým prvkem je vzrůstající povědomí mladší generace o nutnosti plánování finanční stability ve stáří. Moderní a digitální prostředí umožňuje rychlý přístup k informacím o penzijním spoření. V KBPS toto vnímáme jako velmi důležité téma a snažíme se ho přiblížit mladé generaci kampaní I love důchod,

kde naše digitální influencerka JUST.ina představuje možnosti, jak by mohl budoucí důchodový věk vypadat, například díky jednoduché kalkulačce.

Na nedávné tiskové konferenci v Praze jste naznačila, že člověk, který si od své plnoletosti začne odkládat měsíčně pouhých 500 Kč, bude mít ve svých 60 letech naspořeno přes 1 200 000 Kč. Je to tak?

Ano, v případě, že začne spořit od 18 let a bude investovat do akciového účastnického fondu a současně se situace na trzích bude vyvíjet příznivě, může mít v 60 letech naspořeno více než 1,4 miliónu korun.

A ten, komu založí rodiče nebo prarodiče penzijní spoření, na tom bude ještě lépe. Jaký další argument byste použila k motivaci veřejnosti?

Dlouhodobý horizont přináší již při malé úložce zajímavý výnos, který může vytvořit dětem zá-

klad do života. V případě smluv pro děti lze jednu třetinu naspořených prostředků vybrat v 18 letech za podmínky, že spoří minimálně 120 měsíců.

Prostředky lze využít například na vzdělání, bydlení nebo cokoliv dalšího. Vést děti ke spoření může být důležitým prvkem v oblasti finanční gramotnosti a principů, jak funguje investování.

ptala se Eva Brixí

Mírná většina členů AMSP ČR je pro přijetí eura



Mírná většina menších podniků a živnostníků je pro přijetí společné evropské měny. Ukázala to anketa mezi členy Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, která proběhla ve dnech 16.–19. ledna 2024 formou dotazníkového šetření. Ankety se zúčastnilo téměř šest stovek podnikatelů a živnostníků.

Na klíčovou otázku, zda je dotázaný pro přijetí eura, odpovědělo téměř 39 % respondentů: „Ano, určitě, jakmile bude ČR plnit Maastrichtská kritéria.“ A dalších 12 % pak zvolilo variantu: „Ano, ale později podle situace.“ Proti přijetí eura se vyslovilo mírně přes 39 % dotázaných. Pro téměř 10 % respondentů není otázka přijetí nebo nepřijetí společné měny důležitá a 1 % na

tuto věc nemá názor. Výsledky šetření znamenají určitý posun v názorech podnikatelské veřejnosti. Při předchozích výzkumech, které se ale uskutečnily před delší dobou, členská základna AMSP ČR přijetí eura vcelku výraznou většinou odmítala.

„Názorový posun je zde nezpochybnitelný. Na druhou stranu ale musíme varovat před jednoznačnou interpretací výsledku šetření, protože většinová podpora je těsná a je třeba zdůraznit, že v rámci statistické chyby mohl být výsledek stejně dobře v podobě podpory nižší než polovina respondentů,“ poznamenal k tomu předseda představenstva AMSP ČR Josef Jaroš.

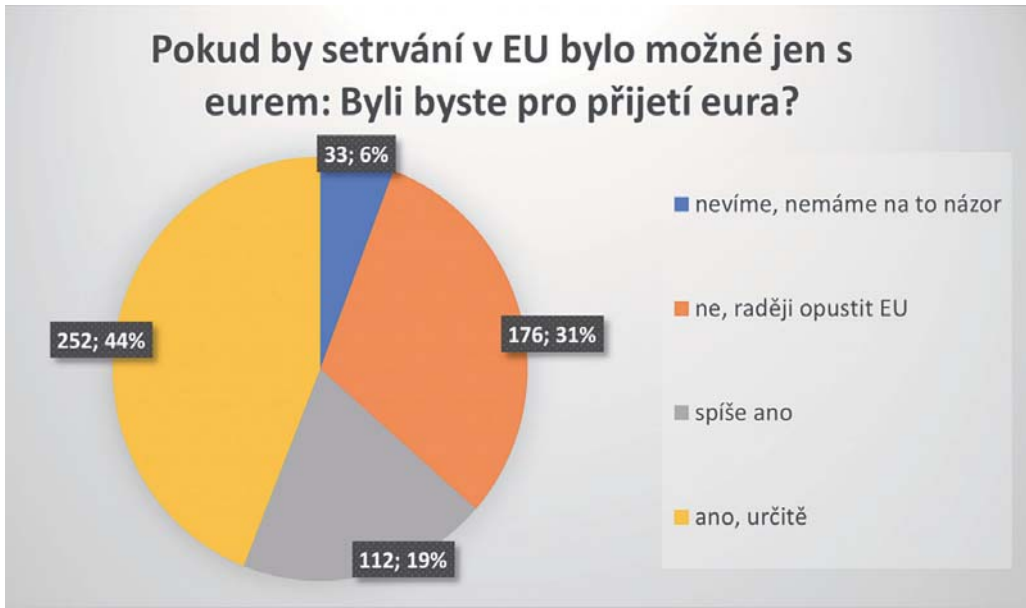
Obvykle panuje přesvědčení, že podpora eura mezi podnikateli roste úměrně s tím, jak je pro ně důležitý export. Tedy že exportéři euro podporují a ostatní podnikatelé jsou v této věci podstatně vlažnější. Výzkum tuto představu v jisté míře potvrdil, nikoliv však důsledně. Podpora eura sice roste s tím, jak je pro podnikatele důležitý export, avšak i mezi těmi, kteří neexportují vůbec, je podpora společné evrop-



ské měny téměř poloviční. Výzkumníci položili v rámci dotazníkového šetření i hypotetickou otázku, jaký názor na přijetí eura by měli respondenti v případě, že by v budoucnu nastala volba: „Buď euro, nebo odchod z Evropské unie.“ V této volbě by euro a setrvání v EU vybralo 63 % otázaných (určitě ano 44 %, spíše ano 19 %). Necelá třetina respondentů by v této konstelaci volila opuštění EU (31 %). Zbytek

dotázaných na takto položenou otázku neměl názor.

Členové AMSP ČR jsou většinově přesvědčeni, že o přijetí eura by nicméně mělo proběhnout referendum. Určitě si to myslí 37 % respondentů, spíše ano odpovědělo dalších 16 %. To znamená, že jednu z forem souhlasu vybralo 53 % dotázaných. Za zbytečné považuje referendum 44 % členů AMSP ČR. (tz)



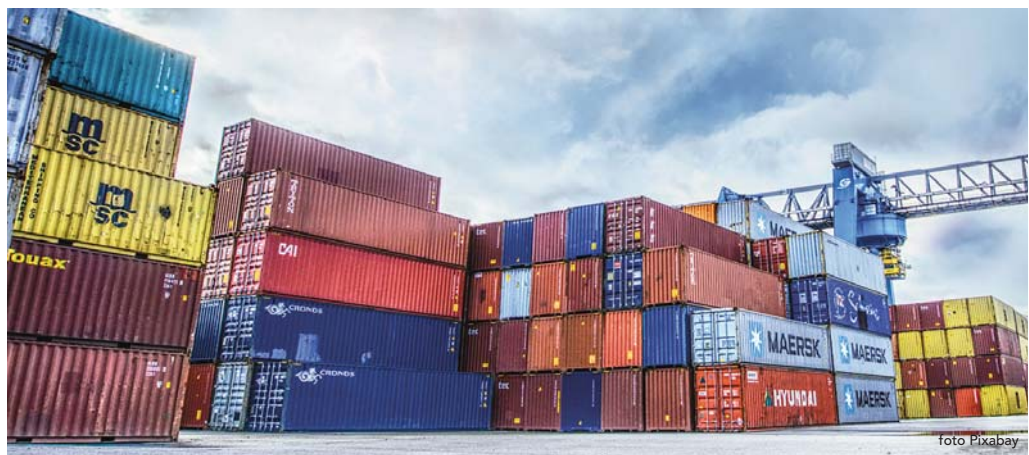
Rekordní počet firem a zahraničních kanceláří

Na největší proexportní akci pro střední a malé firmy Meeting Point CzechTrade v Praze koncem února přišlo své exportní záměry konzultovat 427 českých firem. K dispozici jim bylo všech 56 ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade z celého světa. Rekordní účast potvrdila, že zájem firem o export je i přes výzvy, kterým exportéři čelí, stále vyšší. V letošním roce agentura CzechTrade nadále posiluje zahraniční síť kanceláří a zaměří se na propojování technologických sektorů s vhodnými trhy, startupy a vysoce inovativními firmami. Podpora exportních aktivit tuzemských firem je také letos prioritou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, což na akci zdůraznil ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela.

„Export je jedním z motorů naší ekonomiky a naší prioritou je v něm české firmy co nejvíce podporovat. To jsme také vyjádřili v nové Exportní strategii České republiky, která určuje směřování podpory exportu na příštích deset let. Naším cílem je najít nové národní šampiony, kteří se dokážou trvale prosadit na zahraničních trzích. V tuto chvíli se již soustředíme na naplňování stanovených opatření, mezi něž patří i rozvoj sítě zahraničních kanceláří CzechTrade,“ řekl Jozef Síkela a dodal: „Podporu exportu zintenzivňujeme i v dalších oblastech, v loňském roce jsme například navýšili počet podnikatelských misí a společných účastí na výstavách v zahraničí. V této podpoře budeme pokračovat i letos.“

Zástupci českých firem napříč obory s ambicemi exportovat do celého světa se v průběhu dvou dnů letos potkávali s řediteli zahraničních kanceláří agentury CzechTrade v Praze, aby projednali své exportní záměry. Tradičně jako každý rok se nejdříve zaplnily konzultace do evropských teritorií, jako je Německo nebo Skandinávie. „Meeting Point CzechTrade je jednou z nejdůležitějších akcí pro internacionalizaci českých firem. Je unikátní tím, že ředitelé zahraničních kanceláří mohou exporté-

rům na jednom místě předat zpětnou vazbu, zda jejich produkt nebo služba může na daném trhu reálně uspět, a navrhnout individuální řešení vstupu na trh. Letošní ročník byl opět úspěšný, všechny konzultační sloty se nám rekordně brzy po spuštění akce na webu zaplnily,“ sdělil generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal a doplnil, že exportéři se v rámci diverzifikace stále více zajímají také o mimoevropské vzdálenější trhy. Agentura CzechTrade otevírá v letošním roce nové kanceláře v Saúd-



ské Arábii, Jižní Koreji, Uzbekistánu a bude podporovat české firmy v rámci týmu generálního komisaře Expo 2025 v japonské Ósace. Exportérům tak chce nabídnout další perspektivní trhy. CzechTrade tímto způsobem výrazně přispívá k naplnění vládou schválené Exportní strategie ČR.

Z konzultací mezi firmami a řediteli zahraničních kanceláří vyplynulo, že většina firem hledá nové trhy pro svůj stávající výrobek. Roste také počet technologických firem a firem v oblasti vývoje softwaru, které nabízejí produkty a služby s vyšší přidanou hodnotou, jejichž cílem je exportovat na západoevropské trhy.

O konzultace měly zájem také startupové firmy a nově vzniklé technologické startupy, které se brzy po svém vzniku snaží najít zákazníky na trhu USA. „Firmy využívají konzultací, aby se zorientovaly na daném trhu a získaly prvotní businessové informace o teritoriu, a například exportéři, kteří mají zájem vyvážet do

vzdálenějších teritorií, zjišťují, jak se v teritoriu prosadit a jak businessově a kulturně odlišnou zemi uchopit,“ komentoval Radomil Doležal.

Ředitelé zahraničních kanceláří dále uvedli, že firmy mají stále větší zájem o mimoevropské trhy z důvodu přesycenosti evropského trhu nebo jako náhradu za Rusko. Firmy se také zajímají, jak se mají připravit na etapu rekonstrukce Ukrajiny, aby včas vstoupily na ukrajinský trh. „Firmy projevily zájem o možnost účastnit se projektů a tendrů na podporu Ukrajiny, ať už z ČR, nebo mezinárodních institucí. Často neznají administrativní omezení a opatření na Ukrajině nebo mají obavy z cestování do válečné země, s čímž jsou obě naše zahraniční kanceláře na Ukrajině připraveny pomoci,“ uvedl Radomil Doležal.

Podle interního průzkumu agentury CzechTrade mají firmy stále největší zájem o export do evropských teritorií. Například do sousedního Německa má v letošním roce v plánu začít exportovat 27 % dotázaných firem, což je dlouhodobě teritorium s největší exportní hodnotou až na výhly z posledního kvartálu minulého roku. Podle průzkumu nejvíce firem, konkrétně 58 %, exportuje napřímo, ale velmi atraktivní distribuční cestou je také kombinace exportu napřímo a pomocí distributora, kterou uvedlo 42 % firem. Za nejsilnější konkurenční výhodu v zahraničí firmy považují unikátnost výrobku, zákaznický servis, cenu výrobku a profesionální design výrobku. Nejvíce firem hodlá v blízké budoucnosti investovat do rozšiřování exportu do dalších teritorií a inovace svých produktů, do inovací výroby a výrobních procesů či rozšiřování pracovního týmu. (tz)

Český železniční průmysl ročně vytvoří stovky míst pro absolventy středních škol

Každoročně více než 500 míst pro absolventy středních odborných škol a učilišť vytvoří podniky českého železničního průmyslu – členové sdružení ACRI. Podniky, které vyrábějí široké portfolio produktů – od drážních vozidel přes řídicí technologie, komponenty a součástky, vybavení interiérů vozidel nebo například po kolejnice, přitom mají zájem především o absolventy oborů elektro, mechaniky, seřizovače, obsluhu CNC strojů a další specializované profese.

Aktivně spolupracují s technickými školami a studenty podporují již během studia. Třeba formou praxí či letních brigád. Některé z nich samy provozují vlastní střední školy. Například do prvních ročníků Střední odborné školy Třineckých železáren nastoupilo v aktuálním školním roce 200 studentů. Podniky ale lákají nejen studenty z Česka. V hledáčku personalistů jsou i mladí Slováci a Poláci, s nimiž mají členové ACRI velmi dobré zkušenosti.

„Průměrný nástupní plat u absolventů v rámci dělnických profesí je okolo 30 000 Kč. Navíc u některých nabízíme náborový příspěvek až 100 000,“ řekl Mgr. Jiří Kutálek, personální ředitel CZ LOKO, významného českého výrobce a opravce lokomotiv ze závodu v České Třebové a Jihlavě, a dodal: „Pro studenty středních škol máme zaveden vlastní atraktivní vzdělávací program. V rámci něj mají mimo jiné možnost strávit nějaký čas na vybraných pracovištích dle své-



ho studijního zaměření. Díky tomu získají velmi cennou zkušenost přímo z centra dění a daleko lépe pochopí problematiku, role a souvislosti v rámci jednotlivých úseků výroby.“

Také česká jednička na poli výroby drážních vozidel Škoda Group přistupuje k výchově budoucích zaměstnanců aktivně. Podle Vice Presidentky pro HR Šárky Moučkové většina firemních poboček letos počítá s desítkami volných pracovních míst pro absolventské juniorní pozice, což meziročně představuje další nárůst: „Ve Škoda Group pomáháme s výukou studentů

ve formě praxí a dalších vzdělávacích programů. V každém městě, kde máme výrobní závod, spolupracujeme přímo se středními školami a podporujeme konkrétní obory. Je to oboustranně výhodná spolupráce, protože studenti se učí dovednosti potřebné pro úspěch na pracovním trhu a my získáme pracovníky, kteří umí, co potřebujeme.“

Vlastní střední odbornou školu provozují Třinecké železářny. Škola prošla rozsáhlou modernizací a do výuky zavedla nové technologie. Drží tak krok s rozvojem průmyslu a jeho transformací a současně nabízí úzké propojení výuky s praxí, takzvaný duální systém vzdělávání. Instruktóři jsou v kontaktu s Třineckými železářnami a společně připravují učební plány a materiály pro studenty. V letošním školním roce se na škole vzdělává 450 žáků, což je o 70 více než loni. Kromě vlastní střední školy spolupracuje podnik s dalšími školami v regionu a stejně tak s vysokými školami v Moravskoslezském kraji se zaměřením na technické obory.

Zároveň firma a její dceřiné společnosti aktivně komunikují se školami za hranicemi a přijímají absolventy z Polska a ze Slovenska. Zájem o ně deklaruje naprostá většina členů ACRI, a to včetně výrobců, kteří mají mnohem širší záběr než dodávky pro železniční průmysl, jako jsou například společnosti RETIA (výrobce bezpečnostních a záznamových systémů) nebo firma RETEX, která mimo jiné vyrábí a dodává netkané textilie používané v interiérech drážních vozidel.

Běžnou praxí je podpora studentů již během studia. Ta se přitom netýká pouze praktické výuky či odborné stránky samotného studia. Výrobci nabízejí studentům brigády, pomoc při tvorbě maturitních prací, pořádají dny otevřených dveří a poskytují jim další podporu. „Studentům třeba zaplatíme pracovní oděvy, škole věnujeme materiál do dílen a podobně,“ uvedla Jana Kavalír, manažerka marketingu ze společnosti DAKO, která je předním českým výrobcem brzdových systémů pro drážní vozidla.

Podobně postupuje také další člen ACRI – výrobce ložisek ZKL se závody v Brně a Klásterci nad Ohří: „Snažíme se vytvářet nejlepší pracovní podmínky a přátelské prostředí směrem k našim zaměstnancům a všem spolupracujícím osobám. Tedy například studentům středních a vysokých škol. Často se stává, že studenti u nás pracují nejdříve brigádně a po ukončení studia vstupují do úvazku už na pracovní smlouvu. Zaměstnanci si u nás cení zejména individuálního přístupu,“ doplnila Hana Luxová, marketingová manažerka ZKL. Železniční průmysl je perspektivní obor, tahoun průmyslového sektoru a českého exportu, a tento růstový trend trvá už několik let. Spolu s tím roste počet zaměstnanců, který již přesáhl 22 000. S cílem posílit svou pozici na zahraničních trzích zakládají firmy vlastní zastoupení a dceřiné společnosti po celém světě. V současné době takto působí ve více než 20 státech a exportní zakázky železničního průmyslu se stávají jedním z tahounů průmyslové produkce a jejího exportu. (tz)

Nejsem šéf, jsem zákazník

Kdo by čas od času ve firmě neřešil situaci, že není hotovo, co hotové mělo být, že se práce na splnění cílů zpožďuje... Kdo by si v tu chvíli nepřál mít ve svém slovníku kouzelnou větu, která by vše vyřešila a nasměrovala tým nebo jednotlivce k tomu, aby byli sami motivovaní, angažovaní, aby chtěli daných výsledků dosáhnout.

Bylo by báječné takovou větu znát. Otočila by vnímáním lidí. Dodala by energii do místa, kde firmě dochází dech. Kdyby navíc toto zaklínadlo dokázalo zařídit, aby lidé našli vlastní motivaci k tomu chtít stanovených cílů dosáhnout, rovnalo by se to téměř zázraku. Nikoho totiž asi příliš nebaví neustále své podřízené honit, sledovat, jestli pracují, a když pracují, jestli se opravdu soustředí na kýžený výsledek. Tedy, mluvíme každý za sebe. Mě to nebaví. Vysílá mě představa, že bych měla být drábem, který tohle dělá. Chápu, že existují velké firmy nebo organizace, kde to bez hierarchické struktury a jistých direktivních praktik asi nejde. Ale já vnímám jako praktické najít jiný než direktivní způsob řízení.

K tomu přidat se o svou zkušenost s hledáním zlatého grálu fungování v podstatě ploché struktury řízení, mě přivedlo hlavně to, že jeden

z projektů máme postavený na spolupráci s ukrajinskými kolegyněmi. Nechci teď popisovat, jak jsme v úvodu hledali způsoby, jak překonat jazykové bariéry. Shrnu bych to slovy „povedlo se“. Mnohem složitějším se ukázalo nastavení mysli, zažitá paradigma, která jsme museli pojmenovat, vyjasnit a přenastavit. Výsledkem je ale právě to, že jsme byli schopni vyslovit tu kouzelnou větu, která nakonec proměnila naše neshody v symbiózu a umožnila nám fungovat jako skutečný tým.

Hned v úvodu, když kohokoli nového do týmu přijímáme, vysvětlujeme procesní strukturu, na které stojíme a která má jasně popsané procesy a podprocesy, smysl, odpovědnosti, klíčové činnosti, workflow... Ti, kdo s námi spolupracují dlouhodobě, tak ví, že máme zavedený princip otevřených dveří. Je možné přijít s jakýmkoli návrhem, o kterém pak budeme diskutovat. Relativně pružně reagujeme na potřeby změn a inovací. Když se ukáže něčí talent v určité oblasti, není výjimkou, že dotyčný dostane příležitost tento talent nebo dovednost využít a postavit na ní svůj další odborný nebo osobní růst. Je u nás také normální přijít a říct, že něco neumím, že si nevím s něčím rady a požádat kolegy o pomoc, o názor, impulz, jakkoliv tomu budeme říkat. Stejně tak kritika je vnímána jako možnost něco změnit, zlepšit,

nebere se jako osobní útok. Aspoň tak jsme měli dvanáct let nastavenou firemní kulturu. Před dvěma lety přišel okamžik, kdy se náš kolektiv rozrostl a dal příležitost lidem z jiné kultury. Řeklo by se, že Ukrajina není tolik vzdálená našemu fungování.

Z počátku jsme byli vůči sobě samozřejmě velmi tolerantní z principu jisté solidarity. Zakřiknutost kolegyní jsme přičítali jazykové bariéře. Zdrženlivost v projevovali svých názorů jistěmu ostychu z pobytu v novém prostředí. Když došlo na první konflikty a emotivně vyjádřenou pocitů ublíženosti, protože někdo přišel s návrhem, že to a to by se dalo dělat lépe, a daná kolegyně to vzala jako útok na svou osobu, seděli jsme na poradě jako oparění a nechápali, co se přesně stalo. Odpovědi bylo, že to možná šlo dělat lépe – efektivněji, ale já jako manažer jsem řekla, že to mají udělat tímto způsobem. A v tu chvíli mi to došlo. Připomnělo mi to dobu, když jsem na začátku milénia koučovala a vedla konzultace ve firmách... Tohle tam zaznívalo jako otřepaná písnička. Ony žily způsobem myšlení na konci našich devadesátých let a v první dekádě nového tisíciletí. To neznamená, že chci všechny házet do jednoho pytle, nebo že bych snad chtěla říct, že ukrajinské firmy nebo společnost jako taková jsou zaostalé. Jen jsem pochopila, že ženy, které máme v týmu, musí skutečně vnitřně pochopit, že náš pracovní prostor ctí jiná pravidla. Námi běžně používaný pojem vnitřních odběratelsko-dodavatelských vztahů pro ně byl zcela neuchopitelný.

A přestože jsme stále opakovali, že chceme znát jejich názor, že chceme vědět, co jim vyhovuje a co dělat jinak, abychom nakonec dosáhli společně cílů projektu, ony tomu prostě nerozuměly. Musela jsem pro ně celou naši kulturu práce převést do jedné srozumitelné věty.

Ukázali jsme si názorně, kdo na kom fakticky závisí z pohledu workflow. Vysvětlili jsme si, že každé puzzle je v celkové mozaice velmi důležité. Pokud někdo v týmu nebude fungovat, tak řeka práce protékající různými zákoutími firmy se někde zadrhne a buď v úzkém hrdle vytvoří potopu, nebo případně vyschne, protože nebude existovat ten důležitý pramínek, do kterého se přidávají další, aby řeka vůbec vznikla.

Najednou každý chápal, že jsme na jedné lodi a každý člen posádky je důležitý. Nemáme sice stejné funkce, každý děláme něco jiného, ale všichni do jednoho jsou důležitou součástí výsledku. A ptáte se, co je ta kouzelná věta, ten zlatý grál, který sladil celou firemní kulturu a dokázal naladit všechny na stejnou notu?

Je to vlastně prosté. U nás platí, že: „Nejsem šéf, ale zákazník!“ A zákazník platí za dobře odvedenou práci. Na druhou stranu se ale také stará o to, aby dobře vysvětlil, co kdy a v jaké kvalitě potřebuje. A když něco není úplně v pořádku, vždycky mohou položit otázku: „Jsem nespokojený jako zákazník, co s tím uděláš?“ Na druhou stranu, když jsem spokojená, umím to dát také najevo.

Jana Merunková,
ředitelka yourchance o.p.s.

DART a projekt Vypni motor

Maloobchodní prodejce DART v rámci svých aktivit zaměřených na udržitelný rozvoj přichází s projektem Vypni motor. Jeho cílem je šířit osvětu a nabádat k praktickým krokům, které povedou ke snížení produkce emisí či omezení hlukového znečištění.

Neustále stoupající světová populace a potřeba trvalého růstu ekonomiky vytváří značný tlak na přírodní zdroje a životní prostředí. Stále častěji proto ve světě rezonuje téma udržitelnosti. Jinak tomu není ani v případě DARTu. S významným růstem, který maloobchodní prodejce v posledních letech zaznamenal, se zároveň

rozšířil i jeho vliv na okolí. Mezi přirozené priority DARTu proto patří udržitelný rozvoj ve všech oblastech jeho fungování, což platí také pro logistiku a distribuci.

„Udržitelnost je něco, čemu přizpůsobujeme celou řadu našich kroků. Naším cílem je být co možná nejvíce ohleduplní vůči životnímu

prostředí. Iniciovali jsme proto projekt Vypni motor, jehož cílem je ukázat, že i malými dílčími změnami je možné přispět ke snižování negativního dopadu člověka na naši planetu tak, aby na ní mohly spokojeně žít i další generace,“ vysvětlila Petra Psotková, tisková mluvčí DARTu.

Na přepravě produktů k zákazníkům se v DARTu každodenně podílí 85 vlastních nákladních vozidel. Vedle nich navíc tyto služby pomáhají zabezpečit i další dodavatelské společnosti. V rámci projektu Vypni motor jsou všichni řidiči, podílejší se na distribuci, vedeni k tomu, aby při každé zastávce na místě vyzvedání či doručování objednávků zákazníkům auto vždy vypnuli, bez ohledu na to, jestli jde o zastávku

trvající půl hodiny, nebo jen pár minut. „Stejně tak řidiče nabádáme, aby auta nezůstávala nastartovaná ani v depech DOPRAVARTu a našich skladech,“ doplnila Petra Psotková.

Ačkoliv se to může na první pohled zdát jako malý dílčí krok, benefity vypínání motorů ve všech situacích, které to dovolují, jsou neoddiskutovatelné. Častějším vypínáním motoru auta dochází ke snížení emisí skleníkových plynů a dalších škodlivých látek, které negativně ovlivňují kvalitu ovzduší. To platí obzvláště na místech s vysokou koncentrací dopravy. Kromě toho se tímto způsobem snižuje spotřeba paliva a zmiňuje se opotřebení motoru. Eliminuje se také zbytečné hlukové znečištění, což ocení lidé žijící v blízkém okolí. (tz)

Umělá inteligence přetváří business a otevírá nové horizonty

V době, kdy se komunikace s umělou inteligencí stává novým standardem, objevujeme, jak vylepšit podnikání a jak se odlišit od konkurence. Co to ale vlastně znamená, jak se AI projevuje v praxi? Na to nám odpoví PhDr. Ladislava Knihová, Ph.D., MBA, autorka knihy **AI Marketing Playbook: Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu**, kterou vydal Nakladatelský dům Grada.

Jaké oblasti lidské činnosti se v blízké budoucnosti nejvíce dočkají pozitivního vlivu umělé inteligence, s níž se stále více sžíváme a která již prokazatelně přispívá k růstu a zlepšování kvality v mnoha odvětvích?

Oblasti podnikání, které se nejprve dočkají transformace díky umělé inteligenci, zahrnují především sektory, v nichž je možné automatizaci a analýzou velkého množství dat dosáhnout značného zlepšení efektivity a nastartovat inovace. Mezi první předvoj patří: zdravotnictví – zde má AI velký potenciál zásadně změnit diagnostiku, personalizovanou medicínu a monitorování pacientů, což povede ke zvýšení přesnosti diagnóz a efektivitě léčby. Dále to jsou finanční služby – zde již dnes AI prokazuje neocenitelné služby od odhalování podvodů přes automatizované investiční poradenství až po personalizované bankovníctví, což představuje významnou příležitost pro zvýšení efektivity a zákaznické spokojenosti. Samozřejmě ve výrobě mohou podniky díky využití AI v prediktivní údržbě a v optimalizaci výrobních procesů snížit náklady, zvýšit produktivitu a zlepšit bezpečnost práce.

Významným oborem je z tohoto pohledu marketing a prodej – personalizace zákaznického zážitku, automatizace marketingových kampaní, analýza spotřebitelského chování a kontinuální zlepšování zákaznické zkušenosti jsou oblasti, které již dnes v marketingu hrají klíčovou roli, avšak díky AI a zpracování enormně většího rozsahu dat budou marketéři přijímat zodpovědná rozhodnutí na základě mnohem přesnějších podkladů. Zapomenout nelze ani na logistiku a dodavatelské řetězce – díky optimalizaci logistických operací a řízení dodavatelských řetězců s pomocí AI budou moci podniky zlepšit efektivitu distribuce a snížit náklady. A v neposlední řadě připomeňme IT bezpečnost – díky AI rozpoznáme hrozby mnohem dříve, než tomu bylo dříve, a díky automatické reakci na bezpečnostní incidenty nám AI pomůže posílit obranu proti kybernetickým útokům. V těchto a mnoha dalších oblastech umělá inteligence nabízí podnikatelům nejen možnost zvýšení konkurenceschopnosti, ale také otevírá dveře k novým podnikatelským příležitostem. Integrace AI do podnikové strategie se tak stává klíčovým krokem k udržení a zvýšení prosperity ve světě, který se nám dynamicky mění do slova před očima.

Všude tam, kde se zpracovává nepřehledné množství dat, se AI uplatní a již uplatňuje velmi dobře. Marketing je ale hodně o nápadech, zážitcích. Bude mít AI také zde své místo?

Ano, i v marketingu, který se tradičně opírá o kreativitu a schopnost vytvářet jedinečné zážitky, si umělá inteligence nachází své nezastupitelné místo. Dnešní zákazník je tak trochu zvyklý na míru šitou péči a očekává, že bude osloven přesně podle svých potřeb a preferencí, aniž by přitom ztrácel drahocenný čas procházením nepřehledného množství informací. AI se tak stává klíčovým nástrojem v rukou marketérů, kteří chtějí vyhovět těmto požadavkům, a to s dosud nevídanou přesností. AI dokáže analyzovat obrovské objemy dat o chování a preferencích zákazníků, což umožňuje vytvářet vysoce personalizovaný obsah, který zákazníka nejen osloví, ale i zaujme, a v nejlepším případě přiměje k akci. Dovednost umné a daty podložené personalizace marketingového sdě-

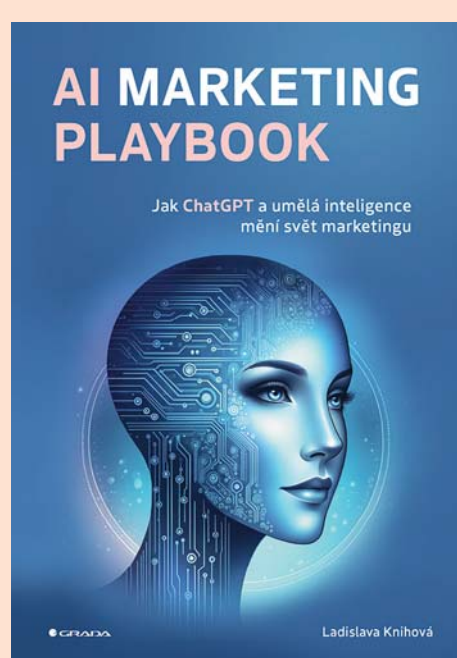
lení a vytváření poutavé zákaznické zkušenosti je obzvláště cenná v době, kdy máme k dispozici aktuální data o postoji Čechů k tradiční reklamě. Výzkum České marketingové společnosti ČEŠI a reklama 2024 z autorské dílny doc. Ing. Jitky Vysekalové, Ph.D., uvádí: „Vezmeme-li srovnání za posledních deset let, tak zatímco v roce 2013 nesnášelo reklamu 15 % populace, v současné době je to již 21 %. Celkově také vzrůstá počet těch, kteří sice vyjadřují osobní negativní postoj, ale uznávají její důležitost pro ekonomiku a z 11 % milovníků reklamy zůstala jen 4 %.“ Výzkum realizovala společnost ppm factum, a.s.

Na pozadí těchto aktuálních dat si uvědomujeme, že AI otevírá dveře k novým formám marketingu, jako jsou obsahový marketing, edukační marketing, a především zážitkový marketing. Tyto oblasti marketingu usilují o vytváření styčných bodů pro komunikaci zákazníka se značkou, které jsou založeny na jeho přímém zapojení a poskytují množství příležitostí pro interakci.

Využití umělé inteligence v marketingu také napomáhá kreativitě tím, že odstraňuje rutinní a časově náročné úkoly, čímž marketérům uvolňuje prostor pro kreativní procesy. AI pomáhá odhalovat nejen aktuální trendy, ale i individuální potřeby zákazníků, což umožňuje vytvářet kampaně, které jsou nejen přesně cílené, ale také vysoce kreativní a osobní. Díky tomu je marketing schopný lépe reagovat na potřebu „být správně viděn“, a to i v dnešní přesycené mediální krajině. V konečném důsledku se umělá inteligence stává nepostradatelným partnerem pro marketéry, kteří chtějí zaujmout a udržet si pozornost výjimečně náročných a velmi dobře informovaných zákazníků dnešní doby. S pomocí AI mohou podniky nejen efektivněji komunikovat se svými zákazníky, ale také nabízet zcela nové, personalizované a zapamatovatelné zážitky, které zákazníci očekávají.

Bude se měnit obsah a formáty reklamních kampaní? Na co začnou marketéři sázet?

Budoucnost reklamy s využitím marketingu založeného na umělé inteligenci (AI) se jeví jako vzrušující a plná příslibů. S rostoucím využíváním AI v reklamě mohou firmy zlepšovat své marketingové kampaně a poskytnout zákazníkům



AI Marketing Playbook: Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu
Ladislava Knihová

Kniha je nepostradatelným průvodcem marketérů a všech, kteří chtějí využít nezměrný potenciál rychle se rozvíjející umělé inteligence. Autorka knihy vám pomocí názorných příkladů ukáže, jak zúročit přínosy umělé inteligence a nezaspát v dynamické době plné inovativních nástrojů.



PhDr. Ladislava Knihová, Ph.D., MBA, odborná asistentka na Vysoké škole finanční a správní, autorka knihy AI Marketing Playbook: Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu

kům personalizovanější zážitky. Marketingové nástroje poháněné AI dokážou analyzovat obrovské množství dat o zákaznících a pomoci marketérům zlepšit cílení, formulaci marketingového sdělení a celkový výkon kampaně.

Mezi nově se objevujícími nástroji marketingu AI patří inteligentní chatboti, hlasoví asistenti a systémy pro doporučování zboží nebo služeb. Tyto nástroje mohou zákazníkům poskytovat pomoc v reálném čase, personalizovaná doporučení a bezproblémový nákupní zážitek. Navíc nástroje pro tvorbu obsahu poháněné AI mohou generovat vysoce kvalitní obsah za zlomek času i nákladů ve srovnání s tradičními metodami.

Stejně jako u jakéhokoli technologického pokroku existují potenciální rizika a výzvy, které je třeba vždy zvažovat. Marketingové nástroje AI musí být vždy používány eticky, transparentně a se zřetelem na soukromí zákazníků. Musí být také sledovány a řešeny nezamýšlené důsledky používání AI v reklamě, jako je upevňování předsudků nebo poskytování zavádějícího obsahu.

Celkově je budoucnost reklamy a marketingu s využitím AI nadějná. Může firmám pomoci inovovat jejich marketingové strategie, vytvářet lepší zážitky pro zákazníky a nákladově efektivněji dosahovat stanovených cílů. Tím, jak technologie poháněné AI postupují ve svém vývoji a stávají se dostupnějšími, více firem a živnostníků může těžit z jejich výhod a poskytovat lepší hodnotu svým zákazníkům.

Zkušený marketér by souhlasil, že jeho obor je rovněž o obrovském balíku dat, měření výsledků, porovnávání se zobrazení, hypertexty, klíčová slova, ochota a připravenost spotřebitelů nakupovat, jejich znalosti i okolnosti spontánního rozhodování... Kde již v tomto směru AI bezpečně a dobře funguje?

Umělá inteligence již nyní bezpečně a účinně funguje v řadě oblastí marketingu, kde se zpracovávají velké objemy dat a kde je klíčová přesná analýza a personalizace. Jednou z oblastí, kde AI exceluje, je analýza chování zákazníka a jeho zákaznická cesta. AI dokáže identifikovat vzorce v chování zákazníků, predikovat budoucí chování a poskytovat cenné informace vyplývající

z interpretace těchto dat, které pomáhají přizpůsobovat marketingové strategie a kampaně tak, aby co nejvíce rezonovaly s cílovými zákazníky.

V oblasti měření výsledků a optimalizace kampaní AI umožňuje analýzu výkonu marketingových aktivit v reálném čase. Díky tomu mohou marketéři rychle identifikovat, které aspekty kampaně fungují a které ne, a podle toho budou moci přizpůsobit své strategie. Dnes hovoříme o rychlé iteraci (tj. testování a upravování) a optimalizaci marketingových kampaní, což vede k efektivnějšímu využití rozpočtu, protože investice jsou cíleně směřovány do těch aktivit, které skutečně přinášejí výsledky, a zároveň umožňují dosahovat lepších výsledků díky neustálému zlepšování a přesnějšímu cílení kampaní.

Nechci zacházet do příliš velkých podrobností, ale je potřeba ještě zmínit i roli klíčových slov v marketingových textech a SEO (Search Engine Optimization – optimalizaci pro vyhledávače). AI zde hraje klíčovou roli v analýze a výběru klíčových slov, které neefektivněji zvyšují viditelnost v organickém vyhledávání, což znamená, že se naše firma zobrazuje vysoko ve vyhledávacích bez nutnosti placené reklamy. Algoritmy umělé inteligence dokážou analyzovat obrovské množství dat o tom, jak lidé hledají informace online, a identifikovat trendy a vzorce, které mohou marketingovým odborníkům pomoci lépe tvořit obsah a cílit správným směrem.

AI také umožňuje pokročilou segmentaci publika a personalizaci obsahu na základě historických dat o chování zákazníků, jejich preferencí a interakci. To vede k vyšší angažovanosti, zvýšené míře konverze (ať už je to nákup, nebo registrace k odběru firemního newsletteru apod.) a celkově lepším marketingovým výsledkům.

Pro podnikatele znamená využití AI v marketingu možnost nejen zlepšit výkon svých kampaní, ale i hlouběji porozumět svým zákazníkům a efektivněji reagovat na jejich potřeby. V dnešní konkurenční době je schopnost rychle se adaptovat a poskytovat přesně to, co zákazník očekává, zásadní pro udržení a rozvoj podnikání.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

pokračování rozhovoru v dubnovém čísle Prosperity

Řemeslníci a digitalizace: úspora času i konkurenční výhoda

Vlna digitalizace prostupuje napříč jednotlivými obory podnikání a stavebnictví není výjimkou. Inovace a digitalizace v tomto odvětví patří mezi ty pomalejší. To se ale nyní mění, a sílí tlak i na digitalizaci stavebního sektoru, jakožto jedno z největších odvětví. Podle ePoptávka.cz využívá nyní nějaké digitální řešení pouze každý pátý řemeslník v ČR.

Digitalizaci stavebního sektoru sice posouvají kupředu především velké developerské společnosti nebo inovativní startupy, ale dopady má také do segmentu řemeslníků, tedy malých a středních firem nebo živnostníků. „Nelze si nevšimnout, že jde digitalizace napříč všemi odvětvími velmi rychle kupředu, a jsou to i sami zákazníci, kteří chtějí vše řešit online, a rychlá online řešení vyžadují i od svých dodavatelů. Tomuto trendu se brzy bude muset přizpůsobit také segment řemeslníků. Na základě našich zkušeností a podle našich odhadů v tuto chvíli využívá ve vyšší míře některé z digitálních řešení každý pátý řemeslník,“ vysvětlil Otto Kočí, ředitel společnosti ePoptávka.cz, největšího online tržiště, které propojuje dodavatele se zákazníky.

Zatímco velké firmy si mohou dovolit rozsáhlé inovace, testování a hledání řešení na míru, je situace u řemeslníků trochu jiná. V procesu digitalizace se mnozí z nich stále rozhlíží, a navíc musí více zvažovat, která řešení jsou pro ně vhodná a pomohou jim posunout jejich podnikání kupředu. „Situace ve stavebnictví je taková, že zatímco velké společnosti využívají pokročilá softwarová řešení pro jednotlivé oblasti své působnosti, od administrativy po stavební procesy, a do digitalizace investují, řemeslníci oblast digitalizace teprve prozkoumávají. To je samozřejmě dáno i jejich odlišnými potřebami a charakterem jejich podnikání. Nicméně i v segmentu řemeslníků může mít di-



gitalizace značný přínos – může zvýšit efektivitu, usnadnit kontrolu nad jednotlivými aktivitami nebo zjednodušit a zrychlit účetní agendu,“ vysvětlil Otto Kočí.

Jednodušší administrativa

Poptávka po řemeslnících se drží v Česku dlouhodobě vysoko, řemeslníci mají nasmlouvané zakázky dlouho dopředu, často nestíhají přibírat nové, a to především v sezónách, a v mnoha případech se čekací doby protahují na měsíce. Řada z nich přitom řeší svépomocí

i veškerou administrativu. Digitalizace některých procesů by tak i živnostníkům a malým firmám mohla přinést značnou časovou úsporu, a tím i prostor pro nové zakázky nebo další rozvoj podnikání. „Ze zkušenosti mezi našimi klienty víme, že administrativní úkony spojené s objednávkami, smlouvami, plánováním, účetnictvím a dalšími úkoly zabere řemeslníkům v průměru 32 hodin měsíčně. To je čas, který by mohli věnovat zakázkám, dalšímu rozvoji svého podnikání nebo samozřejmě také sami sobě,“ uvedl Otto Kočí.

Lepší organizace i časová úspora

Digitální řešení mohou dále přispět i k dalšímu zefektivnění pracovních procesů nebo snazší organizaci. Příklad, jak lze zjednodušit organizaci, lze demonstrovat na stavebním deníku. Jeho vedení ukládá zákon a je povinné u všech staveb, které podléhají stavebnímu povolení nebo ohlášení. Lze ho přitom vést v papírové, nebo elektronické podobě. „Vedení elektronického stavebního deníku značně zjednodušuje celý proces. Všechna data, dokumenty a fotky jsou dostupné na jednom jediném místě a jsou snadno přístupné všem, kteří do nich potřebují nahlédnout, bez toho, aniž by bylo nutné procházet stohy papírů. Veškerá data totiž mohou být jednoduše dostupná a spravovaná v centrálním úložišti, kde k nim mají přístup všechny oprávněné osoby,“ sdělil Otto Kočí. Vést stavební deník v elektronické podobě prozatím není povinností – zákon tuto povinnost ukládá pouze v případě veřejných zakázek v nadlimitním režimu, nicméně digitální verze může vše značně zjednodušovat, včetně toho, že aplikace pro elektronický stavební deník dokážou některé údaje doplňovat samy. Vedení elektronické verze navíc snižuje riziko chyb a také usnadňuje archivaci. Nehrozí tak, že by došlo k jeho ztrátě.

O krok před konkurencí

Digitalizace vlastních procesů a aktivní využívání digitálních řešení navíc může představovat také konkurenční výhodu. „Všichni jsme dnes online a napříč společnostmi narůstá zájem o rychlá inovativní řešení a možnost řešit vše z pohodlí domova a online. Pokud na to firmy, a to bez ohledu na obor, zareagují, mohou získat konkurenční náskok, což platí i pro řemeslníky. Vidíme to i v rámci našeho systému ePoptávka.cz, kde neustále narůstá počet poptávek a stále více lidí se na sjednání služeb a podmínkách chce domlouvat v online prostředí,“ zakončil Otto Kočí. (tz)

IKEA v Česku bude letos pokračovat ve zlevňování a nabídne plánování interiéru v rozšířené realitě

V minulém finančním roce utržila IKEA v Česku 12,1 miliardy korun, což představuje meziroční nárůst o 2 %. Podíl prodeje online se zvýšil o dva procentní body na 24,6 %. Do nového finančního roku vstoupila IKEA na podzim dlouhodobým snížením cen více než poloviny sortimentu, ve kterém chce pokračovat. U výrobků s nižší cenou pozoruje nárůst prodeje o téměř 20 %. Letos představí nástroj IKEA Kreativ pro plánování interiéru s využitím rozšířené reality a umělé inteligence a uvede na trh celou řadu nových výrobků.

„Máme za sebou finanční rok, který byl znovu jedinečný a přinesl mnoho výzev. Nadále jsme vylepšovali zákaznickou zkušenost napříč všemi kanály. V obchodních domech jsme spustili službu Skenuj a nakupuj, kterou zákazníci čím dál častěji využívají. Rozvíjeli jsme také naše digitální služby, což se odrazilo v nárůstu podílu online tržeb. Další krok směřem k zákazníkům v regiónech jsme udělali díky otevření tří nových plánovacích studií v Českých Budějovicích, Hradci Králové a Olomouci. Síť výdejních míst jsme rozšířili už na více než třicet,“ zhodnotil uplynulý finanční rok David McCabe, generální ředitel IKEA Česká republika, Maďarsko a Slovensko.

Ve svých čtyřech obchodních domech v Česku přivítala IKEA 8,7 miliónu lidí a na svém webu IKEA.cz a v mobilní aplikaci 13 850 000 unikátních návštěvníků. Průměrná útrata při jednom nákupu v obchodním domě činila 1990 Kč, při nákupu online pak 6110 Kč.

V uplynulém finančním roce měla IKEA Česká republika 2253 zaměstnanců. Od ledna 2024 jim zvýšila platy v průměru o 7 % a před Vánoci vyplátila roční One IKEA Bonus v návaznosti na splnění nastavených cílů. Zaměstnanci, kteří jsou v organizaci déle než pět let, dostali také příspěvek na penzijní připojištění prostřednictvím programu Tack! Do těchto tří finančních bonusů investovala IKEA celkově zhruba 175 miliónů korun.

IKEA Česká republika také pokračovala v podpoře ohrožených skupin. Neziskovým organizacím pomáhajícím ukrajinským uprchlíkům věnovala přes 12 miliónů korun. Zaměřovala se na projekty s dlouhodobým dopadem, např. na vybavení školek pro ukrajinské děti ve Středočeském kraji nebo rozvoj dovedností v oblasti IT pro ukrajinské uprchlice v spolupráci s Czechitas. Pokračovala také v Programu pro rozvoj pracovních kompetencí uprchlíků, kterým od jeho začátku prošlo už více než 200 účastníků.

Prioritou je cenová dostupnost

Loni na podzim, na začátku svého finančního roku 2024, IKEA na českém trhu dlouhodobě snížila ceny více než 5500 výrobků napříč všemi odděleními. „Jde o největší a zdaleka nejvýraznější snížení cen sortimentu IKEA, jaké jsem kdy osobně zažil. Zákazníci tento krok ocenili, což se v prvním čtvrtletí projevilo meziročním nárůstem zájmu o nově zlevněné výrobky o téměř 20 %,“ řekl David McCabe. Největší nárůst prodeje výrobků s novou, nižší cenou je patrný

v kategorii sedacích souprav (o více než 70 %), potřeb pro vaření (o více než 40 %) a stolování (o více než 35 %). „Být cenově co nejdostupnější je naše dlouhodobá priorita. I nadále budeme hledat každou příležitost, která by nám umožnila ceny dále snížit. Už na jaře chceme zlevnit další výrobky, tentokrát jich budou řádově stovky,“ dodal generální ředitel.

Kromě dlouhodobého zlevnění bude IKEA pokračovat i ve speciálních akcích. Členové IKEA Family tak například od února do léta budou mít každý pátek nejoblíbenější hlavní jídla (masové i bezmasé kuličky, losos) v restauraci IKEA za poloviční cenu. Tuto akci doplní i páteční slevy na vybrané výrobky.

Nový ceník dostane i doprava nábytku až k zákazníkovi domů. Její cena bude začínat na 499 Kč, a v některých případech (v závislosti na hodnotě objednávky) bude až třikrát levnější než dosud.

Do aplikace IKEA míří rozšířená realita

V květnu 2024 se významného vylepšení dočkají uživatelé mobilní aplikace IKEA, která nabídne nástroj IKEA Kreativ pro plánování interiéru s využitím rozšířené reality a umělé inteligence. Pomocí svého mobilního telefonu si zákazník naskenuje svůj pokoj, do kterého pak bude moci virtuálně umístit nábytek IKEA. Bude tak mít možnost si prohlédnout, jak výrobky vypadají v prostředí jeho bytu, jak se do něj vejdou a jak se k sobě hodí. Aplikace nově přinese i další inspiraci v interaktivních vzorových pokojích.

Novinky v sortimentu

V roce 2024 se zákazníci mohou těšit na další dvě série retrokolekce Nyttillverkad, kterou IKEA vzdává hold slavným výrobkům z minulosti, a uvádí je znovu na trh v přepracované podobě, aby splňovaly potřeby dnešní doby. Série, která je v prodeji od ledna, se zaměřuje na uvolněné a hravé období 60. let a počátku 70. let 20. století. Do prodeje se vrací například ikonická křesla a stolky, které vytvořili významní designéři jako Karin Mobring nebo Gillis Lundgren.

Nové verze se v lednu dočkala knihovna BILLY, která je již více než 40 let jedním z nejprodávanějších a nejoblíbenějších výrobků IKEA. Dostává nové dekory a řadu vylepšení v oblasti udržitelnosti a cirkularity. Použití papírové fólie místo dýhy zvyšuje odolnost proti poškrábání, provedení hran novým způsobem snižuje množství plastu. Hřebíky dříve používané pro připevnění zadního panelu nahradily západky, které usnadní montáž a demontáž.

Sortiment IKEA se dočká dalšího vylepšení i po stránce bezpečnosti. U komody VIHALS představila IKEA loni poprvé inovativní řešení, které snižuje riziko převržení nábytku. Letos tento patent dostanou i další komody, už v březnu nová komoda ze série TONSTAD. Funkce patentu spočívá v tom, že v jednu chvíli umožňuje vytáhnout pouze omezený počet zásuvek. Tím se nebezpečí převržení významně snižuje. Až když se komoda připevní ke stěně, tento mechanismus se odemkne a všechny zásuvky se dají otevřít najednou. (tz)

Kvalita jako předmět touhy, nikoli jen volby

Co je to kvalita? Vnímáme ji v celé šíři? Liší se obsah tohoto pojmu ve srovnání s dobou před 30 lety? Jak ji správně charakterizovat? Proč má smysl o ní hovořit? Otázek by bylo pro nadšence a příznivce diskuzí nad uvedeným tématem jistě dost. A prostoru k vymezení dalšího, nového rozměru kvality v nejširším pojetí také. Hovořila jsem o tom s prof. Ing. Růžnou Petříkovou, CSc., jednou z osobností, která se kvalitou zabývá celý svůj profesní život, působí například v Radě kvality ČR a je členkou České společnosti pro jakost.

Myslíte si, že je celospolečenské chápání kvality na dostatečné úrovni? Že se jí věnuje náležitá pozornost napříč obory, napříč generacemi, v organizacích, firmách, ve školách?

Je zřejmé, že dnešní pojetí kvality se diametrálně odlišuje od pojetí, které u nás převládalo v minulosti, přesto musím bez jakýchkoliv rozpaků a přemýšlení odpovědět, že ne. Ne, celospolečenské chápání kvality na dostatečné úrovni v současnosti není, a to ani v jedné z oblastí, které uvádíte. A změnit toto vnímání kvality v souladu s nastavenými principy nebude vůbec jednoduché.

Dovoluji si jen připomenout, že oblast řízení kvality prochází velkou transformační spolenou s digitalizací, umělou inteligencí, vymezují se nově změny v očekávání zákazníků i v legislativě. Jednoduše řečeno, otevírají se v této oblasti další příležitosti, plné nečekaných změn a výzev pro nás všechny, a to ve všech sférách našeho života, v tom profesním i osobním. Nabízí se nám tedy velká příležitost pro změny i ve vnímání kvality, lidé by měli konečně pochopit, že řízení kvality není už dávno v pouhém zavádění postupů, metod a technik, ale že cílem je rovněž to, na co jsme krapet pozapomněli, a to je celková změna kultury v organizacích, firmách.

Jsem proto velice ráda, že jsem byla zhruba před dvěma lety oslovena a přizvána dvěma „renezančními“ kolegy (Zdeňkem Čančurou z ČEZ a Karlem Volencem z ELLY) ke spolupráci v rámci příprav konference Kvalita ve Valeči s tematickým zaměřením, které mne tenkrát jednoduše řečeno „dostalo“. Návrat k tradičním hodnotám a významu pojmu kvality.

Vy se kvalitě, potažmo managementu kvality, věnujete celý svůj profesní život, žijete s ní a pracujete v souladu s principy, jimž věříte... Je to těžké?

Pro mne to těžké není, je to samozřejmostí. Ale je potřeba, aby se kvalita v jakémkoli vhodném vztahu dostala do povědomí i široké veřejnosti, nejen specialistů. V rámci opravdu bouřlivé diskuze zmíněné konference, které se zúčastnili odborníci jak z firem, tak i z akademické sféry, jsme tak opět nastolili zdánlivě triviální, avšak stále závažné otázky, související s novým vnímá-

ním a posláním kvality. To, jakou pozornost a jaký význam budou lidé v naší společnosti i mimo ni (výrobci, dodavatelé, kontrolní a státní orgány, akreditované subjekty a další) přikládat pojmu kvalita, je obrazem kultury celé naší společnosti. Je si proto nutné, se vši vážností, uvědomit, že chápání tohoto klíčového pojmu ovlivňuje postoje lidí, a tím i míru a rovněž způsob dosahování kvality. A navazující konference ve Valeči v loňském roce už svedla dohromady opravdové příznivce kvality, kteří tento nastavený trend pochopili a opět se akce zúčastnili, aby ukázali, co pro ně kvalita znamená, co pro ni každodenně dělají a co nám všem přináší. Slovy vynikajícího majitele úspěšné společnosti Linet Zbyňka Frolika, se i kvalita konečně stává u některých z nás předmětem touhy, a nikoliv pouhé volby... A propos, v těchto aktivitách pokračujeme i v současném období širších diskuzí ve vybraných pracovních skupinách v rámci odborných sekcí Rady kvality ČR s cílem dostat kvalitu, když ne před ryze ekonomický rozměr, tak minimálně alespoň na stejnou úroveň, ostatně tak, jak to před mnoha lety vnímali a nastavili vynikající guru kvality Demming, Juran, Žaludová. Pevně věřím, že se k tomuto tématu v některém z příštích vydání Prosperity vyjádří třeba právě jeden z výše jmenovaných kolegů, třeba Ing. Zdeněk Čančura, ředitel kvality JE Temelín a Dukovany.

Mělo by význam, aby se i na základní škole děti jednoduchou formou vedly ke kvalitě, učily se o ní?

Zmínila jsem roli Rady kvality ČR, respektive jejích odborných sekcí, z nichž se některé v současnosti angažují na aktivitách mimo jiné spojitých právě s kvalitou vzdělávání, a já jedním dechem dodávám, že je právě nyní nejvyšší čas věnovat se kvalitě nejen na středních a vysokých školách, ale už, jak sama říkáte, odpovídající jednoduchou formou i na školách základních.

V tomto kontextu si dovoluji vrátit do nedávné minulosti, právě k činnosti jedné z odborných sekcí, která se věnovala kvalitě ve vzdělávání, a to původně ve všech uvedených formách, včetně primárního školství. Řada našich členů tak úspěšně participovala na prvních významných projektech s cílem zlepšit systém zajišťování a hodnocení kvality vzdělávání, žel, zatím pouze v oblasti terciárního školství. Do zákona o vysokých školách se nám ale podařilo zapracovat dodatek týkající se systému zajišťování kvality vzdělávacích a jiných tvůrčích činností na vysokých školách a univerzitách, soubor kritérií (dle rámce Modelu EFQM) v plné míře zohlednit standardy pro institucionální akreditaci, uvedené později v nařízení vlády o standardech ve vysokém školství... Výstupy z projektu slouží dodnes jako nástroje interního rozvoje neustálého zlepšování systému řízení kvality na VŠ, tak i nástroje externího posuzování kvality VŠ ze strany akreditačních orgánů, pověřených MŠMT. A teď se dostávám znovu k přímé odpovědi na otázku. Na základě mnoha ověřených



Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., členka Rady kvality ČR a členka České společnosti pro jakost

zkušeností z tuzemska i zahraničí už víme, že začít s kvalitou až na vysoké škole je příliš pozdě, je tedy téměř nutností přizpůsobit a posunout všechny výše zmiňované aktivity postupně i na úroveň středních, a mírou přiměřenou dokonce i na úroveň základních škol. Já pevně věřím, že se nám to může podařit... Na poslední video-schůzce týmu „zainteresovaných“ jsme už hovořili o potřebě, jak co nejrychleji ustavit pracovní skupinu „srdečků“ a s využitím některých dostupných modelů (i zahraničních) postupně definovat, co je to kvalita ve vzdělávání, abychom poté mohli rozšířit její základní atributy (s příslušnou metodickou pomocí a podporou vhodných studijních textů či publikací) i do prostředí středních a základních škol.

V povědomí veřejnosti panuje názor, že kvalita je cosi samozřejmého, jasného, to zejména hodnoceno očima spotřebitele, ale zároveň akademicky složitého. Jak to vnímáte vy?

Ano, dostali jsme se do této polohy, že kvalitu mnohdy vnímáme jako samozřejmost, nutnost, ostatně obklopuje nás na každém našem kroku. Dodnes úvodem svých přednášek stále ještě spojuji kvalitu s radostí, kterou prožíváme jako její spotřebitelé či uživatelé vždy, když jsme spokojeni – jak prostě! A k definičnímu vymezení kvality stále ještě využívám to jednoduché a srozumitelné: Kvalita je, když se vrací zákazník, a ne výrobek, tomuto pojetí přece porozumí i dítě školou povinné, když k tomu přidáme nějaký ten jednoduchý, třeba i pohádkový příběh či příklad.

Řízení kvality se za svého života věnoval rovněž velmi pečlivě profesor Milan Zelený, s nímž jste úzce spolupracovala. Jaký odkaz nám v tomto směru zanechal a v čem bychom se jeho názory mohli inspirovat?

Milan Zelený velmi často ve svých přednáškách i textech zdůrazňoval významnou roli kvality v řízení organizací, a to mj. rovněž vždy, když měl příležitost v rámci svých pravidelných vystoupení na konferencích Kvalita-Quality v Ostravě. V tomto kontextu si dovoluji připomenout pár jeho inspirujících poznámek (volně citováno): Kvalita výrobků není tak důležitá jako kvalita procesu, který k výrobku vede. Naopak kvalitní proces má za následek kvalitní výrobek... Jak logické spojení. Je toho mnoho, čím řadu z nás, jeho kolegů, pan profesor navždy inspiroval. Dovolím si připomenout jeden jeho mimořádný dar – uměl s bravurou sobě vlastní klást příhodné otázky, a nás kvalitáře tak často „vytáčet“ do běla. Přiblížím situaci, která se stala téměř pravidlem, když opakovaně přicházel s triviální otázkou: No tak mi konečně, milí kolegové z kvality, odpovězte, co je to kvalita? A my reagovali, přeli se, někteří přezíravě mlčeli, aby nakonec Milan Zelený svoji otázku doplnil otázkou další a reagoval (volně citováno):

Mnozí z vás zde hovoříte fundovaně a zasvěceně o kvalitě, abyste ji vzápětí s klidem změřili ukazateli nekvality, zaměňujete komunikaci s pouhou výměnou informací, informace za znalosti a inovace s tradičním vývojem výrobků... Mnohé z nás nakonec vyprovokoval k přemýšlení, abychom mu, často až s odstupem, nakonec dali za pravdu. Profesor Jaroslav A. Jirásek, se kterým byli dobří kolegové, toto naše klání nazýval intelektuální hostinou, při které společně hodují, tedy se radí a přou, odborníci a znalci managementu.

Milan Zelený byl velkým stoupencem Bati a snažil se na jeho myšlenky navazovat a rozvíjet je. Mohla byste to komentovat?

Pan profesor byl nejen stoupencem, ale především velkým znalcem podnikání bratřů Baťových, Tomáše a Jana. Kdybychom se chtěli detailněji seznámit a inspirovat v tomto směru jeho odkazem, jednoznačně bych zájemcům doporučila jeho sličnou knihu Cesty k úspěchu s podtextem Trvalé hodnoty Soustavy Baťa, kterou příznačně věnoval všem Čechům a Slovákům na jejich cestách k úspěchu. Její třetí a poslední vydání sám autor označil dodatkem, že pravá doba pro uplatnění Baťovského odkazu nastává teprve dnes – já osobně bych ji pojmenovala dokonce příručkou podnikatelských a manažerských znalostí vyplývajících z tvůrčího odkazu Baťů, navíc ověřenou úspěšnou a dlouholetou praxí. Hodnoty obsažené v Soustavě Baťa jsou totiž trvalé a efektivně rezonují s moderními pojmy nové ekonomiky, znalostního podniku, globálních trhů, současných komunikačních technologií a udržitelnosti. A ještě jedna poznámka – Baťova soustava řízení bez jakékoliv pochyby představuje i v současnosti jediný ucelený a plně integrovaný systém podnikového řízení.

Kvalita je multioborový prvek, prolíná se (nebo naopak neprolíná) veškerou naší činností a velmi koresponduje s udržitelností a společenskou odpovědností. Poroste v tomto směru její úloha?

Pro moudrá vedení našich podniků sice zůstává kvalita stále tím nejdůležitějším kritériem, rozhodujícím pro jejich konkurenceschopnost, ale... Téměř v každém svém vystoupení, stejně jako ve výuce řady předmětů spojených s kvalitou, trvale poukazuji na nutnost integrovaného pojetí kvality, ke které dnes neodmyslitelně dále patří nejen problematika životního prostředí a bezpečnosti, ale rovněž řada dalších atributů úspěšného řízení, např. problematika řízení znalostí, řízení rizik, problematika odpovědnosti a udržitelného rozvoje, etika v podnikání, stejně jako dodržování základních morálních pravidel, slušnosti a korektnosti. O významu integrace, myslím si, už netřeba nijak polemizovat. Řada současných odborníků managementu přesto poukazuje na negativní důsledky a ztrátu jakékoliv odpovědnosti za soustavně rostoucí materiální spotřebu a její vliv na přírodu a na nežádoucí vlivy nadměrné spotřeby a rychlý odklon člověka od veškerých duchovních hodnot, a tím i ohrožení společenské etiky a morálky, potažmo ohrožení celé lidské existence. Tento negativistický postoj k současnému technologickému pokroku, snad právě proto, přináší řadu nových revolučních iniciativ, vedoucích ke změně současného životního stylu, který by zajistil nejen udržitelný způsob života, ale i tolik diskutovaný udržitelný rozvoj. A tak postupně registrujeme příklady úspěšného zavedení nových pořádků nejen ve smyslu pouhého dodržování příslušných normativních dokumentů až po současné komplexní uplatnění kvality v řízení. A to včetně pozitivních dopadů ekonomických a ekologických, stejně jako příklady etického, morálního, korektního či bezkorupčního jednání jednotlivců a organizací, které si zaslouží naši pozornost, publicitu či ocenění veřejnosti.



Prof. Milan Zelený na konferenci o kvalitě v Ostravě

Řešení makro ČR ukazují, jak může gastronomie ustát těžké časy

České jídelny a restaurace jsou dále pod tlakem. Poté, co většina z nich vydržela náročné období pandemie, musí se nyní vyrovnávat se změnami v přístupu zákazníků kvůli zdražování. Mezi pěti nejčastějšími položkami, na kterých lidé šetří, jsou z oblasti gastronomie hned dvě – stravování mimo domov a rozvozy jídla. Na restaurace Češi přesto nezanevřeli, chodí do nich ale méně často a poptávají levnější jídla. Ustát obtížnou situaci teď provozovatelům pomáhají i řešení makro ČR.

Více než polovina podnikatelů v gastronomii musela loni zvednout ceny a přejít na nákup levnějších surovin. Třetina restaurací snižovala i další náklady – například na pracovní sílu či energie. Reagovaly tak na změnu v chování zákazníků, kteří většinou kvůli inflaci reálně zchudli, a tak více šetří. Nejčastěji hledají úspory právě ve výdajích za pohostinství. V průzkumu agentury NIQ tuto variantu uvedlo 44 % respondentů. Čtvrtý v žebříčku je pak s 37 % rozvoz jídla. „Lidé obecně snížili frekvenci návštěv restaurací, omezují předkrmy i dezerty, z hlavních jídel si vybírají ta levnější a častěji volí místo delšího posezení variantu s sebou. Nejvíce na to doplácejí restaurace v malých obcích do 5000 obyvatel, které svou zpravidla úzkou nabídkou často nedokážou oslovit dostatek zákazníků,“ popsala



Lenka Slezáková, vedoucí marketingu a komunikace makro ČR.

Pestrá menu a více času na hosty

Právě pestrá nabídka, jež reaguje na potřeby různých skupin hostů, je podle dat makro ČR jedním ze způsobů, jak mohou restaurace nepříznivým okolnostem čelit. Například mladí lidé podle Lenky Slezákové preferují moderní typy gastronomických provozů – bistra, food trucky, veganské restaurace či kavárny. Stále

větším fenoménem je pak rychlé občerstvení. „Snaha ušetřit čas je však patrná také na straně provozovatelů restaurací – pracovní síla je v Česku obtížně dostupná a čím dál dražší. Proto chtějí podnikatelé schopný personál využívat hlavně na služby s vysokou přidanou hodnotou, jako je obsluha zákazníků či inovací menu,“ vysvětlila Lenka Slezáková s tím, že v segmentu HoReCa roste díky úspoře času obliba takzvaných convenience produktů, jako jsou například již oškrábané brambory.

Jak je pro podnikatele v gastronomii čas cenný, ukazují podle generálního ředitele makro ČR Jiřího Nehasila také dosavadní výsledky projektu Stablně výhodná cena. V tomto projektu makro pravidelně monitoruje více než 11 300 artiklů, které srovnává s cenami na trhu a následně je udržuje dlouhodobě a stabilně cenově výhodné. Za rok od spuštění společnosti do programu investovala již přes 400 milionů korun a letos má jít znovu o stejnou sumu. „Potvrzuje se, že místo objíždění obchodů a nakupování každé položky jinde podle toho, kde je jaké zboží zrovna v akci, provozovatelé upřednostňují stabilitu a předvídatelnost. O to více se pak mohou věnovat svým zákazníkům,“ řekl Jiří Nehasil. Po spuštění projektu Stablně výhodná cena podle něj postupně klesl podíl zboží prodaného v akcích pod pouhých 15 % celkových prodejů makro ČR. Obecně se přitom v ČR v průměru prodávají v akcích až dvě třetiny zboží.

Dalším z řešení jsou produktové inovace. Ačkoli se v Česku dlouhodobě drží mezi nejprodávanějšími jídly hamburgery, smažené sýry či kuřecí řízký, i na těchto zdánlivě jednoduchých pokrmech se dá přijít s novým nápadem. Například u hamburgerů je vysoce kvalitní kontrolované maso privátní značky Metro Chef připravené již do tvaru vhodného k tepelnému zpracování. Smažený sýr vyráběný pouze z mléka se pak prodává již obalený ve speciálních fóliích po jednom kuse, které kuchařům usnadňují přípravu pokrmu a manipulaci s ním. (tz)

Kaufland patří mezi nejudržitelnější řetězce v Česku

Společnost Kaufland spadá v oblasti udržitelnosti mezi nejlépe hodnocené firmy v Česku. Dalším dobrovolně vydaným reportem udržitelnosti svou pozici opět potvrzuje a posiluje transparentnost svých aktivit. Šetrně nakládá s plasty, šetří energie, optimalizuje logistiku, podporuje regionální dodavatele a dlouhodobě nabízí rovné mzdy.

„Své závazky k přírodě i ke společnosti bereme velmi vážně. Abychom mohli naše kroky v oblasti udržitelnosti efektivně vyhodnocovat a hledat příležitosti ke zlepšení, potřebujeme k tomu data. Od roku 2018 jsme proto navýšili počet odborně sledovaných ukazatelů o 150 % na více než 600 ukazatelů týkajících se udržitelnosti,“ popsala tisková mluvčí společnosti Kaufland Renata Maierl. Již od ledna 2022 společnost Kaufland využívá 100 % elektriny z obnovitelných zdrojů, přešla na úsporné LED osvětlení a nové i zmodernizované prodejny vytápí odpadním teplem z průmyslového chlazení. Kvóta třídění odpadu se pak zvedla na průměrných 75 % a téměř veškerý papír na výrobu letáků pochází z recyklovaného vlákna. Významně spotřebu plastů omezila také aplikace Kaufland-Card, kterou zákazníci preferují před fyzickou kartou.

Kaufland si cení spolupráce s regionálními dodavateli. Celkově nabízí více než 700 bioproduktů a v dodavatelském řetězci také významně omezuje spotřebu plastů. Kaufland má jako jediný řetězec v České republice svůj vlastní masozávod, kde se díky optimalizacím ročně ušetří až 500 tun plastu. Dalších 100 tun plastových obalů ročně pak ubylo v úseku ovoce a zeleniny a v logistice se podařilo uspořit 6,5 tuny plastového odpadu díky novým big boxům. Do modernizace skladů v Olomouci a Modleticích Kaufland investoval částku ve výši 2,7 miliardy korun. Změny a ergonomická řešení přinesly především významnou úsporu energie a emisí. Díky optimalizaci tras v areálu logistického centra Modletice navíc dopravci každý měsíc najedou o 5800 km méně.

Ekologická opatření se projevují i v samotných prodejnách, kde z jogurtů privátních značek Kauflandu zmizela jednorázová víčka a z okurek plastové obaly. V rámci pultového prodeje Kaufland ušetří dalších 14 tun plastu díky papírovému ořezu. Široký sortiment řetězce zahrnuje mimo jiné velký výběr veganských produktů, širokou paletu bezpečných a bezlaktózových alternativ a také stovky produktů s certifikací Fairtrade, GOTS a FSC nebo pivní speciály od lokálních výrobců.



Kaufland myslí i na své zaměstnance. „Ti tvoří klíčovou součást naší společnosti a nesmíme si vážit jejich práce. Proto dlouhodobě usilujeme o to, aby byli spokojeni a cítili se u nás náležitě oceňováni. Klademe zároveň i důraz na diverzitu, férové mzdy a stejnou šanci pro všechny,“ doplnila Renata Maierl. O mimořádném přístupu k zaměstnancům svědčí letošní šestý úspěch v mezinárodním hodnocení Top Employer.

To, že v Kauflandu rozhodují činy, a nikoli prázdná slova, podtrhuje také aktivní podpora 15 neziskových organizací, mezi kterými najdeme například Světlušku, Ježíškova vnoučata, Centrum Paraple, Loono, DEBRA ČR či Nadaci Via. Kromě toho Kaufland v rámci Hokejové školy talentů a kampaně Puky pomáhají aktivně podporuje český hokej, dlouhodobě předchází plýtvání potravin a v pilotním projektu testuje zpětný odběr PET lahví a plechovek. (tz)

Dorty společnosti Sweet Delight pro Jižní Koreu či Singapur

Sweet Delight, česká společnost vyrábějící šokově zamražené dorty a dezerty, potvrdila, že v roce 2023 dosáhla důležitých 11% nárůstu obrátu ve srovnání s předchozím rokem. Tento úspěch je důsledkem nekompromisní kvality a neustálého úsilí o inovaci. Potvrzuje stabilitu a růstový potenciál společnosti na trhu.

„Za stoupajícím obrátem stojí pochopitelně navýšení počtu obchodních příležitostí, a tedy zvýšení vlastní produkce, která loni dosáhla 1220 tun,“ řekl Michal Freiburger, spolumajitel a generální ředitel společnosti Sweet Delight. „Tento úspěch je výsledkem práce a oddanosti celého týmu, stejně jako důvěry a podpory všech zákazníků. Jsme pevně odhodláni pokračovat

v poskytování výjimečných produktů, které naplňují očekávání našich zákazníků i firemních spotřebitelů,“ dodal.

Společnost Sweet Delight získala úspěšně 20 nových klientů v uplynulém roce, což představuje významný krok směrem k expanzi na další trhy. V roce 2023 začala společnost dodávat celkem na osm nových trhů, jde o Jižní Koreu, Au-

strálii, Irsko, Jordánsko, Maltu, Ukrajinu, Maroko a Singapur. Zároveň si stanovila cíl růstu obrátu pro rok 2024 na minimální úrovni 20 %, a to s ohledem na očekávané dotažení dlouhodobě připravovaných projektů. Samotná expanze s sebou přináší také nutnost inovací – mezi novinkami minulého roku dominují speciály vyvinuté pro kavárenské sítě: Míša řez, Mango Cake s čokoládou, Cheesecake Classic, Pecan Tart, Vegan dort mango-pistácie, Choco Blackcurrant či Mrkvový dort s vlašskými ořechy.

Loni došlo také k výraznému posílení značky v retailu – kromě e-commerce se Dortie's objevuje v kamenných prodejnách Billa či Tesco.

I v tomto odvětví firma plánuje další rozšíření dostupnosti své produkce, a to nejen v ČR.

Sweet Delight je nadále aktivní ve vyhledávání nových obchodních příležitostí, ale primárně se chce v roce 2024 zaměřit i na rozvoj spolupráce se stávajícími partnery. V roce 2024 proběhne významná investice do plně automatizace balírní v rámci střednědobého plánu na navýšování vlastních kapacit a zvýšení efektivnosti samotné výroby. „Tyto investice pomohou společnosti realizovat nové akvizice, které upevní naši pozici na globálním trhu, a dosáhnout dalšího růstu v nadcházejících letech,“ upřesnil Michal Freiburger. (tz)

Specializované financování

vloni významnou měrou podpořilo investice v ČR

Společnosti sdružené v České leasingové a finanční asociaci poskytly v roce 2023 podnikatelům a spotřebitelům financování v celkovém objemu 189 miliard korun. Meziročně jde téměř o 13% růst. Rok 2023 byl nejúspěšnějším rokem od finanční krize v roce 2008. Hlavní zásluhu na tom mělo financování silničních dopravních prostředků, na které připadla zhruba polovina z celkového objemu financování (91 miliard korun). Objem v tomto segmentu meziročně narostl o 22 %.

„I přes přetrvávající vysoké úrokové sazby a ochlazení domácí ekonomiky jsme v minulém roce podpořili investice firem i domácností nejvyšší financovanou sumou od krize v roce 2008. Členské společnosti ČLFA zachovaly v náročné době dostupné financování osobních a užitkových automobilů, ale podpořily také realizaci klíčových investic do úspor energií a budování obnovitelných zdrojů energie,“ uvedla Jana Hanušová, předsedkyně představenstva České leasingové a finanční asociace.

Od blízko se spuštění dotačního programu Ministerstva průmyslu a obchodu ČR na

podporu prodeje bezemisních vozidel očekává ČLFA potřebný impulz poptávky po nízkoemisních automobilech. „Tento program je důležitý nejen pro absolutní růst počtu bezemisních vozidel v domácím vozovém parku. Jde o důležitý signál, že emise vozidla hrají roli. A že i Česká republika směřuje k nízkoemisní budoucnosti v dopravě,“ dodala Jana Hanušová.

Celkový objem financování firem a domácností se v roce 2023 zvýšil o 13 % na 189 miliard korun. Na financování firemních investic a provozu bylo určeno 159 miliard korun (+14 %), zbývajících 30 miliard korun (+6 %) připadlo na úvěry a leasing pro spotřebitele. Souhrnné pohledávky členů ČLFA z běžících leasingových a úvěrových kontraktů nepatrně přesáhly hranici 300 miliard korun. V porovnání s koncem roku 2022 se zvýšily o 11 %. Hodnota pohledávek postoupených podnikateli v rámci factoringu loni dosáhla 288 miliard korun, v porovnání s rokem 2022 se zvýšila o 1 %. Výše prostředků poskytnutých klientům v rámci factoringu meziročně stoupla o 9 % na 34 miliard korun.

Na financování silničních dopravních prostředků poskytli členové ČLFA 91 miliard korun, o 22 % více než v roce 2022. Z této sumy

Rozložení prostředků poskytnutých v roce 2023 (srovnání s rokem 2022)			
	celkový objem v mld. Kč (2023)	celkový objem v mld. Kč (2022)	změna v %
financování podnikatelských investic (finanční a operativní leasing, podnikatelské úvěry, leasing nemovitostí)	124,9	107,86	+15,8
financování firemního provozu (factoring)	33,97	31,11	+9,2
financování domácností (spotřebitelské úvěry, spotřebitelský leasing)	29,63	27,93	+6,1
celkem	188,5	166,90	+12,9

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

bylo 43 miliard korun určeno na pořízení více než 67 000 nových osobních vozů. Významně vzrostl podíl nových vozidel financovaných prostřednictvím členů ČLFA. Členské společnosti ČLFA financovaly v roce 2023 téměř třetinu všech nových osobních automobilů první

registrovaných v České republice. V oblasti podnikatelského financování reprezentují členské společnosti ČLFA 88 % finančního trhu v Česku. U spotřebitelského financování jde o 87 % trhu. U factoringu dosahuje podíl členských společností dokonce 97 % trhu. (tz)

Zajištění úvěru nemovitostí: pozor na věcné břemeno či předkupní právo

Chceme-li si vzít úvěr například pro nastartování svého podnikání a jsme zároveň vlastníky nějaké nemovitosti, můžeme ji využít jako zástavu. Než však o půjčku požádáme, měli bychom se ujistit, že daná nemovitost nemá žádné právní vady. Jaké jsou a v čem jejich problematika spočívá, vysvětlil Lukáš Hartl, předseda představenstva spořitelního družstva NEY.

Jak firmy, tak soukromé osoby si mohou zažádat o takzvaný zajištěný úvěr – tedy půjčku, za jejíž splacení ručíme věřiteli nemovitostí. Věřitel následně posoudí naši schopnost splácet a také hodnotu nemovitosti, která je pro rizikovost úvěru ze strany banky či nebankovní instituce klíčová. Po úplném splacení úvěru zástavní právo samozřejmě zaniká a nemovitost je plně v našem vlastnictví. „Úvěr však obvykle nelze zajistit bez jakéhokoliv zástavního práva. Pokud odhlédneme od hypotečních úvěrů, kde jsou podmínky trochu jiné, je možné u bank větší-

nou získat úvěr, jehož hodnota se pohybuje okolo 50 % hodnoty zastavované nemovitosti, u specializovaných nebankovních institucí pak okolo 70 %,“ řekl Lukáš Hartl. Po schválení úvěru vzniká takzvané zástavní právo. Nejsme-li úvěr schopni splácet, věřitel má tím pádem zástavní právo realizovat.

Ne každou nemovitost však můžeme jako zástavu využít. Překážkou mohou být především různé právní vady. Časté bývá například takzvané věcné břemeno, jež zajišťuje právo třetích osob využívat nemovitost určitým způsobem.

„Může jít například o právo dožití pro předchozí majitele, ale také například o právo průchodu nebo právo na přístup k vodě, zaručující sousedům možnost využívání vodního zdroje, který je součástí dané nemovitosti nebo k ní přiléhá,“ podotkl Lukáš Hartl. Existují i různá další, neobvyklá věcná břemena. Setkat se můžeme například s „právem větrného mlýna“, jež třetím stranám zajišťuje možnost zachytávat na pozemku vítr a využívat jej pro energetické účely, například pro provoz větrného mlýna či větrné turbíny.

Zásadní právní vadou je samozřejmě také exekuce uvalená na nemovitost či zástavní právo. „Je-li již nemovitost zatížena nějakým dluhem, musí být splacen, než bude možné využít ji jako zástavu znovu. Podle zástavního práva se totiž nejprve uspokojuje první věřitel, na toho druhého by tedy tím pádem nic nezbylo,“ sdělil Lukáš Hartl. Pozor si musíme dát také na smluvní do-

hody s třetími stranami, které mohou zakazovat prodej nemovitosti, či někomu naopak zaručují takzvané předkupní právo. „Dle předkupního práva musí být nemovitost při prodeji přednostně nabídnuta jednomu konkrétnímu kupci,“ nastínil Lukáš Hartl.

Mezi další právní vady patří nejasnosti v majetkových právech, například nedostatky v katastru nemovitostí či neúplná historie převodů vlastnictví nemovitosti, právní spory typu sporu o dědictví, nezaplacené daně nebo poplatky či třeba nesrovnalosti ve stavebním povolení. „Není-li stavba v souladu se stavebním povolením nebo územním plánem, může to vést k nutnosti demolice či rekonstrukce na náklady vlastníka,“ varoval Lukáš Hartl. Máme-li tedy v plánu využít svou nemovitost jako záruku při čerpání úvěru, je na místě si předem ověřit, zda je skutečně bezproblémová. (tz)

I přes meziroční pokles inflace na 2,3 % hledáme alternativy, jak ochránit své peníze

Češi i přes snižující se míru inflace stále hledají cesty, jak ochránit a zhodnocovat své finance. Podle Asociace pro kapitálový trh ČR pravidelně či jednorázově investuje více než třetina Čechů. Nejčastěji sahají po podílových fondech, akciích či nemovitostech. Nepořizují však pouze celé reality, využívají také možnosti mikroinvestic. Ty jsou podle společnosti InvestBay, která nově otevřela investiční nabídku na Lipně, zajímavou příležitostí, jak diverzifikovat své portfolio.

Ačkoli míra inflace v lednu meziročně poklesla na 2,3 %, vyhledávají Češi i nadále příležitosti, jak v čase efektivně ochránit a zhodnotit své finance. Z průzkumu AKAT ČR, který se zaměřil na investiční chování Čechů, vyplynulo, že 35 % lidí investuje pravidelně nebo zainvestovalo alespoň jednorázově. „Očekáváme, že v tomto roce podíl investorů vzroste. Bude tomu tak zejména kvůli rozvolnění měnové politiky ČNB. Ta povede ke snižování úrokových sazeb na spořicíh účtech, kde má většina Čechů uložené finance. Lidé se tak budou snažit hledat jiné nástroje, které jim finance před inflací skutečně

ochrání,“ nastínil Daniel Rajnoch, zakladatel a CEO investiční platformy InvestBay.

Pro Čechy i nadále zůstávají jedním z nejstabilnějších způsobů investic nemovitosti. Podle EY Consumer Banking Survey 2023 ve spolupráci s výzkumnou agenturou Ipsos se k nim přiklání přibližně pětina Čechů. Na atraktivitě investic do nemovitostí se shoduje i 83 % realitních expertů, vyplývá to z loňského Trend Reportu Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. „Není se čemu divit. Je tomu tak přede-



vším proto, že se Česko už několik let řadí k evropské špičce v tempu růstu cen nemovitostí. Investice do této stabilní komodity s sebou zároveň nesou mnoho benefitů. Mezi ty hlavní patří ochrana proti inflaci, dvojitý výnos kombinující nájem a zhodnocení v čase,“ popsal Lukáš Příkrý, spoluzakladatel a CMO InvestBay.

Investovat se přitom nemusí jen prostřednictvím pořízení celých realit. „Ne každý dosáhne na koupi celé nemovitosti. I proto stále více lidí sahá po mikroinvesticích, které představují zajímavý způsob, jak diverzifikovat své portfolio,“ podotkl Rajnoch z platformy InvestBay. Zároveň dodal, že by lidé při výběru investičních nabídek měli zvážit nejen samotnou lukrativnost nabídek, ale také dlouhodobý turismus a rozvoj podnikání v dané oblasti.

Lokalitou, která tyto tři parametry splňuje, je například Lipensko. To díky jeho strategické poloze a dojezdové vzdálenosti z Prahy, Vídně a Mnichova navštívilo v loňském roce podle nejnovějších dat ČSÚ více než 315 000 turistů. Příležitost v této lokalitě vidí také investiční platforma InvestBay, která zde otevřela svou první nabídku v tuzemsku – plážový apartmán v lipenském rezortu Lakeside Village. Jde o pro-

jekt situovaný v idylickém prostředí Lipenské přehrady, největšího jezera v Česku.

„Lipensko patří ve střední Evropě k nejlukrativnějším lokalitám. Je tomu tak díky množství specifických faktorů, které investorům do apartmánů na pobřeží českého moře hrají do karet. Patří mezi ně například vysoká návštěvnost, zvyšující poptávka či omezená výstavba – velká část oblasti je totiž kolem přehrady chráněnou přírodní rezervací. I z tohoto důvodu si myslíme, že má lokalita potenciál přinést investorům nadstandardní zhodnocení,“ řekl Daniel Rajnoch.

InvestBay je česká online platforma umožňující investovat do rekreačních nemovitostí v zahraničí i v tuzemsku. Využívá konceptu „crowdowningu“, neboli spoluvlastnění nemovitostí. Jde o investiční model, který umožňuje jednotlivcům investovat do nemovitostí společně s ostatními. Na jedné investiční příležitosti se tak podílejí desítky až stovky mikroinvestorů, kteří mohou začít investovat již od částky 2500 Kč. Investoři si pak mohou užívat nejen dvojího zhodnocení svých investic, ale také si apartmány za zvýhodněných podmínek pronajímat. (tz)

Drogerie ROSSMANN loni v Česku investovala stamilióny korun

Tržby drogerie ROSSMANN, která letos slaví 30 let působení na českém trhu, v roce 2023 dosáhly rekordních 6,5 miliardy korun. Meziročně se tak zvýšily téměř o pětinu. K příznivým výsledkům přispělo i pokračující rozšiřování prodejní sítě a zkvalitňování služeb pro zákazníky. Výše investic v roce 2023 činila 230 miliónů korun a byla směřována hlavně do této oblasti. V tuto chvíli má ROSSMANN v České republice 177 prodejen, v roce 2023 bylo otevřeno 11 nových a 16 se dočkalo modernizace, včetně rozšíření. Výrazně si polepšili také zaměstnanci, jejichž mzdy byly navýšeny, například v prodejnách průměrně o 13 %.

Česká síť ROSSMANN je součástí mezinárodního koncernu, který loni v Německu, Španělsku, Polsku, Maďarsku, České republice, Turecku, Albánii, Kosovu a Dánsku utržil 13,9 miliard eur a zvýšil obrát o více než 14 %. Hrubý obrát v České republice se zvedl o 18 % a dosáhl hodnoty 6,5 miliardy korun. Šlo o nejvyšší obrát za 30 let od jejího vstupu na český trh.

Rozšiřování prodejen, modernizace a růst sítě

Za posledních pět let otevřela drogerie ROSSMANN v Česku 53 nových prodejen a 91 stávajících zmodernizovala. V roce 2023 se drogerie ROSSMANN například nově stala součástí Václavského náměstí v Praze, v Brně na Masarykově ulici pak byla otevřena pobočka, která je největší prodejnou drogerie v celé České republice. Za účelem zefektivnění, zrychlení a zkvalitnění služeb pro zákazníky také dál pokračovalo zavádění samoobslužných pokladen. Z celkového počtu

prodejen ROSSMANN na českém trhu jimi disponují již téměř dvě třetiny a letos budou tyto pokladny nainstalovány v celé prodejní síti. Koncem roku 2023 došlo k uzavření významného obchodního partnerství s online obchodem Rohlík.cz, který nově nabízí více než 400 produktů z portfolia privátních značek ROSSMANN. „Pro rok 2024 plánujeme rekordní investice do otevírání nových poboček, modernizace a rozšiřování stávajících prodejen, přičemž investice do rozvoje sítě od roku 2019 přesáhnu miliardu korun a celkový počet prodejen by měl překonat 200. Nadále se nám daří navyšovat náš tržní podíl a řadíme se mezi jedničky v uvádění produktových novinek na drogistický trh,“ uvedl Vít Poďešva, jednatel společnosti ROSSMANN.

Rozvoj digitální a marketingové strategie

Společnost ROSSMANN loni pokračovala také v digitalizaci, automatizaci či zjednodušování



procesů. Mimo jiné zkrátila dobu přípravy objednávky na e-shopu na pouhých 60 minut od zadání po možnost vyzvednutí na pobočce. Rovněž zákazníkům umožnila si zboží nechat doručit domů nebo do vybraného výdejního místa Zásilkovny. V roce 2023 se drogerie ROSSMANN aktivně spojila s tématem jógy, a zaměřila se tak nejen na vnější, ale i vnitřní krásu, čímž ještě více podtrhla svůj slogan „A život je krásnější“. S jógovými videy se zákazníci pravidelně setkávají v aplikaci ROSSMANN Club. Spotřebitelé v roce 2023 velmi ocenili jednu z privátních značek, když prémiové dětské kalhotky Babydream zvítězily ve Volbě spotřebitelů v kategorii dětských plenek. Za účelem dalšího zlepšování zákaznické zkušenosti bylo zavedeno také měření zpětné vazby pomocí nástroje Customer Love Score.

Péče o zaměstnance

ROSSMANN loni znovu dokázal, že kromě spokojenosti zákazníků klade dlouhodobě důraz také na péči o zaměstnance. „Za poslední dva roky jsme navýšili mzdy v prodejnách o více než čtvrtinu. Byly zavedeny benefity typu Cafeterie a také bezplatná asistenční linka, která je zaměřena na individuální pomoc při řešení

osobních záležitostí našich zaměstnanců a jejich rodinných příslušníků. Zvyšování mezd plánujeme i pro letošní rok. Zaměstnanci jsou pro nás jasnou prioritou, neboť jsou to právě oni, kdo stojí za úspěchem naší společnosti,“ sdělil Karol Jakubek, jednatel společnosti ROSSMANN. Na podzim roku 2023 byl koncern ROSSMANN americkým časopisem Forbes opět jmenován jedním z nejlepších zaměstnavatelů na světě. Umístil se na 16. místě z celkových 700 společností v žebříčku. V Německu patří ke třem nejlepším vůbec.

Společenská odpovědnost a udržitelnost

Společnost loni pokračovala rovněž ve svých aktivitách na poli společenské odpovědnosti. Ve svém dlouhodobém charitativním projektu KDE SRDCE POMÁHÁ byla vybraným neziskovým organizacím na pomoc potřebným věnována částka 3,8 miliónu korun. Společnost ROSSMANN se zapojila již poosmé do celostátní Sbírký potravin a aktivně se věnovala také svému dlouhodobému projektu Vraťte stromům korunu, díky kterému bylo v mnoha městech a jejich okolí napříč celou Českou republikou vysazeno již více než 2700 vzrostlých stromů. (tz)



Velkoobchod makro ČR přichází s novou sítí maloobchodních prodejen Bonveno

Jen pár minut na bleskový nákup cestou za dalšími povinnostmi či zábavou. Každodenní realita tisíců lidí v úspěšných českých městech dosud obvykle znamenala odbýt snídani, svačinu, či dokonce oběd nebo večeri. Nová síť sousedských prodejen Bonveno to chce změnit. Pod hlavičkou společnosti Makro Convenience Czechia, jejímiž společníky jsou makro ČR a skupina Metro, přináší koncept pohodlného, čerstvého a zároveň rychlého nákupu.

Ve městech po celé České republice se do dvou let otevřou desítky nových sousedských prodejen s potravinami a občerstvením Bonveno. Zákazníkům chtějí přinést pohodlí, čerstvost, příjemnou obsluhu a širokou nabídku kvalitního zboží za příznivé ceny i pro rychlé nákupy, při nichž se dosud lidé museli obvykle odbývat. „Každému z nás někdy zbývá příliš málo času na to, aby si pečlivě naplánoval větší nákup a v klidu obstaral všechny položky. Bonveno chce spotřebitelům výrazně zpříjemnit i nakupování, za rohem, při němž lidé potřebují rychle, ale kvalitně zahnat hlad nebo na poslední chvíli sehnat vše potřebné do domácnosti,“ řekl

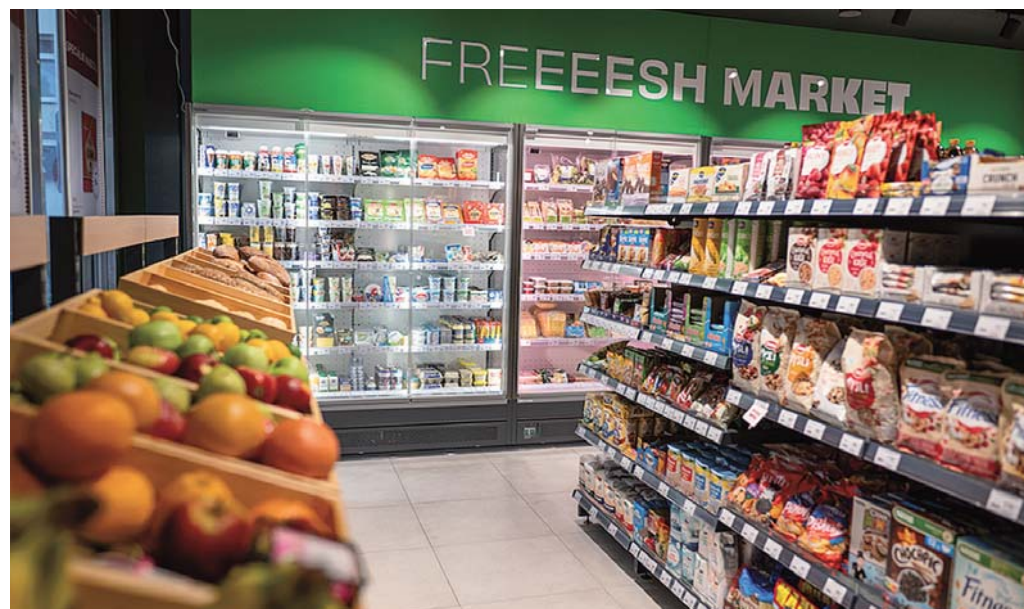
Karel Bárek, generální manažer sítě Bonveno Česká republika. V pilotním provozu se loni otevřely první čtyři prodejny Bonveno v Praze.

Od večere a dalších malých prodejen se provozovny Bonveno podle Karla Bárka odlišují nejen moderním designem a nadstandardním

zákaznickým servisem, ale především svojí nabídkou. Sortiment potravinářského i nepotravinářského zboží zahrnuje čerstvé pečivo, ovoce a zeleninu, hotová jídla, lahůdky, nápoje či drogerii, ale také občerstvení, jako jsou například hot dogy, čerstvé bagety a sendviče nebo kvalit-

ní čerstvá káva. „První zpětná vazba našich zákazníků ukazuje, že se jim naše prodejny líbí a začínají se pravidelně vracet. Po cestě do práce seženou kvalitní snídani, odpoledne a večer u nás jednoduše naplní své ledničky. Také zahraniční návštěvníci České republiky oceňují čerstvé a rychlé občerstvení v turistických místech za dobré ceny,“ doplnil Karel Bárek.

První prodejna Bonveno se zákazníků otevřela na pražském Andělu v létě 2023. Do roku 2024 pak síť vstupovala s celkem čtyřmi provozovnami – všemi v metropoli. Letos plánuje Makro Convenience Czechia expanzi svých maloobchodních prodejen výrazně urychlit. Otevřít jich chce do konce roku přibližně dvacet, přičemž posilování sítě Bonveno má pokračovat i v následujících letech. „Počítáme s tím, že se koncept pohodlného sousedského nakupování rozšíří z Prahy do všech regionů České republiky. Síť Bonveno spravujeme společně s mateřskou společností Metro. Koncept se v tuto chvíli v rozvíjí v několika státech Evropy. Pro makro ČR síť Bonveno představuje další prodejní kanál v segmentu maloobchodu, který považujeme za jeden z klíčových pilířů našeho podnikání,“ komentoval Jiří Nehasil, generální ředitel velkoobchodu makro ČR. (tz)



Online psychoterapie: Hedepý loni získalo téměř 100 miliónů korun

Online psychotherapeutická platforma Hedepý, která po světě sdružuje již stovky terapeutů, v závěru minulého roku dokončila svou dosud nejvyšší investici. V prosinci totiž získala financování ve výši 1,75 miliónu eur, investiční kola roku 2023 tak uzavírá s celkovou částkou 3,9 miliónu eur, a to prostřednictvím stávajících, ale i nových zahraničních investorů.

Do Hedepý, kterému se podařilo ve srovnání s minulým investičním kolem zdvojnásobit svou valuaci, již potřetí vložil prostředky fond N1 i andělský investor Leoš Navrátil. Nově pak investuje také maďarský impactový fond Impact Ventures, který stojí v čele celého kola. Čtveřici investorů uzavírá i jeden ze současných firemních klientů platformy, společnost AspectWorks Group. Finance chce platforma využít nejen pro rozvoj své aplikace sloužící k preventivní péči o duševní zdraví, ale také k rozšíření podpory firemním klientům, kteří Hedepý využívají pro své zaměstnance.

Hedepý funguje v ČR od roku 2020, během čtyř let se však platformě podařilo rozšířit i na dalších deset evropských trhů, a to například do Polska, Rumunska, na Ukrajinu či do Řecka a Finska. Na pěti z nich je Hedepý ve svém oboru

hráčem čísla jedna, více než 60 % terapií tak aktuálně poskytuje právě v zahraničí. O tom, že je péče o duševní zdraví mezi lidmi stále zásadnější téma, svědčí i to, že platforma meziročně vyrostla o více než 200 % a loni na ní proběhlo více než 100 000 terapeutických sezení.

Dosud nejvyšší suma míří do Hedepý v době, kdy vklady do českých startupů významně klesají

Poslední velkou investici oznamovalo Hedepý v květnu loňského roku, kdy do platformy putovaly finance ve výši 2,15 miliónu eur například od fondů N1, Purple Ventures, RSJ či od andělského investora Leoše Navrátila. Někteří z nich nyní investují do Hedepý již potřetí v řadě, přidává se k nim však i významný maďarský impactový fond Impact Ventures a jeden ze současných firemních klientů – společnost AspectWorks Group. Dosud nejvyšší investici v celkové hodnotě 3,9 miliónu eur, kterou právně zastřešila advokátní kancelář eLegal, získává Hedepý v roce, kdy objem financí putujících do českých startupů meziročně poklesl o více než 75 %. Ukazuje se tak, že péče o duševní zdraví je oborem, který i mezi investory nabývá stále většího významu.

„Hedepý je výjimečné tím, že dokázalo v krátkém čase nejen expandovat na 11 světových trhů, ale také na nich uspět a dále se rozví-

jet. Způsob, jakým kombinují kvalitní terapeutie se self-help aplikací, je v Evropě unikátní, a díky tomu věříme, že se mohou brzy stát regionálním leaderem,“ sdělil Gergő Iváncsics, partner Impact Ventures.

Platforma poskytuje služby i do firem či škol, lidem pomáhá také self-help zóna

Hedepý dnes kromě online terapeutických sezení nabízí svým klientům i pokročilou self-help zónu, jejímž cílem je poskytnout lidem prostor, ve kterém se mohou zaměřit nejen na řešení akutních problémů, ale především na prevenci. Klienti tu mají kromě edukativního video obsahu k dispozici také indikativní testy, které jim napoví, odkud může pramenit jejich problém či nejistota nebo zde mohou zahájit chat s vybraným psychotherapeutem. Hedepý tak nabízí lidem možnost komplexně pečovat o svou duševní pohodu na jednom místě, a to kdykoliv a prakticky odkudkoliv na světě. Právě prevence je přitom v oblasti mentálního zdraví klíčovým faktorem, včasné zakročení totiž dokáže problému buďto přímo předejít, nebo alespoň výrazně urychlit jeho řešení.

„Trh se mění, již nemusíme tolik vysvětlovat, proč je důležité o svou psychiku pečovat, teď se naopak můžeme soustředit především na to, abychom potřebnou pomoc dostali ke všem,

kteří ji potřebují. Ozývají se nám pojišťovny, firmy, ale třeba i školy, kterým záleží na psychické pohodě jejich zaměstnanců a zároveň si uvědomují, že prevence je klíčem k úspěchu,“ vysvětlil Lukáš Krčil, CEO a spoluzakladatel Hedepý. Platforma totiž kromě terapie pro jednotlivce poskytuje v podobě benefitů rovněž terapie do firem. Jen za minulý rok se počet firemních klientů prakticky zdvojnásobil, služeb Hedepý tak využívá např. společnost Havel and Partners, Ford, Multisport, Oktagon či Unicredit Bank.

Internetové prostředí vyhovuje klientům i samotným terapeutům

Platforma zároveň v minulém roce nově spustila i online psychiatrické služby, které poskytuje prostřednictvím ověřených a kvalifikovaných lékařů ve spolupráci s klinikou Unicare Medical. Každý z napojených odborníků, ať už terapeutů, či psychiatrů, musí splňovat vyžadované standardy, o zájemce však přesto není nouze – na čekací listině jich Hedepý napříč zeměmi, kde působí, aktuálně eviduje více než 1500. Online terapie tak není oblíbená jen mezi klienty, ale i mezi terapeuty. Těm totiž poskytuje časovou flexibilitu, možnost pracovat téměř odkudkoliv a také příležitost řešit s klienty i jinou problematiku, než se kterou se setkávají ve své běžné praxi. (tz)

Trh fúzí a akvizic zůstal ve střední a východní Evropě aktivní

Mezinárodní auditorská, daňová a poradenská společnost Mazars vydala svoji každoroční publikaci Investice ve střední a východní Evropě: studie o uskutečněných fúzích a akvizicích, ve které sleduje vývoj trhu M&A v letech 2023–2024. Jak vyplývá z analýzy, která vznikla ve spolupráci s Mergermarket, počet transakcí v regionu střední a východní Evropy zůstal v roce 2023, navzdory globálnímu poklesům, vysoký.

Celkově bylo v regionu střední a východní Evropy uskutečněno 1097 transakcí v hodnotě 37,3 miliardy eur. Přestože objem i zveřejněná hodnota se oproti roku 2022 snížily každá o 15 %, byly tyto propady méně citelné než v jiných částech světa. „Vysvětlení poklesu počtu oznámených M&A transakcí je poměrně přímočaré: Aktivitě na trhu fúzí a akvizic prospívá ekonomická prosperita, omezená míra nejistot a nízké úrokové sazby. Ani jeden z těchto klíčových faktorů se však v roce 2023 nevyvíjel příznivě,“ uvedl Lukáš Hruboš, vedoucí Transaction Advisory v České republice. Původně očekávanou transakční aktivitu v oblasti „distressed“ fúzí a akvizic se v roce 2023 nepodařilo v plném rozsahu realizovat. Přesto lze stále anticipovat více transakcí vyvolaných předlužením cílových

firem, protože se podniky refinancují v prostředí vyšších úrokových sazeb. „Zatím jsme neznamenali mnoho distressed případů, ale v roce 2024 jich očekáváme více,“ řekl Günther Mayrleitner, partner Mazars v Rakousku.

„Na trhu jsou peníze od family offices, private equity (PE) fondů a dalších, které hledají investiční cíle, včetně podhodnocených společností nebo těch, které čelí ekonomickým problémům. Očekáváme, že na začátku roku 2024 bude v tomto smyslu aktivita podniků dále narůstat,“ dodal Lukáš Hruboš. V roce 2023 se do popředí zájmu dostaly telekomunikace, na které připadly dvě z deseti nejvýznamnějších transakcí ve střední a východní Evropě. Největší z těchto M&A obchodů, a zdaleka největší v regionu CEE, byla akvizice 50% podílu v telekomunikačních aktivech společnosti PPF Telecom v Bulharsku, Maďarsku, Srbsku a na Slovensku skupinou Emirates Telecommunications Group se sídlem ve Spojených arabských emirátech v hodnotě 2,5 miliardy eur. Aktivita v oblasti private equity se v roce 2023 udržela na solidní úrovni, a to navzdory nepříznivým vlivům. Celková hodnota zveřejněných transakcí vzrostla na 5,4 miliardy eur, což představuje meziroční nárůst o 33 %, přestože počet transakcí ve stejném období klesl o 11 %. Současně celková zveřejněná hodnota exitů ve střední a východní

Evropě vzrostla o 91 % na 5,6 miliardy eur, což je druhá nejvyšší roční hodnota exitů v nedávné minulosti. Objem exitů byl však také nižší, přičemž 46 oznámených transakcí představovalo oproti roku 2022 pokles o 16 %. Dle všeho bude geopolitický vývoj představovat nadále hlavní faktor nejistoty i v roce 2024. Na druhou stranu je makroekonomický výhled ve srovnání se stejným obdobím loňského roku podstatně příznivější. Inflace by měla citelně poklesnout, což následně umožní snížení úrokových sazeb. „Očekáváme, že v příštích 12–18 měsících dojde k uvolnění měnové politiky,“ uvedl Andrija Garofulić, partner Mazars v subregionu Adria. „Očekáváme rovněž, že se hodnoty firem obecně zvýší. Nedosáhnou ale úrovně valuací, na které jsme byli zvyklí před dvěma lety, protože tyto jednoduše nerespektovaly realitu. Nyní je příležitost trh resetovat a začít z férovějšího základu.“

Mezi další klíčová zjištění zprávy patří:

■ **Čtyři země dominují regionu.** Polsko, Rakousko, Rumunsko a Česká republika jsou nejaktivnějšími trhy fúzí a akvizic z hlediska počtu transakcí v regionu střední a východní Evropy v roce 2023. Tyto čtyři země vygenerovaly 709 transakcí, což představuje 65 % celkového počtu za celý region.

■ **Štikou zůstávají technologické obory.** Technologický sektor opět zaznamenal nejvyšší počet přeshraničních transakcí do regionu CEE (celkem 114 obchodů). I když se počet transakcí meziročně snížil, rok 2023 přesto vyniká jako jeden z nejintenzivnějších pro přeshraniční technologické transakce v poslední době. Technologie byly v roce 2023 také nejvýznamnějším sektorem z hlediska hodnoty zveřejněných přeshraničních transakcí, která meziročně prudce vzrostla o 36 % na 4,5 miliardy eur. Rok 2023 se tak stal druhým nejaktivnějším rokem pro přeshraniční transakce od roku 2015.

■ **Dojde k opětovnému růstu firemních valuací?** Podle údajů společnosti Mergermarket činil medián násobku EV/EBITDA pro region střední a východní Evropy ve všech odvětvích v období let 2022–2023 6,7x. To představuje výrazné snížení oproti letům 2021–2022 (mediánový násobek 8,1x). Zbytek Evropy rovněž zaznamenal pokles, i když méně výrazný než ve střední a východní Evropě, přičemž průměrný násobek klesl na 11,4x (2022–2023) oproti 12,1x (2021–2022). Úroveň let 2022–2023 je však vyšší, než v byla letech 2020–2021, kdy medián násobku EBITDA ve zbytku Evropy činil 11,2x. Oproti tomu v případě střední a východní Evropy zůstal klesající trend konzistentní (9,2x v letech 2020–2021). (tz)

Odkup pohledávek loni dosáhl nového rekordu

Průměrné roční tempo růstu factoringového trhu v České republice za posledních sedm let dosahuje téměř 10 %. Vysoký zájem o odkup pohledávek z podnikatelské činnosti potvrzují aktuální statistiky factoringových společností sdružených v České leasingové a finanční asociaci a v Asociaci factoringových společností. V loňském roce zaznamenal objem postoupených pohledávek na tyto společnosti nový rekord 288 miliard korun (meziročně +1 %).

„V porovnání se zeměmi EU Česká republika v případě rozvoje factoringu stále zaostává, i když je patrný pozitivní posun. Klíčovým ukazatelem je poměr factoringu k HDP země. Průměr EU je přes 12 %, ČR je na hodnotě kolem 4 %,“ uvedl Karel Nováček, CEO Factoring České spořitelny. Dále doplnil: „S nižšími sazbami se pravděpodobně zvýší investiční aktivita firem, což logicky povede i k vyšší poptávce po

factoringových službách. Firmy by mohly využívat factoring k optimalizaci pracovního kapitálu a získávání potřebné likvidity.“

Z celkového objemu factoringu v roce 2023 připadlo 61 % na bezregresní factoring (v roce 2022 to bylo 58 %). Právě u této formy postoupení pohledávky přechází riziko nezaplacení faktury na factoringovou společnost. Podíl regresního factoringu, kdy při nezaplacení po-

hledávky zůstává riziko na straně klienta, činil zbylých 39 %.

„Objem bezregresního factoringu v minulém roce opět rostl. Z našeho pohledu je to důsledek zvýšené nejistoty v ekonomice. Řada firem se proto snažila minimalizovat případná rizika využitím bezregresního factoringu,“ poznamenal Jindřich Horák, CEO ČSOB Factoring. Necelě tři čtvrtiny factoringových kontraktů v minulém roce byly tuzemské. Přibližně 27 % představoval exportní factoring a pouhé 1 % připadlo na importní.

Factoring je komplexní služba, která nabízí víc než jen financování pohledávek před jejich splatností. Factoringové společnosti odkoupené pohledávky spravují a inkasují, což přináší

úspory v personální a administrativní oblasti a fakticky mění fixní náklady na zaměstnance na variabilní náklad za nakupovanou službu. Factoringová společnost také může svým klientům garantovat, že za své pohledávky dostanou vždy zaplacenou, a to je v dnešní náročné ekonomické situaci velmi žádaný benefit.

Factoring v ČR nabízejí společnosti sdružené v České leasingové a finanční asociaci, tedy Factoring KB, ČSOB Factoring, Factoring České spořitelny, UniCredit Factoring a Bibby Financial Services a dále také Raiffeisenbank. Všechny tyto společnosti jsou sdružené v Asociaci factoringových společností společně s úvěrovými pojišťovnami Allianz Trade, Atradius, Coface a Credendo. (tz)

Česko se musí rychleji a důkladněji chystat na nástup vodíkové ekonomiky

Česká republika se musí důsledněji a systematictěji zaměřit na využití vodíku v průmyslu či dopravě. Jinak hrozí, že zejména firmy budou po roce 2030 platit vysoké pokuty za nedodržování evropských směrnic a budou mít také dražší emisní povolenky. Pokud navíc Česko podcení nástup vodíkové ekonomiky, může to mít v příštích letech dopad na růst HDP, zaměstnanost i příliv nových investic. Takové jsou závěry studie o využití a budoucnosti vodíku v ČR, kterou si u společnosti PwC nechal vypracovat Svaz průmyslu a dopravy ČR s podporu firmy Orlen Unipetrol.

Česku pomalu ujíždí vodíkový vlak. Ačkoliv Česká republika má od roku 2021 vodíkovou strategii, v praxi není příliš naplňována a momentálně prochází aktualizací. Nejen EU přitom ve svých plánech s vodíkem v příštích letech počítá jako s důležitým alternativním palivem v dopravě, zároveň vodík může sehrát klíčovou roli při dekarbonizaci celého průmyslu. Aktuální situace v ČR tomu ale příliš neodpovídá. V současnosti se v tuzemsku vodík využívá de facto jen v chemickém průmyslu, a to jako surovina a meziprodukt pro výrobu čpavku, anilinu nebo v rafineriích. V dopravě se dosud využívá minimálně – v roce 2023 bylo v Česku registrovaných 24 osobních vodíkových vozidel. V energetice a teplárenství není využíván vůbec.

„Vodík představuje pro naši ekonomiku příležitost. Ze začátku bude sloužit primárně pro plnění závazných evropských cílů, ale s rozvojem vodíkové ekonomiky a snižováním ceny bude jeho využití mnohem širší. Stejně jako ostatní státy EU jsme se i my zavázali k tomu, abychom postupně snižovali uhlíkovou stopu v dopravě a průmyslu, a právě vodík může v tomto směru sehrát velkou roli. Jako stát však nesmíme zaspát a přípravu na masové využití vodíku nesmíme podcenit. Zároveň bychom měli o vodíku a jeho přednostech i případných negativních dopadech mnohem více komunikovat,“ vysvětlil Jan Rafaj, prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR.

Mezi hlavní důvody, proč se vodík v Česku zatím příliš nevyužívá, patří především jeho vyšší cena a také chybějící infrastruktura. Veřejné vodíkové čerpací stanice máme v celé zemi zatím pouze čtyři – v Praze, Litvínově, Vítkovicích a Mstětích. Obdobně jako ve zbytku Evropy i v Česku zatím schází produktovody, kterými by vodík do země proudil ze zahraničí.

„V horizontu roku 2030, kdy budeme muset plnit povinné cíle Evropské unie, je důležité zaměřit se na to, abychom byli schopni si dostatek vodíku vyrobit i sami v Česku. Především jde o RFNBO neboli tzv. zelený vodík, který se vyrábí díky energii z obnovitelných zdrojů. Nová evropská směrnice o obnovitelných zdrojích vyžaduje, aby byl právě podíl RFNBO vodíku v průmyslu a dopravě od roku 2030 stále vyšší a vyšší. Nesmíme ale zapomínat ani na delší časový hori-

Předpokládaná spotřeba vodíku v ČR v roce 2030 (v kt)



zont, pro který bude klíčový přístup k mezinárodním produktovodům,“ vysvětlil Jan Rafaj, prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR.

„Česko zatím není ve stavu dobré připravenosti. Bez vodíku nelze splnit závazné národní dekarbonizační cíle v oblasti dopravy a průmyslu vytyčené evropskou směrnicí RED III. Pro rozvoj vodíku jsou zásadní dvě věci. Tou první je spolupráce českého státu a průmyslu, včetně podílení se na investicích, a tou druhou dostatečné množství levné elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Bez levné a dostupné elektřiny z obnovitelných zdrojů nebude ani dostupný obnovitelný vodík,“ řekl Tomasz Wiatrak, generální ředitel společnosti Orlen Unipetrol a člen předsta-

venstva Svazu průmyslu a dopravy ČR a dodal: „Je nezbytné přeměřovat příjmy z emisních povolenek na výrobu a provozní podporu vodíku a elektrické energie z obnovitelných zdrojů.“

Pokud se Česko na nástup vodíkové ekonomiky začne připravovat co nejdříve, může to mít hned několik pozitivních hospodářských dopadů. „Včasnou přípravou na masové využití vodíku můžeme v příštích šesti letech vytvořit až 9000 pracovních míst. Zároveň zvýšíme HDP, snížíme uhlíkovou stopu v našich firmách i dopravě a budeme vydávat mnohem méně peněz za emisní povolenky. A v tomto případě platí, že čím dříve začneme, tím bude úspora vyšší,“ upozornil Jan Rafaj. (tz)

HK ČR a OSA se dohodly na sazbách za přenos vysílání do roku 2028

Malé i velké internetové, kabelové a satelitní televize budou v roce 2024 platit Ochrannému svazu autorskému (OSA) pro práva k dílům hudebním měsíční autorskou odměnu za jednoho zákazníka (resp. domácnost) ve stejné výši jako loni. Výhodnější sazby pro své členy – tzv. provozovatele převzatého vysílání – až do konce roku 2028 vyjednala s OSA Hospodářská komora České republiky.

„V letech 2020–2023 se sazby navyšovaly o inflaci. Pro naše členy – provozovatele převzatého vysílání se tak poplatky kvůli vysoké inflaci vyvíjely nepředvídatelně a finančně je velmi zatížily. Proto jsme v lednu podepsali novou smlouvu, podle níž se v roce 2024 nebudou zvyšovat sazby poplatků za přenos vysílání o inflaci. Díky tomu letos naši členové ušetří více než 10 % ceny,“ uvedla členka představenstva Hospodářské komory a předsdkyně Sekce IT a telekomunikací Hospodářské komory Tereza Rychtaříková.

„V průběhu několik měsíců trvajících jednání jsme citlivě vnímali situaci na trhu přenosu vysílání a snažili se vyslyšet poptávku po jisté předvídatelnosti nákladů v delším časovém horizontu. Děkuji zástupcům Hospodářské komory za korektní přístup při společných jednáních, která nebyla vždy jednoduchá. Myslím, že obě strany mohou výslednou podobu dohody považovat za férové nastavení podmínek, které v následujících pěti letech dávají finanční jistotu jak operátorům provozujícím přenos vysílání, tak i našim bezmála čtyřem miliónům zastupovaných autorů hudby a hudebním nakladatelům z celého světa,“ komentoval dohodu předseda představenstva OSA Roman Strejček.

Měsíční autorská odměna za jednoho zákazníka (resp. domácnost) tak bude v roce 2024 činit 6,76 Kč + DPH za přenos vysílání s možností zpětného zhlédnutí (sazba s catch up) a 5,57 Kč + DPH za přenos vysílání bez možnosti zpětného zhlédnutí (sazba bez catch up). Pro roky 2025 a 2026 se sazba každoročně navýší o 2 % oproti roku předcházejícímu a pro roky 2027 a 2028 se

navýší každoročně o 3 % oproti předcházejícímu roku. Základní sazba odměny tak nebude po dobu trvání dohody mezi Hospodářskou komorou a OSA navyšována o míru inflace, jako tomu bylo dosud. Současné podmínky dohody a dohodnuté sazby pro dalších pět let Hospodářská komora považuje za oboustranně výhodné.

Provozovatelé převzatého vysílání jsou na základě registrace u Rady pro rozhlasové a televizní vysílání oprávněni přebírat původní televizní vysílání provozovatelů vysílání s licencí, a to jak tuzemských, tak zahraničních, sestavovat programovou nabídku a ty dále v nezměněné podobě nabízet a šířit koncovým uživatelům, třeba domácnostem.

Takovými provozovateli jsou menší operátoři, např. PODA a.s. nebo WMS Most, s.r.o., i operátoři s celorepublikovým pokrytím, například O2, T-Mobile nebo Vodafone nebo také SledovaniTV.

Pokud provozovatel nabízí domácnostem přenos televizního a rozhlasového vysílání po

kabelu, přes satelit, prostřednictvím IPTV či jinými technologiemi, je povinen hradit nositelům práv odměnu za užití jejich výkonů a záznamů (vč. audiovizuálních záznamů) prostřednictvím kolektivního správce.

Odměnu hradí operátor kabelové či satelitní TV, IPTV atd. nejen za užití zvukových snímků vydaných k obchodním účelům, ale též za užití přenosem vysílání zvukově obrazových záznamů a živě vysílaných uměleckých výkonů.

Uzavřená dohoda se vztahuje na přenos rozhlasového a televizního vysílání prostřednictvím všech technologických prostředků, tedy přes kabel, IPTV, družice atd.

Provozovatelé převzatého vysílání hradí poplatky pěti kolektivním správcům. Se dvěma z nich (OOA-S a OAZA) Hospodářská komora uzavřela dohody již v létě minulého roku. Členové Sekce IT a telekomunikací Hospodářské komory za poslední rok uhradili či uhradí OSA poplatky zhruba ve výši 140 miliónů korun. Celkové platba všem kolektivním správcům za rok 2023 převyší 300 miliónů korun. (tz)

Další umělá „krize“ končí: ceny cukru byly v pořádku

Čeští obchodníci nevytvářejí při nabídce cukru kartel a do jeho ceny se promítají všechny běžné faktory, zejména ceny dodavatelů, jako je tomu u ostatních potravin. Konstatoval to Úřad pro ochranu hospodářské soutěže po svém detailním sektorovém šetření cen cukru v českých obchodech.

Cena cukru v roce 2022 vzrostla napříč celou Evropou z důvodu energetické krize a vysoké energetické náročnosti výroby. Díky fungující konkurenci mezi českými obchodníky a tlaku na dodavatele ceny cukru v Česku loni klesaly jako jediné z okolních zemí. Šetření ÚOHS jednoznačně prokázalo, že bývalý ministr zemědělství Zdeněk Nekula obviňoval obchodníky neprávem. Poučit by se z toho měli jeho následovníci a místo záměrného poškozování dobré-

ho jména poctivých podnikatelů se soustředit na věci, které mohou reálně snížit ceny ve prospěch občanů, místo toho, aby svou nečinností schovávali za umělé mediální kauzy.

„Je dobře, že se konečně ukazuje, jak negativní vliv na ceny potravin v Česku má chybějící konkurence mezi dodavateli. Obchody jsou často závislé na jednom či dvou velkých dodavatelích, kteří své nenahraditelnosti umí velmi dobře využít,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR s tím, že výsledky šetření by měla vláda brát jako důležitou výzvu. „Je nejvyšší čas, aby vláda konečně začala řešit problémy s chybějící konkurencí mezi dodavateli a přestala omezovat volný evropský trh. Očekáváme také, že vláda více podpoří malé a střední české farmáře, kteří dokážou lidem zajistit tolik potřebnou pestrost nabídky,“ dodal Tomáš Prouza.

Bývalý ministr zemědělství Zdeněk Nekula před rokem vyzval obchodní řetězce, aby vysvětlily své vysoké ceny cukru, a opakovaně je obviňoval z nemravných marží. Už v tehdejší tiskové zprávě vydané Nekulou vedeným Ministerstvem zemědělství ale stálo, že vliv na cenu mělo i to, že se do prodeje dostal cukr z nové sklizně, u něhož se projevil zvýšené náklady výrobců za dražší energie a hnojiva. Zdeněk Nekula následně také podal podnět k ÚOHS a dnes prezentované výsledky detailního sektorového šetření jsou reakcí na tento podnět.

V celém loňském roce v Česku podle dat Eurostatu cena cukru klesala, zatímco v Rakousku, Německu a na Slovensku více méně stagnovala. Klesala i v Polsku, kde je ale stále mnohem vyšší, než je průměr celé EU. V Česku se ve druhé polovině loňského roku cena cukru dostala dokonce pod průměr EU. „Jsme rádi, že sektorové šet-

tření jasně ukázalo, že bývalý ministr zemědělství záměrně lidem lhal, když obviňoval obchody z kartelu, aby odvedl pozornost od toho, jak nezvládl řešit dopady vysokých cen energií na výrobu potravin v Česku. Je nejvyšší čas začít pracovat s daty, a ne dojmy. Vláda má v této chvíli jedinečnou příležitost, aby odstranila překážky větší konkurenci mezi dodavateli potravin a volný trh přinesl další zlevňování,“ konstatoval Tomáš Prouza a doplnil: „Od bývalého ministra omluvu nečekáme, ale od toho současného očekáváme, že konečně začne pracovat na zvýšení konkurence mezi dominantními českými dodavateli, na snížení byrokracie pro české farmáře i obchodníky a přestane blokovat konkurenci ze zahraničí v rámci jednotného evropského trhu. Věříme také, že je konec s politickým zneužíváním kontrolních orgánů a se zaklekáváním, jak jsme v minulé době viděli.“ (tz)

Díky aplikaci doručování jídla stouply tržby

Provozovatelé restaurací hodnotí dopad technologií na jejich podnikání. Spolupráce s platformou pro rozvoz jídla může vést ke zvýšení tržeb o 20–30 %, a to zejména proto, že jim aplikace poskytuje bezplatnou reklamu a umožňuje jim získávat nové zákazníky.

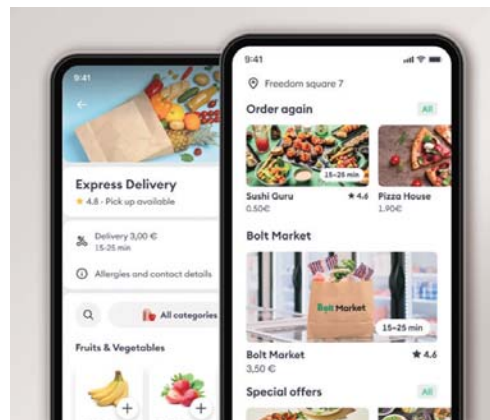
Pražská Matoka byla založena v roce 2019 a nyní zahrnuje trojici provozoven zaměřených na americkou a gruzínskou kuchyni. „K Bolt Food jsme se připojili během pandemie. Přítomnost naší restaurace na této platformě výrazně rozšířila náš dosah a povědomí o značce, a v současnosti pochází až 30 % z našich celkových tržeb z Bolt Food,“ vysvětlil Saba Dzhimsheishvili, zakladatel společnosti Matoka. Aplikaci vnímá jako vysoce efektivní reklamní nástroj, který jeho podniku otevírá přístup k obrovské zákaznické základně.

Podobnou zkušenost má síť restaurací Amici Pizza & Burgers, která si jídla rozváží také sama, a to již od svého založení v roce 2010. „Během pandemie se ale doručování svépomocí obrátilo v nevýhodu, když si zákazníci zvykli objednávat přes aplikace místo z webů jednotlivých podniků,“ popsal Roman Zajíc, zakladatel

sítě, která se z Brna rozrostla do devíti měst republiky. „Začali jsme tedy jednu pobočku po druhé do služby Bolt Food přidávat, a nyní jejím prostřednictvím vypořádáme zhruba pětinu prodaných jídel. Na našich tržbách se spolupráce s Bolt Food podílí ze 17 %.“

Podle Romana Zajíce umožňuje aplikace Bolt Food snadno plánovat různé akce na podporu prodeje, ale také poskytuje Amici přímou zpětnou vazbu od zákazníků. Prostřednictvím partnerského portálu v rámci Bolt Food lze sledovat objednávky v reálném čase, jednoduše spravovat dostupnost položek či aktualizovat nabídku. Systém navíc zobrazuje například počet zákazníků, kteří si objednali po otevření profilu restaurace v aplikaci, nebo počet uživatelů, kteří si z restaurace objednali poprvé. Nehledě na to, že lze aplikaci integrovat s pokladními systémy, a zjednodušit svůj provoz ještě více.

„Díky partnerskému portálu můžeme porozumět preferencím a chování zákazníků. Pomáhá nám identifikovat oblasti, které je třeba zlepšit, například kvalitu pokrmů nebo rychlost zpracování objednávek – abychom naplnili a překonali očekávání zákazníků,“ pochvaluje si Saba Dzhimsheishvili. „Nejen aplikace jako taková, ale celý tým Bolt Food jsou pro naši síť neuvěřitelnou podporou. Společně posouváme



spolupráci dál, a to, že se to projevuje na tržbách a počtu prodejů je důkaz, že to děláme dobře,“ doplnil Roman Zajíc.

Bolt Food na českém trhu působí již bezmála čtyři roky. Služba byla spuštěna během rekordních dvou týdnů jako alternativní zdroj příjmů pro pražské partnerské řidiče Bolt poté, co byl vyhlášen první lockdown a zavřely se hranice. Nyní si v Česku prostřednictvím Bolt Food lze objednat nejen ze 2000 restaurací, ale také květinářství, chovatelských potřeb a dalších obchodů v Praze, Brně, Ostravě, Olomouci, Plzni, Českých Budějovicích či Hradci Králové. (tz)

Udržitelnost

Dvě třetiny domácností jsou zapojeny do alternativních potravinových sítí

Alternativní potravinové sítě využívají dvě třetiny českých domácností. Tato varianta získávání potravin, která je odlišná od globalizovaného trhu a průmyslového zemědělství provozovaného ve velkém měřítku, se těší velké popularitě. Podporuje užší vztahy mezi výrobcí a spotřebiteli, udržitelné způsoby hospodaření a klade důraz na kvalitu či původ potravin.

Nejoblíbenější je dlouhodobě pěstování ovoce a zeleniny na zahrádkách, kterému se věnuje 52 % dotázaných domácností. Co se týče nákupů, oblíbené jsou farmářské trhy nebo prodejce přímo ze zemědělského dvora, ty využívá pětina domácností. Vyplývá to ze studie zpracovávající data od více než 500 respondentů, na níž se podíleli odborníci Národního institutu SYRI. Výzkumníci se tématem zabývali v souvislosti s pandemií covidu-19 a začátkem období rychle rostoucí inflace. Zdaleka ale nejde jen o tyto aktuální problémy. „Globalizovaný a industrializovaný zemědělsko-potravinový systém čelí velké kritice pro svou neudržitelnost již několik dekád a zkušenost s pandemií covid-19 potvrdi-



la v mnoha státech obavy spojené se zranitelností propojeného trhu. To se samozřejmě týká i spotřebitelů. Otázka šetrně pěstovaných a zároveň kvalitních, zdravých, ale i cenově dostupných potravin je nyní urgentnější než dříve,“ uvedl Jan Vávra z Národního institutu SYRI a Sociologického ústavu Akademie věd ČR.

Výsledky výzkumu přináší další důležitá zjištění i ve vztahu ke zdravotním otázkám. „Během

covidové vlny na podzim 2021 vyjádřilo 36 % respondentů obavu o dostatek potravin a téměř pětina z dotázaných domácností (18 %) zažila přímo nedostatek potravin. Věříme, že snad i díky našemu výzkumu padl mýtus Česka jako státu, kde potravinová chudoba prakticky neexistuje. Více než pětina všech dotázaných (22 %) také omezila konzumaci biopotravin a 10 % snížilo již tak poměrně nízkou spotřebu čerstvého ovoce a zeleniny. Důvodem bylo zejména zhoršení finanční situace jednotlivých českých domácností,“ uvedl Jan Vávra.

Ačkoli se během pandemie covidu-19 často hovořilo o potravinové soběstačnosti, nejde zdaleka jen o ni. Důležitý je i způsob produkce potravin, jejich dostupnost a vliv na zdraví. Podle Jana Vávry by měla veřejná správa podporovat alternativní potravinové sítě a lokální produkci potravin. „Výsledky ukazují, že české domácnosti využívají různé cesty, jak si obstarat potraviny, zejména ovoce a zeleninu. To hodnotíme jako velmi pozitivní zjištění, neboť se tím posiluje resilience domácností pro případ současných i budoucích krizí. Potraviny získané mimo globální obchodní sítě jsou navíc mnohdy šetrnější pěstované a zdravé,“ uzavřel Jan Vávra. (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

AI Marketing Playbook

Ladislava Kniňová

Kniha je průvodcem marketérů a všech, kteří chtějí využít nezměrný potenciál rychle se rozvíjející umělé inteligence. Téma je zpracováno s ohledem na tvorbu obsahu pro marketingové kampaně, popisky zboží v e-shopech, atraktivní posty pro sociální sítě, ale také aplikace pro generování grafiky, videí a podcastů. Zjistíte, jak Dobře zúročit přínosy umělé inteligence v době plné inovativních nástrojů. Seznámíte se s tím, jak funguje Chat GPT a jak efektivně zadávat prompty.



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

Jarní Tradinář – od ledna do června

Martin Boledovičová,

Martina Viktorie Kopecká

Kniha vás provede obdobím od počátku masopustního období hned po Třech králích přes Hromnice a postní neděle po Velikonocce a dále čarodějnice a májové oslavy na přelomu dubna a května až po letnice, pohyblivé svátky na počátku léta. Najdete zde informace o zvycích a tradicích, ale i návody na tvoření a řadu receptů na polévky, kaše, pečivo, svačiny, hlavní jídla. Publikace mimořádného významu může být inspirací na cestě hledání skutečných hodnot.

Naše kavárna

Novým generálním ředitelem agentury CzechInvest Jan Michal

Ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela vybral ve výběrovém řízení na post generálního ředitele agentury CzechInvest Jana Michala. Ten ve funkci nahradí Petra Očka, který byl dosud pověřený řízením agentury z pozice vrchního ředitele sekce digitalizace a inovací Ministerstva průmyslu a obchodu. Nastoupí ke 2. dubnu.

Ředitelkou sekce zahraniční sítě CzechTrade Ivana Třosková

Ředitelkou sekce zahraniční sítě CzechTrade je nově Ivana Třosková. Pozici zastává od ledna 2024. Ivana Třosková má dlouholeté zkušenosti s vedením zahraniční kanceláře i regionálního centra CzechTrade. Jejím hlavním cílem je zajistit vysoce kvalitní fungování zahraniční sítě CzechTrade a v souladu s nově přijatou strategií prosazovat v zahraničí české výrobky s vysokou přidanou hodnotou.

Gekkon International má nového technického ředitele Hynka Černého

Technickým ředitelem společnosti Gekkon International se stal Hynek Černý. Jeho hlavním úkolem je zefektivnění servisní činnosti. Plánuje částečnou automatizaci některých kroků, například kalkulaci servisů pro operativní leasing manipulační techniky.

Sponzoring, charita, pomoc

Dětem ze sociálně slabších rodin

I propadlé stravenky pomáhají. V restauracích nebo obchodech už lidé stravenkami vydanými v uplynulém roce nezaplatí. To však neznamená, že propadlé stravenky musí nutně putovat do koše. Stále totiž mohou pomáhat. Každá expirovaná stravenka Edenred Ticket Restaurant, kterou lidé do konce února zaslali zpět jejich vydavateli, totiž pomůže zajistit pravidelné obědy školákům ze sociálně slabších rodin, které si stravování ve školní jídelně jinak nemohou dovolit. Celým obnosem vybraných stravenek, ale také částkou navíc z vlastních zdrojů, přispěje Edenred na projekt Obědy pro děti obecně prospěšné společnosti Women for Women, která se věnuje pomoci samoživitelkám a samoživitelům, dětem i rodinám v tíživých životních situacích. (tz)

Lego naší legislativy

ÚOHS povolil fúzi

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže povolil ve zjednodušeném řízení na základě návrhu společnosti EDENRED, a. s., a POLIMEX Mostostal spolka akcyjna společením soutěžitelů, v jehož důsledku navrhovatelé mají založit společně kontrovaného soutěžitele – společnost POLIMEX PV2 spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, která bude dlouhodobě plnit funkce samostatné hospodářské jednotky. Ke spojení soutěžitelů dochází zejména v oblasti poskytování služeb energetického outsourcingu na území Polské republiky. Rozhodnutí Úřadu je pravomocné.

Společnost TEDOM a její dceřiné společnosti působí v oblasti poskytování komplexních energetických služeb, konkrétně jde o podpůrné služby pro ČEPS, projektování, dodávky energií, výstavbu a provozování energetických zdrojů, včetně vývoje, výroby, prodeje a servisu zařízení na kombinovanou výrobu elektřiny a tepla, také v prodeji náhradních dílů a obchodování s elektřinou a plynem na burzovních i mimoburzovních trzích.

Společnost POLIMEX stojí v čele podnikatelské skupiny společností, jež působí zejména v oblasti provádění stavebních a montážních prací, montáží průmyslových zařízení a instalací, přičemž poskytuje své služby jako generální dodavatel pro zákazníky z průmyslových odvětví, včetně energetiky, chemického, rafinářského a petrochemického průmyslu nebo ochrany životního prostředí. Skupina POLIMEX působí na území Polské republiky a v některých dalších státech, zejména v zemích Evropské unie, nikoliv však na území ČR. (tz)

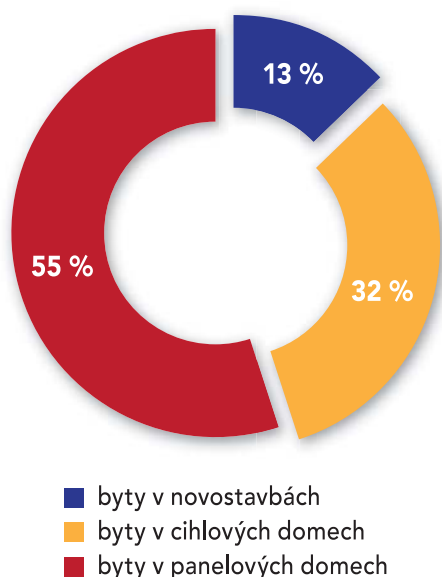
Realitní trh u nás letos ožívá

Tuzemský realitní trh zažívá od loňského jara z pohledu počtu transakcí růst u všech typů nemovitostí. Prodeje v případě novostaveb v posledním čtvrtletí meziročně vzrostly téměř dvojnásobně, u starších bytů to bylo o 49 % a prodeje rodinných domů posílily o 45 %. Jde tak o výrazné oživení, zejména po skokovém propadu celého trhu ve druhé polovině roku 2022. Vyšší zájem byl také o úvěry na bydlení. Ceny starších bytů se v loňském roce snížily v průměru o 7 %.

Pokles byl mírný a menší, než se očekávalo

Vývoj cen je třeba hodnotit v kontextu různorodého vývoje v jednotlivých čtvrtletích posledních dvou let, kdy ceny klesaly zejména mezi třetím čtvrtletím 2022 až druhým čtvrtletím 2023, a naopak od třetího čtvrtletí 2023 již stagnovaly nebo mírně rostly. Ceny starších bytů se tak v posledním čtvrtletí 2023 oproti poslednímu čtvrtletí 2022 snížily jen o 4,4 %, v průměru vycházel metr čtvereční na 60 000 Kč. Cihlové domy si oproti panelovým domům držely výrazně vyšší cenu. Výraznější pokles cen u starších bytů byl v Praze, kde se propad pohyboval okolo 6,8 %, podobné to bylo i u novostaveb v hlavním městě. Naopak na celorepublikové úrovni se ceny novostaveb během roku 2023 snížily pouze o 0,1 %. Za rodinné domy lidé zaplatili o 5,5 % méně, v Praze ale o 0,5 % dražili.

Bytový fond



Aktivita realitního trhu se vrací k dlouhodobému normálu

Aktivita trhu v posledním čtvrtletí loňského roku rostla v porovnání se stejným obdobím roku 2022 u novostaveb dvojnásobným tempem, u starší bytové zástavby byl zájem nižší, přesto šlo o dvojnásobný růst – na celorepublikové úrovni dosáhl 49 % a v hlavním městě 55 %. I prodeje rodinných domů ve čtvrtém čtvrtletí loňského roku výrazně posílily, a to o 45 %. Loni se v Česku postavilo téměř tisíc nových bytových domů a 22 500 rodinných domů. V novostavbách vzniklo necelých 12 500 bytů.

„Trh byl, zejména ve druhé polovině roku 2023, již mnohem aktivnější než v předchozích čtyřech čtvrtletích. A dá se tedy říci, že se postupně blížíme k normálnímu chování mezi nabídkou a poptávkou, které zde bylo před válkou a před přehnaným boomem roku 2021. Současná vysoká čísla meziročního růstu, kdy se např. počet prodejů nových bytů meziročně v Praze více než zdvojnásobil, ale musíme vnímat jako růst ze zcela zamrzlého trhu, na kterém se po dobu jednoho roku téměř nic neobchodovalo. Nyní se totiž meziročně porovnáváme s čtvrtletími, ve kterých se prodalo historicky nejméně bytů za posledních 20 let. Lépe tak situaci vystihuje hodnocení, že jsme se v závěru 2023 dostali na obdobnou aktivitu, jako byla na konci roku 2020,“ řekl Milan Roček, CEO společnosti Dataligence.

Oživení realitního trhu podpořil vyšší zájem o hypotéky

Hypoteční trh dosáhl svého dna ve druhé polovině roku 2022. Jeho postupné ožívání v průběhu následujícího roku napomohlo rozmrznutí realitního trhu. Důvodem vyššího zájmu o hypotéky bylo především snižování úrokových sazeb, které rostly od konce roku 2021 a k jejich postupnému poklesu začalo docházet až začátkem loňského roku. Objem poskytnutých hypoték se tak loni dostal na horní hranici odhadů ze začátku roku. To umožnilo i postupný růst prodejů nemovitostí.

„Postupné zotavování hypotečního trhu v loňském roce bylo zřejmě způsobeno kombinací faktorů, od uvolnění pravidel v oblasti příjmových ukazatelů ze strany ČNB, po mírný pokles cen nemovitostí či mírný pokles hypotečních sazeb. Svou roli sehrála i odložená poptávka z předchozího období. V letošním roce by měl hypoteční trh dále oživovat a za celý rok lze očekávat dvouciferný růst, stále se však patrně nedostane na úroveň předpandemických let,“ sdělil Jakub Seidler, hlavní ekonom České bankovní asociace.



Na únorové tiskové konferenci České bankovní asociace v Praze analyzovali vývoj cen na realitním trhu Milan Roček, CEO společnosti Dataligence, a Jakub Seidler, hlavní ekonom asociace; vpravo tiskový mluvčí ČBA Radek Šalša

Ceny nemovitostí na konci roku 2023

nemovitost	starší byt (Kč/m²)		novostavba (Kč/m²)		rodinný dům (mil. Kč)
	cihla	panel	prvoprodej	přeprodej	
průměrná cena	67 500	55 000	119 100	110 000	5,16

Rozdíl mezi příjmy domácností a cenami nemovitostí se zmenšil

Česko si v rámci mezinárodního srovnání mírně polepšilo, nicméně nerovnováha mezi cenami nemovitostí a příjmy domácností přetrvává. Z pohledu vývoje cen nemovitostí v Evropské unii patří Česko z dlouhodobějšího pohledu mezi země s nejvyšší dynamikou růstu, a to i přes mírné zlevnění v loňském roce. Za posledních 10 let stouply ceny nemovitostí v tuzemsku o 125 %, unijní průměr přitom byl „jen“ 55 %. I přesto, že jsou nemovitosti v poměru ke mzdám velmi drahé a úrokové sazby vysoké, tak se podíl úvěrů na bydlení s potížemi se splácením pohybuje stále na historicky nejnižších úrovních. Koncem loňského roku byl podíl nevýkonných hypotečních úvěrů 0,61 %, je tedy pod svým dlouhodobým průměrem posledních 20 let (1,8 %).

„Česká republika patřila v roce 2022 na špičku v mezinárodním srovnání zemí, kde růst cen nemovitostí v posledních letech výrazně předběhl růst příjmů domácností. Z tohoto pohledu přinesl loňský rok mírnou korekci, stále však zůstávají tyto nůžky výrazně rozevřené

a ČR se nadále drží v mezinárodním srovnání na předních místech nedostupnosti bydlení,“ doplnil Jakub Seidler, hlavní ekonom České bankovní asociace.

Do budoucna čekáme stagnaci a mírný růst cen

Pokud nevstoupí v nejbližších měsících na český rezidenční trh něco výjimečně negativního a nečekaného, tak se zdá, že většina výchozích parametrů, které budou ovlivňovat letos trh s bydlením, bude směřovat k dalšímu oživení trhu. Ustoupení většiny dosavadních negativních vlivů vytvoří na realitním trhu mnohem příznivější prostředí, než bylo v posledních dvou letech.

U novostaveb se předpokládá, že pokud dojde k růstu poptávky, můžeme očekávat omezení marketingových pobídek ze strany developerů, které primárně stály za mírným snížením cen novostaveb v první polovině roku 2023.

U starších bytů pak lze předvídat, že stejně jako se to již stalo v minulosti, tak i nyní bude vývoj cen starších bytů ovlivněn vývojem cen novostaveb a trendem roku 2024 na trhu starších bytů bude mírný růst cen. (tz)

SYMA 2024

SYSTÉMY MANAGEMENTU KONFERENCE

11.–12. dubna 2024 Škoda Muzeum, Mladá Boleslav

Konference je určena všem zájemcům o oblast systémů managementu, absolventům kurzů a držitelům certifikátů. Na programu konference jsou společná jednání, přednášky v paralelních sekcích a panelová diskuze.

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

11. 4. 2024

- Společné jednání
- Automotive průmysl I.
- Chytré technologie pro průmysl
- Systémy environmentálního managementu

12. 4. 2024

- Automotive průmysl II.
- Panelová diskuze:
Mění se nároky na pracovníky (nejen) v souvislosti s novými technologiemi
- Společné jednání