

## Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

# Všem, kteří posouvají hranice lidského vědění, bych rád poděkoval

Není snad dne, aby se lidstvo neposunulo ve svém vývoji o kousek dál. Nové myšlenky a jejich proměna v praktické využití provázají naše snažení neustále. Velmi výrazně si to uvědomujeme právě nyní, v éře nástupu umělé inteligence. Ta začíná měnit řadu oborů, profesí, možností člověka. K novým objevům patří také jejich ochrana. To věděli už naši předkové. Proto kdysi dávno vznikl na našem území Patentový úřad v Praze, dnešní Úřad průmyslového vlastnictví. Pomáhá ochránit nehmotný majetek tak, aby po právu sloužil rozkvětu společnosti, přinášel užitek, který přepisuje dějiny. Letos oslaví Úřad 105. výročí své existence a společně s tím chystá bohatý program a odbornou diskuzi. Hovořila jsem o tom s jeho předsedou Mgr. Ing. Josefem Kratochvílem, Ph.D.



Mgr. Ing. Josef Kratochvíl, Ph.D., předseda Úřadu průmyslového vlastnictví

### Co zásadního přinesl rok 2023 v ochraně duševního vlastnictví?

Navzdory neblahým událostem v zahraničí, které bohužel ovlivňují dění ve všech oblastech, duševní vlastnictví nevyjímaje, byl uplynulý rok v mnoha ohledech plný novinek. Z našeho oboru bych rád zdůraznil spuštění systému jednotné patentové ochrany v Evropě. Ten si klade za cíl vylepšit stávající evropský patentový systém tím, že umožní získat jednotnou patentovou ochranu v těch členských státech Evropské unie, které se pro jeho užití rozhodly. Přestože ČR k nim zatím nepatří, tak i čeští přihlašovatelé již mohou bez omezení získat jednotný patent na jedinou pro území 17 států EU, které se do systému zapojily.

Další novinkou je tzv. patentový balíček, který navrhla Evropská komise v dubnu 2023. Jde o několik legislativních návrhů, které se týkají problematiky patentů, jejichž využití je nezbytné k dodržení technických norem (tzv. SEP patenty), nucených licencí v krizovém řízení, dodatkových ochranných osvědčení pro léčivé přípravky a dodatkových ochranných osvědčení pro přípravky na ochranu rostlin.

Na konci listopadu 2023 vstoupilo v platnost nařízení o ochraně zeměpisných označení řemeslných a průmyslových výrobků a s ním

související nové rozhodnutí Rady o přistoupení EU k Ženevskému aktu Lisabonské dohody o označení původu a zeměpisných označení. V důsledku toho evropská právní úprava poskytne komplexní systém, který zaručí možnost ochrany označení původu a zeměpisných označení pro všechny kategorie výrobků, a to jediným zápisem v příslušném evropském rejstříku a z něj možnost pokračovat mimo území EU mezinárodní cestou.

### Jak se snažili čeští vynálezci? Přišli se zajímavými nápady, ojedinělými myšlenkami?

Od českých přihlašovatelů jsme v roce 2023 obdrželi 465 přihlášek vynálezů a 1024 přihlášek užitečných vzorů. Obě tato čísla jsou nižší než v roce 2022. Nejvíce nových vynálezů je v oborech doprava a skladování, zdraví a zábava, elektrotechnika. Vzhledem k mnohem vyššímu komerčnímu potenciálu mezinárodní ochrany vynálezů mě těší, že pokračuje vzestupný trend v počtu přihlášek evropských patentů podaných českými přihlašovatelé. Těch bylo v roce 2023 podáno 241, což představuje oproti roku 2022 nárůst o 8,6 %.

### Dá se z přihlášek vysledovat, zda v České republice přibývá mladších lidí, kteří usilují o ochranu know-how? Že nastupující generace podnikatelů přikládá náležitý význam patentům, užitečným vzorům, ochranným známám?

Věk původců vynálezů není údaj, který bychom po přihlašovatelích mohli žádat. Věřím ale, že se díky našim popularizačním a edukačním aktivitám daří zvyšovat povědomí mladých lidí o důležitosti efektivní ochrany duševního vlastnictví. V roce 2023 jsme realizovali mnoho přednášek na různých školách všech stupňů po celé ČR. Dlouhodobě spolupracujeme např. s Vysokou školou ekonomickou, Západočeskou univerzitou, Technickou univerzitou Liberec, Vysokou školou chemicko-technologickou a mnoha dalšími.

### A jak jsou na tom s inovacemi ženy? Kolik jich mezi přihlašovatelé vynálezů je?

Evropský patentový úřad v roce 2022 vydal studii Women's participation in inventive activity, která se na ženy-vynálezkyne zaměřuje.

pokračování na straně 4

## Péče o soláry

Solární sektor opět přidal na rychlosti, počet fotovoltaických elektráren v České republice vzrostl výrazně. V roce 2023 došlo k nárůstu o 145 %, z 49 000 v roce 2022 na 82 799 v roce 2023. O solární elektrárny je třeba se však pečlivě starat. Znečištěné solární panely totiž mohou mít znatelně nižší výtěžek.

„Znečištění způsobené prachem, sazí a pylem snižují výkon fotovoltaických zařízení a solárních modulů až o 20 %. Přirozené působení deště, rosy a větru jednoznačně nepostačuje k tomu, aby se moduly účinně očistily. Pro jejich důkladné čištění je nyní k dispozici speciální příslušenství pro vysokotlaké čističe,“ představil novinku Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

S kartáčem iSolar, což je systém s rotujícími kartáči připevněnými na teleskopické tyči, lze v závislosti na verzi šetrně vyčistit až 1500 m<sup>2</sup> modulových ploch. Možnosti použití zařízení iSolar jsou prakticky neomezené. Využít je lze všude, kde jsou provozovány solární a fotovoltaická zařízení: v zemědělství, v průmyslu, na budovách, včetně těch rezidenčních.

V zemědělství působí prach ze sousedících polí nebo odpadní vzduch ze stájí velké problémy. Podobně to platí o průmyslových areálech či instalacích ve městech či u rušných komunikacích. Kärcher iSolar je hospodárné řešení jak pro provozovatele fotovoltaických zařízení, tak i pro firmy zabývající se jejich čištěním.

Kartáče iSolar 400 Advanced a iSolar 800 Advanced jsou poháněny vodním paprskem z vysokotlakého čističe, který zároveň zajišťuje odplavení nečistot. Čisticí efekt sám je dosažen pomocí mechanické práce štětin. Štětiny jsou vyrobeny z nylonu a zaručují čištění povrchu modulů bez poškrábání. Kartáče iSolar 800/400 pracují při nízkém tlaku.



Tvrdá voda může zapříčinit vznik vápenných usazenin, čímž může drasticky poklesnout výkonnost modulů. Spolehlivou ochranu před vápennými skvrnami nabízí mobilní změkčovač vody Kärcher a solární čistič RM 99. Iontoměničová pryskyřice ve změkčovači vytáhne z vody uvolněný vodní kámen a zredukuje stupeň tvrdosti na 0–1 °dH. Pokud nepostačí čištění jen pomocí vody, např. při silných a mastných nečistotách, uvolňuje solární čistič RM 99 špinu a poji uvolněný vodní kámen, takže nemohou vzniknout žádné vápenné skvrny. (tz)

### Najdete uvnitř listu

Kalkulátor vám to spočítá	3
Aby vás místo kadeřníka stříhal robot, tak tato doba je asi hodně daleko	5
Český železniční průmysl dál stabilně roste	6
Jak mířit k dokonalosti s Centrem excellence České společnosti pro jakost	9
Jde nám především o lokálnost a vysokou kvalitu potravin	16

## Naděje menších podniků se nenaplnily

Bankovní rada České národní banky v březnu rozhodla o snížení základní úrokové sazby o půl procentního bodu na 5,75 %. To bylo většinou očekávané, a to přesto, že inflace se snižuje rychleji, než ČNB předpokládala.

Jednotliví členové bankovní rady v čele s guvernérem Alešem Michlem se totiž v posledních týdnech vyjádřili proti rychlejšímu snižování úrokových sazeb a tomuto kroku nenahrává ani poměrně slabá koruna. V české ekonomice je však řada odvětví a firem, které doufaly, že bankovní rada na nízkou inflaci přeci jen zareaguje silněji a pro které je dnešní krok zklamáním. Pro výraznější snížení sazeb by hovořila jak výrazně nižší únorová inflace, která dosáhla 2% cíle ČNB,

tak její jádrová složka, která meziročně rostla o 2,8 %. Česká národní banka přitom ve své únorové prognóze předpokládala, že inflace dosáhne 2,8 % a její jádrová složka 3,5 %. Pro nižší pokles naopak hovořil vysoký růst cen v tuzemských službách, který může mít za určitých okolností trvalejší charakter, či pomalejší pokles cen průmyslových výrobců nebo obavy ohledně kurzu koruny, jejíž oslabování působí proinflačně.

Rozhodnutí České národní banky nepřistupovat ke skokovým změnám úrokových sazeb je v kontextu jejího dosavadního působení celkem logické. Bankovní rada se této filozofie drží dlouhodobě už od své výrazné obměny v roce 2022. Přesto dnes podle našeho názoru existoval prostor pro rychlejší snižování sazeb, které by mělo pozitivní vliv nejen na českou ekonomiku, která se nachází v útlumu, ale především

na menší české firmy a exponované segmenty. Přestože to není na první pohled vidět, menší firmy se mnohdy potýkají s problémy spojenými se špatnou kondicí české ekonomiky, ke kterým se přidávají dlouhodobě vyšší náklady, včetně nákladů na financování. Ve chvíli, kdy je inflace na 2 % a je pravděpodobné, že v příštích měsících ještě mírně klesne, by tak bylo z pohledu kondice malých a středních lepší, pokud by se úrokové sazby v prvním pololetí snižovaly rychleji než o 0,5 procentního bodu. Vliv tohoto kroku na kurz koruny potom může Česká národní banka eliminovat opětovným zavedením intervenčního režimu, který si vyzkoušela před necelými dvěma lety.

Lukáš Hartl,  
předseda představenstva  
NEY spořitelního družstva



## PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

**Časopis Prosperita a přílohy**  
Prosperita Madam Business  
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

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

**Datum vydání:** 9. dubna 2024

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

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

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

**Korektury:** Mgr. Pavla Rožničková

**Grafická úprava:** Michal Schneidewind

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

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

**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 hledějme  
ta nejlepší řešení pro vás.**

**PROSPERITA®**  
Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam  
BUSINESS**  
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh  
TIME**  
PROSPERITA

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](mailto: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](mailto: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

#### Papír v parku, vědecký objev

K planetě máme různý přístup. Někdo kompostuje zbytky ze zahrady, druhý bádá, jak lépe využít déšť. Přístupů je nekonečno stejně tak bude výsledků, které za čas vejdou v běžnou praxi firem, domácností, obcí. Je to vývoj, který těší většinu lidí. Přesto nejsou pryč doby, kdy se po lesích a příkopech válely staré židle, pneumatiky, petky. Tím více je třeba vážit si všech aktivit, které nejrůznější subjekty vyvíjejí k tomu, aby bylo vše, jak má být.

Eva Brixí

### Zaujalo nás

#### PENNY a balíčky Nesněženo

Řetězec PENNY pokračuje v boji proti zbytečnému plýtvání a významně rozšiřuje možnost nákupů Nesněženo balíčků za polovinu. Reaguje na mimořádný zájem o zvýhodněné potravinové balíčky a navyšuje počet prodejen, které je nabízejí, na čtyřnásobek. Oproti dosavadním 51 tak budou zlevněné balíčky potravin s blížící se dobou spotřeby k dispozici ve dvou stovkách obchodů PENNY.

PENNY se jako první a dosud jediný řetězec v Česku k platformě Nesněženo připojil loni v dubnu, když začal nabízet výhodné balíčky především čerstvých potravin, kterým brzy uplyne doporučená doba spotřeby. Z pilotního projektu v jednom obchodě se nabídka balíčků rychle rozrostla na 51 prodejen. A aktuálně se rozšiřuje až na 200, což je bezmála polovina obchodů PENNY v Česku. „Vycházíme vstříc zákazníkům, kteří již od počátku projektu projevíli o balíčky velký zájem. Nákup je přínosný pro všechny strany. Zákazník získá za výhodnou cenu kvalitní potraviny a my v PENNY prodáme například zboží, které bychom třeba již následující den nabízet nemohli. Společně snižujeme plýtvání potravinami a přispíváme k ochraně životního prostředí,“ popsal mluvčí PENNY Tomáš Kubík. Nesněženo tak podle něho efektivním způsobem doplňuje již řadu let existující model boje proti plýtvání, kdy PENNY trvanlivé potraviny dává prostřednictvím logistických center do potravinových bank.

(tz)

### Mediální partnerství v roce 2024

1. Soutěž Ambasador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2024
4. Soutěž Česká chutnovka 2024
5. Projekt Inspiromat – Klub manažerů
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 Rálíš, 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.

## Firmy a výzkumné organizace mohou žádat o dotace na zajištění ochrany práv průmyslového vlastnictví

**Agentura pro podnikání a inovace, zprostředkující subjekt Operačního programu Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost (OP TAK), zahájila 19. března příjem žádostí o dotace ve výzvě Inovační vouchery – Ochrana práv průmyslového vlastnictví. Malé a střední podniky a výzkumné organizace tak mohou žádat o finanční podporu na zajištění ochrany práv průmyslového vlastnictví v České republice i v zahraničí. Výzvu vyhlásilo 5. března 2024 Ministerstvo průmyslu a obchodu, které je řídicím orgánem OP TAK. API bude žádosti přijímat do 31. prosince 2025. Pro žadatele je připraveno celkem 50 miliónů korun.**

Cílem výzvy je posílit inovační výkonnost českých firem a jejich pozici na globálním trhu. „Aby malé a střední podniky úspěšně zaváděly inovace a prosadily se na zahraničních trzích, potřebují účinnou ochranu duševního a průmyslového vlastnictví. Inovační vouchery jim s tím pomohou. Prostřednictvím těchto voucherů si mohou firmy lépe chránit své vynálezy, značky a design před neoprávněným použitím,“ řekl ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela. Výzva podporuje přímo konkrétní aktivity. „Žadatelé mohou dotace využít na zveřejnění přihlášek vy-

nálezů nebo registraci průmyslových a užitných vzorů či ochranných známek,“ sdělil Jan Piskáček, generální ředitel Agentury pro podnikání a inovace a doplnil: „Účinnější ochrana duševního vlastnictví, zvláště na zahraničních trzích, a rovněž větší využívání nástrojů ochrany práv průmyslového vlastnictví, a to nejen mezi malými a středními podnikateli, ale také ve výzkumných organizacích, povede ke zvýšení jejich konkurenceschopnosti“.

Firmy mohou ve výzvě získat 75 % způsobilých výdajů zpět formou dotace, a to minimálně 50 000 Kč a maximálně půl miliónu korun. Podrobné informace o této výzvě z OP TAK jsou dostupné na [www.agentura-api.org/cs/podporovane-aktivity-optak/inovacni-vouchery-optak/inovacni-vouchery-ochrana-prav-prumysloveho-vlastnictvi-vyzva-iii](http://www.agentura-api.org/cs/podporovane-aktivity-optak/inovacni-vouchery-optak/inovacni-vouchery-ochrana-prav-prumysloveho-vlastnictvi-vyzva-iii). Program OP TAK navazuje svým zaměřením na program OP PIK (Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost). Je tak pokračujícím stěžejním programem na podporu českých podnikatelů s financováním ze strukturálních fondů EU. API má svá zastoupení ve všech krajských městech ČR, zájemci o dotace z OP TAK zde mohou konzultovat své projekty. Informace je možné získat i telefonicky nebo e-mailem na zelené lince 800 800 777, programy@agentura-api.org. Služby poskytované API zájemcům o dotace jsou zdarma. (tz)

## Bernard dobyl Londýn – sedm zlatých medailí

„Hromadu zlata“ si odvezl z Londýna Rodinný pivovar Bernard. Jeho piva na tamní degustační soutěži European Beer Challenge 2024 získala čtyři zlaté, tři „dvojitě zlaté“, a k tomu ještě dvě stříbrné medaile. Porotci tu posuzovali stovky vzorků piv z celého světa. „Výsledek nás samozřejmě velmi těší. Pivovary z celé planety do této soutěže přihlásí stovky piv, a tak každá jedna medaile má svoji hodnotu. Že máme hned devět medailí a mezi nimi i ty úplně nejvyšší, svědčí o tom, že pivo vaříme dobře a má další potenciál, když chutná i daleko za hranicemi,“ řekl k úspěchu piv Bernard vrchní sládek a generální ředitel pivovaru Josef Vávra. Tzv. dvojitě zlato, udělované pivům s nejvyšším bodovým hodnocením, získala piva Bernard Desítka, Jedenáctka a nealkoholická Švestka. Další čtyři zlaté medaile porotci udělili Dvanáctce, svrchně kvašeným pivům Bohemian ALE, IPA a také novému nealkoholickému Grepu. Sbírkou doplňují dvě stříbrné medaile pro Sváteční ležák a Jantarový ležák. S takovým skóre patří Rodinný pivovar Bernard k vůbec nejúspěšnějším účastníkům této prestižní soutěže.

Mezinárodní soutěž European Beer Challenge dává pivovarníkům příležitost soutěžit s nejnávanějšími světovými značkami. Všechny ze stovek přihlášených piv jsou anonymně degustovány předními evropskými obchodníky, aby identifikovali ta nejlepší piva na trhu. Soutěže se mohou účastnit pivovary všech velikostí z jakékoliv země na světě. Rodinný pivovar Bernard dostal v roce 2023 celkem 57 různých ocenění, nejvíce z degustačních soutěží za pivo. Ocenění obdržela nejen piva, ale i pivovar. Návštěvnické centrum Bernard, Pivní pálenka Bernard, spolujatel pivovaru Stanislav Bernard byl vyhlášen jako osobnost marketingu. (tz)

### Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní  
partneři:**

**VARNSDORF  
TOOLS**

**JPF**  
ŘÍDÍME FIRMY

**partner plus:**

**HAF**  
HASIČSKÁ  
VZÁJEMNÁ  
POJIŠTOVNA, a.s.

**partneři:**

**GRADA**

**ÚŘAD  
PRŮMYSLVÉHO  
VLASTNICTVÍ**

**DAVID  
KARABEC**  
OCHRANA DUŠEVNÍHO  
VLASTNICTVÍ

**dto**  
D.T.O. CZ, s.r.o.  
Vzdělávání jak má být

**odborní partneři:**

**CS**  
ČESKÁ  
SPOLEČNOST  
PRO JAKOST

**ASOCIACE  
KRAJSKÝCH  
OBCHODNÍKŮ**

**SVAZ KVIETINÁŘŮ A FLORISTŮ  
ČESKÉ REPUBLIKY**

**AČTO**  
ASOCIACE ČESKÝCH TRŽACÍCH OBCHODNÍKŮ

**AVO**

**MA**

**caim**

**KZPS**

**ČM s M**

**Prosperita vás provází děním v businessu už 25. rokem!**



# Kalkulátor vám to spočítá

Kalkulátor.cz se stal známou online platformou, s níž zájemci mohou ušetřit ročně nemalé množství peněz. Ať jednotlivci, domácnosti, nebo malé firmy. Úspory se mohou týkat plateb za elektřinu, plyn, pojištění rodinného domu, povinného ručení, internetového připojení a jiných oblastí. Tato služba je navíc pro zadavatele zdarma. Boří rovněž mýty o tom, že 20 let stejný dodavatel energií je optimální finanční řešení. Porovnávání dat v procesech Kalkulátoru.cz není hříčka náhod či zábava, ale sofistikovaná cesta k tomu, aby klient dostával služby nejen perfektní, ale také v optimální cenové hladině. Jak Kalkulátor.cz funguje a co je jeho cílem, o tom jsem hovořila s ředitelem Petrem Novákem:



Petr Novák, ředitel platformy Kalkulátor.cz

**Co vedlo ke vzniku platformy Kalkulátor.cz? Bylo to na základě osobní zkušenosti se změnou dodavatele elektřiny a plynu? Náhoda? Volné konkurenční prostředí?**

Od samé prvotní myšlenky jsme chtěli přinést koncovému zákazníkovi především nezávislou možnost, díky které ušetří náklady na služby, které běžně používá. Představte si to jako rodinný dům. Málokdo má v současné době dostatek financí na vlastní bydlení, proto jsme tu my a zákazníkovi pomůžeme vyřídit nejvýhodnější hypotéku. Následně pro vás zajistíme pojištění domu i domácnosti, abyste měli klidné spaní. Ke každé domácnosti patří elektřina, i proto jsou zde naše služby, a srovnáme vám všechny dostupné tarify v rámci elektřiny a plynu. Když máte dům, tak většinou máte i auto, proto vám najdeme také povinné ručení a havarijní pojištění, které bude odpovídat vašim potřebám. A protože chceme, aby nabídka byla opravdu komplexní, tak vám poradíme rovněž ohledně tepelného čerpadla, fotovoltiky, a zařídíme i případné financování půjčkou. V neposlední řadě pak vybereme i nejlepší internetové připo-

jení, televizi a mobilní tarify. Taková komplexní nezávislá služba tady na trhu chyběla.

**Na jakém principu fungujete? A co to stojí zákazníka, když využije vašich služeb?**

Zákazníkovi, na základě jím zadaných údajů, vybereme nejvhodnější řešení, vysvětlíme mu úsporu, zpracujeme veškerou smluvní dokumentaci, aniž by on musel dělat něco víc, než nám dát svoje údaje a podepsat smlouvu. Vše je z naší strany zdarma, jsme placeni z provizí dodavatelů a partnerů, se kterými spolupracujeme.

**Čím vším se dnes tedy zabýváte a jaká je úvaha do budoucna?**

Chceme zákazníkům doručit ty nejvhodnější služby. Spustili jsme funkci tzv. hlídacího vlka, našim klientům totiž také hlídáme termín, kdy jim jejich smlouvy končí, a navrhuje nové, lepší řešení, pokud je dostupné. Do budoucna chceme zvýšit počet transakcí, které děláme čistě online, bez zapojení našeho callcentra.

**Působíte pouze online?**

Působíme online s tím, že část transakcí proběhne bez účasti našich prodejců a část transakcí řeší naši specialisté na telefonu, typicky u složitějších služeb, kdy je třeba získat více informací.

**Pracujete s velkým počtem dat. Chystáte se zapojit také umělou inteligenci?**

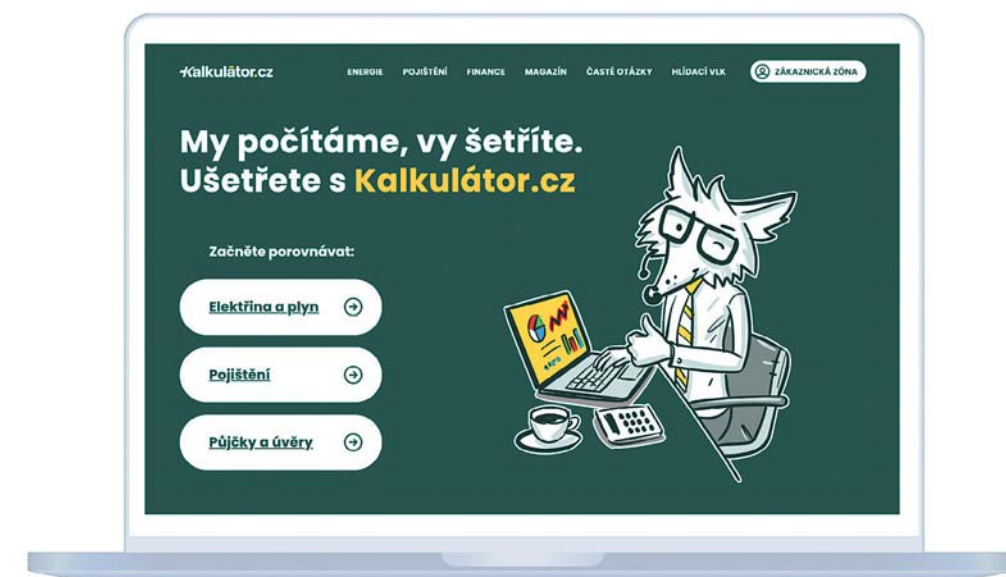
Ano, teď spouštíme projekt se zapojením umělé inteligence na hodnocení našich hovorů tak, abychom zlepšovali kvalitu a efektivitu našich prodejců. Do budoucna počítáme s využitím AI pro navolávání kontaktů, zjišťování zákaznické spokojenosti apod.

**I když ceny energií klesají, lze stále za jejich platby ušetřit nemalé peníze, pokud zvolíme jiného dodavatele. Je to váš hlavní argument k tomu, aby lidé více nad smlouvami, které mají, přemýšleli?**

Rozhodně, lidé by se měli snažit mít alespoň přehled o tom, jaká je situace na trhu a kolik dnes svým dodavatelům platí. My jim rádi srovnáme nabídky a vybereme tu nejvhodnější, ale prvotní impulz k tomu musí udělat koncový zákazník.

**Nemění se však jen platby za jmenované, ale třeba i za povinné ručení, za některé další druhy pojištění, roste i cena vody, a časem možná občanům přibudou další poplatky. Na tom všem se dá při náležitém a průběžném srovnávání stále dost ušetřit...**

Jistě, ušetřit se dá stále dost. Lidé jsou již zvyklí používat srovnávače zboží, anebo si takové srovnání udělají sami, když si například chtějí koupit novou televizi. Zjistí, že jsou schopni ušetřit většinou nižší jednotky tisíc. U služeb



změnou dodavatele ušetří často mnohem více a za mnohem méně práce. Bohužel stále je na trhu většina domácností, které zbytečně přeplácejí tisíce korun ročně, a to je něco, co bychom chtěli do budoucna změnit. Srovnávat ceny zboží se již zákazníci naučili, našim cílem je, aby začali srovnávat také ceny služeb, protože srovnávat se vyplatí.

**Ne každý se ale naučil využívat srovnávače, ne každý jim věří. Jak před takovými opo- nenty obhajujete výhody, které umíte zajistit, zejména tedy ušetřit peníze?**

Se zákazníkem vždy pečlivě zkonzultujeme, jaký má zájem. Ne každý chce nutně nejnižší cenu, někdo může chtít kratší, nebo delší úvazek, doplňkové služby v pojištění a tak dále. Snažíme se, aby se k nám lidé vraceli, není naší snahou na nich jednorázově vydělat.

**Zákazníkovi, na základě jím zadaných údajů, vybereme nejvhodnější řešení, vysvětlíme mu úsporu, zpracujeme veškerou smluvní dokumentaci, aniž by on musel dělat něco víc, než nám dát svoje údaje a podepsat smlouvu. Vše je z naší strany zdarma, jsme placeni z provizí dodavatelů a partnerů, se kterými spolupracujeme.**

**Jenže mnozí z nás se měnit dodavatele bojí, drží se svých osvědčených firem, které jim nabízejí historickou jistotu, i když za draho. Má to logiku?**

Začnu tím, že spolupracujeme pouze s ověřenými dodavateli. Z pohledu zákazníka chápeme jisté obavy, kolikrát se setkáváme s případy, kdy si zákazníci myslí, že jim přijedou vyměnit „trubky“, když budou měnit dodavatele plynu. Ale obava je opravdu zbytečná, jde pouze o administrativní úkony, kdy podepíšete novou smlouvu a o všechno ostatní už se postaráme my. Na tomto místě bych všechny rád vyzval, ať to vyzkouší, vytvořením kalkulace se k ničemu

nezavazují a pouze zjistí, kolik by mohli jinde ušetřit. Navíc naši specialisté jim dokážou celý proces přechodu k novému dodavateli srozumitelně vysvětlit, a pak i opatrní zájemci sami poznají, že se není čeho obávat. Konečné rozhodnutí je vždy na zákazníkovi.

**Jak rostou počty těch, kteří jsou s vámi spokojeni?**

Vznikli jsme před čtyřmi lety a jsem moc rád, že mnoho klientů se k nám vrací opakovaně, případně využívá služeb Hlídacího vlka, který jim nastavení jejich služeb ošetří.

**Služby nabízíte také menším firmám, mikrofirmám. Co od vás mohou očekávat? S čím jim pomůžete?**

U malých firem je situace podobná jako u retailových zákazníků, srovnáme jim nabídky na trhu, a případně pomůžeme se změnou dodavatele.

**A jak náročná je změna dodavatele? Jak dlouho trvá a co pro ni musí člověk udělat?**

Není vůbec náročná, naši specialisté s vámi zkonzultují vhodné nabídky, vy si vyberete, která se vám líbí, a smlouvu podepíšete online. My pak zařídíme vše ostatní za vás. Pokud máte platnou fixaci u stávajícího dodavatele, nastavíme vám službu Hlídacího vlka a včas se vám ozve, abychom vám srovnali možnosti v době, kdy pro vás bude přechod dávat z hlediska úspor smysl.

**Co považujete za největší úspěch Kalkulátoru.cz?**

Jsmo firma, která vyrostla v prostředí startupového inkubátoru firmy Creative Dock, nestojí za námi například banka, která může chtít klienty využít pro prodej svých dalších služeb. Za čtyři roky naší existence jsme se etablovali na trhu a jsme vlkem mezi srovnávači.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl





# Budete pracovat méně a vydělávat více: investujte do vlastního ředitele

Dobrá investice není nutně spekulace. Nemusíte se mnou souhlasit. Dokonce se ukazuje, že ani startupy, zlato, diamanty či technologie vám peníze nedokážou zhodnotit tak jako investice do lidského kapitálu ve vlastním podniku. Začít je potřeba na nejvyšších příčkách. Kvalita CEO totiž ovlivní, jestli za dva roky budete na stejném místě, nebo se váš zisk zvedne o desítky procent.

## Možná rozumíte vlastní firmě, ale rozumíte taky příležitostem?

Podle našich dat až 95 % malých a středních firem u nás řídí výhradně majitelé. A netýká se to jen podnikatelů z přelomu milénia nebo těch, kteří zakládali podnik těsně po krizi roku 2009. I mladí majitelé firem si nesou tohle tak trochu smutné dědictví. Zatím jsou plní energie, svěží, ale jakmile se začnou roky kupit a pozornost budou třeba směřovat i do jiných oblastí života, tahle dvojrole je dokáže rychle vyčerpat a s tím i zahradiť firmě cestu k rozvoji. Přitom tu máme mnoho podniků, které by si vlastního ředitele zasloužily, a mají na to i prostředky. Asi se ptáte: Tak proč s tím vlastníci něco neudělají? Často si myslí, že firmě dokonale dokážou porozumět jen oni sami. Přitom se denně topí v exekutivních úkolech, které maří jejich plány na velkou budoucnost.

## Náklady, nebo investice

Řekneme, že roční náklady na zaplacení vlastního CEO by mohly činit asi dva milióny korun. Bez něj nyní podnik vydělává miliónů sedm. Tak si spočítáte, že s najatým výkonným ředitelem vlastně bude v banku jen miliónů pět. A bude vás to stát nějaké úsilí. Přesně v těchto poč-



Ing. Jiří Jemelka, MBA, jednatel společnosti JPF

tech majitele mozek někdy šálí. Na tuto matematiku potřebujete hledět jinak – optikou budoucích výnosů, nikoli vynaložených nákladů. Po roce s kvalitním ředitelem firma nabere rychlost a projeví se to na obratu a zisku. Po roce váš business může vydělat klidně miliónů devět, držíme se umírněného odhadu. Zhodnotení firmy s dobrým CEO předčí všechny ty atraktivní spekulace, zlato, umělecké předměty, nemovitosti i technologie. Není to růst o jednotky, ale o desítky procent.

Jen se podívejte na příklady ze zahraničí, a nakonec i tuzemsku. Zdravá společnost pak ročně stabilně roste v průměru kolem 15–20 %. Kvalitní řízení není jen o prudkém vzestupu na

počátku, ale také o umění křivku vzestupu udržet. Kolik opravdu úspěšných firem, které dlouhodobě prosperují, řídí jen zakladatel? A co hodnota času, který získává podnikatel pro sebe? Mnohdy nevyčíslitelná.

## Zlomte nefunkční představy o řízení svého businessu

Mentální blok není dán jen obavou z vynaložených prostředků. Tvoří ho celá soustava očekávání, která v České republice ovlivňuje naše podnikatelské uvažování od devadesátek: bez majitele to nemůže fungovat, majitel přeci musí být u všeho. Na začátku podnikání je v pořádku, že se angažujete napříč firmou. Ale jednou narazíte na vlastní limity. A obskurní představa, že musíte být u každé maličkosti, aby to správně fungovalo, bude brzdit úplně všechno – vás, kolegy i business. Kdyby se mi to taky přihodilo, ale našťásti mě to přešlo a prospěl jsem tím všem i sobě. Když zlomíte tuto kletbu, podnikání se vám odmění.

## Že výkonného ředitele potřebujete, poznáte snadno

Jako majitelé se začínáte v tom celém firemním kolotoči cítit unavení. Věnujete se všemu, ale ničemu pořádně. Vše na vás útočí s velkou naléhavostí a priority se řídí spíš jen podle deadlinů. Jste přehlčení multitaskingem. Po delší době, několika měsících jste vyčerpaní a chybí vám nadhled. Bohužel to většinou neodnášíte jen vy, ale také okolí. Šíříte kolem sebe chaos místo jistoty. Představte si sebe třeba jako profesionálního sportovce. Copak má nějakou logiku ostrý trénink pětikrát denně, a k tomu ještě zápasy? Potřebujete získat čas na regeneraci. A to znamená, že vy i firma potřebujete změnu.

Také počet zaměstnanců je důležitá proměnná: v podniku s 20–30 lidmi CEO může výrazně pomoci. Jakmile je kolegů 50 a víc, měl by být vlastní výkonný ředitel samozřejmostí. Ve světě uspořádání s oddělenou rolí vlastníka a ředitele funguje. Tak proč by to nemohlo jít i ve vaší firmě? Místo utápění potenciálu v operativě si uvolníte ruce pro směřování firmy. Budete pracovat méně a vydělávat více. A budete šťastnější, protože získáte větší svobodu rozhodovat o svém čase.

## Má to smysl, i když se to povede až na další pokus

Chápu, že s výběrem CEO do firmy majitelé bojují také pro to, že jim na tomto poli chybí zkušenosti. Většinou to děláte poprvé. Na takovém místě bych se obrátil na profesionály, kteří mají s výběrem vrcholových manažerů zkušenosti. Můžete si najmout headhuntera, personální agenturu nebo nás z JPF Czech. Nebo zkuste všechny tři možnosti, abyste měli o celém procesu co nejlepší přehled. Takový úkol se nevyřeší za měsíc nebo dva. Počítejte spíš s rokem až dvěma. A dokonce se to vyplatí i tehdy, pokud výběr napoprvé nevyjde. Pamatujte si, že je to dlouhodobá investice, jeden nepovedený pokus ještě nevyovídá nic o dlouhodobé úspěšnosti. Ale když se čas už krátí, lze také udělat to, že nejprve najmete do čela interim manažera a firmu na příchod vlastního CEO připravíte. Zatímco náš interim manažer pečuje o zdraví podniku a jeho chod, my mezitím hledáme nejlepšího člověka, který obsadí ředitelské křeslo a bude podniku i vám sedět. Kupujete si profesionální transformaci z majitele na ředitele i čas.

Ing. Jiří Jemelka, MBA  
JPF Czech

# Všem, kteří posouvají hranice lidského vědění, bych rád poděkoval

dokončení ze strany 1

Z ní vyplývá, že v letech 2010–2019 byla mezi původci evropských patentových přihlášek z ČR alespoň jedna žena pouze v 11,9 % případech. V roce 2023 byla alespoň jedna žena uvedena jako původkyně evropských patentů ve 27 % přihlášek (průměrný údaj ze všech 39 členských zemí Evropské patentové organizace). Nejvíce žen-vynálezkyň je zastoupeno v přihláškách ze Španělska (46 %), Francie (33 %) a Belgie (32 %). Co se týče oborů, tak nejvíce žen se podílí na vynálezech z oblasti chemie (50 %).

**Hlavní událostí bude mezinárodní konference Ochrana práv duševního vlastnictví v Evropě. Ta se uskuteční 10. září 2024 na Pražském hradě za účasti nejvyšších představitelů mezinárodních organizací systému ochrany duševního vlastnictví v rámci OSN, Evropské unie a Evropské patentové organizace a evropských národních úřadů průmyslového vlastnictví.**

**Je dnes jednodušší obhájit přihlášku k ochranné známce než v minulosti? Z jakých oborů se rekrutuje nejvíce zájemců?**

Požadavky, které musí označení splnit, aby mohlo být zapsáno do rejstříku ochranných známek, a svoji ochranu mělo šanci si udržet, jsou definovány zákonem 441/2003 Sb., o ochranných známkách. Ten byl novelizován v roce 2019. Od té doby jsou podmínky pro zápis stále stejné. Důležité je, aby označení nebylo ve vztahu k výrobkům a službám, pro které je užíváno, popisné, aby nebylo klamavé nebo nepravdivé, aby nebylo v rozporu s veřejným pořádkem nebo dobrými mravy apod.

Ochranné známky se dělí podle výrobků a služeb, pro které jsou užívány, do 45 tříd tzv. Nicekého třídění. V roce 2023 jsme nejvíce přihlášek ochranných známek obdrželi pro třídy 35 – Propagační činnost (3115 přihlášek), 41 – Výchova, zábava, sport (2355 přihlášek) a 9 – Přístroje (1274 přihlášek).

**Letos si Úřad průmyslového vlastnictví připomene 105. výročí svého založení, někdejšího Patentového úřadu v Praze. Určitě se na oslavu chystáte. O čem bude především?**

Hlavní událostí bude mezinárodní konference Ochrana práv duševního vlastnictví v Evropě. Ta se uskuteční 10. září 2024 na Pražském hradě za účasti nejvyšších představitelů mezinárodních organizací systému ochrany duševního vlastnictví v rámci OSN, Evropské unie a Evropské patentové organizace a evropských národních úřadů průmyslového vlastnictví. Očekávám též účast českých odborníků z našeho oboru, patentových zástupců, advokátů, zástupců státní správy, univerzit, výzkumných institucí a inovativních firem. Osobně se těším na inspirativní diskuzi.

**Zůstal za těch 105 let v platnosti nějaký předpis, ustanovení, kterým se Úřad řídí doposud?**

Velmi staré jsou některé mezinárodní smlouvy z našeho oboru. Jde například o Pařížskou úmluvu na ochranu průmyslového vlastnictví z roku 1883, která byla naposledy novelizována v roce 1979, či Madridskou dohodu o mezinárodním zápisu továrních nebo obchodních známek z roku 1891 (poslední novelizace 1979).

Legislativa se ale neustále vyvíjí, aby odpovídala realitě a podmínkám, ve kterých firmy a výzkumné instituce působí. Velkou roli hraje legislativa Evropské unie a harmonizace v rámci Světové organizace duševního vlastnictví. Od ro-



ku 2002 jsme rovněž členským státem Evropské patentové organizace. Nejstarší z „našich“ zákonů je tak zákon 527/1990 Sb., o vynálezech a zlepšovacích návrzích, neaktuálnější naopak již zmíněný zákon o ochranných známkách, který byl novelizován v roce 2019. V nejbližší budoucnosti bude novelizován zákon 452/2001 Sb., o ochranné označení původu a zeměpisných označení.

**Váš velkou snahou je vzdělávat odbornou veřejnost tak, aby si byla vědoma bohatství, které lidské myšlení nabízí, a promítala tuto možnost do businessu. Pohnuly se ledy?**

Aktivita v oblasti zvyšování povědomí o užitečnosti efektivního nakládání s duševním vlastnictvím jsou nekončící proces. Prostředky a energie vložené do vzdělávání v ochraně duševního vlastnictví přináší dlouhodobé benefity nejen pro jednotlivce a firmy, ale i pro celou společnost, která tím podporuje inovace a tvůrčí ekonomiku. Samozřejmě bych byl velice rád, kdybych mohl říct, že se „ledy pohnuly“, ale tak daleko dle mého názoru nejsme. V oboru ochrany značek, tedy ochranných známek, jsou

aktivita českých přihlašovatelů naprosto srovnatelné s vyspělými evropskými zeměmi. Bohužel, v oblasti ochrany technických řešení, tedy patentů a užitečných vzorů, a to zejména jejich mezinárodní ochranou, máme ještě co dohánět.

**Na jakých vysokých školách či univerzitách se váš obor vyučuje? A kdo ho vlastně může studovat?**

Kompletní studijní obor přímo zaměřený na duševní vlastnictví není v současnosti vyučován na žádné z českých vysokých škol. Dílčí znalosti získávají všichni studenti práv, někteří studenti ekonomie i technických oborů. V ÚPV organizujeme vlastní dvouleté specializační studium duševního vlastnictví. Je určeno pro podnikatele, pracovníky vědeckých a výzkumných institucí, vysokých škol, institucí zabývajících se podporou inovací a transferem technologií, pro začínající patentové zástupce a advokáty. Studium u nás každoročně zakončí kvalifikační zkouškou (profesní kvalifikace Specialista v oboru průmyslového vlastnictví) přibližně 20 absolventů.

**A co popřát všem, kteří se svou usilovnou, objevnou prací snaží změnit svět k lepšímu?**

Všem inovátorům, kteří se, ať už v soukromém, nebo veřejném sektoru, pokoušejí posunout hranice lidského vědění, bych samozřejmě rád poděkoval a popřál jim úspěch v jejich snažení. Rád bych také dodal, že znalost možností, které jim průmyslové vlastnictví nabízí, je rozhodně k jejich prospěchu. Pokud by kdokoli měl zájem dozvědět se více, ať určitě neváhá navštívit náš web upv.gov.cz, zúčastnit se některé z naší pořádaných vzdělávacích akcí či požádat o informace v našem informačním středisku. Všem našim klientům se snažíme vyjít maximálně vstříc.

otázky připravila Eva Brixl



# Aby vás místo kadeřníka stříhal robot, tak tato doba je asi hodně daleko

Robotizace, automatizace, ulehčení práce tam, kde to pro člověka není komfortní, to je cesta, kterou má ve vínku výrobní družstvo ELAP. Vyvíjí a navrhuje systémy, které činnost zefektivní, jimiž je možné nahradit stereotyp v nepříliš příjemném prostředí. Předseda Ing. Josef Klíma se svým týmem vsadil už před lety právě na tento směr. Praxe ukázala, že se vize dají i předstihnout. Že je v České republice mnoho provozů, kde se nápady ELAPu dají uplatnit. Pravdou je, že covidové období, a nejen ono, ledacos pozměnilo. I tomuto družstvu se zakázky shánějí daleko složitěji než dříve. Josef Klíma to doložil následujícími slovy:

## Jak se vám vydařil rok 2023?

Rok to byl plný změn. Je cítit rozbíhají se krize ve výrobním průmyslu. Akce se ruší nebo pozastavují. Je znát nejistota a nervozita z toho, co se bude dít. Zakázky se shánějí obtížně. I přes tento stav se nám daří ukončit rok hospodářským ziskem.

## Lišil se zakázkami od let covidových?

V době covidu byl útlum zakázek spojen především s omezením pohybu, ale byl předpoklad, že se po překonání této nelehké doby vše rozběhne, ale opak se stal pravdou. Útlum pokračuje a spíše se prohlubuje.

## O robotizaci se mluví méně než o umělé inteligenci. Znamená to, že již začíná být přítomnost robotů na pracovišti samozřejmostí?

Ještě nějakou dobu potrvá, než se opět rozjede integrace robotů na pracovištích. Je citelný investiční útlum v oblasti automatizace. Pokles výroby a špatná predikce vývoje je brzdou. Umělá inteligence je nyní velký boom. Myslím si, že by nám všem spíše více pomohla inteligence přirozená, a zvláště pak zdravý selský rozum.

## Kde všude, v jakých provozech, se nyní nejvíce zajímají o vaše řešení?

Jde o provozy a výrobní procesy, kde je velmi obtížné sehnat pracovníky. Vysoké pořizovací

náklady a nejistota je brzda, která zpomaluje nasazení robotů, zavedení automatizace.

## Můžete pomoci zefektivnit výrobu i menším firmám, třeba do 20–25 zaměstnanců?

Odstranit nepříjemnou, těžkou a stereotypní práci lze v jakékoli firmě, která se zabývá výrobou. Manuální pracovníci chybí všude.

## V jakých oborech se do robotizace moc nehrnou a proč?

Robotizace není všelék. Stále je spousta činností, kde je člověk těžko nebo až nenahraditelný. Aby vás místo kadeřníka stříhal robot nebo plesové šaty ušil robot, tak tato doba je asi hodně daleko. Nasazení robota ve službách, kusové výrobě atd., to je „běh na dlouhou trať“.

## A kde je tomu naopak?

Hromadná výroba s úkony operátora v taktu 10 s je ubíjející. Práce v hluku a špíně není záživná. Takže když automatizovat, tak začít u těchto činností.

## Vracejí se vám zákazníci a stávají se z nich věrní?

Je pravdou, že spokojený zákazník se na vás většinou obrací. Bohužel velká fluktuace ve vedoucích funkcích způsobuje, že noví lidé ve vedení nemají na vás kontakt a často se vztahy začínou budovat znovu od začátku.

## Máte svůj vlastní vývoj, stavíte na letitých zkušenostech. Na čem nyní pracujete?

Drtivá většina našich realizací je unikátní/protypová. To je náš vlastní vývoj. Aplikujeme nabyté zkušenosti a poučení z nezdarů do nových řešení. Současnou dobu bych nazval „dobou nabídek“. Je jich spousta, ale realizací málo. Dokončujeme sedmirobotickou linku na mani-



Ing. Josef Klíma, předseda výrobního družstva ELAP

pulaci s keramickými filtry a třírobotickou linku na skládání nábytkového kování.

## Jsou pro družstvo osobní reference hlavním zdrojem nových projektů?

Osobní reference jsou velmi důležité při všech obhajobách nových projektů. Často nám pomohlo, že si budoucí zákazník mohl promluvit o nás „bez nás“ se zákazníkem, kde jsme něco realizovali.

## Jistě máte plány, vize, přání. Splní se?

Hlavní plán je překonat tuto těžkou dobu a vyjít z ní posíleni. Hledat mladé lidi, kteří by byli ochotni technicky myslet a tvořit. Mé myšlenky jsou prosté. Přál bych si, aby se lidská společnost zklidnila, přestala se připravovat na válku, neprožívala strach a nejistotu. Aby školy začaly generovat mladé lidi, kteří budou mít chuť tvořit a seberealizovat se.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



## V únoru přibylo v Česku 1795 firem, nejvíce od března roku 2021

V únoru bylo v České republice založeno 2813 firem a 1018 firem zaniklo. Celkem tedy přibylo 1795 obchodních společností, což je nejvíce od března 2021. Vyplývá to z analýzy dat portálu [www.informaceofirmach.cz](http://www.informaceofirmach.cz), kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau.

Oproti lednu se v únoru počet vzniklých firem zvýšil o dvě a počet zaniklých se snížil o 331. „V únoru jsme pozorovali výrazně nízký počet zaniklých firem, nejnižší od poloviny roku 2022, čímž se také zvýšil rozdíl mezi vzniklými a zaniklými firmami,“ uvedla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau. Dle dat Českého statistického úřadu bylo ke konci roku 2023 v ČR 570 000 firem, za leden a únor letošního roku jich podle statistik CRIF přibylo dalších 3257. Počet firem se zvyšuje, i když v porovnání s minulým obdobím pomaleji.

Během uplynulých 12 měsíců bylo v Česku založeno celkem 29 235 a zaniklo 15 627 firem, čistý přírůstek tak činil 13 608 firem. To je srovnatelné s předchozím obdobím. Více než polovina zaniklých firem působila na trhu déle než 16 let. Za posledních 12 měsíců vzniklo nejvíce firem v Praze (14 590), v Jihomoravském (3520) a Středočeském kraji (1987). Nejrychleji se zvýšil počet založených firem ve Zlínském kraji, kde za uplynulých 12 měsíců vzniklo 826 firem, o 18 % více než v předchozích 12 měsících. Oproti předchozímu období se významněji zvýšil počet nových firem také v Jihočeském kraji, a to o 7 % na 840.

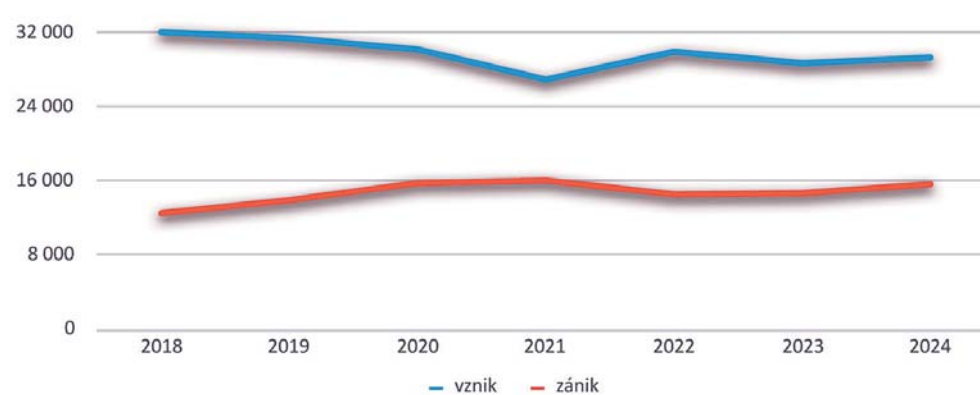
Nejvíce firem od začátku března 2023 do konce února letošního roku zaniklo v Praze (8184),

v Jihomoravském (1683) a v Moravskoslezském kraji (1059). Počet zaniklých firem se nejvíce zvýšil na Královéhradecku, konkrétně o 49 % na 174, dále pak na Liberecku o 37 % na 409 a v Karlovarském kraji o 35 % na 313. Naopak o 7 % méně firem zaniklo v Olomouckém a Ústeckém kraji.

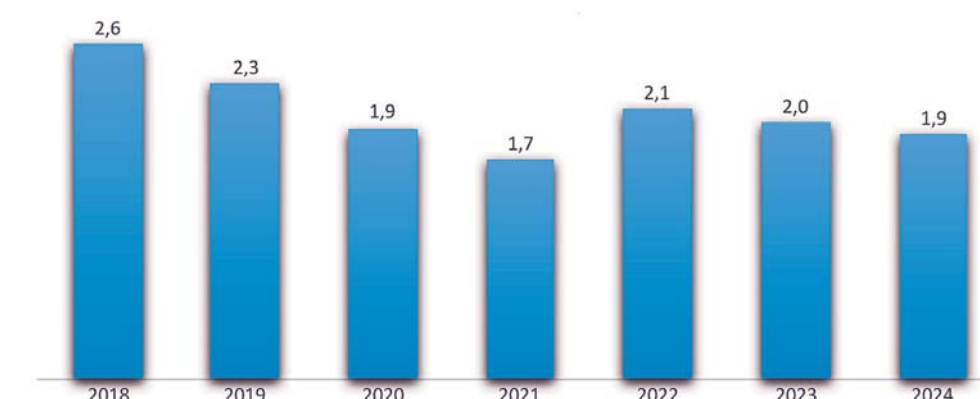
Ve všech krajích v posledních 12 měsících vzniklo více firem, než jich zaniklo. Ve Zlínském kraji připadlo 32 nových firem na deset zaniklých, nejvíce ze všech krajů. Následuje Vysočina s 29 a Olomoucký kraj s 27 novými firmami na deset zaniklých. Pouze 11 nových firem připadlo na deset zaniklých na Karlovarsku a v Ústeckém kraji. V těchto krajích se tak počet firem v daném období výrazněji neměnil. Průměr ČR je 19 nových firem na deset zaniklých. Co se týče odvětví, nejvíce společností vzniklo v odvětví obchodu (3801), v odvětví nakládání s nemovitostmi (3533) a ve zpracovatelském průmyslu (3153). Nejvíce společností zaniklo v obchodu, konkrétně 4919. Následovalo nakládání s nemovitostmi, kde zaniklo 3019 společností, a profesní, vědecké a technické činnosti, kde jich skončilo 2085.

Nejrychleji v posledních 12 měsících přibylo firem v odvětví výroby a rozvodu elektřiny, plynu a tepla – 82 nových firem na deset zaniklých. Dále v odvětví zdravotní a sociální péče, kde na deset zaniklých připadlo 55 nových firem. K úbytku naopak došlo v odvětví těžby a dobývání (pouze pět nových na deset zaniklých), v odvětví obchodu, (osm firem na deset zaniklých), a v odvětví peněžnictví a pojištnictví (devět vzniklých na deset zaniklých). Pokles počtu firem v odvětví obchodu trvá již delší dobu. V posledních měsících se snížil v dřívějších obdobích poměrně značný růst firem v odvětví zemědělství a lesnictví. (tz)

Počet vzniklých a zaniklých firem během 12 měsíců v jednotlivých letech



Čistý přírůstek firem během uplynulých 12 měsíců v jednotlivých letech



zdroj: CRIF



# Český železniční průmysl dál stabilně roste

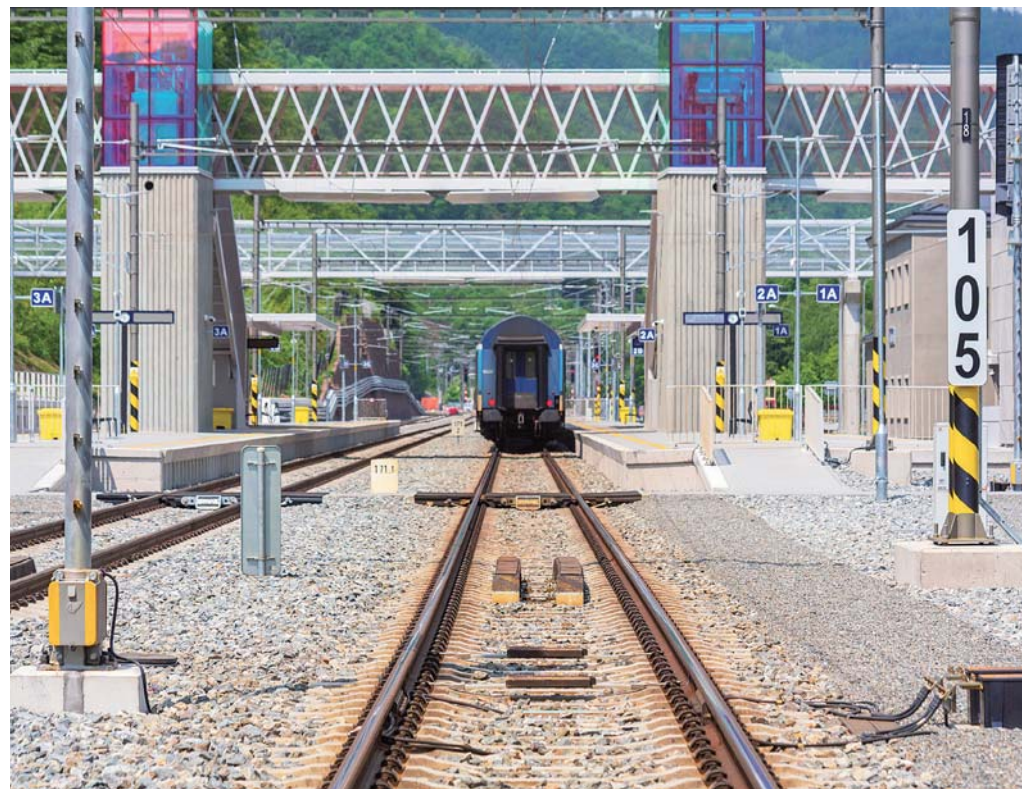
Českým firmám sdruženým v Asociaci podniků železničního průmyslu loni vzrostl meziročně obrát o 7 % na celkových 130 miliard korun. Sektor tak potvrdil stabilní růst, který významně podporují zakázky v zahraničí. Objem exportu byl loni 65 miliard korun.

„Jde o souhrnné výsledky obchodní činnosti za přibližně padesát firm, které reprezentují drtivou většinu českého železničního průmyslu. Zaměstnávají na 22 000 lidí a na tvorbě HDP České republiky se společně podílejí 1,5 %“, řekla Marie Vopálenká, generální ředitelka ACRI, a dodala: „Posledních několik let sektor stabilně roste. Loni to bylo meziročně zhruba o 7 %. Nepochybně se na tom podílejí zakázky pro zahraniční trhy. Naši členové obchodují s celým světem, a v řadě zemí mají i vlastní zastoupení nebo pobočky. Hlavními partnery jsou pro ně země Evropské unie, ale také Srbsko, Turecko či Indie.“

## Členové asociace jsou špičkoví exportéři

První místo z pohledu obchodního objemu produkce českého železničního průmyslu tradičně připadlo na výrobu kolejnic a příslušenství pro železniční svršek a jde zejména o produkty společnosti Třinecké železárny, součást skupiny Moravia Steel. Třinecké železárny jsou jediným výrobcem kolejnic a železničního příslušenství v České republice. V roce 2023 vyrobily 250 kt kolejnic a železničního příslušenství (v roce 2022 to bylo 248 kt kolejnic). Své produkty vyvážejí do 60 zemí celého světa. Na tuzemský trh loni dodaly 27 kt kolejnic, včetně příslušenství železničního svršku. Z celkového objemu prodeje 250 kt firma 134 kt exportovala do zemí Evropské unie a dalších 89 kt kolejnic směřovalo do Kanady a do ostatních exportních destinací. Vývoz za hodnocené období dosáhl 89 % a odpovídá dlouholetému trendu. „Mezi zajímavé exportní zakázky loňského roku patřila dodávka širokopátních kolejnic do Německa a také dodávka výhybkových a širokopátních kolejnic na Ukrajinu pro ukrajinské železnice“, doplnil Henryk Huczala, technický ředitel Třineckých železáren. K úspěšným obchodům firma řadí také kolejnicový tendr pro Kanadu ve speciálních jakostech IH (Intermediate Hardness) a HH (Head Hardened).

Výrazné zastoupení v produkci firm železničního průmyslu mají drážní vozidla. Škoda Group je spolu se svými dceřinými společnostmi jedničkou mezi výrobci drážních vozidel v České republice. V roce 2023 se jí podařilo získat řadu významných zakázek v ČR i v zahraničí. „Dodávky z našich nově realizovaných kontraktů budou probíhat v následujících letech a na výrobě se bude podílet i řada dalších českých firem. Mezi hlavními zakázkami, které jsme loni získali, jsou bezpochyby tramvaje pro německý Kassel, tramvaje pro Brno v rámci uplatnění opce, zcela nové tramvaje pro Prahu nebo italské Bergamo“, vyjmenoval důležité kontrakty Tomáš Ignačák, místopředseda před-



stavenstva a President regionů CZ/SK & Central East ve Škoda Group, a pokračoval: „Jsou to i zakázky na výrobu vlaků pro dopravce v Itálii, Finsku a také v Uzbekistánu. Pro litevský Vilnius pak budeme dodávat trolejbusy a pro bulharskou Sofii vozy metra.“

Společnost AŽD je významným dodavatelem technologických celků v oboru zabezpečovacích, sdělovacích, řídicích a komunikačních technologií dopravní infrastruktury. Rozhodující je orientace firmy především na oblast železniční dopravy. Pro své partnery zajišťuje výrobu, kompletní dodávku a montáž technologických celků pro zabezpečení a řízení železniční dopravní infrastruktury. Mezi klíčové aktivity realizované v roce 2023 patřilo zejména budování ETCS na několika úsecích v ČR: Brno Horní Heršpice – Zastávka u Brna – 390 milionů korun, Pardubice (mimo) – Hradec králové (mimo) – 160 milionů korun a Milovice – Praha hl. n. (mimo) – 280 milionů korun. Dalšími klíčovými projekty pak byly například Konverze trati na střídavou napájecí soustavu v úseku Státní hranice Slovenská republika – Vsetín (mimo) – 1,9 miliardy korun, rekonstrukce žst. Vlkov u Tišnova – 1,4 miliardy korun a rekonstrukce traťového úseku Vlkov u Tišnova (mimo) – Křižanov (mimo) – 1,8 miliardy korun. V zahraničí pak šlo o úspěšnou realizaci projektů zejména v Polsku, a to o modernizaci tratě Poznań – Wronki – 892 milionů korun nebo o modernizaci tratě Gliniec – Kartuzy – 256 milionů korun.

„Také v roce 2024 očekáváme růst našich aktivit jak na domácím, tak na zahraničních trzích. V České republice půjde zejména o doplnění ovládacích pracovišť ETCS na koridorech a také na trati Brno – Česká Třebová. Dohromady jde o zakázky ve výši 55 milionů korun“, uvedl Zdeněk Chrdle, generální ředitel AŽD Praha a dodal: „Pokud jde o zahraničí, tak

v Maďarsku nás čeká projekt modernizace tratě, včetně instalace inteligentního digitálního systému Digital 4.0 v úseku Soroksár – Kelebia za 900 milionů korun nebo v Polsku modernizace tratě v úseku Wronki – Słonice za 1,5 miliardy korun.“

Další z významných členů ACRI, výrobce železničních dvojkolí a podvozkových součástí, společnost Bonatrans, dosáhla v roce 2023 obchodních tržeb ve výši 8,2 miliardy korun. Export činil 96 % z obchodních tržeb s převahou trhů v rámci zemí EU (5,6 miliardy bez ČR). Na přelomu let 2023 a 2024 pak společnost vykázala objednávky ve výši deseti miliard korun, z čehož 80 % představovaly takzvané pevné objednávky. Z klíčových kontraktů stojí za zmínku objednávky pro celoevropské platformy vozidel, jako například Vectron a Mireo od Siemens, Coradia od Alstom, Flirt a Kiss od Stadler, ForCity od Škoda, dále vstup do platformy Regio 160 od Pesa, kola s tlumiči hluku Bonasilence R+. Další objednávky dvojkolí byly realizovány pro nové vozy varšavského metra (Škoda), kde jsou kola také osazena tlumiči hluku Bonasilence P, pro spací vozy Trenitalia (konsorcium Titagarh/Škoda) nebo domácí projekt vozů ČD ComfortJet. Významné byly dodávky pro další platformy či projekty Griffin od Newag, Kaohsiung Line od Hyundai Rotem, lokomotivy ZELC a Datong. „V roce 2023 jsme se stali majoritním dodavatelem kol pro vozy metra v USA a v roce 2024 plánujeme svůj obchodní růst zaměřit na trhy ve Velké Británii, Skandinávii, Číně a Indii. V Itálii vstupujeme do segmentu kol pro vysokorychlostní vlaky“, řekl Jakub Weimann, člen představenstva a generální ředitel společnosti.

## Mají se čím pochlubit

Úspěšní byli i další členové ACRI. Například společnost DAKO-CZ, člen skupiny Czechoslovak Group, která je předním výrobcem pneu-

matických, elektromechanických, elektromagnetických a hydraulických brzdových systémů pro kolejová vozidla. Ta v roce 2023 získala mimo jiné zakázku na dodávku hydraulických brzdových jednotek, včetně řízení, na celkem 80 tramvají do švédského Göteborgu. V roce 2023 spolupracoval třemošnický výrobce se Škoda Group zároveň na dodávkách hydraulických brzdových jednotek pro nové tramvaje 29T3 a 30T3 do Bratislavy. Své brzdové systémy dodával též polskému výrobci Matyáše Kubína, pro kterého dokončil zakázku na dodávku elektrohydraulických brzdových systémů pro 49 nízkopodlažních čtyřpodvozkových tramvají typu LF 07 AC (Wrocław) a získal další zajímavou zakázku na dodávku jednočlávkových dvoupodvozkových tramvají s elektromechanickou brzdou do Berlína. Dalším zajímavým obchodním projektem byla spolupráce s firmou Pragoimex na projektu tramvají pro Brno, kam bude v letošním roce dodáván hydraulický brzdový systém s označením EVO 2 pro tramvaje Drak. Pro lotyšské město Daugapils bude použita elektromechanická brzda pro teploty do -40 °C s řízením.

Nárůst obchodních aktivit v roce 2023 reportuje společnost AMiT, výrobce elektronických systémů pro železniční dopravce. Ta meziročně navýšila obrát o 17 %. Podle marketingového manažera společnosti Matyáše Kubína byl navíc loňský listopad pro AMiT nejvýznamnějším milníkem v celé třicetileté historii: „Budeme v příštích letech dodávat informační systém pro Kazachstánské státní dráhy v hodnotě několika milionů eur. Projekt zahrnuje dodávku kompletního informačního systému pro cestující, včetně Wifi a CCTV pro více než 500 spacích vozů. Dodávky budou probíhat po dobu šesti let až do roku 2030. V průběhu posledních dvou měsíců se podařilo získat objednávky na projektové zakázky v řádech stovek milionů korun. Jde o nové projekty, pro které budeme dodávat elektroniku AMiT a systémy pro společnost Stadler. Dodávky systémů budou dále probíhat i pro společnost Škoda Group a další zákazníky.“

Podobně hodnotí uplynulý rok marketingová a PR manažerka ZKL Bearings CZ Hana Luxová: „Jako český výrobce ložisek pokračujeme ve strategickém partnerství s českým dopravcem ČD i s dalšími společnostmi působícími na trhu v České republice a na Slovensku. V posledních třech letech jsme znásobili objem výroby a prodeje ložisek do železničních aplikací. Pro další období plánujeme rozšiřování dodávek do okolních států v rámci střední Evropy. Proto posilujeme výrobní kapacity a investujeme také do procesů kontroly a jakosti.“

## Český železniční průmysl jako tahoun exportu

V roce 2023 se podniky železničního průmyslu v rámci ekonomické diplomacie zúčastnily mise do Bulharska a realizovaly incomingovou misi kanadské delegace. Dále se ACRI zúčastnilo veletrhů Eurasia Rail v Istanbulu, Trako v Gdaňsku a Expo Ferroviaria v Miláně.

Letos byl první misí Izrael a Katar v rámci zahraniční cesty prezidenta Petra Pavla, kde byla prezentována především řešení pro udržitelnou městskou mobilitu. Dalšími zeměmi, kam budou projekty ekonomické diplomacie směřovat v nejbližších měsících, budou Itálie, Maďarsko a Indie. V září se společnosti pod hlavičkou ACRI zúčastní prestižního veletrhu mobility InnoTrans 2024 v Berlíně, kam ACRI společně s partnery z železničního průmyslu, s dopravcem České dráhy a se Správou železnic vypraví z Prahy zvláštní vlak.

„Český železniční průmysl je úspěšný v mezinárodním měřítku. Společnosti sdružené v Asociaci podniků českého železničního průmyslu vyvážejí více než polovinu své produkce. A tento trend bude pokračovat. S cílem posílit svou pozici na zahraničních trzích zakládají 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“, komentovala pozici členů asociace na trhu Marie Vopálenká. (tz)





# Umělá inteligence přetváří business a otevírá nové horizonty

S umělou inteligencí budeme muset počítat, ať chceme, nebo ne. Změní naše podnikání, tedy i marketing a vše, co k němu patří. V březnovém vydání Prosperity jsme přinesli první díl rozhovoru s autorkou knihy *AI Marketing Playbook: Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu* Ladislavou Knihovou, kterou vydal Nakladatelský dům Grada. V dubnovém čísle našeho měsíčníku v něm pokračujeme:

**Je nasazení umělé inteligence vyhrazeno primárně pro velké firmy a nadnárodní korporace s rozsáhlými investičními možnostmi a vysokými zisky, nebo se otevírají příležitosti i pro menší podniky a startupy?**

Nasazení umělé inteligence do firemních procesů je demokratickým nástrojem. Na takto nově vymezeném hřišti je startovní čára stejná pro všechny, bez ohledu na velikost podniku či výši jeho kapitálu. V dnešní době nové AI nástroje nabízejí nejen vysokou efektivitu, ale jsou především dostupné pro široké spektrum podniků, od malých startupů až po velké nadnárodní korporace. Tato dostupnost umožňuje menším podnikům využívat pokročilé technologie, které jim pomáhají zvyšovat konkurenceschopnost, optimalizovat operace a lépe porozumět potřebám svých zákazníků s přesností a efektivitou, které byly dříve vyhrazeny pouze velkým hráčům na trhu. Určitě zde platí „Kdo dřív přijde, ten dřív mele,“ a v tento moment se podnikatelům skutečně nevyplatí otálet.

**Co mohou očekávat od AI malé české podniky, mikrofirmy a živnostníci? Může jim umělá inteligence pomoci lépe získat zakázky? Nebo se vhodněji profilovat na sociálních sítích?**

Očekávat mohou značnou podporu ve svém podnikání, a to díky rostoucí dostupnosti softwarových programů a aplikací obohacených o AI (Google Analytics 4, Canva, Photoshop či některé fotobanky, jako například Shutterstock a desítky dalších). Tyto nástroje nabízejí širokou škálu nových funkcí, které mohou výrazně pomoci v dosahování efektivitu a konkurenceschopnosti těchto firem. Základním nástrojem je samozřejmě generativní multimodální model ChatGPT Plus (tj. cenově dostupná placená verze společnosti Open AI), který dnes funguje nejen jako původní konverzační model, ale je přímo v něm integrováno velké množství navazujících multimediálních aplikací (vizuály, audio, video apod.). Zajímavé a užitečné jsou i aplikace pro analýzu a rešerši i rozsáhlých textů.

Pomocí AI mohou malé podniky lépe analyzovat tržní trendy, předpovídat poptávku po svých produktech či službách a efektivněji budovat zákaznické vztahy. Inteligentní chatboti mohou automatizovat komunikaci se zákazníky, poskytovat okamžité odpovědi na jejich dotazy v režimu 365/24/7, a tím zlepšit zákaznický servis, zatímco pokročilé analytické nástroje pomáhají lépe porozumět chování zákazníků a optimalizovat marketingové strategie. Takto získaná data mohou být inspirací i pro zavádění inovací.

V oblasti získávání zakázek umožňuje AI identifikovat a cílit na potenciální zákazníky s vyšší přesností, čímž se zvyšuje šance na úspěch. Na sociálních sítích AI pomáhá personalizovat obsah pro různé segmenty publika, automatizovat plánování příspěvků a analyzovat jejich dosah a vliv, což ve svých důsledcích vede k vyšší angažovanosti uživatelů. Dnes již dokážeme pracovat i s analýzou sentimentu výpovědí na sociálních sítích. Pro malé podniky je však klíčové seznámit se s dostupnými aplikacemi a nástroji a pochopit, jak je mohou efektivně využít ve svůj prospěch.

**Nezmizí vlivem tvrdých dat z marketingu emoce, síla nápadu, nepodlehne technologii na úkor vášni a chuti nakupovat?**

Používání velkoobjemových tvrdých dat v marketingu rozhodně nepovede k zániku emocí, síly nápadu ani k podlehnutí technologiím na úkor vášni a chuti nakupovat. Naopak, analýza a interpretace dat se stávají důležitými nástroji, kte-

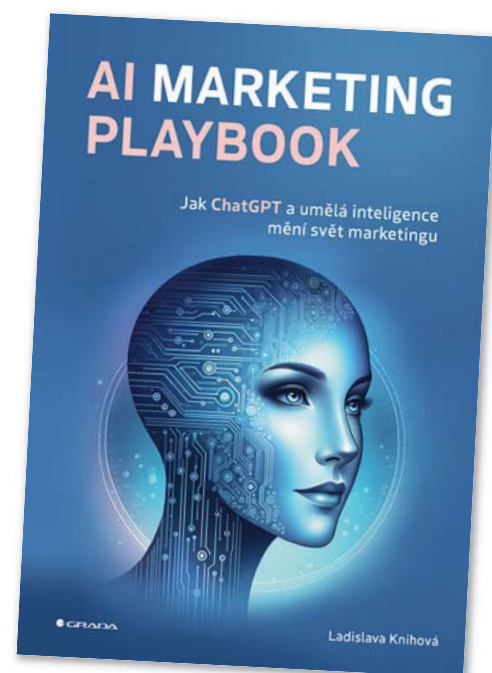
ré podnikatelům umožňují přijímat informovaně a kvalifikovaně podnikatelská rozhodnutí. Data mohou sloužit jako základ pro odvážnější průzkum nových oblastí podnikání či jako datově podložené argumenty pro hledání příležitostí pro inovace a rozvoj.

Technologie jsou již dnes neoddělitelnou součástí našeho života a klíčem k úspěchu je jejich využití tak, aby co nejlépe sloužily zákazníkům. Pro vášnivě nakupující to znamená možnost užívat si technologické novinky nejen v online prostředí, ale i v kamenných obchodech, které se ve snaze poskytnout důvod k návštěvě stávají zážitkovými centry. Koncept obchodů typu phygital, který v sobě spojuje fyzický a digitální svět (např. spolupracující značky MODIVO a Eobuv.cz v obchodním centru Nový Smíchov), přináší zákazníkům to nejlepší z obou světů a posiluje zážitkový aspekt nakupování. Skutečně unikátním zážitkem je pak maloobchodní prodejna společnosti T-Mobile pojatá jako zážitkové centrum, kterou můžeme navštívit v OC Arkády na Pankráci.

Síla nápadu a kreativita budou mít v marketingu stále své nezastupitelné místo. Unikátní a inovativní přístupy pomáhají odlišit se od konkurence a naladit zákazníky na tu správnou strunu. Emoce hrají v marketingu zásadní roli a jejich umocnění prostřednictvím technologií může výrazně zlepšit výsledky kampaní. Integrace emocí do marketingových strategií, podpořená datovou analýzou, umožňuje vytvářet osobnější a emotivnější zážitky, které hlouběji rezonují s potřebami a přáními zákazníků.

**Nakolik ovlivní AI e-shopy a jejich úspěšnost?**

Provozovatelé e-shopů již dnes pracují s celou řadou technologických řešení. Příchod umělé inteligence má obrovský potenciál ovlivnit celkové pojetí e-shopů a jejich úspěšnost. Již jsme hovořili o důležitosti obsahu a obsahového marketingu. Do této kategorie patří i popisky v e-shopu. V nové knize *AI Marketing Playbook: Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu* z nakladatelství Grada je problematika tvorby popisek ke zboží v e-shopech věnována celá kapitola.



Další oblastí, kde AI zásadním způsobem pomáhá, je personalizace zákaznického zážitku při online nakupování. AI umožňuje e-shopům analyzovat chování a preference svých zákazníků v reálném čase, což vede k vytváření vysoce personalizovaných nakupovacích zážitků. To zahrnuje především personalizované doporučení produktů, přizpůsobený obsah a cílené marketingové kampaně, které zvyšují míru ochoty

zákazníků nakupovat a zákaznickou loajalitu. Dále již jen výtěm: můžeme uvažovat o optimalizaci vyhledávání a dosažení intuitivní navigace v prostředí e-shopů a na webových stránkách firem (máme k dispozici oční kameru a výzkumy v rámci neuromarketingu), automatizaci zákaznické podpory prostřednictvím chatbotů 24 hodin denně, zlepšení řízení firemních zásob a logistiky díky umělé inteligenci, s jejíž pomocí dokážeme lépe předvídat poptávku, zefektivnit logistiku a zkrátit dobu doručení. V neposlední řadě též AI pomůže lépe analyzovat a optimalizovat výsledky online kampaní e-shopů, což umožní efektivněji pracovat se zdroji v marketingovém rozpočtu. Díky prediktivní analýze budou moci e-shopy lépe předpovídat tržní trendy.

Celkově má AI potenciál významně zvýšit efektivitu, zákaznickou spokojenost a úspěšnost e-shopů, čímž jejich provozovatelé dosáhnou personalizovanější, efektivnější a inteligentnější online nákupní zkušenosti.

**Influenceri se stali doslova ikonami marketingu a široká veřejnost velmi podléhá jejich názorům a doporučením. Jak mohou efektivně ovlivňovat veřejné mínění a získat si důvěru široké populace zákazníků a spotřebitelů?**

Influenceri mohou využívat umělou inteligenci na několika úrovních ke zvýšení dopadu a efektivitu své komunikace s veřejností. Uvedme si několik příkladů. Pokud influencer díky analýze dat rozumí lépe preferencím a chování svých fanoušků, může daleko lépe personalizovat obsah svého vysílání na sociálních sítích a programů na YouTube. Dále dokáže optimalizovat čas svého vysílání, neboť díky AI bude vědět, kdy lidé nejvíce reagují na jeho obsah. Tím dosáhne vyššího dosahu a zapojení svého publika. Dále, kromě evidentních výhod AI jako automatizace opakujících se úkolů či predikce tržních trendů, můžeme uvést analýzu sentimentu, která poskytuje cenné informace o tom, jak fanouškovská základna příslušného influencera reaguje na různé typy obsahu. Uvedme též významné zkvalitnění vizuálního obsahu svého vysílání díky využití multimediálních aplikací. Výstupy budou nabízet vizuálně atraktivnější a technicky dokonalejší obsah s menším úsilím.

Využitím AI mohou influenceri nejen efektivněji oslovovat a rozšiřovat své publikum, ale také získávat hlubší porozumění potřebám a preferencím svých sledujících, což je klíčové pro budování důvěry a vlivu na širokou populaci zákazníků a spotřebitelů. Je nesporné, že kvalitně prováděný influencer marketing má svou nezastupitelnou roli.

**Grafika reklamních sdělení, videa, podcasty, fotografie – kudy povede jejich cesta pod vlivem kamarádky umělé inteligence?**

Osobně mám velmi pozitivní vztah, ale i velké nároky na grafické zpracování reklamních sdělení. Jsem přesvědčena, že marketéři se rychle naučí pracovat s novými technologiemi ku prospěchu svých zákazníků. Pod vlivem rozšíření umělé inteligence se očekává, že grafické zpracování reklamních sdělení, videí, podcastů a fotografií projde revolučními změnami směrem k výraznému zkvalitnění a dosažení přitažlivosti. Díky pokročilým algoritmům AI a nástrojům pro zpracování obrazu a zvuku se budou moci tvůrci obsahu soustředit na vytváření vizuálně poutavých materiálů, které budou mít nejen kvalitnější vypovídající hodnotu, ale budou též lépe cílené a personalizované vzhledem k potřebám a preferencím konkrétních zákazníků. Z hlediska snahy marketérů dosáhnout větší interaktivity a zapojení zákazníků umožňuje AI vytváření interaktivních a tzv. imerzivních zážitků, kdy jsme plně ponořeni do obsahu sděleného příslušnou značkou, a to i prostřednictvím rozšířené reality a virtuální reality. V konečném důsledku, díky těmto inovacím, bude obsah nejen přitažlivější a vizuálně přesvědčivější, ale také bude lépe sloužit potřebám a očekáváním



PhDr. Ladislava Knihová, Ph.D., MBA, odborná asistentka na Vysoké škole finanční a správní, autorka knihy

zákazníků, což povede k vyšší spokojenosti a lepším ekonomickým výsledkům firmy.

**A bude potřeba větších štábů k takové produkci? Nebo lidí v tomto průmyslu spíše ubude?**

S nástupem umělé inteligence v oblasti tvorby reklamních sdělení, videí, podcastů a fotografií se očekává transformace pracovních rolí a dovedností potřebných v tomto průmyslu. Nejde totiž o to, že by lidé v průmyslu ubýlo, ale spíše o to, že se jejich pracovní náplň zásadně změní.

A jak bude vypadat tato transformace? Určitě dojde ke změnám pracovních náplní – pracovní pozice se budou vyvíjet tak, aby odrážely potřeby a využití AI technologií. Například tvůrci obsahu se mohou více soustředit na kreativitu a strategické aspekty tvorby, zatímco technické úkoly, jako je formátování, jazyková úprava a zpracování, mohou být automatizovány pomocí AI. Již nyní je zcela jasné, že vznikající potřeba ovládat nové dovednosti si vyžádá rekvalifikace, a především získávání inovativních dovedností v souvislosti s rozvojem nových technologií a AI. Ve firemním žargonu se již pro tyto dovednosti ustaluje pojem „newskilling“.

Osobně se domnívám, že dojde ke zvýšení hodnoty pracovníků s vysokou mírou kreativity a strategického myšlení. Co je toho důvodem? AI totiž může převzít rutinní a stále se opakující úkoly, což umožní lidem více se věnovat kreativním a strategickým aspektům své práce. V praxi to znamená, že dovednosti jako kreativita, kritické myšlení a strategické plánování budou více ceněny.

V průmyslu, který je rychle transformován technologiemi, bude klíčovou vlastností schopnost lidí rychle se seznámit a pracovat s novými nástroji a schopnost firem optimalizovat firemní procesy. Pracovníci, kteří se budou schopni učit a přizpůsobovat nástupu nových technologií, si nejen udrží svou pozici, ale rozšíří se pro ně portfolio kariérních příležitostí. Současně to s sebou přinese zmenšení potřeby existence velkých týmů pro některé úkoly. Díky automatizaci a efektivitě, kterou AI přináší, to může znamenat potřebu diametrálně menších týmů, obzvláště pro některé projekty. Současně si však již nyní uvědomujeme, že rozsah a složitost projektů se může naopak zvýšit, což bude vyžadovat multidisciplinární týmy s různými dovednostmi a specializacemi. Určitě nebude snadné takové týmy vytvářet a získat potřebné odborníky.

**Proč by si podnikatelé měli přečíst vaši novou knihu? Není určena jen marketérům?**

Knihu jsem napsala pro potřeby marketingových profesionálů. Věřím ale, že by měla zaujmout nejen marketéry, ale i podnikatele a majitele firem z různých oblastí. V dnešní digitální době je porozumění využití umělé inteligence v marketingu klíčové pro úspěch každého podnikání. V konečném důsledku můžeme konstatovat, že AI je jen nástroj, který ožívá v rukou člověka.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



# Nastává éra adaptability

Společnost ManpowerGroup Česká republika v březnu zveřejnila zprávu, ve které popisuje 14 klíčových trendů, které utvářejí trh práce v roce 2024.

„V dynamickém prostředí trhu práce dochází k hlubokým změnám, které od základů mění to, jak definujeme práci. Technologický pokrok, globální konektivita a rychle se měnící socioekonomické struktury společně vyvolaly vlnu transformačních sil a vytvořily propojení, v němž se střetávají inovace a adaptace. Dochází k novému nastavení a přetváření tradičních rolí v souvislosti s nebyvalými změnami a příležitostmi, a vzniká tak nová dohoda mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem. Vzhledem k tomu, jak udržitelnost, digitalizace a automatizace mění způsob naší práce, se kreativita, spolupráce a flexibilita stávají klíčovými pro budoucí prosperitu a vytvoření udržitelného trhu práce.“ uvedla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup Česká republika.

Již více než deset let popisujeme změny na trhu práce prostřednictvím rámce čtyř megatrendů:

## Demografické změny

Počty lidí v jednotlivých generacích jsou velmi nerovnoměrně zastoupené. V ČR je to ještě patrnější než v jiných zemích. Již nyní odchází do důchodu více lidí, než vychází ze škol. Velký problém nastane za deset let, až k důchodovému věku dospěje silná generace Husákových dětí, kdy bude do důchodu odcházet každý rok až o 70 000 lidí více, než bude absolventů. Proto je třeba se zaměřit na nevyužitý zdroj talentů, investovat do rozvoje zaměstnanců a rekvalifikaci. Řešením nedostatku talentů může být částečně i automatizace a AI.

## Technologická revoluce

Automatizace, digitalizace, robotizace nebo AI rychle proměňují způsob, jakým pracujeme a upravuje podobu a náplň pracovních rolí. Vývoj generativní umělé inteligence je velice rychlý a ze zkušenosti víme, že technologie se ukázaly být silným spojencem, který spíše rozšiřuje, než že nahrazuje lidské schopnosti. Využití potenciálu umělé inteligence k podpoře růstu a zvýšení produktivity bude vyžadovat, aby společnosti přikládaly největší důležitost lidem. V souvislosti se zaváděním nových způsobů práce se setkáváme s dvojitým výzvou. Pracoviště je třeba digitalizovat, ale také humanizovat. Cílem by mělo být umožnit lidem, aby se propojili s ostatními, budovali smysluplné vztahy a realizovali se kreativním a etickým způsobem, i když technologie prostupují jejich práci.

## Konkurenceschopnost

V době ekonomické nejistoty a silného konkurenčního boje o talentované pracovníky musí organizace přijmout opatření, aby si přilákaly a udržely kvalitní zaměstnance a zároveň posílily své závazky v oblasti udržitelnosti. Zaměstnanci dnes stále více hledají smysluplnou práci, flexibilní pracovní dobu, která zapadá do jejich životního stylu, příležitosti k neustálému rozvoji nových dovedností, adekvátní odměnu a vedení, kterému nezáleží jen na zisku. Aby organizace uspěly, musí jasně ukázat své postoje k sociálním, politickým a environmentálním otázkám. Investováním do lidí a sdílením svých hodnot a závazků mohou společnosti získat konkurenční výhodu.

## Individuální volba

V souvislosti s tzv. konzumerizací práce vznikl nový vztah mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem, v němž lidé očekávají, že budou práci „konzumovat“ podobně, jako konzumují v jiných oblastech života, tedy podle vlastních časových možností a způsobem, který odpovídá jejich individuálním potřebám. Stejně jako si spotřebitelé vybírají výrobky a služby, které odpovídají jejich životnímu stylu, chtějí dnes zaměstnanci pracovat pro organizace, které se věnují jejich kariéře, blahobytu a jsou v souladu s jejich osobními hodnotami. Společnosti se musí přizpůsobit pracovní síle, která si přeje



větší flexibilitu, práci „na míru“ a soulad s osobními prioritami, protože lidé hledají zaměstnání, které jim umožní bezproblémové propojení práce se zbytkem života.

## Trendy na trhu práce v roce 2024

Pro rok 2024 bylo identifikováno 14 základních trendů, které umožňují lepší pochopení výhledů pro zaměstnance i zaměstnavatele:

- Trend 1 – Překlenutí generační propasti prostřednictvím strategické rekvalifikace a rekvalifikace.** Demografické změny ovlivňující pracovní sílu: V zemích Evropské unie roste počet obyvatel starších 65 let a v asijsko-pacifické oblasti se očekává, že do roku 2050 bude čtvrtina obyvatel starší 60 let. Řešení předávání znalostí: Cílená rekvalifikace, vzdělávací programy a mentoring jsou zásadní pro překlenutí rozdílů ve znalostech mezi generacemi. Umožňují uspokojit poptávku generace Z po aktuálních dovednostech a zkušenějším zaměstnancům pomáhají udržet si svou hodnotu.
- Trend 2 – Ženy jsou hlavní hnací silou současného i budoucího trhu práce.** Přestože je podíl žen na trhu práce rekordně vysoký, zastávají méně než třetinu vedoucích pozic a jsou nedostatečně zastoupeny v oborech souvisejících s technologiemi. Autonomie v pracovních preferencích: Významná část žen, konkrétně 85 %, chce mít flexibilitu při volbě organizace práce a prosazuje rovnováhu mezi prací na dálku a v kanceláři.
- Trend 3 – Katalyzátor inovací a kreativity: Rozmanitost, rovnost, začlenění a sounáležitost** Inkluze podporuje inovace: Společnosti, které podporují inkluzi na pracovišti, dosahují o 39 % lepších výsledků než jiné podobné společnosti, přitahují špičkové talenty, zlepšují svou relevanci na trhu a zlepšují udržení zaměstnanců. Vnímání vs. realita: Zatímco 68 % vedoucích pracovníků tvrdí, že jejich firma poskytuje inkluzivní prostředí, pouze 36 % jejich zaměstnanců s tím souhlasí.
- Trend 4 – Nevyužitý a podceňovaný zdroj talentů z řad přistěhovalců.** V ČR se ekonomicky aktivní populace v důsledku demografického vývoje zmenšuje o 40 000 lidí ročně. Tyto vý-

padky se čeští zaměstnavatelé naučili kompenzovat zahraničním náborem. Kvóty pro nábor ze zemí mimo EU jsou ale velmi nízké, a to přes jejich zdvojnásobení v letošním roce. Velký potenciál se také ukrývá v plnohodnotném pracovním uplatnění uprchlíků, kdy i vysoce kvalifikovaní specialisté vykonávají manuální práce.

- Trend 5 – Lidé v srdci umělé inteligence.** Společnosti očekávají, že se v příštích pěti letech obmění 23 % pracovních míst, a to vytvořením nových pozic a zrušením jiných. Tento trend tak odráží výraznou proměnu rolí v důsledku digitalizace a automatizace. Optimismus zaměstnanců: Přibližně 60 % Američanů se domnívá, že umělá inteligence bude mít velký dopad na zaměstnance obecně, ale pouze 28 % si myslí, že bude mít velký dopad na ně osobně.
- Trend 6 – AI vytvoří více pracovních míst, než kolik jich nahradí.** Nutnost rekvalifikace: Manažeři odhadují, že 40 % zaměstnanců bude do tří let potřebovat rekvalifikaci, aby se přizpůsobili umělé inteligenci a automatizaci, což dále podtrhuje potřebu průběžného vzdělávání. Předpokládaný pozitivní dopad: Zaměstnavatelé se domnívají, že umělá inteligence a virtuální realita budou mít pozitivní dopad na počet zaměstnanců v jejich organizacích, přičemž 58 % z nich očekává nárůst v příštích dvou letech.
- Trend 7 – Paradox produktivity: manévrování mezi lidským potenciálem a pokročilými technologiemi.** Zaměstnavatelé považují za důležitější faktory produktivity profesní rozvoj, jasné cíle, pozitivní pracovní kulturu a efektivní využívání technologií. Až potom jmenují osobní spolupráci, což ukazuje na měnící se priority ve způsobu práce. Vnímání vs. realita: Přestože zaměstnanci tvrdí, že jsou produktivní (87 %), pouze 12 % manažerů s tím souhlasí, což ukazuje na rozdíl ve vnímání produktivity.
- Trend 8 – Ekologická transformace vedená lidmi.** Dopad ekologické transformace: Globální ekologická transformace povede v příštích pěti letech k vytvoření největšího počtu nových pracovních míst a bude vyžadovat kvalifikované zaměstnance pro realizaci strategie čistých nulových emisí. Mění se preference spotřebitelů: Téměř polovina spotřebitelů zaplatí za udržitelné výrobky vyšší cenu, zejména generace Z, která dává přednost udržitelnosti před věrností značce.

**Trend 9 – Úkol manažera: zvládnání neustálé transformace.** Na 55 % manažerů předpovídá, že investice do ekologické transformace podnikání a environmentálních, sociálních a správních aspektů (ESG) se v příštích pěti letech stanou hlavním zdrojem nových pracovních míst, a předčí tak technologie a další megatrendy. Očekává se, že tato transformace povede do roku 2030 ke vzniku až 30 miliónů nových zelených pracovních míst po celém světě. Klíčovou úlohou manažerů je podpora neustálého zvyšování kvalifikace a podpora zaměstnanců přizpůsobovat se proměnám ve způsobu práce.

**Trend 10 – Onshore vs. Nearshore vs. Offshore.** Pandemie ukázala na slabá místa a zranitelnost dodavatelských řetězců a přiměla společnosti, aby přehodnotily globalizaci a konsolidovaly dodavatelské řetězce. Téměř polovina (48 %) společností uvádí, že jsou pod rostoucím tlakem, aby zlepšily udržitelnost v dodavatelském řetězci.

**Trend 11 – Hledání rovnováhy: atraktivní mzdy vs. zachování ziskovosti.** Firmy hledají balanc mezi nutností přilákat klíčové talenty a napjatým rozpočtem. Výsledkem je nerovné odměňování. Mzdy nových zaměstnanců jsou o 15 % vyšší než mzdy stávajících zaměstnanců. Spravedlivé odměňování zůstává z pohledu zaměstnanců hlavním faktorem produktivity, což odráží jeho význam pro spokojenost a udržení zaměstnanců.

**Trend 12 – Me Economy.** Změna pracovních preferencí: Zaměstnanci chtějí flexibilitu a samostatnost, čtyřdenní pracovní týden, pružnou pracovní dobu a možnost práce na dálku. Zohlednění rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem: 18 % zaměstnanců by uvažovalo o snížení své mzdy výměnou za lepší rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem.

**Trend 13 – Generace Z formuje budoucnost kultury na pracovišti.** Vliv generace Z: Mladší pracovníci ovlivňují trendy na pracovišti s důrazem kladeným na hranice mezi pracovním a soukromým životem, využívání technologií, spravedlivé odměňování a zapojení zaměstnavatele do společenských otázek. Duševní zdraví jako priorita: Pouze 15 % příslušníků generace Z uvedlo, že jejich současné duševní zdraví nebo pohoda jsou vynikající. Organizace, které drží krok s kulturními změnami v oblasti wellbeing a vytvářejí psychologicky bezpečné a flexibilní prostředí, mají největší šanci přilákat a udržet si talenty.

**Trend 14 – Osobní přístup: vycházet vstříc individuálním potřebám zaměstnanců.** Poptávka po rozvoji „na míru“: Zaměstnanci očekávají personalizovaný kariérní rozvoj a vzdělávací programy šité na míru. Přizpůsobení pomocí umělé inteligence: Pokročilá analytika a umělá inteligence umožňují personalizovat zkušenost zaměstnanců a nabízejí jim kariérní postup a rozvoj dovedností na míru podle jejich silných stránek.

„Pandemie covidu-19 proměnila dynamiku pracovního prostředí a spustila diskuzi o prioritách zaměstnanců ve srovnání s potřebami zaměstnavatelů. Tato situace vedla ke vzniku nových pracovních paradigmat, kde se klíčovým stává důraz na flexibilitu, autonomii a rozvoj dovedností. Zaměstnavatelé i zaměstnanci se tak ocitli v novém pracovním prostředí, které vede k potřebě nového nastavení vztahů. Zaměstnanci kladou důraz na rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem, novou podobu kariérního růstu, wellbeing a sdílené hodnoty. Zároveň dochází k rapidnímu tempu automatizace a ekologické transformace. Jsme svědky transformačního dopadu generativní umělé inteligence, která formuje nová odvětví ekonomiky a zvyšuje poptávku po specializovaných dovednostech a schopnosti přizpůsobit se. V prostředí těchto změn a rostoucího nedostatku lidí s potřebným profilem je extrémně důležité se zaměřit na nevyužitý potenciál na trhu práce prostřednictvím rozmanitosti, rovnosti, začlenění a sounáležitosti,“ komentovala situaci na trhu Jaroslava Rezlerová. (tz)





Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

# Jak mířit k dokonalosti s Centrem excellence České společnosti pro jakost



Centrum excellence při ČSJ

Centrum excellence v České společnosti pro jakost funguje již čtrnáctým rokem. Založeno bylo jako platforma pro sdílení zkušeností a další rozvoj organizací oceněných v Národních cenách kvality.

Od loňského roku se stalo plnohodnotným odborným centrem ČSJ. Svému poslání vytvářet podmínky pro spolupráci organizací, sdílení dobré praxe a networking a být jejich partnerem při dosahování trvale udržitelné excelence zůstává po celou tu dobu a nadále bude věrné. Stejně jako Modelu EFQM, který je sjednocujícím prvkem všech našich aktivit.

## Kdo jsme a jak to bylo: osobní vzpomínky

Centrum excellence je dnes jedním z pěti odborných center České společnosti pro jakost. Když jsem v roce 2010 do ČSJ nastupovala, bylo to právě na pozici manažera Centra excellence. V té době ale žádné centrum neexistovalo, a já jsem tak měla jedinečnou možnost ho postupně utvářet. Nejen proto, že jsem byla „čerstvé ucho“ z vysoké školy, které o Modelu excellence EFQM vědělo pouze to, že existuje (díky jedné vysokoškolské přednášce, jejíž obsah se s prvními zkušenostmi ukázal být zcela nerelevantní), mi v tu dobu byli neocenitelnými parťáky Ing. Petr Koten, Ing. Vladimír Braun a Ing. Jan Hnátek. Právě Vladimír Braun je jedním z nejužších spolupracovníků CE po celou dobu jeho existence, a tak mě velice těší, že přijal funkci člena výboru.

Rozsah a obsah aktivit se za ta léta vyvíjely a stále vyvíjejí. Považuji ale za čest a úspěch, že jsme měli možnost plnit funkci garanta Národních cen České republiky a nyní spolupracujeme s Ministerstvem průmyslu a obchodu při propagaci a realizaci těchto programů, zajišťujeme kontakt s EFQM a nabízíme jeho licenční produkty v oblasti vzdělávání a oceňování, šíří-



Snímek z jedné z vydařených akcí Centra excellence

me povědomí o možnostech a přínosech používání Modelu EFQM, podílíme se na projektech aplikace Modelu EFQM / CAF a věnujeme se i metodické činnosti.

Přestože oficiálně jsou v důsledku „přerodu“ na odborné centrum našimi členy pouze individuální členové ČSJ, od počátku jsme se zaměřovali na organizace a jejich zástupce, kteří se zajímají o trvalé zlepšování a přístupy business excellence, a jsme jim i nadále otevřeni.

## Co děláme

Mezi hlavní aktivity Centra excellence patří organizování Benchmarking Visits – návštěv zajímavých organizací, které nás nechají nahlédnout do svého provozu a pod pokličku svých procesů, pořádání kulatých stolů, workshopů k nástrojům zlepšování, praktických školení pro zájemce o účast v programech Národních cen ČR a seminářů, zaměřených zejména na Model EFQM, business excellence a udržitelnost. Poskytujeme ale i konzultace ke studentským pra-

cím a například prostřednictvím online setkání 60 minut s Modelem EFQM poskytujeme odbornou pomoc a radu komukoli, kdo se v této oblasti potřebuje zorientovat. Nápadů na aktivity máme spousty, jsme ale otevření jakékoli nabídce k obohacení našeho programu nebo ke spolupráci, která bude v souladu s naším posláním a hodnotami, a bude oboustranně přínosná a prospěje našim členům.

## V roce 2024 nás toho čeká hodně

Už v tuto chvíli máme naplánováno rekordní množství akcí, z nichž většina bude probíhat ve virtuálním prostoru: ochutnávky, semináře a „60minutovky“ s Modelem EFQM. V listopadu pro naše členy a příznivce chystáme benchmarkingovou návštěvu ve společnosti Drylock Technologies, která je předním výrobcem dětských plen a dalších hygienických produktů privátních značek, a jež v roce 2023 získala ocenění Ambassador kvality České re-

publiky a jejíž manažerka kvality Markéta Tomková obdržela v témže roce ocenění Manažerka kvality. Na benchmarking pak naváže neformální setkání, kde budeme moci probrat nejen dojmy z této návštěvy. Celý rok 2024 pak věnujeme Národním cenám a jejich hodnotitelům. V rámci série kalibračních setkání se budeme na měsíční bázi setkávat s hodnotiteli a upevňovat a dále rozvíjet jejich/naše kompetence v oblasti hodnocení. Kromě vlastních kalibračních workshopů zaměřených na vedení hodnotících rozhovorů, formulaci silných stránek a příležitostí pro zlepšování či bodové hodnocení nás čekají i diskuze, např. na téma etiky hodnotitele, aktuálních trendů, se kterými je třeba hodnocené organizace challengovat, nebo typologie hodnotitelů (konzultant, auditor, manažer kvality / business excellence, člen managementu organizace...) a výhody a nevýhody jednotlivých typů. Kromě hodnotitelů se budeme věnovat i organizacím, které se připravují na účast v Národních cenách, popř. tuto účast zvažují (příhlášky do tohoto ročníku je možné podávat do 30. dubna), a pro jednotlivé programy plánujeme půldenní webináře, na kterých se budeme snažit je na celý proces sebehodnocení připravit tak, aby co nejlépe „prodaly“ to, co dělají dobře, a získaly maximum ze zpětné vazby od hodnotitelů.

Bližší informace a termíny všech akcí naleznete v kalendáři Centra excellence ([www.centrumexcellence.cz/kalendar](http://www.centrumexcellence.cz/kalendar))

Mgr. Danuše Fišerová,  
manažerka moderních nástrojů řízení ČSJ,  
předsedkyně odborného centra ČSJ  
Centrum excellence

**Pokud máte otevřenou mysl, nebojíte se „konkurence“, ale vidíte přínosy v synergii a sdílení, a spíše než důvody, proč to nejde, hledáte cesty, jak to udělat, při aplikaci různých nástrojů a metod nezapomínáte na lidský rozum a dáváte do své práce kus sebe, budeme rádi, když se k nám připojíte.**

## Na nové trendy v kvalitě upozornila konference SYMA 2024



Letošní ročník odborné konference SYMA se uskutečnil v dubnu příhodně v centru automobilového průmyslu České republiky. Hostitelem se stala Škoda Auto, která pro tyto účely poskytla prostory

svého muzea v Mladé Boleslavi. Během těchto dvou dnů se zde sešli zástupci předních českých i slovenských technologických a výrobních firem, například z 24 Vision, Twinzo, NGSS, ON Semiconductor, ČEZ, Slovnaft, Doosan Škoda Power, Continental Automotive Czech Republic, Yusen Logistic Czech. Odborné veřejnosti představili nový pohled na kvalitu nejen v souvislosti s nástupem inovativních technologií, například umělé inteligence.

Pozvání byli všichni zájemci o oblast kvality, systémů managementu nebo nových trendů v kvalitě. Účastníci konference se zapojili do společných jednání, na která navázaly odborně zaměřené paralelní sekce věnované automobilovému průmyslu, environmentálnímu managementu, chytrým technologiím v průmyslu nebo panelová diskuze na téma Mění se nároky na pracovníky (nejen) v souvislosti s novými technologiemi.

## Osobnosti ekonomiky i gastronomického světa

Program konference zahájil Pavel Kysilka, ekonom a bývalý guvernér ČNB a exšéf České spořitelny s přednáškou na téma Stagnace, krize, prosperita? Ekonomický výhled ČR. Ve svém příspěvku odpovídal na otázky jako: Co potře-

buje sektor podnikání a práce? Hrozí znovu inflace a růst úroků? Kurz koruny: trend nebo houpačka? Euro: kdy ne, kdy ano? Jaký podnikatelský model může přežít, jaký ne?

Svým vystoupením, zaměřeným na kvalitu v oblasti gastronomie, volně navázal Lukáš Hejlík, autor projektu Gastronomika Lukáše Hejlíka. V projektu Gastronomika se věnuje kvalitní gastronomii a přináší tipy, kam je možné se s důvěrou vydat na jídlo, pivo, víno nebo kávu. Navštívil už téměř 1500 podniků, 1000 z nich má v aplikaci, která uživatelům dobře napoví, kde zakotvit, případně kam se vydat na výlet.

## Automotive, nové technologie a dovednosti

Výkonný ředitel České společnosti pro jakost Ing. Petr Koten letošní ročník konference ko-

mentoval slovy: „Díky partnerství se Škoda Auto můžeme zprostředkovat účastníkům konference jedinečný zážitek z odborné akce – konference umístěné do industriálního prostředí ikony českého automobilového průmyslu s možností obdivovat krásné exponáty ve Škoda Muzeu.“ Dále dodal: „Samozřejmě mimo to byla možnost setkat se osobně s řadou odborníků nejen ze Škoda Auto, kteří se budou věnovat tématům, jako jsou digitalizace výroby, kvalita z pohledu dodavatelů, environmentálním projektům a dalším.“

Dvoudenní konference představila v paralelních sekcích aktuální trendy v automobilovém průmyslu, zazněla mimo jiné témata jako Tisax, Automotive Core Tools, procesní audity podle VDA 6.3, reverzní FMEA, umělá inteligence, digitalizace výroby, optické měření, uhlíkové clo nebo ESG.

## Významní hráči mezi českými a slovenskými technologickými firmami

Panelové diskuze odborníků na téma Mění se nároky na pracovníky (nejen) v souvislosti s novými technologiemi se zúčastnili zástupci z businessu i akademické oblasti.

Do programu konference byli zapojeni nejen dodavatelé Škoda Auto, ale i další významné české a slovenské technologické a vý-

robní firmy. O svůj pohled na kvalitu se podělili zástupci společností 24 Vision, Twinzo, NGSS, ON Semiconductor, ČEZ, Slovnaft, Doosan Škoda Power, Continental Automotive Czech Republic, Yusen Logistic Czech, Technická univerzita Liberec, Vysoká škola Škoda Auto a další. (tz)



Ing. Stanislav Křeček, člen předsednictva ČSJ, jeden z řečníků na konferenci SYMA



# CRIF: Češi jsou na 11. místě v množství ukradených e-mailových adres a hesel

V roce 2023 došlo k nárůstu množství kompromitovaných přihlašovacích údajů k účtům v kombinaci s dalšími údaji. Na celosvětové úrovni koluje na dark webu nebo je přístupných na komunikačních platformách více než 7,5 miliardy informací, což je o 44,8 % více než v roce 2022. Mimoto bylo celkem ohlášeno 1,8 miliónu případů výskytu údajů na dark webu, což představuje nárůst o 15,9 % ve srovnání s rokem 2022.

V ohrožení jsou i tuzemští uživatelé internetu. V celosvětovém žebříčku zemí s nejčastějšími krádežemi e-mailových adres spolu s heslem se Česká republika umístila na 11. místě. Vyplývá to z nejnovějšího vydání studie CRIF Cyber Observatory, která se zabývá zranitelností jednotlivců a firem vůči kybernetickým útokům. „Ke krádežím osobních údajů využívají kyberzločinci malware a aplikace, které se postupem času stále zdokonalují a je obtížné je odlišit od pravých, takže se pro uživatele stávají pastí. Skutečnými hrozbami se stávají také hackeři, kteří využívají umělou inteligenci k cílení na spotřebitele stále sofistikovanějšími podvodnými e-maily formulovanými korektním, a tedy věrohodným jazykem. K tomu se dále zlepšuje kód při vývoji škodlivých aplikací. Navíc se mnoho uživatelů na internetu pořád chová neopatrně – například opakovaně používají stejné heslo pro různé účty a služby a ukládají si přihlašovací údaje přímo do prohlížeče, a zvyšují tak svou zranitelnost,“ řekla Beatrice Rubini, výkonná ředitelka CRIF Personal Solutions & Cybersecurity services ke studii Cyber Observatory.

## Skrze e-mail se může útočník dostat téměř kamkoliv

V roce 2023 vzrostla hodnota obzvláště u e-mailových adres, protože umožňují přístup k řadě různých služeb. Podle analýzy CRIF Observatory byly v 94,4 % případů zjištěny v kombinaci s hesly, což oběti vystavuje přesnějším a důvěryhodnějším podvodným zprávám, jako jsou falešné platby, které mají být autorizovány, nebo zablokované účty. Tyto podvodné zprávy obsahují škodlivé odkazy, které vybízejí oběti ke kliknutí a poskytnutí dalších údajů podvodníkům.

Stále bohatší soubory kontaktních informací zpřesňují profil oběti, což zvyšuje její zranitelnost vůči podvodům. Závažnost výstrah zaslaných v roce 2023 se v porovnání s předchozím rokem celkově zvýšila o 29 %, což potvrzuje, že zranitelnost vůči podvodům v přepočtu na jednotlivé uniklé údaje se zvyšuje. V každém desátém případě se vedle telefonního čísla oběti objevuje také e-mailová adresa a jméno a příjmení. Seznamy tohoto typu osobních údajů jsou zlatým



dolem pro podvodníky, kteří tak mohou připravit velmi dobře cílené podvody. Nyní k tomu využívají rovněž umělou inteligenci, která je často zmiňována na fórech pro výměnu phishingových nástrojů a malwaru. V roce 2023 byl zaznamenán 45% meziroční nárůst výskytu takových kombinací vícera osobních a kontaktních údajů.

Dále se během roku 2023 v komunitě kybernetických podvodníků rozšířily různé ad-hoc nástroje. Nejčastěji šlo o phishingové sady (Modlishka, Evilginx a mnoho dalších). Tyto nástroje jsou připravené k použití i méně zkušenými hackery k útokům na spotřebitele prostřednictvím phishingových kampaní. Podvodné e-maily jsou stále důmyslnější, mimo jiné proto, že útočníci k jejich formulaci využívají umělou inteligenci. Pro příjemce je tedy ještě obtížnější rozlišit mezi legitimní a falešnou komunikací. A schopnost rychlého překladu do vícera jazyků pomáhá zločincům zvýšit počet phishingových útoků v globálním měřítku.

V této souvislosti se open-sourcové komunikační aplikace – jako je například Telegram – stále častěji stávají ideálním místem pro předávání odcizených dat, ale také pro poskytování návodů na vytváření konfekčního malwaru nebo pro nákup a prodej hackerských nástrojů. V těchto aplikacích lze velmi jednoduše vyhledat kanály a skupiny pro obchodování s osobními údaji, včetně kreditních karet.

Další hrozbou pro spotřebitele jsou tzv. info-stealery (malware určený ke krádeži osobních údajů), které se šíří prostřednictvím škodlivých odkazů, škodlivých e-mailů nebo napadených webových stránek. Jejich nebezpečnost pro uživatele spočívá v tom, že fungují skrytě a získávají informace a přihlašovací údaje během prohlížení. Některé informace jsou obzvláště cenné, protože umožňují napodobit chování uživatelů při podvodných praktikách, jako jsou krádeže účtů.

## Nejžádanější a nejzranitelnější data v kyberprostoru

I v roce 2023 cílili útočníci nejčastěji na hesla, e-mailové adresy, uživatelská jména, jména

a příjmení a telefonní čísla. Tyto informace kolují převážně na dark webu, a jsou proto zranitelnější. V porovnání s rokem 2022 hesla předstihla e-mailové adresy a dostala se na první místo, zatímco uživatelská jména se dostala na třetí místo a předstihla jména a příjmení a telefonní čísla mezi nejzranitelnějšími údaji.

E-mailové adresy bývají často spojeny s heslem, a to v 94,4 % případů (o 4,4 % více než v roce 2022), s hesly se často objevují i uživatelská jména (65,6 %). Telefonní čísla v těchto případech hrají klíčovou roli a v kombinaci s hesly (16,6 %) zvyšují zranitelnost obětí. Tato kombinace je o 25,6 % častější než v předchozím roce.

## Nejčastěji napadené typy účtů

Gmail, Yahoo a Hotmail jsou tři nejčastěji zastoupené typy e-mailových účtů na dark webu. Nejvíce odcizených účtů se týká zábavních stránek (56,6 %), následuje elektronický obchod (16,4 %) a sociální sítě (11,9 %). Riziko krádeže těchto údajů může mít pro oběti přímé finanční důsledky. Na čtvrté a páté příčce se umístily krádeže účtů souvisejících s platebními službami (6,2 %) a finančními (4,8 %) webovými stránkami a fóry, jako jsou bankovní stránky. Mezi země nejvíce postižené krádežemi e-mailových účtů a hesel patří USA, Rusko, Německo a Itálie. Česká republika zaujala 11. místo.

Navzdory osvětě přetrvává mezi českými uživateli problém jednoduchých hesel a jejich opakovaného užívání pro různé účty. Jak ukázal výzkum nejčastějších přístupových hesel nabízených s osobními údaji na dark webu, v České republice zůstávají evergreenem číselné řady 123456 nebo 123456789 a obligátní „heslo“. Mezi hojně zastoupená hesla patří ale také slova jako „miláček“, „maminka“, „beruška“ nebo „sluníčko“, stejně jako křestní jména.

## Odcizené údaje o kreditních kartách

Pokud jde o kreditní karty, na dark webu se vedle čísla karty velmi často objevuje také kód CVV a datum platnosti, a to v 96,9 % případů. Z geografického hlediska je nezákoně vyměně

údajů nejvíce vystavena Severní Amerika s 54,5 % celkového objemu, následovaná Evropou s 23,8 %. Mezi zeměmi, z nichž nejčastěji pocházejí odcizené údaje o kreditních kartách, jsou na prvních místech celosvětového žebříčku USA, Francie, Mexiko, Brazílie a Rusko. Česká republika je na 51. místě.

## Podniky se stále častěji stávají terčem kybernetické kriminality

CRIF Cyber Observatory prostřednictvím kvalitativní analýzy domén zjišťovala, zda se e-mailové účty nalezají na dark webu vztahující k osobním, nebo firemním účtům. V 91,1 % případů jde o osobní e-mailové účty, zatímco zbývajících 8,9 % případů připadá na firemní účty, což je o 2,1 % více než v roce 2022.

Typy národních a mezinárodních subjektů, které jsou terčem útoků, jsou různé a zahrnují nejen finanční sektor, ale také pojišťovnictví, automobilový průmysl, nábor zaměstnanců, módní průmysl a luxusní zboží. Napadány jsou také neziskové organizace a státní instituce, včetně velvyslanectví, ministerských úřadů a poštovních služeb. Cíle jsou stále rozmanitější, pokud jde o zasažená odvětví a velikost subjektů – lze říci, že nikdo není vůči kybernetickým útokům imunní.

„Všichni musíme věnovat zvýšenou pozornost e-mailům a zprávám, které denně dostáváme, a naučit se rozpoznávat ty podvodné. Je důležité neklikat na odkazy v podezřelých e-mailech nebo SMS zprávách, a především neposkytovat osobní údaje v reakci na zprávy, které vypadají jako od naší banky nebo jiné instituce, a vždy si ověřit telefonní číslo nebo e-mailovou adresu odesílatele,“ vysvětlila Beatrice Rubini. „Podvodníci často využívají zprávy, které hrají na emoce a vzbuzují pocit naléhavosti. Je proto důležité nejednat impulzivně a zůstat ve střehu. Pro státní organizace i soukromé firmy je proto stále důležitější, aby zavedly interní systémy vyhodnocování zranitelnosti a prováděly osvětové kampaně pro své zaměstnance. Na druhé straně by se spotřebitelé měli velmi pečlivě starat o své osobní údaje a užívat nástroje, které jim umožní chránit svá zařízení a data sledovat,“ uzavřela Beatrice Rubini. (tz)

## 5 nejzranitelnějších typů dat v roce 2023

- hesla
- e-mailové adresy
- uživatelská jména
- jména a příjmení
- telefonní čísla

zdroj CRIF Cyber Observatory

## Bude nový zákon o kybernetické bezpečnosti, v případě jeho porušení hrozí firmám pokuta v rádech stamiliónů

Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost se chystá koncem letošního roku vydat nový zákon o kybernetické bezpečnosti, který bude regulovaný novou směrnicí NIS2 (Network and Information Systems 2) schválenou Evropským parlamentem a Radou EU. Hlavním cílem směrnice NIS2 je posílit bezpečnost sítí a informačních systémů na území Evropské unie. Pokuta za porušení zákona o kybernetické bezpečnosti může sahát až do výše 250 miliónů korun nebo až do 2 % celkového ročního obrátu společnosti. Dodržování zákona ve firmách bude prověřováno NÚKIB.

Směrnice obsahuje sedm bodů, které mají být dodržovány příslušnými podniky a odvětvími. Mezi požadavky patří rychlá reakce na incidenty,

provádění analýzy rizik, zavedení politik týkajících se bezpečnosti informačních systémů a dodavatelského řetězce, používání šifrování, zveřejňování zranitelnosti a dvoufázový přístup k hlášení incidentů. Tento přístup bude také vyžadovat, aby organizace nahlásily incident nejpozději do 24 hodin od jeho objevení, a poté do jednoho měsíce předložily závěrečnou zprávu.

Směrnice NIS2 se bude zejména vztahovat na střední a velké firmy, které zaměstnávají alespoň 50 zaměstnanců nebo mají roční obrát přesahující 250 miliónů korun. Bude se týkat celkem 18 odvětví, mezi které například patří zdravotnictví, energetika, bankovníctví, infrastruktura finančních trhů a další.

Nová pravidla stanovená ve směrnici NIS2 si bude moct každý členský stát Evropské unie individuálně zakomponovat do svých zákonů, ale je jejich povinností dodržet při přípravě

konkrétních zákonů nezbytné minimum. V případě České republiky půjde o rozšíření zákona o kybernetické bezpečnosti, který Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost plánuje vydat koncem letošního roku.

Podle Jany Večerkové, zakladatelky a ředitelky intenzivních kurzů programování Coding Bootcamp Praha, www.codingbootcamp.cz, je však implementace některých ustanovení zákona o kybernetické bezpečnosti stále pomalá, a tudíž se dá těžko odhadnout, jak dlouho po uvedení rozšířeného zákona o kybernetické bezpečnosti potrvá, než vstoupí v plnou platnost. „Navíc má Česká republika nedostatek kvalifikovaných odborníků na kybernetickou bezpečnost,“ dodala Jana Večerková.

Podle NÚKIB došlo v roce 2023 celkem k 262 kybernetickým útokům, což je oproti roku 2022 téměř dvojnásobek. Určitý podíl na

tom má i všudypřítomná umělá inteligence. „AI umožňuje kyberzločincům automatizovat a zdokonalovat jejich útoky. Může být například použita k efektivnější identifikaci a zneužití zranitelnosti firmy, okamžitému shromažďování a analýze dat, provádění přesvědčivějších phishingových kampaní,“ vysvětlila Jana Večerková. Mezi hlavní body, jak efektivně bránit svou firmu ve výskytu kybernetických útoků, Jana Večerková uvádí:

- Pravidelně aktualizovat software a systémy.
- Zvyšovat povědomí o kybernetických hrozbách a rizicích mezi zaměstnanci a uživateli.
- Investovat do adekvátních technologií a služeb kybernetické bezpečnosti.
- Implementovat robustní bezpečnostní politiky a postupy.
- Pravidelně provádět penetrační testy a audity kybernetické bezpečnosti. (tz)



# Jak mohou zaměstnavatelé podpořit ženy, aby v práci naplno využily svůj potenciál

Co mohou firmy udělat, aby ženám pomohly plně využít svůj potenciál? Mezinárodní den žen je vždy ideální příležitostí se zamyslet nad rovnými příležitostmi v pracovním prostředí. Jako u všeho, i zde se vyplatí začít od základů. Mezi ně patří inkluzivní výběrové řízení, se kterým může pomoci třeba anonymizovaný životopis. Podíváme-li se ještě dál, tak při vyrovnávání počtů žen a mužů ve vedoucích pozicích se také osvědčují iniciativy jako například mentoringové programy, flexibilní pracovní podmínky a podpora od mužských lídrů. Společnost Mars přináší několik praktických tipů inspirovaných vlastními zkušenostmi.

Ženy se na své cestě za rozvojem stále potýkají s řadou překážek, které jim brání v dosažení jejich plného potenciálu. Světové ekonomické fórum odhaduje dobu potřebnou k dosažení rovnosti žen a mužů na 132 let. Před pandemií to přitom bylo „pouhé“ století.

Četné studie ukazují, že větší zapojení žen do businessu a veřejného dění přináší měřitelné výhody pro samotné firmy i pro ekonomiku jako celek, a především pro společnost. Obchodní oddělení s rovným zastoupením žen a mužů dosahují statisticky vyšších zisků než týmy, kde dominují pouze muži. Genderově vyrovnané týmy se také efektivněji rozhodují.

Společnost Mars, která patří k předním světovým výrobcům cukrovinek, čokolády, potravin a krmiv pro domácí zvířata, si klade za cíl mít 100 % všech vedoucích týmů na celém světě genderově vyvážených a vybízí ostatní firmy, aby učinily totéž. Mars zastává názor, že podpora žen v dosažení jejich plného potenciálu přináší výhody jim samotným i jejich nejbližším a také podporuje růst podniků. Společnost Mars důsledně dbá na vyvážené složení týmů a na rovné odměňování všech svých spolupracovníků, což zdůrazňuje ve svém akčním programu nazvaném Full Potential.

V současné době tvoří 43 % všech vedoucích pracovníků společnosti Mars na celém světě ženy. Ve střední Evropě je v seniorních manažerských rolích již více než 45 % žen.

## Mentoringové programy pomáhají

Společnost Mars se také aktivně zasazuje o podporu žen skrze mentoringové programy. V České republice je to například Empowering Women Mentoring Program. „Jde o šestiměsíční

vzdělávací projekt pro ženy, který je pomáhá připravovat na nové či budoucí manažerské role. Programu se účastní talentované ženy, kdy mentorkami jsou úspěšné ženy z různých společností. Cílem je nabýt profesního i osobního rozvoje, a zároveň je to skvělá příležitost k navázání nových kontaktů. Mars se k tomuto programu připojuje již šestým rokem a věřím, že ženám program pomáhá cítit se sebejistější při výkonu práce,“ přiblížila lokální podporu žen v businessu Zuzana Lošáková, ředitelka pro korporátní záležitosti společnosti Mars pro střední Evropu.

## Co se musí změnit

Toto byla jedna z nejzásadnějších otázek, které společnost Mars položila v roce 2021 v rámci své kampaně #HereToBeHeard. Více než 10 000 žen se podělilo o své životní příběhy a volalo po systematických změnách. Hovořily ke svým zaměstnavatelům, vládám, komunitám i mužům a žádaly o prolomení bariér, kterým musí denně čelit. Jejich doporučení se týkala nejen větší podpory ambicí, ale také ukončení systémové diskriminace a škodlivých genderových stereotypů.

## Anonymní životopisy

Rovné příležitosti jsou důležité nejen pro stávající týmy, ale i pro přijímání nových spolupracovníků. Již v roce 2000 byla publikována studie, která sledovala nábor nových členů symfonického orchestru. Výzkum spočíval v tom, že uchazeči hráli za plentou, aby je porota nemohla vidět. Při zkoušce „naslepo“ bylo přijato mnohem více žen než v předchozích letech. To dokazuje, že životopis, který neobsahuje žádné osobní údaje o pohlaví, věku, rodinném stavu nebo etnické příslušnosti uchazeče, ale zaměřuje se na historii zaměstnání, zkušenosti, dovednosti a zájmy, dává během výběrového řízení všem uchazečům mnohem vyváženější šance. Také zajišťuje, že na danou pozici bude vybrán ten nejlepší kandidát na základě zkušeností a schopností.

„K vytváření rovných příležitostí pro všechny přistupujeme velmi zodpovědně. Prostřednictvím iniciativ, jako jsou anonymizované životopisy zavedené při náboru v roce 2023, zajišťujeme spravedlivé a nezaujaté výběrové řízení, které se zaměřuje výhradně na zkušenosti a schopnosti kandidáta. Tento přístup podporuje kreativitu, inovaci a efektivitu, což je z obchodního hlediska velmi přínosné a pomáhá vytvářet inkluzivní prostředí pro všechny,“ uvedla Daria Maslovskaja, per-



sonální ředitelka ve společnosti Mars pro střední Evropu.

## Flexibilní pracovní podmínky

V kampani #HereToBeHeard mnoho žen uvedlo potřebu větší rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem. Zejména matky upozornily, že sladit plný úvazek s osobními povinnostmi může být často velmi náročné.

Jako řešení se nabízí větší flexibilita, možnost částečné práce na dálku nebo pružná pracovní doba. Takové benefity ženám umožní zůstat na trhu práce bez nutnosti si vybírat mezi rodinou a kariérou. Mars proto nabízí jak různé typy zkrácených úvazků, tak i home office nebo pružnou pracovní dobu.

## Podpora od mužských lídrů je důležitá

Vedoucí mužského pohlaví hrají v podpoře žen na pracovišti důležitou roli. Jako jejich spojenci a zastánci diverzity a inkluze mohou pomoci bořit systémové bariéry v pracovním prostředí. Společnost Mars se pyšní nejen 45 % žen ve vedoucích pozicích, ale také tím, že její mužští vedoucí se o budování inkluzivních a vybalancovaných týmů aktivně zasazují.

„Osobně věřím tomu, že pro podporu rozmanité, inkluzivní a prosperující firemní kul-

tury je zásadní, aby se muži stali spojenci žen. Nejde jen o podporu inkluze a diverzity, ale také o rozvíjení individuálních talentů, což je mi obzvláště blízké. Snažím se jít příkladem, mentorovat naše spolupracovnice, a hlavně je inspirovat ke stejnému přístupu,“ řekl Brian Ayling, generální ředitel společnosti Mars střední Evropa.

## Společenská odpovědnost skrze značky

Úsilí o rovné příležitosti v samotných firmách nestačí k vytvoření inkluzivnějšího světa. Značky a jejich marketingové týmy mají příležitost pomáhat vytvářet vyváženější svět tím, že budou produkovat „nestereotypní“ obsah, který všechny zobrazuje jako autentické, a bez stereotypů. Společnost Mars využívá síly své značky k boji proti diskriminaci a negativním předsudkům o ženách. Věří, že progresivní a netradiční zobrazování žen přináší pozitivní změny.

Například značka Maltesers ženám pomáhá se společně smát i v těžkých situacích. Bez ohledu na to, kdo jsme nebo čím právě procházíme, si můžeme zachovat nadhled a neztratit hlavu. Nejnovější kampaň Maltesers je oslavou žen, které odmítají status quo a vzaly život do vlastních rukou. (tz)

## Za bariérou stereotypů odkryjete talenty

Předsudky se nevyhýbají ani náboru zaměstnanců. Patří sem stereotypy o snížené flexibilitě žen na rodičovské, o lenosti a nezkušenosti absolventů škol nebo strachu ze zaměstnávání lidí se zdravotním omezením. Přitom diverzita v pracovním prostředí vede k inovacím, kreativě a větší efektivitě.

Předsudkům občas podléháme všichni. Náš mozek je tak nastavený. Preferuje lidi, věci – vše, co je už známé. Pokud ale nezapojíme uvědomění a pochopení, není z toho cesta. A možná zbytečně necháme skvělého uchazeče o práci odejít ke konkurenci. „Je až s podivem, že podobné mýty přezívají v době, kdy mají firmy problém zaměstnance najít. Firmy často hodnotí lidi dle mýtů a nesnaží se hledat jedinečnost i v širším spektru talentů. Přitom v každé skupině najdeme skvosty. Pokud nebudeme lidi škatulkovat do tabulek na základě jednoho rysu a budeme je správně motivovat, vyplatí se to,“ řekla Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem.



Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto

Firmy mají často strach zaměstnat lidi se zdravotním omezením. Takoví zaměstnanci mají ale mnohdy speciální dovednosti, které mohou být pro firmu cenné. Bývají také velice loajální, protože si váží nabídnuté příležitosti. Nemají tak potřebu fluktuace a využívají jiných pohledů na řešení úkolů, které se mohou firmě hodit. S bariérami se setkávají i ženy po návratu z rodičovské. Patří mezi ně stereotypy o snížené pracovní motivaci, flexibilitě nebo předpoklady o pracovní pauze, pokud dítě onemocní. „Ale co ženy, které možná dusilo, jak byl dosud každý den doma stejný, těší se zpět do práce a mají zajištěné hlídání? Firmy se tak ochuzují o tolik potřebné zaměstnance. Výhodou těchto žen je, že jsou schopny multitaskingu, umí efektivně využívat čas,“ vysvětlila Irena Vrbová. Pro ty nejvíce motivované je ideální, pokud s firmou neztratí kontakt ani v průběhu mateřské či rodičovské. Jednorázový přívýdělek, možnost práce z domova, na dohodu apod., tak budou výhodné pro obě strany.

Předsudky kolují i o čerstvých absolventech škol – jsou nepoužitelní, bez zkušeností. Právě nevýhody ale mohou být výhodou. Absolventi

nejsou zatíženi předchozími pracovními návyky, i těmi špatnými, a jsou více ochotní se rozvíjet a vzdělávat. „Ano, zpočátku jim budete věnovat daleko více péče a energie v zaškolení, nicméně úsilí se vrátí,“ zmínila Irena Vrbová.

Přehlíženou skupinou jsou i lidé ve vyšším věku. Panují předsudky, že jsou neperspektivní, nejsou ochotni učít se novým věcem, využívat technologie. Věková diverzita v týmu je přitom výhodou. Mladí se mohou učit od zkušenějších, kteří rádi předávají své znalosti. Navíc zaměstnanci prověřeni dlouholetou praxí mají menší touhu po hledání změny, při nástupu do práce hledají spíše stabilitu. Stablnější je i jejich výkon.

Vzhledem k velkému počtu lidí v exekuci se firmy setkávají i se zaměstnanci, kteří tuto situaci řeší. „Panují představy, že zaměstnance v exekuci nelze motivovat. To si myslí obvykle firmy, které fungují pouze na bázi finanční motivace. Důležitější je přitom nefinanční motivace – osobní přístup, vyjadřování důvěry ve schopnosti pracovníků, nabídka pomoci. Zde je ohromný potenciál nabídnout jim nový směr života. Ti, kteří snahu ocení, se stávají srdcaři firmy,“ upřesnila Irena Vrbová. (tz)



# V únoru zbankrotovalo v Česku 55 firem

V únoru bylo v České republice vyhlášeno 55 bankrotů obchodních společností a bylo podáno 77 insolvenčních návrhů. V posledních 12 měsících byly bankrotem nejvíce ohroženy společnosti v Moravskoslezském kraji a v odvětví dopravy a skladování. Vyplývá to z analýzy dat portálu [www.informaceofirmach.cz](http://www.informaceofirmach.cz), kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau.

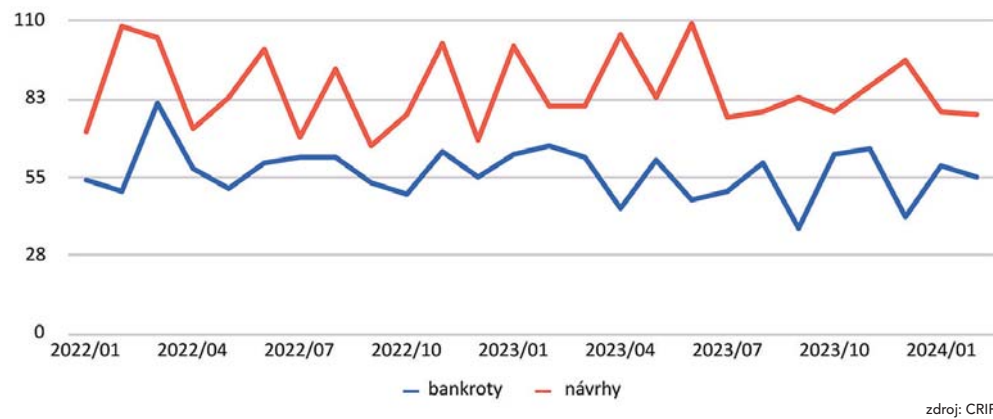
„V porovnání s únoru loňského roku pozorujeme úbytek firemních bankrotů zhruba o pětinu. Z dlouhodobějšího hlediska pak ubylo bankrotů obchodních společností zhruba o desetinu. Pokles počtu firemních bankrotů je v souladu se snižováním podílu nevykonných úvěrů na celkovém objemu jejich úvěrů, což svědčí o lepší se platební morálce při splácení dluhu. O dobré finanční situaci firemního sektoru vypovídá i dlouhotrvající růst jejich úspor,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau. Za posledních 12 měsíců bylo vyhlášeno celkem 644 firemních bankrotů, o 80 (11 %) méně než

v předchozím období. Zároveň bylo podáno 1015 insolvenčních návrhů, o 15 (1 %) méně než v předchozích 12 měsících.

Největší firma dle kategorie obrátu, u které byl v únoru vyhlášen bankrot, je společnost OK process, zabývající se zpracováním dat a hostingem. Největší firmou s návrhem na konkurz je mediální společnost MÉDEA patřící do skupiny Jaromíra Soukupa. „Insolvenční návrh byl podán 27. února, následující den byl odmítnut. Návrh na bankrot podalo také Barandov Televizní Studio, této společnosti bylo povoleno moratorium,“ doplnil Jan Cikler, vedoucí datového oddělení portálu [www.informaceofirmach.cz](http://www.informaceofirmach.cz).

Nejvíce firemních bankrotů bylo v únoru vyhlášeno v Praze (21), v Moravskoslezském kraji (7) a Středočeském kraji (6). Na Vysočině a v Karlovarském kraji nebyl v únoru vyhlášen žádný bankrot obchodní společnosti. Za posledních 12 měsíců připadlo nejvíce bankrotů na 10 000 aktivních společností v Moravskoslezském kraji (20), Karlovarském kraji a v Praze (shodně 7). Nejnížší míru bankrotů společností vykázal Středočeský

## Bankrotů a návrhy na bankrot obchodních společností 2022–2024



kraj, kde na 10 000 společností připadlo pouze osm bankrotů.

Z hlediska odvětví bylo v únoru vyhlášeno nejvíce bankrotů v odvětví obchodu (10), ve zpracovatelském průmyslu a odvětví nakládání s nemovitostmi (shodně 7). Za posledních 12 měsíců připadlo nejvíce bankrotů na 10 000 regis-

trovaných společností v dopravě a skladování (23), v ostatních činnostech (22) a ve zpracovatelském průmyslu (19). Nejnížší míru bankrotů znamenalo odvětví poskytování služeb ve vzdělávání, ve zdravotnictví a v sociální oblasti (4) a rovněž odvětví informačních a komunikačních činností (7). (tz)

## Černý hazard vrhá stín na legální podnikání

Hazardní hry jsou diskutovaným tématem. Celní správa se dlouhodobě zaměřuje na boj proti nelegálnímu hazardu. Jak vidí situaci Miloš Bohúnek, manažer rozvoje podnikání z CEC Praha a.s., síť Star Casino? Zde je jeho názor:



Černý hazard je fenoménem současné doby i let předešlých. Bohužel nebyl ani napříč politickým spektrem efektivně komunikován a dnes narostl do rozměrů, trůfneme si říct, větších než legální trh s hazardními hrami. Co tomu napomohlo? Ve spoustě měst, kde je nebo nově vznikla prohibiční zákazová vyhláška, jako jsou aktuálně například města Ústí nad Labem nebo Praha, došlo k ukončení všech aktivních povolení u legálních provozovatelů. V těchto městech záhy obklopil a nahradil legální trh ten nelegální.

### Jsou vůbec nějaká efektivní řešení?

Tento problém je však potřeba více komunikovat, aktivovat vedení měst, včetně městské a státní policie, politické strany a ruku v ruce s celní správou tak, aby vznikla maximální možná efektivita dostávat správné informace a včas lokalizovat, kde černé herny jsou nebo by potenciálně mohly vzniknout. Pak by se následně vytvořil tlak na odstranění všech těchto provozoven. Jednou z efektivních možností a variant řešení je hned se zaměřit na adresu, kde opustil legální provozovatel provozovnu díky končícímu povolení na úkor zákazové vyhlášky, protože s dost velkou pravděpodobností vznikne na této adrese okamžitě v rádech dnů černá provozovna. Díky tomu by mohla státní či městská policie detekovat a monitorovat dané místo, a pokud zaznamenají tento nešvar, mohou informaci předat dále k dořešení Celní správě ČR. Pokud chtějí stát a města po tvrdých dopadech konsolidačního

balíčku efektivně hospodařit, tak se musí dívat tam, kde jim finance utíkají.

Proto si myslím, že by se měl černý hazard v roce 2024 dramatickým způsobem potlačit, analyzovat a dostat většinu černých heren ze všech měst pryč tak, aby to nevrhalo špatné světlo na provozovatele legálních provozoven. Aby tak v první řadě nemusel stát neustále hledat finanční prostředky, jak pomoci městům motivovat současnou mládež a děti v rámci různých sportovních aktivit nebo hledat řešení s financováním infrastruktury měst, když by to krásně mohl z podstatné části financovat z výnosu daně z hazardních her. Měl jsem možnost jen za minulý rok navštívit desítky měst, kde proběhla různá jednání, jak s vedením, tak i občany. Všeobecně jsou hazardní hry v současné době bohužel stále vnímány právě díky dopadům černých heren dost negativně. Jejich obavy jsou spojené s trestnou činností drogově závislých, která pak přináší spousty negativních dopadů pro bezpečné žítí v dané lokalitě.

Je třeba se rozhlédnout a zmapovat, v jakém stavu jsou dnes některá města nebo obce a jak moc by jim v současné době pomohlo investovat do jejich infrastruktury. Je občas šílené vidět, v jakém stavu jsou například chodníky, dětská hřiště nebo všeobecně infrastruktura měst a obcí a ruku v ruce s tím podpora kulturních aktivit, na které nejsou v rozpočtech peníze. Pojďme společně hledat, jak finance do rozpočtů měst a obcí dostat. Černý hazard to nevyřeší.

### Dvoustranná tvář regulace hazardu

Jsme neustále pod obrovským tlakem samosprávy nebo celní správy a musíme dodržovat přísná restriktivní nařízení, a bohužel pak dochází občas i k bizarním a absurdním situacím a pokutám. Pro představu – nám například v jedné provozovně nefungovaly kvůli vybité baterii hodiny, které mají ze zákona sloužit hráčům pro kontrolu jejich času stráveného hraním v dané provozovně, a následně jsme za to dostali pokutu. Je tohle správné řešení, když ve vedlejší obci s prohibiční vyhláškou je několik černých heren, které státu neodvádějí daně a mají pouze negativní dopady spojené s kriminalitou, patologickým hráčstvím, podporou hraní u nezletilých a další jevy s tím související? Je řešením pokutovat za banální přestupky legálního provozovatele, nebo se efektivně zaměřit na nelegální provoz?

Tím ale nechci tvrdit, že bychom nedbali na veškerá dodržování zákona hazardních her. Naopak, naší snahou je v maximální možné míře dodržovat všechna tvrdě nastavená restriktivní opatření, která určuje novela loterijního zákona o hazardních hrách. Máme s tím spojené obrovské provozní náklady, přesto jsme pod neustálým drobnohledem celní správy, která nás pak pokutuje i za banální přestupky.

Navrhujeme hledat efektivně společná řešení, jak my jako provozovatelé přísně regulovaných hazardních heren můžeme ruku v ruce se státem a celní správou dostat černý hazard minimálně z větší části pryč z ulic a konečně po tolika letech změnit veřejné mínění o tom, že se na hazardní hry nemusí nahlížet jen negativně. Zákonem v minulosti neměly tak restriktivní opatření a zároveň obce neměly pravomoc zakázat hazardní hry na svém území. Tento stav umožnil exponenciální růst herních automatů v České republice, kterých bylo v roce 2012 téměř 100 000. Vypadalo to zde jako v Las Vegas. Roky pak trva-

lo snižovat počty herních zařízení na celém území České republiky, a to se podařilo. Podle nových čísel na současných zhruba 24 000 zařízení. Bohužel situace se nedala řešit efektivněji a ze dne na den, protože to navazovalo jak na vývoj nových zákonů o hazardních hrách, tak na vydaná platná povolení, která postupně dobíhala, včetně účinnosti zákazových vyhlášek. Díky tomu bohužel hazardní hry v minulosti opravdu do určité míry ničily lidem rodiny a vytvářely velice negativní půdu pro následnou trestnou činnost. Na tohle období určitě není nikdo z provozovatelů hazardních her pyšný.

Poslední roky se přesouvají hazardní hry pouze z kvantity do kvality a vše jde ruku v ruce i s novou úpravou loterijního zákona, která vešla v platnost 1. ledna 2024. My, kdož podnikáme v tomto oboru, chceme v maximální možné míře chránit naše klienty, udržovat vztahy s vedením měst a obcí, efektivně komunikovat se státem, Celní správou ČR, městskou či státní policií, a díky tomu vytvářet bezpečné prostředí a stabilitu našeho podnikání. O tu usilujeme posledních pár let, a to je náš dlouhodobý cíl. Určitě bychom neradi dopustili, aby se legální zábavní průmysl dostal do stínu černého hazardu.

### Velikost nelegálního trhu

Velikost nelegálního trhu v České republice tvoří podle aktuálních dat až 30 % trhu s hazardními hrami. To představuje hodnotu 6,6 miliardy korun ročně, které končí v kapsách nelegálních provozovatelů. Stát pak na daních a dalších poplatcích přichází o více než dvě miliardy korun ročně. Od roku 2017 bylo Celní správou odhaleno na 1155 nelegálních heren, přitom legálních heren bylo ke konci roku 2022 v celé České republice povoleno „jen“ 834 (heren a kasin). V roce 2023 proběhlo celorepublikově 908 kontrol v oblasti hazardních her. (tz)

## Průměrná výše spropitného při doručování potravin je 13 Kč

Při doručování potravin se spropitné pro kurýry stává normou, jeho výše pak závisí nejen na lokalitě, ale i období roku. Podle analýzy logistického a technologického startupu Bevy.city je průměrná výše spropitného 13 Kč na jednu objednávku. Kurýři tak mohou denně získat zhruba 500 Kč nad rámec svého standardního výdělku.

„Nejvyšší spropitné dávají zákazníci zhruba v polovině měsíce, tedy v době čerstvě po výplatě, naopak přelom měsíců bývá nejslabší. Podobný trend sledujeme i v období Vánoc, kdy jsou lidé obecně štedřejší,“ řekl Ladislav Jančulík, zakladatel logistického a technologického startupu Bevy.city. Výše spropitného se odvíjí i od lokality,

nejvyšší je ve velkých městech. V Praze si tak kurýr přijde v průměru na více než 13 Kč za jednu objednávku, v Brně nebo Plzni na 11 Kč. „Odměna pro kurýry ve formě spropitného je významným benefitem. V průměru si tak mohou navýšit výdělek o 500 Kč denně v rámci standardní pracovní doby. Zároveň je to také další zpětná vazba

pro nás i kurýry. Pokud dýška výrazně neklesají, nebo naopak stoupají, znamená to, že děláme svou práci dobře a zákazníci jsou spokojeni,“ dodal Ladislav Jančulík.

Zvyk odměňovat kurýry spropitným výrazně vzrostl během období covidu, kdy si velké procento domácností navyklo objednávat potraviny online. Někteří online prodejci potravin přidali možnost nastavení výše spropitného rovnou v rámci objednávky, čímž tento trend ještě posílili. Ochota zákazníků odměnit kurýra spropitným se však ve valné většině případů týká pouze doručování potravin, ať už nákupů, nebo hotového

jídla. Při doručování zásilek dostane kurýr poděkování v podobě drobné hotovosti jen výjimečně.

Bevy.city je unikátním českým startupem v oblasti logistiky a souvisejících technologií. Je jedinou doručovací společností na českém trhu, která využívá k dopravě zásilek pouze elektromobily. Specializuje se na B2B zákazníky, kterým flexibilně pomáhá navýšit kapacitu při doručovacích špičkách. Bevy.city funguje v současné době v Praze a dalších krajských městech a mezi její zákazníky patří například Rohlík.cz, Zásilkovna, Scuk, Liftago, NutritionPro, Yes Krabičky nebo Sfood. (tz)



# Roste zájem malých a středních firem udržitelně podnikat

V posledních letech se zájem malých a středních podniků v ČR o udržitelné podnikání značně zvýšil. Tento trend je důsledkem rostoucí pozornosti k životnímu prostředí, postupných změn legislativy, ale zároveň i faktu, že mezi udržitelným chováním firem a jejich finanční výkonností existuje pozitivní vztah. Udržitelné obchodní modely totiž nejen přispívají k dlouhodobému úspěchu, ale také k rychlejšímu zotavení po ekonomicky náročných obdobích. Právě proto si skupina Generali dlouhodobě klade za cíl motivovat přes soutěž SME EnterPRIZE mikro, malé a střední firmy, aby se nebalily podnikat udržitelně.

## V Evropě jsme pod průměrem

Podle průzkumu italské SDA Bocconi School of Management, který probíhal ve spolupráci se skupinou Generali, na vzorku 1240 malých a středních společností devíti zemích Evropy, se ukázalo, že v České republice se pouze třetina SME řídí strategií udržitelnosti. Jde přitom o druhý nejhorší výsledek v rámci všech zkoumaných zemí. Situace v Česku se obrací k lepšímu, což dokazuje průzkum společnosti Ipsos mezi zaměstnanci malých a středních podniků. Soutěž SME EnterPRIZE si klade za cíl vyzdvihnout ty společnosti, které mohou být inspirací pro ostatní české firmy. Ocenění v soutěži je tak nejen uznáním, ale také podnětem pro další firmy, aby se zaměřily na udržitelné postupy ve svém obchodním modelu.

Evropský průzkum z roku 2023 však odhaluje i jiné zajímavé trendy. Na 44 % SME v Evropě uvádí, že už přijaly nebo právě přijímají zodpovědnější přístup k udržitelnosti. Tento počet se přitom od roku 2020 zdvojnásobil. To naznačuje, že i přes přetrvávající překážky, jako jsou nadměrné předpisy a byrokracie, se podniky snaží pracovat udržitelněji. Dopomáhají tomu z části i vnější faktory, jako rostoucí ceny energií a sociopolitická situace. „Každé podnikání funguje na ekonomické rovině. Udržitelné podnikání je jiné v tom, že zohledňuje nejen ekonomickou oblast, ale i sociální a environmentální.

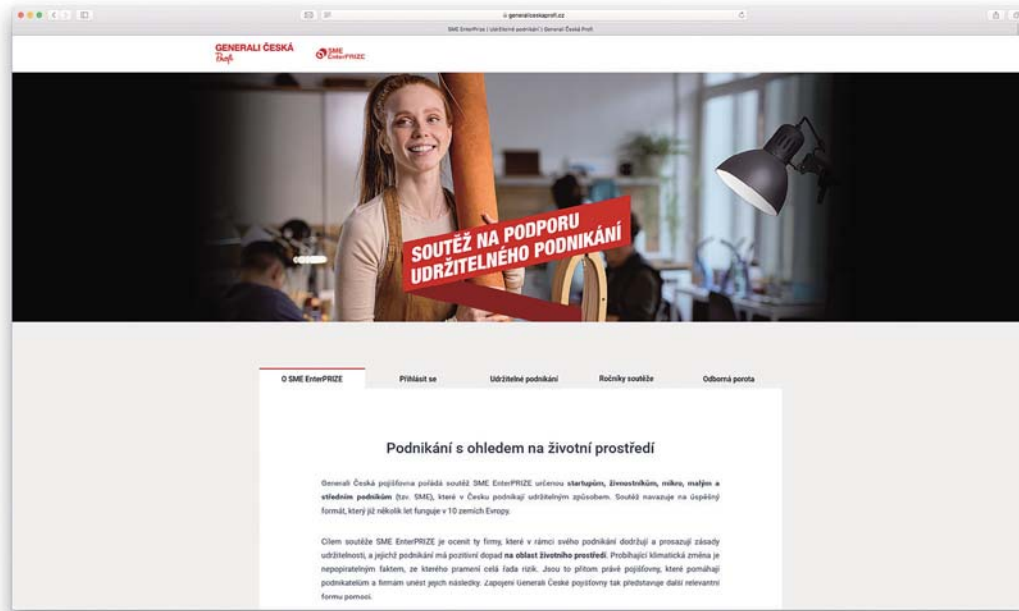
Tyto dvě by měly hrát stejnou roli v rozhodování každé firmy, která dbá na ochranu životního prostředí a jedná v souladu s přírodou. Udržitelné podnikání je významné téma – ruku v ruce musí jít to, jak se k tomu staví firmy, jako jsme my, také naši klienti, které v portfoliu máme, a jaké produkty jim dokážeme nabídnout. Za poslední roky jsme se díky tomu posunuli velmi dopředu,“ uvedl Martin Flajšar, ředitel produktového managementu podnikatelského pojištění v Generali České pojišťovně a zároveň poradce soutěže SME EnterPRIZE.

## Pro zaměstnance se stává tématem

Průzkum mezi českými SME firmami na vzorku 500 respondentů ukázal fakt, kdy téměř 40 % z dotázaných uvádí, že ve svých firmách podporují především recyklaci a šetří materiály. Většina respondentů (80 %) však přiznává, že si velmi cení šetrného přístupu k životnímu prostředí, a proto by podpořili ambice společnosti jít v udržitelném přístupu ještě dále. Například 25 % zaměstnanců by volilo šetrnější přístup ke spotřebě energií a využívání obnovitelných zdrojů. Tyto kroky nejenže snižují ekologickou stopu firem, ale přinášejí i konkrétní ekonomické benefity. Ochota společností adaptovat udržitelné postupy však stále naráží na určité překážky, například v oblasti zvýšené administrativy nebo vyšších investic do vybavení a technologií. „Pro zaměstnance malých a středních podniků je důležitý šetrný přístup k životnímu prostředí a sami ve svém soukromí alespoň něco dělají. Mají i velkou potřebu, aby se jejich firma v oblasti udržitelnosti zlepšila. Proto dává smysl soutěži SME EnterPRIZE podpořit a zviditelnit ty firmy, které jsou v tomto tahouny, ale taky dobrým příkladem, aby mohly inspirovat ostatní,“ sdělila předsedkyně poroty soutěže Helena Továrková z Nadace Veronica, která podobu soutěže a její průběh odborně zastřešuje.

## Příklady tu jsou

Udržitelnost se může projevit v různých odvětvích toho, čím se jednotlivé firmy zabývají. Příklady těchto společností se objevují od technologií pro čištění odpadních vod přes šetrné vod-



ní hospodářství až po nabídku ekologicky šetrnějších produktů. Vítězové soutěže SME EnterPRIZE v minulých letech ukazují široké spektrum inovací v udržitelnosti. Podniky jako IN-EKO Team, Clever Farm nebo startup Myco se zaměřily na využívání a recyklaci vody či vývoj ekologických produktů a procesů. Kromě environmentálních aspektů se udržitelnost ve firmách týká také sociální odpovědnosti a ekonomické stability. Soutěž SME EnterPRIZE ukazuje, že ESG není jen trendem, ale stává se běžnou praxí. Významné ocenění v soutěži obdržely i firmy, které se věnují produkci udržitelných potravin, jako jsou Ekofarma Javorník, Sonnentor a Sady svatého Prokopa, které pěstují produkty v systému certifikovaného ekologického zemědělství. Nabízejí tak spotřebitelům zdravější a šetrnější alternativy. Významnou roli hrají také firmy zabývající se cirkulární ekonomikou, která představuje efektivní využití zdrojů a minimalizaci odpadu. Biopekárna Zeman-ka, která se umístila na druhé příčce v soutěži, je příkladem společnosti, jež úspěšně implementuje principy cirkulární ekonomiky v potravinářství. Kategorii startupů v i SME EnterPRIZE navíc od loňského roku podporuje aktivně

agentura CzechInvest. Spolupráce s projektem Technologická inkubace má za cíl podpořit zelenou transformaci ekonomiky a poskytnout prostor pro růst nových firem, které staví své podnikání na principech udržitelnosti a inovací. Vítězem v této kategorii se v loňském roce stal startup Myco, který inovativně využívá podhoubí k výrobě nových materiálů.

Soutěž SME EnterPRIZE je příkladem toho, jak může podpora a uznání udržitelných společností motivovat malé a střední firmy k přechodu na ekologičtější a sociálně odpovědnější modely fungování. Tímto způsobem soutěž napomáhá k posilování pozice SME v české ekonomice, které jsou připraveny čelit výzvám budoucnosti. Registrace do SME EnterPRIZE probíhala do 5. dubna na oficiálním webu soutěže [www.sme-enterprize.cz](http://www.sme-enterprize.cz). Přihlásit se mohl kdokoli, kdo spadá do kategorie mikro, malých a středních firem nebo startupů do 250 zaměstnanců a podniká udržitelným způsobem v České republice. Cílem soutěže je nejen ocenit ty, kteří již udržitelnost ve svém businessu implementovali, ale rovněž inspirovat a podpořit další společnosti. (tz)

[www.sme-enterprize.cz](http://www.sme-enterprize.cz)

## Nový ročník, posádky i partneři: Peugeot vstupuje do další ecorallyové sezóny silnější a odhodlanější

Tiskovou konferencí k 3. ročníku šampionátu ecoRally, která se konala 5. března v Autoklubu v Praze, byla oficiálně zahájena další závodní sezóna. Stejně jako dva uplynulé ročníky ani tento si značka Peugeot nenechá ujít. Vstupuje do něj posílena o nové partnery i zkušenosti, s modernizovanými vozy a s ambiciózním cílem získat další poháry.

Letošní ročník Mistrovství ČR v ecoRally začne ve velkém stylu, rovnou tou nejvýznamnější, tradičně nejvíce obsazenou a také jednou z nejnáročnějších soutěží – českokrumlovskou ČEZ Czech New Energies Rallye. Tento podnik je v rámci českého šampionátu jediným, který je součástí světového poháru. Přiláká tak nepochybně celou řadu domácích i zahraničních posádek. Mezi nimi i čtyři v barvách značky Peugeot.

Náročné podmínky českokrumlovské soutěže byly podle jejího ředitele Pavla Kacerovského zvoleny záměrně. I díky nim u nás totiž roste úroveň jezdců i celého šampionátu. Ne náhodou se tak Česká republika řadí mezi nejlepší pořadatele a současně se čeští závodníci prosazují i v silné mezinárodní konkurenci. V Českém Krumlově prověří schopnosti elektromobilů i soutěžících 18 měřených testů. Celkový počet najetých kilometrů přesáhne 600. Čtyři posádky s vozy Peugeot tak netrpělivě očekávají,

až si o třetím březnovém víkendu poměří síly s českými i zahraničními soupeři. V následujících pěti soutěžích zařazených do letošního šampionátu budou značku reprezentovat vždy minimálně tři stálé posádky převážně s novým vozem Peugeot e-2008. Oproti roku 2023 však dojde ke změnám ve složení týmů. Loňský nejspěšnější pár s vozem Peugeot e-2008, Kryštof Hájek – Nikola Hájková, absolvují v této sestavě pouze první soutěž. „Krumlov ještě Nikola v roli spolu-

jezdce odjede,“ řekl Kryštof Hájek, a dodal: „Pak ji ale čeká role mámy, takže na nějakou dobu své navigátorské sedadlo opustí.“ Změna se chystá i v dámské posádce, jak naznačila Lucie Kudrnovská: „Na Krumlov budu mít tentokrát navigátora, takže minimálně první závod absolvuji ve smíšeném týmu, dál se uvidí.“

Velké změny se udály také v sestavě partnerů značky Peugeot. V letošním roce se jejich počet rozrostl na pět. Pozici generálního partnera

opět zaujme TotalEnergies. Značka Nupreme bude stejně jako loni dodávat posádkám doplňky stravy a ELenka.cz zajistí mediální propagaci. Novým partnerem je pak kosmetická značka Rimmel London. Její motivací pro podporu elektromobility je ekologicky zaměřená firemní strategie spočívající v mnoha aspektech, jako jsou například používání recyklovaných materiálů, netestování na zvířatech apod., jak vysvětlila marketingová a PR manažerka Veronika Štábová: „Udržitelnost z hlediska produktů, zejména co se týče ingrediencí a zdrojů, je naším hlavním závazkem. Dalším z cílů je přispívat k ochraně a zachování přírodních zdrojů pro dosažení zdravého, čistého a bezpečného prostředí.“

Pozici hlavního partnera značky Peugeot v ecorally letos obsadí síť hotelů CPI Hotels. Ta se postará o ubytování posádek ve svých hotelech na většině soutěží. I pro tuto společnost je udržitelnost oblastí, které věnuje velké úsilí, jak potvrdila Kateřina Zelená, prodejní a marketingová ředitelka: „V CPI Hotels klademe důraz na ekologický přístup a koncept Join Pure Stay – propojení hotelového provozu s přírodou. Je nám proto velkou ctí být partnerem ecoRally a spolupracovat se značkou Peugeot, kde sdílíme víru v čistou energii a udržitelnou budoucnost. Máme tak jasné hodnoty: Společně se značkou Peugeot za čistou energii a udržitelnou budoucnost #Join Pure Stay #Ecommodation. (tz)





# Přichází platforma Pro podnikavé

České mikro a malé podniky čelí řadě výzev a překážek. Ještě o něco těžší to mají firmy vedené ženami-podnikatelkami. Ty podle výzkumu Sociologického ústavu Akademie věd ČR více bojují s plánováním času, a zejména v začátcích podnikání jim chybí podpora a informovanost. Pomoc v rozvoji jim nabízí nová platforma Pro podnikavé. Ta je součástí tříletého programu Strive Česko – společné iniciativy Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard a neziskové organizace CARE Česká republika. Praktické dovednosti a lepší přístup k digitálním nástrojům díky ní získá 200 000 podnikatelek a podnikatelů z mikro a malých firem.

Pro českou ekonomiku jsou mikro a malé podniky nepostradatelné. Mezi všemi firmami tvoří naprostou většinu. Z každých 20 firem do této kategorie spadá hned 19. Ty společně vytvářejí polovinu všech pracovních míst a obdobnou část se podílají i na celkovém hrubém domácím produktu České republiky. Navzdory svému významu se však mikro a malé podniky v dnešní době potýkají s řadou výzev a překážek. Oproti svým větším protějškům totiž často postrádají stabilitu a finanční zdroje, které by jim pomohly se s obtížnými situacemi bez větších problémů vypořádat. Specifickým výzvám pak mezi podnikateli čelí ženy, které podle dat ČSÚ tvoří jen asi 31 % všech podnikajících v České republice.

„Začátky podnikání jsou spojené s mnoha výzvami, a to nejen osobními, ale i finančními, operativními, procesními nebo úředními. Musíte řešit všechno a hned, a někdy je to opravdu metoda pokus-omyl. Proto v iniciativě platformy Pro podnikavé spatřuji opravdový přínos pro každého malého podnikatele. Podobný nástroj by mi v začátcích pomohl ušetřit čas, stres a nebojím se říct, že i finance,“ řekla jednatelka pivovaru Antoš Šárka Grguričová.

Na konkrétní situaci tuzemských podnikatelek se zaměřil výzkum Sociologického ústavu Akademie věd ČR. Z něj vyplývá, že nad rámec všech překážek, kterým společně čelí všichni mikro a malí podnikatelé, podnikající ženy považují významné problémy s plánováním času,

a to zejména ty s malými dětmi. Tuto situaci jim navíc ztěžuje nedostatek zařízení péče o děti – zejména do tří let jejich věku, stejně jako přetrvávající nerovná dělba péče a domácích prací v rodině. Pokud příjem podnikajících žen nedosahuje výše příjmu jejich partnera, leží často větší objem zodpovědnosti za péči o domácnost právě na nich.

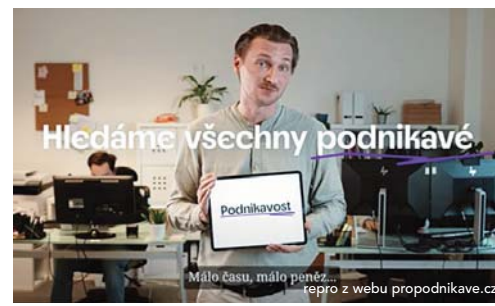
„Studie jasně ukazuje, kudy vede cesta k odstranění překážek, které vytvářejí nerovné podmínky pro podnikání. Nevidím důvod, proč bychom se měli smířit s tím, že naše ekonomika ztrácí potenciál žen, které chtějí podnikat,“ sdělila zmocněnkyně vlády pro lidská práva Klára Šimáčková Laurenčíková.

## Mohou pomoci moderní technologie?

Jako jeden z důležitých nástrojů podpory podle výzkumu vnímají podnikatelky digitální technologie, které by jim pomohly usnadnit práci, oslovit širší klientelu a umožnily práci z domova. Často to však není tak jednoduché. Jejich většímu rozšíření mezi malými podnikateli a podnikatelkami podle průzkumu Barometr: Touha prosperovat – část 2 brání stále relativně vysoká míra nedůvěry v technologie. Méně než polovina (47 %) majitelů a majitelek mikro a malých podniků důvěřuje technologiím v tom, že jim pomohou při důležitých obchodních rozhodnutích, jako je finanční plánování či řízení zásob.

„Zkušenosti podnikatelek ukazují, že bez digitálních technologií se ve svém podnikání zpravidla neobejdou. Zejména starším podnikatelkám, které k nim nemají tak blízko jako jejich mladší kolegyně, však může ovládnutí moderních technologií působit značné starosti. Od jejich zavádění podnikatelky odrazuje zejména časová a finanční náročnost. V řadě případů by proto uvítaly individuální poradenství ve formě koučinku nebo mentoringu,“ uvedla Markéta Švarcová z Akademie věd ČR.

Z výzkumu také vyplývá, že pro podnikatelky často nejsou peníze a zisk na prvním místě. Za úspěch považují především spokojenost svých zákazníků, prospěšnost a přínos pro svou komunitu a udržení kvality nabízených služeb.



## Pro ty, kteří se chtějí rozvíjet

Zcela zásadní je pro všechny podnikatelky a podnikatele komunita a pomoc od ostatních podnikavých, kteří každý den čelí podobným nástrahám. Data z průzkumu Barometr: Touha prosperovat – část 2 ukazují, že zatímco státní správě a krajské či místní samosprávě mikro a malí podnikatelé a podnikatelky spíše nedůvěřují, obzvláště vysokou míru důvěry mívají právě v ostatní podnikatele.

Ti jim pomohou i v rámci nové spuštěné platformy Pro podnikavé určené všem mikro a malým podnikatelům a podnikatelkám, kteří si nevědí rady v otázkách optimalizace podnikání, digitálních technologií nebo celkového směřování podniku. Zájemcům platforma nabídne širokou škálu nástrojů, které jim předají všechny potřebné znalosti a informace, aby mohla jejich firma dlouhodobě růst. Ať už jde o návody, jak pracovat se sociálními médii, vést účetnictví, nebo psát smlouvy, zájemci budou moci na platformě Pro podnikavé využít i mentoringu na míru od zkušenějších podnikatelů.

„Platforma Pro podnikavé je tu pro všechny podnikavé lidi, kteří mají chuť se rozvíjet, růst a prosperovat. Ale nejsou si třeba jisti, jak se postaví k moderním digitálním technologiím. Nevědí, které nástroje jim dokážou ušetřit hromadu času, a které jim naopak přidělají spoustu práce. Od toho je tu naše platforma, která jim poskytne praktické rady a odbornou podporu. Naši cílovou skupinou jsou primárně mikro a malí podnikatelé a podnikatelky,“ představila platformu Pro podnikavé ředitelka neziskové organizace CARE Česká republika Katarína Klamková.

„Pozice drobných podnikatelů a podnikatelek bývá často obtížná. Zatímco větší firmy mají

na všechno lidi, na které mohou jednotlivé úkoly delegovat, oni musí úplně sami obsáhnout nespočet různých pozic. Jsou sami sobě řediteli, obchodními zástupci, marketáky i personalisty. Ocení proto jakýkoliv nástroj či radu, které jim usnadní podnikání a zefektivní procesy,“ potvrdila Jana Lvová, generální ředitelka Mastercard pro Česko a Slovensko.

„Malé a střední podniky jsou páteří české ekonomiky a naší prioritou je jim v jejich podnikání co nejvíce pomoci. Proto připravujeme programy na digitalizaci podniků, které jim pomohou s investicemi do nových technologií, jako jsou automatizace nebo robotizace. Díky tomu mohou společnosti snižovat své provozní náklady a zvýšit efektivitu. V oblasti snižování podnikatelské byrokracie současně připravujeme důležité digitální projekty, zejména projekt Portál podnikatele, který bude centrálním místem pro klíčové elektronické služby veřejné správy vůči podnikatelům, včetně transakčních služeb,“ nastínil ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela a dodal: „Zpřístupnění digitálních nástrojů, sdílení zkušeností a odstraňování bariér hraje důležitou roli v transformaci podnikatelského prostředí a přispívá k růstu celé ekonomiky. Proto iniciativu Strive Česko, která spustí web se službami pro podnikatele zdarma, oceňujeme, a udělili jsme jí naši záštitu.“

## O programu Strive Česko

Mastercard Strive Česko je společná iniciativa Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard a neziskové organizace CARE Česká republika, která je realizovaná ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR, Hospodářskou komorou České republiky, Czechitas, OPERO – mentoringovým programem DoToho! a Aspen Institute Central Europe. Program Strive Česko má záštitu Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky.

V rámci programu Strive Česko vzniká celý ekosystém, jehož součástí je digitální platforma Pro podnikavé. Ta bude přinášet malá zlepšení pro malé firmy, aby se děly velké věci.

Více informací o programu Strive Česko a platformě Pro podnikavé najdete na webových stránkách propodnikave.cz. (tz)



## Šťavnaté Ovocné kostky od Ovocňáku

Máte rádi ovocné plátky a říkáte si, co by na nich ještě šlo vylepšit? Ovocňák přichází s novinkou! Už nemusíte ukusovat, stačí si nabrat jednu, dvě nebo klidně pět Ovocných kostek podle libosti a dopřát si tolik kousků, na kolik zrovna máte chuť.

Kostky vyrobené z čerstvého ovoce jsou novou verzí oblíbených Ovocných plátků. Jsou zabalené v praktickém sáčku na zip, který udržuje Ovocné kostky stále svěží a šťavnaté, a tak si tuhle novou zdravou pochoutku můžete vy-

chutnat kdykoliv a kdekoliv. Ve škole povzbudí mentální výkon, na výletě dodají energii, nebo je můžete zolat doma u televize – vždyť relax, navíc se zdravou svačinkou, je občas také potřeba. Prostě lepší než pytel bonbonů, který máte na dně batohu, kočárku nebo aktovky.

Na jeden kousek použil Ovocňák 85 g čerstvého ovoce, a protože ví, že rozhodování není nikdy snadné, zabalil do jednoho sáčku rovnou pět ovocných chutí – hrušku, jahodu, malinu, meruňku a švestku. Ve 130gramovém balení se tak ukrývá mix Ovocných kostek různých příchutí vyrobených z více než 850 gramů ovoce.

A proč jsou Ovocné kostky tak nepřekonatelně dobré? Ovocňák má své vlastní sady, ve kterých si ovoce pěstuje, a následně ho za nízké teploty několik hodin suší. Díky tomu si zachovává spoustu vitamínů, zároveň ale vyčerpá většinu vody a jeho chuť se koncentruje. A pokud jde o přidané cukry, konzervanty, barviva či aroma, ty u Ovocňáku nenajdete. Složení ovocných kostek je čisté a žádné další přísady jednoduše nepotřebuje. Chcete si jen zobnout? Nová podoba ovocných plátků ve formě kostek je ideální způsob, jak si užít chuť ovoce kdykoliv a kdekoliv. Koupit si je můžete na e-shopu. (tz)

## Třetinu firem loni trápil růst nákladů, ale pomohla úprava procesů

Pro české a slovenské firmy představoval v roce 2023 největší výzvu růst nákladů a nedostatek kvalifikovaných pracovních sil. Nejčastěji se tomu bránily zjednodušování procesů a investicemi do technologií. Vyplývá to z průzkumu společnosti Grit.

Vysoká inflace, přesycený pracovní trh a technologický pokrok. To jsou vnější vlivy, které v roce 2023 nejvíce zasáhly život českých a slovenských firem. Potvrzuje to výzkum společnosti Grit, která se zeptala 130 firem napříč obory a velikostmi na největší výzvy, kterým v loňském roce čelily. Přes 33 % dotázaných považuje za největší překážku loňského roku růst firemních nákladů a 26 % pokles tržeb. Je proto

zjevné, že firmy loni stále bojovaly s klesající, ale přesto vysokou inflací. S personálním obsazením, a zejména nedostatkem kvalifikovaných pracovních sil se potýkalo 30 % dotázaných.

„Tyto výzvy mohou tlačit firmy k unáhleným řešením v podobě zvyšování cen nebo razantních škrtů. Ty jim sice krátkodobě pomohou, ale do budoucna mohou firmu poškodit. Proto nám udělalo radost, že podle dat stále více firem využívá promyšlenější přístup. Hledají cesty, jak zjednodušit nebo automatizovat procesy, aby snížily provozní náklady,“ řekl ředitel Gritu Lubomír Veselý.

Necelá polovina dotázaných uvedla, že na zmíněné problémy reaguje optimalizací provozu a výroby. Jinými slovy aktivně hledají cesty, jak zkrátit či zjednodušit nastavené procesy, na-

příklad pomocí technologií pro digitalizaci nebo automatizaci. Do těch loni investovalo 37 % dotázaných. Firmy si uvědomují, že vyšší efektivita práce nejen snižuje provozní náklady, ale také usnadňuje provoz při nedostatku zaměstnanců. „Když chce firma snížit náklady, měla by si pečlivě projít jeden proces za druhým a zamyslet se, zda nejdou dělat jinak a jednodušeji. Například je tu stále spousta účtů, kde zaměstnanci tisknou přijaté doklady z e-mailů, a následně je ručně přepisují do informačního systému. Taková práce stojí firmy desítky až stovky hodin měsíčně a vznikají při ní chyby. Přitom dnes existují softwarové nástroje, které tento proces odbaví kompletně automaticky,“ vysvětlil Lubomír Veselý. Z firem, které v loňském roce investovaly do technologií, si 72 %

pořídilo software či firemní cloudové nástroje. Dále pak 55 % investovalo do hardwaru a 32 % do výrobních strojů. To je v souladu s trendem, kdy firmy raději vkládají peníze a úsilí do řešení s rychlou návratností, jako jsou právě cloudové nástroje.

Kromě výše zmíněných výzev uvedlo 25 % firem jako velký problém loňského roku svůj technologický dluh. Tedy zastaralý hardware, software, případně kyberbezpečnostní řešení, která již vlivem rychlého technologického pokroku posledních let přestávají plnit svou funkci. „Je dobře, že firmy si zastarávání svých systémů uvědomují. Rok od roku roste procento českých a slovenských subjektů, které zavádí nástroje pro automatizaci. Firmám, které to zatím odkládají, už ujíždí vlak,“ uzavřel Lubomír Veselý. (tz)



# Co podporují zaměstnavatelé

Hospodářská komora dlouhodobě prosazuje automatický valorizační mechanismus, který by odpolitizoval zvyšování minimální mzdy a zaměstnavatelům by umožnil předvídat mzdové náklady. Proto oceňuje návrh Ministerstva práce a sociálních věcí, který takový mechanismus od roku 2025 zavádí. Novela zákoníku práce ale zachovává – byť i v redukované podobě – již překonaný, nefunkční systém zaručených mezd. Hospodářská komora proto apeluje na vládu, aby svůj záměr ještě přehodnotila.

„Systém zaručených mezd je zbytečnou státní regulací mezd v soukromém sektoru, aniž by se jakkoli zohledňovala produktivita v různých oborech nebo hospodářské výsledky konkrétní firmy. Neexistuje přitom žádný rozumný důvod, aby v podnikatelském sektoru byly další sazby, než je sazba minimální mzdy. Pokud státní správa trvá na institutu zaručeného platu pro své zaměstnance, nechť si je ponechá pouze pro státní správu,“ tlumočil postoj podnikatelů k návrhu novely prezident Hospodářské komory Zdeněk Zajíček.

Podnikatelé přitom nerozumějí tomu, proč vláda zaručené mzdy nezruší, když by ji v tom v poslanecké sněmovně patrně podpořila i část opozice. Například bývalá ministryně financí Alena Schillerová z hnutí ANO se v minulosti několikrát vyjádřila, že zaručené mzdy zbytečně zatěžují podnikatele.

„Byrokracie a regulace dusí naše podnikatele a obzvláště to platí pro ty, kteří mají zaměstnance. Potřebují flexibilní pracovní trh, který bude rychleji reagovat na měnící se potřeby, a proto by stát neměl zaměstnavatelům ani zaměstnancům svazovat ruce zákonem, jakou mzdu si dohodnou v jednotlivých profesích,“ je přesvědčen Zdeněk Zajíček.

Hospodářská komora s návrhem na úplné zrušení systému zaručených mezd přišla před osmi lety a po celou dobu diskuze o tomto návrhu považuje za liché, že se k zaručeným

mzdám tolik upínají odbory, když je tento systém dlouhodobě nefunkční, mimo jiné obsahuje neúplný seznam profesí, který nebyl nikdy aktualizován. Dnešních osm pásem zaručených mezd navazuje na 12 stupňů tzv. minimálních mzdových tarifů, které se zavedly v roce 1992, přitom v roce 2006 při svém zavedení byly zaručené mzdy přijaté pouze na omezenou dobu, než dojde k nastartování kolektivního vyjednávání.

Tzv. skupiny prací určuje stará příloha nařízení vlády (č. 567/2006 Sb.), ale trh práce se neustále mění a logicky se v průběhu času mění i nároky na výkon různých povolání. Třeba tam, kde dříve nebylo běžné používání strojů, je dnes nezbytnou podmínkou pro výkon povolání. „I kdyby úředníci dokázali upřesnit náročnost jednotlivých povolání a sestavit jejich asi nekonečný seznam, nebyli by jej schopni tak rychle aktualizovat. Přicházejí nové profese a zanikají jiné, a nároky na výkon jednotlivých profesí se mění,“ uzavřel Zdeněk Zajíček. (tz)

## Udržitelnost

## Grant od Nadace Kooperativy motivuje k obnově krajiny

Sucho, které sužuje pole i studny, a náhlé přívalové deště, jež způsobují záplavy i v oblastech, kde voda dříve nepředstavovala problém. To jsou jen příklady negativních dopadů klimatických změn, které už nyní počítají některé regiony v Česku. V následujících letech se očekávají stále silnější a častější projevy těchto změn. Abychom ochránili majetek i životy obyvatel, je nezbytné přizpůsobit krajinu těmto novým podmínkám.



foto Kateřina Šimková

Nadace Kooperativy od 1. března 2024 spustila veřejný grant, který umožňuje financování studií proveditelnosti obsahující opatření proti změně klimatu pro pojištěné obce do 5000 obyvatel. Proti suchu i záplavám lze účinně bojovat pomocí šetrných a relativně nenáročných opatření, která zvyšují schopnost krajiny přirozeně zadržovat vodu, zvyšují biodiverzitu a zlepšují odolnost krajiny proti větrné a dešťové erozi. K takovým opatřením patří například promyšlená výsadba vhodných dřevin, obnova remízků a zatravněných ploch nebo budování tůň a mokřadů.

Vyhnut se akutním problémům za deset let znamená začít už dnes pracovat na jejich řešení. Každý nový nebo obnovený mokřad krajiny prospěje. Pokud jí ale chceme skutečně pomoci, je třeba dělat to systematicky a na ploše celého katastru. Pár chytře umístěných stromů může pomoci víc než celá alej o kus dál. Cesta k obnově krajiny začíná studií proveditelnosti.

V rámci Prevenčního programu pro odolnější krajinu otevírá Kooperativa grantovou výzvu, skrze kterou financuje tvorbu studie proveditelnosti až deseti vybraným obcím. Studie

proveditelnosti zpracovávají odborníci ze spolků Voda, lidé, krajina a Krajinohled, kteří na základě zmapování krajiny v katastru obce vyhodnotí rizikové lokality a navrhnou opatření, která povedou k odolnější krajině. Výsledkem je dokument, který slouží jako praktický návod, jak při obnově krajiny postupovat. Ty nejjednodušší návrhy může obec realizovat prakticky okamžitě. Studie se skládá z hydrologické analýzy, průzkumu vlastnictví pozemků, krajinářského posudku, nebo i návrhu financování.

Grant nemá ambici pokrýt celý proces obnovy krajiny. Jeho smyslem je poskytnout obci bezpečný způsob, jak se na začátku zorientovat v tématu, ujasnit si priority a promyslet dlouhodobý postup. Velkou část realizačních nákladů lze našetřit zaplatit z dotací.

**Žádat o grant může každá obec, která má:**

- majetkové pojištění od Kooperativy,
- do 5000 obyvatel,
- chuť zlepšit stav krajiny ve svém katastru.

Pro podání žádosti stačí odpovědět na osm otázek v online formuláři.

Prevenční program pro odolnější krajinu od Kooperativy má za cíl motivovat obce a jejich obyvatele k aktivnímu zapojení do obnovy krajiny. Nadace Kooperativy spolupracuje se sdružením Koalice pro krajinu, které tvoří organizace a odborníci pracující v oblasti ochrany biodiverzity a obnovy krajiny. Cílem uskupení je prosadit potřebné systémové změny v nakládání s krajinou za účelem zvýšení její pestrosti, podpory biodiverzity a ekologické stability.

**Díky finanční podpoře Nadace Kooperativy se jakákoli obec může stát přidruženým členem Koalice pro krajinu a přispět k prosazení společných cílů. Na oplátku získá:**

- pravidelná doporučení na otevřené grantové a dotační výzvy, které se dají využít pro aktivity spojené s obnovou krajiny,
- pravidelné informace o připravovaných legislativních změnách spojených s obnovou krajiny na evropské i národní úrovni,
- možnost průběžně sledovat a zapojit se do jednání s politiky o podpoře obnovy krajiny,
- možnost konzultovat postup obnovy krajiny v katastru obce,
- příležitost sdílet zkušenosti a rady s dalšími obcemi.

Do prevenčního programu se zapojilo od roku 2022 již 13 obcí, které získaly studii proveditelnosti, začaly jednat s majiteli pozemků a aktuálně se domlouvají na realizaci opatření a zahájení projektové přípravy. Kooperativa také pomáhá šířit online petici Koalice pro krajinu, která českou vládu vyzývá k vyčlenění 10 % zemědělské půdy pro přírodu. Tento krok by zásadním způsobem usnadnil a urychlil proces obnovy krajiny. (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 příznání 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](http://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](http://www.grada.cz)



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

## Neekonomické otázky

Lenka Farkačová

Okuste sílu ekonomických teorií a poznatků při zodpovídání (ne)ekonomických otázek. V knize najdete odpovědi, a to i včetně výpočtů, kterých se od mnohých řečníků či politiků v diskuzích nedočkáte. Nečekejte však náročné akademické čtivo, i když také milovníci teorie si přijdou na své. Odpověďmi se prolíná současný svět konzumu, filmu, novinářiny, ale i špetka politiky. Vše dohromady utváří publikaci, která patří nejen do knihoven, ale rovněž do našich běžných životů.

## Rytmus roku s Hankou Zemanovou

Hanka Zemanová

Po úspěšné Biokuchaře a BioAbecedáři, kterých se prodalo přes 75 000 kusů, přichází Hanka Zemanová s celoročním průvodcem, v němž se dozvíte, jak nás příroda svými sezónními a lokálními dary posiluje a léčí. Nabízí mnoho inspirace, jak sladit zdravý životní styl s ročním obdobím, jak přirozeně posilovat imunitní systém správným výběrem sezónního jídelníčku, jak zpracovávat lokální superpotraviny a jak připravovat léčivé čaje, výživná jídla a elixýry z darů přírody.

## Naše kavárna

Zdeněk Kovář jmenován  
Managing Director Drees  
& Sommer pro ČR

Přední evropská společnost poskytující poradenství a realizační služby v oblasti realit, infrastruktury, energetiky a průmyslu Drees & Sommer jmenovala Zdeněka Kováře do pozice Managing Director pro Českou republiku. V jeho nové roli se bude zaměřovat na zvýšení povědomí o společnosti a jejím portfoliu služeb na českém trhu.

Generálním ředitelem Daktelu  
se stal Jiří Havlíček

Do čela globální technologické společnosti Daktela se na začátku února postavil její dosavadní technický ředitel Jiří Havlíček. Vystřídal tak Martina Skabu, který se po úspěšné akceleraci zahraniční expanze přesouvá zpět do skupiny Sandberg Capital. Daktela poskytuje firmám svůj software pro komunikaci se zákazníky, řízení zákaznické zkušenosti a pro komunikaci uvnitř firem.

## Sponzoring, charita, pomoc

Zaměstnanci SAP podpořili  
dětskou nemocnici v Motole

Více než 500 knih věnovali zaměstnanci společnosti SAP v ČR ve sbírce pro Pediatrickou kliniku a Klinikou dětské chirurgie Fakultní nemocnice Motol. Cílem je, aby malí pacienti lépe snášeli náročné období léčby. (tz)

## Lego naší legislativy

AČN vítá zrušení institutu  
zaručené mzdy

Asociace českých nábytkářů přivítala zprávu Hospodářské komory, že vláda 20. března rozhodla o zrušení institutu zaručené mzdy v podnikatelském prostředí. Dle návrhu se zrušení netýká státní správy, kde by toto „prehistorické“ opatření mělo zůstat i nadále platné. V současné době je Česká republika povinna implementovat evropskou legislativu, která zakotvuje minimální mzdu a zároveň určuje některé její parametry. Jde o legislativu, která bude závazná pro celou Evropskou unii. Zároveň v ČR platí legislativa, která je přežitkem dob dávno minulých, a tou je i institut zaručené mzdy. Stav, kdy začne platit evropská legislativa o minimální mzdě a zároveň by platila legislativa stanovující zaručenou mzdu, je strašákem nejenom zaměstnavatelů, ale i zaměstnanců samotných. Proč je tomu tak? Protože v případě platnosti obou legislativních směrů by se mzda přidávala nejenom těm, kteří jsou na spodní příjmové hranici, tedy těm, kdo pobírají minimální mzdu, ale zároveň by se zvedala mzda všem ve firmě. A mzda se za tohoto předpokladu zvedá všem. Nikoliv podle zásluh, nikoliv podle toho, co kdo pro firmu udělal, ale podle jakýchsi tabulek, které kdosi vypracoval před mnoha desetiletími. Tím by poctiví a pracovití zaměstnanci svým úsilím povinně dotováli mzdu i těm, kteří by si zasloužili přidat méně nebo by si zasloužili nepřidávat vůbec.

Stav, kdy by podnikatelé měli povinnost se řídit zaručenou mzdou, by platil pouze v nás v České republice, a nikoliv v ostatních zemích EU. Takovýto přežitek by znamenal značnou překážku v podnikání a ztrátu konkurenceschopnosti našich výrobců, protože by docházelo k prolínání evropské a národní legislativy. To by v konečném důsledku znamenalo jediné řešení a tím je nárůst nezaměstnanosti.

AČN opakovaně oslovovala Ministerstvo práce a sociálních věcí a upozorňovala na blížící se problém prolínání evropské a národní legislativy, která bude ke škodě nejenom podnikatelů, ale i zaměstnanců, včetně nábytkářského průmyslu. AČN vítá i odpolitizování stanovování minimální mzdy zavedením automatického valorizačního mechanismu. Odpadne tím populistické zneužívání minimální mzdy k deklarování nereálných cílů.

Ing. Tomáš Lukeš,  
tajemník Asociace českých nábytkářů



# Jde nám především o lokálnost a vysokou kvalitu potravin

Zemědělství prošlo za poslední roky obrovskou technologickou proměnou. Mnozí drobní farmáři ale stále ctí tradice a je pro ně důležitá hlavně poctivá ruční práce, kvalita výrobků a lokální produkce. Tyto hodnoty jsou blízké i Kristýně Laloučkové, která podnikala na Farmě u Čechů se svými rodiči a nyní ve stejném duchu pokračuje i na farmě rodiny svého manžela, tedy u Laloučkových. Je podle ní možné se dnes v zemědělství uživit i bez dotací? A jaké výhody vidí v rodinném podnikání?

**Kdy jste svou farmu založili? A co vás k tomu vedlo?**

Aktuálně pracuji na Rodinné farmě Laloučkových, kterou v roce 1992 založil otec manžela. Nachází se v Miřeticích u Vlašimi a vždy se zaměřovala na chov dojníc, produkci mléka, masa a brambor, a my v tom pokračujeme dodnes. Jde nám především o lokálnost a vysokou kvalitu potravin, na které denně poctivě pracujeme.

**Specializujete se na hovězí maso a mléko. Plánujete své aktivity v blízké době rozšířit?**

Ano, už dlouho chováme hovězí skot, to je u nás tradice, ale živí nás i jiné činnosti. Především nás

poli pěstujeme různé druhy brambor a také dýně, jak popisujeme na webu. Já zároveň provozuji samoobslužný obchůdek, který frčí celý podzim. Jsme hned u silnice, tedy skvěle dostupní, a dobrou zkušenost máme také s poctivostí lidí. Kromě brambor různých typů a dýní nabízíme i cibuli od jednoho soukromníka z vedlejší vesnice. Do toho manžel včelaří a poměrně úspěšně prodáváme i med.

Zároveň si myslím, že je dobré zmínit také plány, které ztroskotaly. Já třeba vždycky toužila mít faremní obchůdek a před dvěma lety jsem si ho otevřela. Vedlejší produkty vydělávaly jen málo, ale zkusila jsem si to. Prodej vlastních komodit byl sice ziskový, ale s produkty od ostatních farmářů to bylo složitější. Hodně šla na odbyt i kuřata, ale s kváskovým chlebem nebo autentickými víny z Moravy jsem příliš neuspěla, a nakonec jsem prodejnu zavřela.

**Mohou se dnes drobní farmáři a zemědělci uživit bez dotací?**

Určitě, ale musíte mít stálý příjem z mléka a komodit. Samotné maso by na to nestačilo, ale když máte více zdrojů, tak ano. Dotace Mladý zemědělec však naši bývalou farmu a bourárnu rozhodně posunuly na vyšší úroveň. Jako u všech těchto programů bylo nutné ty peníze mít, ale po pěti letech nám je vrátili. Šlo zhruba



Kristýna Laloučková (vpravo), farmářka-podnikatelka z Rodinné farmy Laloučkových

o milion korun, což dnes v podstatě nic není, ale v začátcích to hodně pomohlo.

**Jezdí za vámi zákazníci spíš z okolí, nebo také z větší dálky? A dodáváte maso i do prodejen a restaurací?**

Jde nám primárně o koncové zákazníky, ale nabízíme i velkoobchodní spolupráci. Máme závoz masa jako i na předchozí farmě u Čechů. Tam už jsme měli vybudovaný brand a nyní začínáme v podstatě nanovo, protože jsem se přivdala na farmu manžela. Aktuálně procházíme rebrandingem, ale produkty a přístup zůstaly stejné, tedy téměř vše, jen fungujeme z nového sídla pod novou značkou a zákazníci o tom postupně informujeme.

Výhodou je, že jsme 30 km od Benešova, takže blízko Praze, kam také zavážíme a celkově máme dost zákazníků právě z hlavního

města. Zatímco lidé z okolí od nás nakupují spíš výjimečně.

**Co vám pomáhá získávat nové zákazníky? Jsou to hlavně reference, konkrétní typy reklamy, nebo například získaná ocenění?**

Dobře nám fungují FB skupiny – naše vlastní klubovna a pak i další inzertní skupiny. Zároveň máme také aktivní účty na Instagramu a TikToku. Dále jsme zkusili lokální inzertní noviny z oblasti, kam zavážíme, ale to se nám příliš nevyplatilo. Zřejmě se to vzhledem k ceně nepotkalo s adekvátní cílovou skupinou. Chápu, že pro někoho jsou lokální produkty drahé, ale my zase nemůžeme prodávat naše komodity a výrobky pod cenou. Nejlepší jsou pro nás určité reference. Word of mouth má v tomto ohledu asi velkou sílu.

**V čem je podle vás rodinné podnikání jednodušší než jiné, a v čem naopak složitější?**

Skvělé je to, že jsme zvyklí si navzájem pomáhat a bereme to jako samozřejmost. I kdybychom měli pracovat v pátek o půlnoci nebo se dřív vrátit z dovolené. Bratr nyní například bude stavět nový krávn s mlékomatem a dalšími automatizovanými prvky. Vyjde zhruba na 50 milionů a otec mu na to půjčí. Do nynější doby jsme měli 12 dojníc, a tady jich bude třeba i 80. Časem si na sebe projekt určitě vydělá, a bratr navíc žádá o dotace, ale jak už jsem říkala, základní kapitál stejně musíte složit předem. Na druhou stranu máme třeba rozdílné názory na cenotvorbu i na různé pracovní aktivity. Každý z nás tedy podniká na vlastní živnostenský list pro jiný účel a je zodpovědný za jinou činnost. Stojí to hodně úsilí, ale na druhou stranu děláme všichni práci, která nás baví, a určitě i stmeluje rodinu.

za rozhovor poděkovala Dana Halušková



## České dnes žádá podle PENNY většina lidí

Domácí původ potravin je pro české zákazníky důležitý. Podle čerstvého průzkumu PENNY se jim při nákupu řídí 62 % lidí. Více se na tuzemské označení zaměřují ženy (65 %) než muži (58 %) a střední a starší generace. Nejčastějším důvodem volby domácích potravin, který udává šest z deseti Čechů, je snaha podpořit české a moravské producenty a domácí ekonomiku. Právě před Velikonoce vyšel řetězec PENNY Čechům v jejich preferencích vstříc.

Téměř polovina tuzemských nakupujících dává podle průzkumu, který na vzorku 1000 respondentů realizovala pro PENNY mezinárodní průzkumná společnost TALK, přednost domácí

produkcí proto, že jim připadá neekologický dovoz potravin na velké vzdálenosti. Více než 40 % lidí pak nákupy domácích potravin považuje za výraz národní hrdosti. Kvalitu české produkce jako důvod k jejímu nákupu pak udávají tři z deseti Čechů, 17 % lidí tvrdí, že jde o zvyk, který nechtějí měnit. Zajímavostí je, že pouze 5 % lidí pak jako důvod k nákupu uvádí nízkou cenu domácí produkce.

Týden před velikonočními svátky ale měli zákazníci možnost oblíbených, a přitom výhodných „českých“ nákupů. PENNY totiž ve velikonočním čase nabízelo trvanlivé výrobky s ochranným označením Česká potravina ve speciální akci s 10% slevou. „Chtěli jsme podpořit Velikonoce takové, jaké je mají lidé rádi, tedy v duchu českých a moravských tradic,

a dopřát jim k tomu možnost nákupu českých výrobků za zvýhodněné ceny. Zlevnili jsme široký sortiment trvanlivých potravin označených značkou Česká potravina. To jsou výrobky, které jsou vyrobeny z domácích surovin a zpracované tuzemskými firmami. Celkem bylo v týdenní akci přes 200 produktů,“ řekl vedoucí strategického marketingu PENNY Vít Vojtěch. Řetězec tak touto akcí ještě podpořil své zaměření na domácí produkci. I podle průzkumu považuje veřejnost PENNY za prodejce s největším podílem českých výrobků. Nová akce je zároveň dalším pokračováním podpory českých aktivit, na které PENNY cílí. „Dlouhodobě podporujeme vše české v duchu hesla Žijeme hezky česky, například lokální český sport nebo naše seniory,“ doplnil Vít Vojtěch.

Podle dat z průzkumu Češi vůbec nejčastěji z domácích výrobků nakupují chléb a pečivo, mléko, vejce a pivo. Více než třetina pak ještě maso, uzeniny a zakysané mléčné výrobky a sýry. Zemi původu kontroluje podle průzkumu téměř polovina nakupujících (47 %) u všech potravin. Osm z deseti Čechů tak činí alespoň u některých výrobků.

Ochranou známku Česká potravina mohou využívat jednosložkové potraviny ze sto procentní složkou z České republiky, přičemž prvovýroba a všechny fáze výroby musí proběhnout na našem území. U vícerozložkových potravin musí součet hmotnosti složek pocházejících z České republiky tvořit nejméně 75 % celkové hmotnosti a výroba musí rovněž probíhat na území České republiky. (tz)