

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

SYMA 2021

SYSTÉMY MANAGEMENTU KONFERENCE

24.-25. 3. 2021 **online**
Vysíláme ze studia ČSJ na Lávce

ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST

Program konference
a přihlášku najdete na
www.csq.cz

INZERCE

Český pracovní trh je z nejhoršího venku

Z Česka zmizelo 200 000 zahraničních pracovníků a program Antivirus podporuje pracovní místa, která již de facto neexistují. Zažíváme situaci, která je navýsost jedinečná spíše v tom špatném slova smyslu. Život většiny z nás se proměnil, získáváme však zkušenosti, o nichž jsme netušili, že vůbec kdy přijdou. S Martinem Malo, ředitelem české pobočky personální agentury Grafton Recruitment, jsme hovořili především o tom, jak na český pracovní trh dopadla rok trvající koronakrize.

Koronakrize změnila vše, a pracovní trh samozřejmě také. V čem a jak se ho dotkla nejvíce?

Je vícero trendů, které akcelerovaly s příchodem koronakrize. Nejzásadnější je zastavení růstu mezd, kdy zaměstnavatelé jsou ti, kteří určují výši mzdy. Donedávna to byli naopak kandidáti. Další výraznou změnou je pohled zaměstnanců na benefity. Více si pracovníci váží bezpečnosti na pracovišti, jistoty práce, naopak méně hledí na monetární benefity. Co se zcela změnilo, je vnímání práce z domova jako výhody. Většina zaměstnanců, kteří poslední měsíce působí převážně na home office, dnes naopak možnost práce z kanceláře vnímají jako benefit.

Zatímco v průběhu jarní vlny pandemie bylo nuceno snížit počty zaměstnanců 34 % společností, během podzimní vlny to bylo pouze 21 %. Téměř polovina zaměstnavatelů počet zaměstnanců v průběhu obou období neměnila, a na podzim třetina firem počet lidí dokonce navýšovala. Firmy, které byly na jaře kvůli pandemii donuceny propouštět, ve čtvrtině případů



Martin Malo, ředitel české pobočky personální agentury Grafton Recruitment

již v létě doplnily počet zaměstnanců na původní úroveň. Na podzim pak náborové aktivity českých společností ještě zesílily.

I když se v souvislosti s koronavirovou krizí často hovořilo o snižování mezd, odměn i benefitů, ve skutečnosti v loňském roce většina zaměstnavatelů k žádným změnám nepřistoupila. Podle našeho průzkumu nezměnilo loni na jaře výši mezd 72 % zaměstnavatelů, během podzimu pak dokonce 88 %. A více než polovina firem nečeká žádné změny v oblasti mezd

ani v nejbližších měsících. Na jednu otevřenou pozici se v průměru hlásí méně lidí než před rokem, jsou totiž při změně zaměstnání mnohem opatrnější. Výjimkou je Praha a částečně i Brno a Ostrava, kde je kvůli omezením sektorů jako kultura či HoReCa více volných uchazečů i zájemců o práci krátkodobého charakteru. Nejvíce lidí se hlásí na administrativní pozice a do jednosměnné výroby.

pokračování na straně 4

Swarovski končí s prodejem krystalů

V Česku se stále větší oblibě těší vlastní výroba šperků. Nejčastěji se k ní používají skleněné korálky. K těm nejoblíbenějším patří kousky z dílny Swarovski. S komponenty této značky se ale v polovině tohoto roku budou muset šperkaři rozloučit. Firma mění strategii a s prodejem samostatných korálků a komponentů k výrobě šperků po celém světě končí.

V průběhu roku 2021 postupně přestane s maloobchodní distribucí volných komponentů, krystalů, korálků a perliček. Bude se především orientovat na vlastní produkci designových šperků pro své butiky a spolupráci s módními značkami. „Všechno, co máme od této značky v nabídce, je a bude možné i nadále koupit. Velkou část sortimentu jsme umístili do výprodeje a již ho nebudeme doplňovat. Zbytek sortimentu budeme nakupovat a doplňovat do poslední chvíle. Poslední objednávku doplnění sortimentu můžeme odeslat 31. května a nadále pak budeme sortiment jen doprodávat. Strategie společnosti Swarovski se dotkne úplně všech obchodů, které prodávají volné komponenty, a to po celém světě,“ uvedl Martin Stibor, zakladatel společnosti Korálky.cz, největšího e-shopu v Česku s komponenty k výrobě šperků, kde

elementy Swarovski tvoří kolem 10 % z celého sortimentu.

O ukončení dodávek samostatných korálků a komponentů k výrobě šperků se odběratelé dozvěděli koncem loňského roku z dopisu. „Společnost Swarovski v současné době mění od základu svůj stávající obchodní model, a to v souvislosti s novou vizí a novou strategií značky. V návaznosti na to celosvětově posuzujeme veškeré aktivity a obchodní spolupráce z hlediska toho, zda odpovídají nově nastavené strategii. To zahrnuje také naši spolupráci s autorizovanými prodejci. Je nám líto, že vás musíme informovat o rozhodnutí ukončit vaši smlouvu,“ píše se mimo jiné v oficiálním dopise, který obdrželi od společnosti její odběratelé.

Korálky Swarovski ale z trhu nezmizí hned k 1. červnu letošního roku. Prodejci mohou své zásoby ještě doprodávat. „Prodej ukončit nemůžeme, ale od 1. června nesmíme tvrdit, že jsme autorizovaný prodejce a zboží už nebudeme moci doplnit. Doprodávat a vyprodávat můžeme zboží do chvíle, do které nám to bude obchodně dávat smysl, nicméně po 1. červnu už nebudou některé korálky a komponenty k dispozici vůbec, jiné ve velmi omezeném množství. Předpokládáme, že sortiment přestaneme prodávat koncem letních prázdnin,“ uvedl Martin Stibor.

Oblibě se šperky z precizně broušeného křišťálu Swarovski, jejichž historie se začala psát v roce 1862 v samotném srdci českého sklářství v Jablonecku, těší například v Itálii, ve Francii, dokonce i v Číně a Japonsku. Na celosvětové popularitě získala firma prodejem nejen hotových šperků, ale i samostatných elementů k jejich výrobě. Právě s ním ale v polovině roku 2021 končí. „Společnost Swarovski vyrábí širokou paletu křišťálových komponentů, kterými se nechávají inspirovat mnozí světoví návrháři šperků a oděvů. Korálky a komponenty se vyznačují zejména dokonalou přesností, precizním výbrusem každé perly a ohromnou škálou barev a povrchových úprav. Právě s jejich prodejem ale v letošním roce plánuje skončit,“ popsal situaci Martin Stibor.

Náhradu za oblíbené krystaly Swarovski budou prodejci hledat velmi obtížně. „Aktuálně jsou jedinou vhodnou alternativou stejné produkty od české firmy Preciosa. Ty však pokryjí jen malou část náhrady sortimentu Swarovski, který má tisíce druhů krystalů, přívesků, perel, korálků a komponentů, vše v několika různých barvách. Preciosa nabízí jen několik základních druhů, tvarů a barev. Paralelně tedy ještě pracujeme na zajištění další alternativy, která bude na přijatelné kvalitativní úrovni,“ uzavřel Martin Stibor. (tz)

EFKO opětovně získalo ocenění v soutěži Hvězda 3D reklamy

I tentokrát se firma EFKO-karton umístila na předních pozicích v soutěži Hvězda 3D reklamy v rámci akce Popai Day 2020. V kategorii Reklamní Gastronomie získala 3. cenu za produkt Společně po celý rok. Firma z Vysočiny tak dokládá, že kromě ocenění na poli vlastní výroby společenských her a hraček sklízí úspěchy i v oblasti zakázkové výroby.

Ročně realizuje stovky firemních zakázek zahrnujících nejrůznější speciální dárkové a reklamní obaly, kreativně zpracované stolní hry, reklamní sety apod. Autorem kreativního návrhu oceněného produktu je Rostislav Čermák, vývoj a konstrukci zpracoval konstruktér Radek Mikla. Přestože tento ročník proběhl netradičně pouze online formou, nabídl unikátní virtuální expozici téměř 90 nových projektů a řešení pro účinnou komunikaci v in-store v 18 soutěžních kategoriích. Odborná porota se v rámci hodnocení zaměřila na originalitu a inovativnost, estetickou úroveň, kvalitu výrobního zpracování, vhodnost při použití v prodejním prostředí apod. Firma EFKO tak navázala na úspěchy z roku 2019, kdy získala dokonce hned tři ocenění. „Pro své klienty jsme připravovali řadu netradičních obalů k reklamním předmětům. Oceněný obal byl součástí PF 2020 s podtextem Společně po celý rok. Obsahoval láhev na nápoje, termosku a sadu skleniček se třemi druhy oříšků na pevné nervy,“ uvedl Miroslav Kotík, majitel společnosti EFKO-karton s.r.o.

„Od klienta jsem získal dostatek prostoru pro kreativní řešení vánočního dárku, který měl sloužit jako poděkování jeho obchodním partnerům za celoroční spolupráci. Proto jsme společně s konstruktéry firmy EFKO mohli vytvořit prostorově velmi výrazný obal podtrhující význam partnerství, na kterém náš klient staví své podnikání,“ uvádí Ing. Rostislav Čermák, autor návrhu „Společně po celý rok“. „Pro mě je zcela zásadní akcentovat specifika každého klienta i v této formě komunikace, aby tak získala maximální hodnotu a dlouhodobý efekt, tak typický pro obchodní dárek,“ vysvětlil Rostislav Čermák.

Popai Day 2020 je konferencí s mezinárodní účastí o vývoji, perspektivách i výzvách oboru marketingové komunikace v místě prodeje. Program konference přináší nová řešení, konkrétní případové studie pro vyšší úspěšnost projektů v in-store i dalších místech komunikace se spotřebiteli. Nabízí jedinečnou příležitost k diskusi se zástupci významných maloobchodních společností a zadavateli reklamy v rámci diskuzních panelů o aktuálních, ožehavých tématech tohoto oboru. Součástí konference je i Soutěž Hvězda 3D reklamy o nejlepší reklamní a dárkové předměty. Dlouhodobě podporuje obor 3D reklamy a zviditelňuje nejzajímavější novinky tohoto oboru na našem trhu. (tz)

Najdete uvnitř listu

Sberbank chce podpořit podnikatele	3
Ukrajinci a Slováci skupují české firmy	4
Ani v dnešní době by podnikatelé neměli podceňovat kvalitní pojištění	5
Pro podporu malých a středních podniků při ochraně duševního vlastnictví	7
Nikdo z našich nájemců zatím nemusel v důsledku pandemie skončit	16

Sberbank chce podpořit podnikatele

„Naší snahou bylo přinést takový úvěr, kterým pomůžeme především podnikatelům ustát tuto obtížnou dobu. Podmínky, které jsme v úvěru nastavili, jim tak umožní výhodně zafinancovat jejich podnikatelské záměry, postavit své firmy znovu na nohy nebo rozjet nové projekty. Věřím, že tím alespoň částečně pomůžeme malým a středním subjektům a živnostníkům udržet podnikání, protože právě tento segment trhu patří k těm nejvíce zranitelným a zároveň nejdůležitějším v ekonomice,“ řekl v rozhovoru Zdeněk Remr, Head of Products & Campaings ze Sberbank. Potvrdil tak strategii banky, jejímž cílem je poskytovat prvotřídní, rychlé a dynamické služby nejen retailu, ale rovněž businessu. Sberbank chce být podnikatelům a živnostníkům dobrým rádcem a partnerem. Více již Zdeněk Remr:

Představil byste vaši novinku?

Banka přišla na trh s novým firemním úvěrem, kterým se snaží podpořit podnikatele a firmy a pomoci jim udržet v dnešní náročné době jejich podnikání. Lze jím získat nové peníze a zároveň i výhodně refinancovat stávající úvěry. Je určen malým a středním firmám a živnostníkům.

Od počátku února 2021 poskytuje Sberbank na trhu výhodný firemní FÉR úvěr s atraktivní sazbou od 3,33 % ročně. Úvěr podnikatelé získají až do výše 25 milionů korun s délkou splatnosti až 25 let.

Jaké jsou výhody tohoto firemního financování?

Od počátku února 2021 poskytuje Sberbank na trhu výhodný firemní FÉR úvěr s atraktivní saz-

bou od 3,33 % ročně. Úvěr podnikatelé získají až do výše 25 milionů korun s délkou splatnosti až 25 let. Dá se sjednat jednoduše a rychle, je bez poplatků za zpracování i čerpání.

Mají o financování firmy zájem, kdo jsou nejčastější zájemci?

Nejčastějšími zájemci byli v loňském roce podnikatelé z oborů stavebnictví, zprostředkování velkoobchodu a maloobchodu, maloobchod či svobodná povolání, jako jsou lékaři či advokáti. Mezi příjemce firemního FÉR úvěru však patří všechny firmy a živnostníci s obratem do 75 milionů korun ročně. Mohou o něj zažádat na kterékoli pobočce Sberbank, schůzku si je možné dohodnout předem přes www.sberbank.cz nebo přes call centrum na čísle 800 133 444.

A jak se Sberbank v této době daří, mají klienti zájem o bankovní služby?

Podařilo se nám navýšit počty aktivních klientů, a to díky unikátním běžným účtům pro fy-

zické osoby. Loni v dubnu jsme přišli na trh s novinkou v podobě běžného účtu s odměnou 1234 korun vyplacených každý rok za věrnost, a navíc 1234 korun jednorázově za přechod z jiné banky. Samozřejmostí je také moderní internetové bankovníctví, neomezené online platby zdarma a neomezené výběry hotovosti ze všech bankomatů v ČR i zahraničí. Meziročně se měsíční nárůst otvíraných účtů zvýšil o více než 160 % a počet aktivních klientů banky meziročně stoupl o 100 %. Jsem rád, že se potvrdilo, že náš nový účet je atraktivní a jedinečný. Skvělé parametry účtu a odměna za věrnost jsou špičkou na trhu a klienti to oceňují.

Pomůžete nějak s financováním i běžných zájemců, máte i pro ně nějaké řešení?

Jsem přesvědčen, že poskytujeme jednu z nejlepších půjček na trhu s naprosto výjimečnou a transparentní úrokovou sazbou – pro všechny klienty a pro všechna pásma půjček je ve výši 2,77 % ročně. Mají na ni nárok všichni klienti pro všechny výše úvěrů od 50 000 do jednoho milionu korun, kteří mají dobrou platební morálku. Výhodným řešením je i naše konsolidace se sazbou 2,77 %, která jim umožní výrazně snížit stávající úvěrovou zátěž a splátky úvěrů u jiných bank. Nabídka je však časově omezena do konce března 2021.

Protože nadále přetrvává pandemie koronaviru, chceme našim klientům pomoci nejen se zajištěním potřebných financí, ale i s ochranou před možnou nepříznivou životní situací. Aby se v takovém případě neobávali dalšího za-



Zdeněk Remr, Head of Products & Campaings ze Sberbank

dlužení, nabízíme jim pojištění schopnosti splácet pro případ nemoci nebo ztráty zaměstnání. Ve spolupráci s naším partnerem plníme ve všech případech oprávněných pojistných událostí, kdy pojišťovna nejčastěji hradí za klienta jeho měsíční splátky právě při nenadálé pracovní neschopnosti.

připravila Radka Černá ■■■

Technologický Park Brno přizpůsobuje nabídku pandemii

Koronavirová pandemie mění požadavky inovačních a technologických firem, které sídlí v brněnském Technologickém Parku. Ten nově nabízí menší plochy k pronájmu, prostory pro kreativní spolupráci týmů i pohodlnou práci venku. Díky pružné reakci na nové podmínky registruje TPB i v pandemickém roce 2020 meziroční nárůst zisku.

Technologický Park Brno je v rámci středoevropského prostoru unikátním spojením univerzity a aplikační komerční sféry. Mnoho výzkumníků zde zasedlo své společnosti a v rámci jejich podnikání dále úzce spolupracují s přílehlým Vysokým učením technickým, které je zároveň akcionářem společnosti. V TPB nachází své zázemí inovační firmy, které se věnují od informačních technologií až zacílení na vesmírnou oblast. Tyto společnosti byly zasaženy aktu-

ální pandemií nemoci covid-19 pouze minimálně, přesto Technologický Park reaguje na změny související s novou situací.

Pandemie neovlivnila Technologický Park odchodem velkých korporací, ale zvýšila tlak na efektivitu. Díky optimalizaci pronajímáných ploch disponuje nyní i menšími prostory k pronájmu. „Park byl před pandemií zaplněn z více než 97 %, přičemž současná obsazenost se pohybuje kolem 90 %,“ řekla Jitka Sládková, ředitelka strategického rozvoje a marketingu Technologického Parku, a dodala, že ekonomický zisk za loňský rok bude i přes světovou pandemii vyšší než v předchozích letech.

„Podle předběžných hospodářských výsledků za rok 2020 Technologický Park Brno překoná úroveň zisku z roku 2019, která byla 67 milionů korun. Přestože vlastníky jsou město Brno a Vysoké učení technické, představuje park úspěšnou komerční akciovou společnost, a zá-

roveň se řadí mezi výdělečné městské firmy,“ doplnila Jitka Sládková.

Aktuální covidová situace mění pracovní návyky a potřeby firem, na které reaguje i Technologický Park Brno. Přestože mnohé firmy přešly do režimu home office, dlouhodobě je tento trend neudržitelný. Zejména technologické a inovační společnosti vyžadují osobní přítomnost zaměstnanců, jejich kooperaci a časté brainstormingy. „Roste požadavek na takové plochy, kde budou moci zaměstnanci kooperovat společně v jednom prostoru, ale při zachování dostatečných rozestupů. Zároveň by jednotlivé týmy měly být od sebe odděleny, aby byla zachována pravidla bezpečnosti zdraví a aby se lidé vzájemně nerušili,“ vysvětlila Jitka Sládková.

Významným trendem je přesun části práce do venkovních prostor, což umožňují zeměpisné podmínky České republiky. Technologický Park Brno proto přizpůsobuje tomuto trendu

i venkovní plochy. „Na jarní a letní sezónu připravujeme mnoho nových prvků umístěných v zeleni. Chystáme relaxační lehátka u jezírka a v zeleni u univerzity, a také několik prvků vhodných jak k práci, tak k odpočinku napříč celým parkem. Cílem je pracovat na čerstvém vzduchu, a přitom v kreativním prostředí,“ představil proměny Jiří Machát, provozní ředitel Technologického Parku Brno. „Práci venku usnadní místa, kde si budou moci lidé dobíjet svá mobilní zařízení přes USB kabely. Připravujeme i prvky, které budou využívat solární energii,“ dodal Jiří Machát.

Technologický Park Brno klade důraz na vysokou úroveň kvality pracovního prostředí, pro zdravý životní styl jeho uživatelů. Poskytuje množství zelených i vodních ploch v kombinaci se sportovním vyžitím. Součástí plánů na rozšiřování parku jsou tak i nová sportoviště v centrální zóně. (tz)

Loni ukončilo činnost 170 firem, které působí v oblasti ubytování, vzniklo ale 379 nových

Z důvodu pandemie koronaviru fungují hotely a krátkodobé pronájmy ve velmi omezeném režimu už téměř rok. Paradoxně, i přes krizový rok, se celkový počet ubytovacích zařízení v ČR zvýšil o 300, což meziročně představuje přírůstek o téměř 6 %. Informace v únoru zveřejnila poradenská společnost Bisnode A Dun & Bradstreet Company.

V roce 2020 bylo v České republice registrováno 5338 hotelů, provozoven krátkodobého ubytování a kempů. Meziročně se jejich počet zvýšil o 300 a od roku 2018 o 619, tedy o 13 %. V roce 2019 podnikatelé založili 496 nových firem, které podnikají v oblasti ubytování, zatímco v uplynulém roce jich bylo 379, což je o pětinu méně. Naopak počet zaniklých provozoven

byl srovnatelný. „Vloni, i přes velmi kritické období pro tento segment, se podnikatelská základna rozrostla. Nicméně detailnější analýza ukázala, že zaniklo 104 hotelů z celkového počtu 170 zrušených provozoven. Nejvíce nových subjektů, celkem 257, vzniklo v kategorii krátkodobého ubytování hostů,“ přiblížila Petra Štěpánová, analytička Bisnode A Dun & Bradstreet Company. Nejvíce ubytovacích možností přibývalo v Praze (107), Jihomoravském (47) a Jihočeském (43) kraji.

U našich sousedů na Slovensku je situace o něco lepší. Z celkového počtu 2480 hotelů, kempů a různých forem ubytování loni zaniklo 39 provozoven, což je o osm více než v roce 2019 a o deset méně než v roce 2018. Počet subjektů v segmentu ubytování se loni zvýšil o 223 subjektů, což představuje meziroční nárůst o desetinu. (tz)

INZERCE

VÝZNAMNÁ POMOC

firmám • organizacím • exportérům

Nabízím tlumočení i písemné překlady.
Na základě svých dlouholetých zkušeností
zaručuji služby na úrovni.
Působím také jako soudní tlumočnice
jazyka anglického a vietnamského.

Mgr. Chau Lan Duongová
e-mail: chaulan@seznam.cz
tel.: +420 776 793 493

Ukrajinci a Slováci skupují české firmy



Foto Pixabay

Zahraniční podnikatelé loni koupili 2556 českých firem, což je o čtvrtinu méně než v roce 2019 a nejméně za posledních sedm let. České firmy nejčastěji kupovali Ukrajinci (692), Slováci (497) a s výraznějším odstupem Maďaři (148), Rusové (125), Rumuni (122) a Poláci (119). Informace v únoru přinesla společnost Bisnode A Dun & Bradstreet Company, jednička ve sledování vazeb a propojení mezi subjekty.

„Obchod s firmami loni zamrzl, stejně jako tuzemská ekonomika. Ztížené podmínky pro podnikání, omezené cestování, zvýšená rizika nebo nejisté vyhlídky, to jsou hlavní důvody, proč zahraniční investoři v uplynulém roce koupili podstatně méně českých firem než v po-

sledních sedmi letech, kdy tyto statistiky sledujeme,“ řekla Petra Štěpánová, analytička Bisnode A Dun & Bradstreet Company.

Na 27 % českých firem, které v uplynulém roce přešly do rukou zahraničních vlastníků, koupili Ukrajinci. Přitom mezi lety 2014 a 2017 nejvíc českých firem prodaných do zahraničí mířilo na Slovensko. Od roku 2018 ale již nejvíc firem kupovali Ukrajinci, a Slováky tak odsunuli na pomyslnou druhou příčku,“ dodala Petra Štěpánová s tím, že v posledních dvou letech si ukrajínští podnikatelé před Slováky vytvořili znatelný náskok. „České firmy kupují hlavně podnikatelé ze zemí, se kterými nás pojí geografické, historické a ekonomické vazby. V Top 10 jsou všechny země V4 a z postkomunistického bloku Rusko, Rumunsko a Bulharsko,“ dodala Petra Štěpánová. (tz)

Počty českých společností prodaných zahraničním podnikatelům (2020)

stát	počet	podíl na celku
Ukrajina	692	27,07 %
Slovenská republika	497	19,44 %
Maďarsko	148	5,79 %
Rusko	125	4,89 %
Rumunsko	122	4,77 %
Polsko	119	4,66 %
Bulharsko	83	3,25 %
Velká Británie	79	3,09 %
Německo	71	2,78 %
Itálie	67	2,62 %

poznámka: jen přímé majetkové vazby

Počty českých společností prodaných zahraničním podnikatelům (2018–2019)

Top 10 2018	počet	podíl na celku	Top 10 2019	počet	podíl na celku
Ukrajina	776	22,28 %	Ukrajina	897	26,65 %
Slovensko	674	19,35 %	Slovensko	690	20,50 %
Rumunsko	194	5,57 %	Maďarsko	192	5,70 %
Rusko	183	5,25 %	Rumunsko	186	5,53 %
Maďarsko	183	5,25 %	Rusko	170	5,05 %
Polsko	179	5,14 %	Polsko	153	4,55 %
Velká Británie	114	3,27 %	Velká Británie	110	3,27 %
Bulharsko	110	3,16 %	Itálie	82	2,44 %
Německo	104	2,99 %	Německo	73	2,17 %
Itálie	93	2,67 %	Bulharsko	70	2,08 %
celkem	3483	100,00 %	celkem	3366	100,00 %

zdroj: Bisnode A Dun & Bradstreet Company

V letošním roce by mohl ukončit svou činnost každý třetí podnikatel

Rok od prvního potvrzeného případu nákazy v České republice je zřejmé, že situace dopadla nepříznivě zejména na drobné podnikatele a malé a střední podniky. Podle aktuálního průzkumu společnosti Lidya zaznamenalo v loňském roce více než 70 % podnikatelů propady v tržbách oproti roku 2019. S ohledem na nejnovejší vývoj situace a další vládní opatření plánuje letos ukončit svou činnost každý třetí podnikatel.

V souvislosti s pandemií byl v ČR loni vyhlášen nouzový stav, který s jedinou přestávkou trvá. Restrikce a omezení citelně zasáhly ekonomiku a řada podnikatelů se dostala do problémů. Podle dat společnosti Bisnode přerušilo loni podnikání skoro 100 000 živnostníků, což je v meziročním srovnání nárůst o 43 %. Cel-

kový trend, kterým živnostníci dočasně ukončovali podnikatelské aktivity, nabral na tempu ve druhé polovině roku, kdy přestaly všechny úlevy jako odložení plateb úvěrů nebo odpuštění plateb sociálního a zdravotního pojištění.

A tato čísla vzhledem k vývoji situace porostou. Podle aktuálního průzkumu společnosti Lidya plánuje s ohledem na nekončící vládní opatření až 30 % podnikatelů, kteří se průzkumu zúčastnili, v letošním roce svou činnost ukončit. V průzkumu, který Lidya provedla v září loňského roku, tedy na počátku druhé vlny, predikovalo svůj konec pouze 12 % respondentů.

„Je vidět, že řada podnikatelů a malých firem vyčerpala rezervy již v prvních vlnách restrikcí a jelikož je řada sektorů prakticky už rok výrazně omezena, nemají kde brát prostředky na pokračování v činnosti. Státní kompenzace se čím dál více ukazují jako nedostatečné a řada

podnikatelů na ně nedosáhne,“ řekl Libor Vaníček, ředitel české pobočky Lidya.

Banky často zpřísnily podmínky a pečlivě si vybírají, komu půjčí. Z aktuálního průzkumu vyplynulo, že se splácením svého úvěru má nyní problém až 28 % podnikatelů. Více než 32 % z dotazovaných nemá v tuto chvíli žádné prostředky na vytváření si vlastních rezerv. Přesto je řada životaschopných firem, kterým mohou pomoci přelkenout ztížený přístup k financím nebankovní instituce.

„Obracejí se na nás klienti, kterým banky zpřísnily podmínky, nedaly jim dostatečné množství prostředků nebo jim úvěr zamítly. Některým z nich může pomoci právě Lidya. Na rozdíl od bank jsme v poskytování prostředků mnohem flexibilnější a můžeme firmám pomoci přelkenout kritické období. Naši specializací jsou krátkodobé nezajištěné provozní úvěry. Právě to banky v této nejisté a velmi složité době

omezily nejvíce,“ dodal Libor Vaníček. Zatímco v loňském únorovém průzkumu uvádělo 58 % respondentů jako účel úvěru investici do rozšíření nemovitosti a technologií, v letošním průzkumu více než 32 % z dotazovaných podnikatelů uvedlo jako účel úvěru přelkenutí dočasného nedostatku provozní hotovosti.

Přestože se hovoří hlavně o negativních dopadech, je zajímavé, že i v této situaci vznikají nové firmy a často se životaschopným obchodním modelem, který doplácí na nedostupnost provozních zdrojů. „I mezi našimi klienty máme řadu firem, které mají poměrně krátkou historii, a zatímco banky vyžadují daňová priznání za několik předešlých let, nám stačí poslední tři měsíční bankovní výpisy. To nám potvrdil realitový průzkum. U 31 % podnikatelů, kteří požádali o úvěr a nedostali ho, byla překážkou právě krátká doba existence firmy,“ uzavřel Libor Vaníček. (tz)

Český pracovní trh je z nejhoršího venku

dokončení ze strany 1

S uzavřením hranic, resp. omezením vstupu a pobytu zahraničních pracovníků v ČR, musel nastat obrovský převis poptávky. Vznikla opravdu kritická situace, nebo to jen firmu trochu bolí?

Vznikla výrazně kritická situace. Obzvláště u uchazečů s nutnou kvalifikací. V době konjunktury pracovalo v České republice více než 700 000 zahraničních zaměstnanců, zhruba polovina měla příslušnost mimo Evropskou unii. Odhaduje se, že během roku 2020 jich skoro 200 000 odešlo zpět do svých zemí. Důvodem byla oprávněná obava ze zavírání hranic a snaha být své rodině blízkou. Dnes tito kandidáti českému pracovnímu trhu výrazně chybějí.

Lokální mobilitě pracovní síly navíc nepomáhá ani stále se prodlužující program Antivirus, jelikož na pracovní trh se nedostávají kandidáti, kteří u svých stávajících zaměstnavatelů již de facto nemají práci. Jejich pracovní místa zachovává již pouze státní podpora. Až skončí,



tak dojde ze strany zaměstnavatelů i ke zrušení těchto uměle udržovaných pozic.

Kde cizinci chybějí nejvíce? Které činnosti, obory, profese vykazují největší dluh?

Jde například o strojírenství, ale i o oblast Business Services, které již v dnešní době zaměstná-

vá v ČR skoro 50 % všech zaměstnanců z cizích zemí. Navíc oblast sdílených služeb je jeden z mála sektorů, kterému se anticipuje v dalších několika letech vysoký růst v oblasti potřeby nových zaměstnanců. Zároveň předpokládám, že zahraniční zaměstnanci budou výrazně chybět ve chvíli, až se trh a ekonomika začnou vracet zpátky do normálu, kdy společnosti budou potřebovat navýšit objemy práce.

Musí se zaměstnavatelé smířit s tím, že i do budoucna nebude dostatek brigádníků, třeba na sezónní jarní a sklizňové práce, řemeslníků, specialistů? A existuje náhrada, například na základě technologií nebo změnou zaměření výrobní činnosti?

Vše bude záležet na schopnosti vládních elit bojovat s pandemickou situací. Dnes máme k normálnímu provozu vskutku daleko. Nezaměstnanost roste, i když překvapivě pomalu, kandidáti na sezónní práce se jistě dají rekrutovat z oblasti služeb, bude-li tento sektor ještě v létě zavřený. Nicméně pravdou je, že krátkodobé sezónní práce tradičně zastřešovala zahraniční pracovní síla. Technologická náhrada sice exis-

tuje a neustále se vyvíjí, otázkou však zůstává, zda české podniky budou mít v současné době dostatek síly a investičních prostředků na automatizaci nebo digitalizaci.

Co byste jako personalista českým firmám doporučil?

Zůstaňte negativně pozitivní. Z nejhoršího je český pracovní trh venku. Učíme se průběžně, jak žít s pandemií, jak chránit naše zaměstnance, jak

Co se zcela změnilo, je vnímání práce z domova jako výhody. Většina zaměstnanců, kteří poslední měsíce působí převážně na home office, dnes naopak možnou práci z kanceláře vnímají jako benefit.

alespoň částečně zajistit chod našich podniků. To je zkušenost, která nás aktuálně hodně bolí, ale v budoucnosti se nám bude určitě hodit.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

Ani v dnešní době by podnikatelé neměli podceňovat kvalitní pojištění

Podnikání s sebou nese mnoho benefitů pro zakladatele a majitele firem, chce však také značnou dávku odvahy, mnoho optimizmu či vášně pro zdolávání výzev a překážek. V dnešní době poznamenané koronavirovou pandemií to platí dvojnásob. Kromě nápadů však vyžaduje business vnímat realitu bez růžových brýlí, stát nohama na zemi, odhadovat rizika a eliminovat je. K tomu poslednímu jmenovanému patří vhodná pojistná smlouva, v případě malého pomůže pojišťovna řešit to nejpodstatnější, totiž základní jistoty podnikání. Na pojištění je potřeba myslet v předstihu, hned při zakládání firmy, a posléze obnovovat, doplňovat, aktualizovat. O významu pojištění pro živnostníky, malé a střední podniky jsem hovořila s Radkem Starostou, ředitelem Úseku pojištění majetku a odpovědnosti v Kooperativě.

Ne všichni podnikatelé ještě docenují vhodné pojištění pro své firmy. Co byste v této souvislosti připomenul?

Z hlediska potřeby pojištění je celkem jedno, čím se firma či živnostník zabývá. Bez jakékoli nadsázky mohou říci, že pojištění potřebují všichni podnikatelé a živnostníci, bez ohledu na provozovanou činnost či výši obrátu. Existují rizika, která ohrožují firmy, každého podnikatele obecně, bez výjimky. Jde především o živelní ri-

V současné době přichází na trh další verze zmiňovaného produktu TREND. V rámci inovací kromě jiného přináší Nový TREND technologické novinky, řadu produktových vylepšení, vymezuje nová pojistná nebezpečí a dává vysoký uživatelský komfort. Nový TREND tak například obsahuje nové asistenční služby pro podnikatele a využívá nejmodernější možnosti sjednání pojištění, včetně prodeje na dálku, což ještě zvyšuje jeho klíčovou atraktivitu.

zika – požár, povodeň či vichřice si nevybírá, i odpovědnosti za škody způsobené vašim podnikáním se nezprostíte. Na druhé straně v souvislosti s určitým oborem podnikání jsou spojeny speciální rizika. Vlastník výrobní firmy pravděpodobně doplní své pojištění o strojní rizika, provozovatel restaurace zase o odpovědnost za výrobek. Zkrátka obchodník, řemeslník, výrob-

ce, hoteliér či poskytovatel služby, a také vlastník či správce bytového domu, administrativní budovy by měl mít jistotu, že v případě škody bude mít prostředky na její uhrazení.

Majitelé mikrofirem jsou zahlceni povinnostmi všedních dnů a to, co je takřka nepálí, moc neřeší. Jak se staví k péči o majetek, provoz, kancelář? Pojišťují se brzy po založení svého businessu, nebo až časem?

Dobry hospodár si umí spočítat, kolik zaplatí za případné pojištění a jaké škody mohou nastat v případě živelních rizik nebo v případě odpovědnosti za újmu. Může jít o milióny korun. Pojištění se prostě stává nezbytností, většina zodpovědných podnikatelů na to myslí a po založení firmy si pojištění sjedná. Ti ostatní se o pojištění většinou začínají zajímat až po škodě, která ale může jejich podnikání výrazně ovlivnit. Především živelní rizika jako požár, povodeň nebo záplava mohou být pro firmu fatální. Pokud podnikáte v oblasti často ohrožované povodněmi, je mylné se domnívat, že povodně se vám „nějak“ vyhnou, stejně tak nemít pojištěnou dřevěnou horskou chatu v nedostupném terénu na požár nebo vichřici je hazard.

Kooperativa na menší a střední podniky pamatuje hned několika produkty. Jaké to jsou především?

V nabídce samozřejmě máme tzv. balíčkové produkty, kdy v jedné smlouvě je vše, co by měl mít menší podnikatel pojištěno a na co by neměl zapomenout. Jednoduché a komplexní pojištění, srozumitelné i pro malé a začínající podnikatele je cenově výhodné. Takovým balíčkem je například pojištění pro podnikatele START Plus, se kterým sklízíme úspěchy již řadu let. Podobným balíčkem je i pojištění pro ordinace, i veterinární, a lékárny, produkt Ordinance.

Čím se liší pojištění TREND od START Plus?

Zatímco START Plus je určený spíše pro živnostníky, TREND je nosným produktem pro malé a střední firmy. Podnikatelé si v TRENDu mohou pojistit majetek až do hodnoty 500 miliónů korun a obce majetek až do jedné miliardy. Jde o stavebnicový produkt, kde si klient může pojištění navolit dle svých potřeb. Velkou výhodou TRENDu je průvodce pojištěním, který umožní velmi dobře zanalyzovat potřeby pod-



Radek Starosta, ředitel Úseku pojištění majetku a odpovědnosti v Kooperativě

nikatele a správně nastavit parametry pojistné smlouvy, což prakticky eliminuje rizika plynoucí z nesprávně nastavených parametrů. Například pro výrobní firmu je důležité pojistit si strojní rizika, zastavit výrobu mohou živly, jako je požár, povodeň nebo záplava, což vyřeší pojištění přerušeno provozu, a pokud dodáváte své výrobky, je důležitá i odpovědnost za újmu způsobenou vadou výrobku. TREND oceňuje klienti i odborná veřejnost, dominuje řadě anketám, například Zlaté koruně.

Inovujete je průběžně tak, aby ještě více vycházely vstříc potřebám praxe? Na co nového byste nyní upozornil?

Samozřejmě, bez toho to nejde. Pokud chcete být úspěšní, a to Kooperativa chce, musíte reagovat na potřeby klientů, nové technologie, snažit se urychlit a zjednodušit systém prodeje i likvidace škod, komunikaci s klientem. V současné době přichází na trh další verze zmiňovaného produktu TREND. V rámci inovací kromě jiného přináší Nový TREND technologické novinky, řadu produktových vylepšení, vymezuje nová pojistná nebezpečí a dává vysoký uživatelský komfort. Nový TREND tak například obsahuje nové asistenční služby pro podnikatele a využívá nejmodernější možnosti sjednání pojištění, včetně prodeje na dálku, což ještě zvyšuje jeho klíčovou atraktivitu. Nový TREND tak nadále zůstává variabilním univerzálním nástrojem pro sjednávání pojištění podnikatelů a živnostníků. Produktem lze pojistit širokou

škálu podnikatelských subjektů, a to od drobného podnikatele s jedním místem pojištění až po velkou společnost s více místy pojištění a širokou územní působností.

V rámci pojištění podnikatelů nejen průběžně inovujeme stávající produkty, ale přicházíme i s novými, jako je například pojištění kybernetických rizik, lodí, výstav, stavebních a montážních rizik.

Máte poznatky o tom, kdo k pojištění přistupuje zodpovědněji? Muži, nebo ženy?

Domnívám se, že pohlaví nemá vliv na odpovědnost podnikatele, živnostníka, i když se říká, že ženy méně riskují. V tomto směru ale žádné statistiky zatím nevedeme.

Rostou útoky na naše mobily, počítače, podnikové systémy. Zvyšuje se počet klientů, kteří se příkladně starají o kybernetická rizika i prostřednictvím své pojišťovny?

Přibývá dat a informací a ty je třeba chránit. Citlivé údaje o zákaznících i dodavatelích mohou vynést bývalí zaměstnanci nebo se data jednoduše ztratí, e-shop mohou kdykoliv napadnout hackeři. Potom ztráta dat, důvěry zákazníků a často i finančních prostředků mohou být pro podnikání skutečně fatální – náklady na objasnění, obnovení dat a přerušeno provozu jsou vysoké. Pojištění kybernetických rizik nabízíme již několik let. Řada firem si toto riziko uvědomuje a je pojištěna, ty ostatní by měly zvážít, zda chod jejich firmy se bez tohoto pojištění obejde. Kybernetické útoky se, samozřejmě, netýkají pouze velkých podniků, napadeny mohou být i ty menší.

Při kybernetických útocích dochází k poškození, zničení, ztrátě nebo odcizení dat v elektronické podobě způsobené úmyslným jednáním hackera. Může dojít k nedbalostnímu pochybení zaměstnance vedoucímu k poškození či ztrátě dat. Nejčastějším případem je tzv. DOS útok, tj. úmyslné přetížení nebo zahlcení počítačového systému, které způsobí odepření služby (nefunkčnost a zablokování systému). Pojištění v případě kybernetického incidentu kryje náklady na obnovu dat v elektronické podobě a funkčnosti počítačového systému, náklady regulatorního řízení, náklady public relations – obnovu dobrého jména, odpovědnost za újmu způsobenou únikem dat v elektronické podobě, a také přerušeno provozu.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Mezinárodní inovační síť podpoří začínající české inovátory

Až 25 000 eur mohou z programu EIT Digital Venture získat začínající podnikatelé s inovativním nápadem na produkt nebo službu využívající digitální technologie. Program podporuje projekty, které už mají za sebou testovací etapu nebo disponují prototypem. „Cílem programu je popostrčit slibné projekty do fáze, kdy se z nich stanou životaschopné produkty ověřené s reálnými uživateli,“ vysvětlila Monika Vrbková z inovační agentury JIC, která má program u nás a na Slovensku na starosti. Firmy se mohou hlásit do 8. dubna prostřednictvím webu EIT Digital.

Program nabízí podporu zejména digitálním inovacím pro průmyslové aplikace, chytrá města, správu a ochranu dat, prevenci i detekci chorob nebo třeba finanční sektor. Přihlásit se mohou minimálně dvoučlenné týmy z České republiky nebo Slovenska a zájemci ještě nesmí mít založenou firmu. Ještě v dubnu proběhne hod-



foto Shutterstock

nocení přihlášek, z něho vzejdou vybraní kandidáti. O tom, zda budou do programu vybráni, rozhodnou rozhovory, které proběhnou mezi 18. a 20. dubnem. Samotný osmítýdenní program pak startuje 10. května. Každý z vybraných týmů získá 5000 eur a také možnost konzultací se zkušenými experty, kteří by měli pomoci dovést nápad do fáze životaschopného produktu. Všechny týmy, které program úspěšně dokončí do 21. listopadu a založí firmu, navíc čeká 10 000 eur. Dalších 10 000 eur pak získá prvních 10 firem, kterým se podaří získat investora.

„Talentované lidi můžeme najít po celém světě. Mají ale rozdílné příležitosti k tomu, aby se z nich skutečně stali úspěšní inovátoři a podnikatelé. A právě program EIT Digital Venture chce tímto způsobem investovat do lidí zejména ze zemí s nižší inovační výkonností,“ řekla Monika Vrbková s tím, že kromě států střední a východní Evropy jde i o balkánské země, Maltu nebo třeba Portugalsko.

V dosavadní historii programu se zatím žádný z českých ani slovenských nápadů nepro-

sadil. V minulosti uspěly zejména projekty z Portugalska, Řecka nebo Pobaltských zemí. Úspěšné bylo ale například i Polsko, mimo jiné s aplikací Subjective Guide, která nabízí sdílení turistických doporučení mezi cestovateli. Její tvůrkyně Karolina Czaplicka si pochvaluje zejména zkušenosti, které díky účasti v programu získala: „Dostalo se nám základních znalostí o tom, jak nastartovat a rozvíjet podnikání. Program nám poskytl finanční podporu, bez které bychom nebyli schopni vybudovat minimální a fungující variantu produktu a ověřit, že náš nápad bude fungovat.“

Podle Moniky Vrbkové je u nás takových příležitostí pro akceleraci nápadů stále nedostatek. „Získat investici v této rané fázi podnikání je velmi obtížné – pro investory jde o velmi rizikový krok směrem k neověřeným nápadům a ani veřejné zdroje nejsou kvůli komplikovaným podmínkám na jejich podporu připraveny,“ sdělila Monika Vrbková a začínající podnikatelé pobídla k tomu, aby se do programu přihlásili. (tz)

Vodafone rozšířil pokrytí 5G, nejrychlejší mobilní síť už má k dispozici více než pětina české populace

Pro všechny, kteří chtějí využívat nejmodernější mobilní síť páté generace, má Vodafone dobré zprávy. Z pěti měst, kde operátor spustil 5G pokrytí k 1. říjnu 2020, se aktuálně signál rozšířil už do více než 130 měst i menších obcí. Aktuálně tak jde o jasné nejrozsáhlejší 5G síť v Česku. Vodafone také stále rozšiřuje nabídku telefonů s podporou 5G, jde už o modely od značek Apple, Samsung, Huawei i Xiaomi. Další zlepšení v cestě za digitalizací Česka přinese přelom března a dubna 2021, kdy Vodafone vypnutím starší sítě 3G uvolní frekvenční pásmo pro modernější systémy LTE, a hlavně 5G.

Společnost Vodafone spustila pro zákazníky v Česku pátou generaci mobilních sítí 5G loni 1. října v pěti městech. Šlo o Karlovy Vary, Ústí nad Labem a Jeseník (města, se kterými operátor spolupracuje na uvedení nejmodernější technologie do praxe), a také o neobydlenější oblasti České republiky – Prahu a Brno. Zároveň už v říjnu jako první pokryl Vodafone 5G signálem vybrané stanice pražského metra, které se tak dostalo mezi první 5G podzemní dráhy na světě.

Nyní je 5G signálem alespoň částečně pokryto přes 130 měst i menších obcí, jde například o Aš i Český Těšín, Liberec i České Buděj-

ovice, dále třeba o Český Krumlov, Havlíčkův Brod, Vrchlabí, Kladno nebo Rokycany. Signál tak pokrývá více než pětinu celé české populace, je dostupný pro zhruba dva milióny obyvatel. Může za to navýšení počtu vysílačů, které Vodafone technologii 5G osadil. Zatímco v říjnu šlo o zhruba 80 základnových stanic, aktuálně už jde o více než 700 vysílačů. Pokryto sítí 5G od Vodafone je už i 35 stanic pražského metra. Vodafone tak má v současnosti jednoznačně nejrozsáhlejší 5G pokrytí na českém území.

„Loni jsme spustili fixní gigabitovou síť a aktuálně pro více než 1,4 miliónu domácností a firem nabízíme pevné internetové připojení s rychlostí 1 Gb/s. Naši ambice vybudovat v Česku GigaSíť nyní uskutečňujeme i u mobilního připojení. Nezaměřujeme se přitom pouze na největší česká města, ale více než pětina obyvatel napříč zemí se už ze svých domovů k 5G může připojit. A třeba při procházce nebo nákupu už je 5G dostupné ještě mnohem více lidem. Jde o evoluci směrem k vysokým mobilním rychlostem, běžně v řádu stovek megabitů za sekundu,“ řekl Milan Zíka, viceprezident Vodafone pro technologie.

Slavomír Slanina, ředitel pro rozvoj sítí Vodafone, k tomu dodal: „Pokračujeme v rozšiřo-



vání 5G pokrytí s pomocí nejmodernější technologie Dynamic Spectrum Sharing, která umožňuje na jednom frekvenčním přidělu spektra a nejmodernější Single RAN technologii obsluhovat současně 5G a LTE zákazníky. Je to významný krok, díky kterému lze efektivně využívat přidělené spektrum a který v kombinaci s chystaným vypnutím sítě 3G pomůže značně zvýšit kapacitu sítě pro narůstající potřeby našich zákazníků.“

Celoplošné vypnutí 3G sítě Vodafone plánuje na konec března 2021. Kmitočty, na kterých starší mobilní síť 3G funguje, se tak uvolní pro modernější 4G LTE a 5G. K aktuálnímu rozšíření pokrytí Vodafone využil frekvence v pásmech 1800 a 2100 MHz.

K 5G síti se mohou během současné zaváděcí nabídky připojit firemní i ne-firemní zákazníci se stávajícími tarify a také majitelé předplacených karet. Potřebují ale nejnovější mobilní telefony, které dokážou se sítí 5G od Vodafone pracovat. Ten přitom stále rozšiřuje nabídku telefonů s podporou rychlé 5G sítě. Momentálně jde například o telefony řady Samsung Galaxy S21 nebo Apple iPhone 12, dále o Xiaomi Redmi Note 9T, Huawei P40 Pro nebo Samsung Galaxy A42 5G. S rychlou sítí umí pracovat i inteligentní router Huawei 5G CPE Pro 2.

Kdo má u Vodafone některý z tarifů Vodafone Neomezený a koupí si 5G telefon (přístroj musí být kompatibilní se sítí Vodafone), může si během zaváděcí nabídky vyzkoušet naplno přesně to, co technické parametry nové 5G technologie dovolí, to znamená bez rychlostního stropu. Po zaváděcím období a dalším rozšíření pokrytí představí Vodafone novou nabídku sítí už na míru 5G. (tz)

Šest let společně v cloudu

Již šesté výročí spolupráce, díky které Asseco Solutions může nabízet svým zákazníkům cloudové řešení svých informačních systémů – ERPORT, oslaví na jaře letošního roku společnost Geetoo a Asseco Solutions. Producent informačních systémů HELIOS, který se v loňském roce stal s tímto cloudovým projektem obrátově nejrychleji rostoucím partnerem skupiny Geetoo, současně obdržel ocenění v podobě unikátní skleněné cihly SIMAX.

„Základem dobrého partnerství jsou pevné základy, proto jsme se rozhodli Asseco Solutions ocenit výjimečnou skleněnou cihlou. Ta byla vyrobena v největších českých sklárnách Kavalierglass, je ručně tvarovaná i pískovaná. Kopernice s Asseco Solutions dokazuje, že cloud není jen místo pro provoz webových portálů, ale zejména prostředí pro chod důležitých aplikací, jako jsou ERP systémy,“ řekl Jakub Herink, Channel Manager Geetoo pro Českou a Slovenskou republiku.

Vzhledem ke stále silícímu trendu přesouvání informačních systémů pro firmy všech ty-

pů a velikostí do cloudu, lze podle jeho slov předpokládat slibná čísla i v roce 2021.

„Rád bych poděkoval společnosti Geetoo za úspěšnou spolupráci na projektu ERPORT. Velmi nás těší, že je v konkurenci ostatních cloudových nabídek úspěšný, což potvrzuje i získané ocenění,“ sdělil Martin Kršňák, ředitel pro Business Development Asseco Solutions.

Podle jeho slov byl ERPORT od začátku koncipován jako SaaS nabídka ERP systémů HELIOS pro nové zákazníky a současně pro podporu snadného přechodu provozu HELIOS do cloudového prostředí pro stávající zákazn-

ky. „Ukazuje se, že jde o velmi atraktivní nabídku a naši zákazníci využívají všech výhod, které jim ERPORT nabízí,“ dodal Martin Kršňák. „Patří mezi ně předpřipravené řešení pokrývající specifika provozu ERP systému, rapidní snížení investičních nákladů do HW a SW infrastruktury, profesionální podpora jednotného helpdesku a v neposlední řadě možnost průběžné změny parametrů prostředí dle reálných potřeb zákazníků.“

Geetoo

Společnosti ze skupiny Geetoo se pohybují v IT prostředí od roku 2004. Geetoo CZ s.r.o. se více než osm let zabývá moderními cloudovými technologiemi, za které získala řadu prestižních ocenění od společnosti VMware, Veeam a Hewlett Packard Enterprise. Geetoo se zabývá poskytováním nejen Infrastructure as a Service (IaaS), ale i Platform as a Service (PaaS) a hybridními řešeními, kde je leaderem českého trhu.

Asseco Solutions

Společnost Asseco Solutions, a.s., je největším producentem podnikových informačních sy-

stémů na českém a slovenském trhu a v roce 2020 oslavila 30 let od svého vzniku. Softwarová řešení z její produkce jsou distribuována i na dalších trzích v rámci střední Evropy. Společnost se zabývá nejen vývojem, ale také implementací a podporou specializovaných systémů pro organizace všech velikostí v nejrůznějších oblastech jejich působení.

Produktové portfolio sahá od informačních systémů po nejširší spektrum podniků, zabývajících se výrobou, obchodem či službami, přes produkty pro oblast veřejné správy až po produkty pokrývající specializované potřeby firem, jako např. ubytovací a stravovací zařízení. Všechny produkty jsou doplněné širokou nabídkou služeb a partnerských řešení. Kromě základních modulů a funkcionalit poskytují též aplikace pro jednotlivé oblasti podnikání, tzv. „oborová řešení“.

Asseco Solutions je nositelem certifikátu kvality ISO 9001:2015 a je členem nadnárodní skupiny ASSECO Group. Obrát Asseco Solutions, a.s., za poslední fiskální rok 2019 činil 593,8 miliónu Kč a ke konci tohoto roku v ní pracovalo celkem 343 osob. (tz)

Konica Minolta ovládla testování kvality s produktovou řadou i-Series

Konica Minolta získala celkem 12 prestižních ocenění Buyers Lab (BLI) Awards od mezinárodní nezávislé laboratoře Keypoint Intelligence. Označení Pick, udělované absolutním vítězům jednotlivých kategorií, si odneslo hned deset multifunkčních zařízení řady i-Series. S tou uspěla Konica Minolta rovněž v kategorii Produktová řada roku. Dalším oceněním byl titul BLI 2021–2023 Most Colour Consistent A3 Brand Award, udělovaný za stálost kvality výtisků.



„Všechna tato ocenění jsou potvrzením nejen kvality pro naše zákazníky, ale také správné inovační strategie Konica Minolta, ze které vzešla i řada i-Series. Zejména mě těší fakt, že z deseti vítězných produktů v kategorii kancelářských zařízení jich deset nese logo Konica Minolta. Také to je jasným důkazem, že naše přístroje patří aktuálně skutečně k těm nejlepším na trhu,“ sdělil Pavel Čurda, generální ředitel Konica Minolta Business Solutions Czech,

s tím, že od uvedení přístrojů řady i-Series na trh dodala Konica Minolta zákazníkům v ČR již přes 10 000 těchto zařízení a poptávka po nich stále roste.

Řada i-Series zahrnuje celkem 23 multifunkčních zařízení a tiskáren, které nabízejí černobílý i barevný tisk ve formátu A4 i A3. Všechny přístroje jsou charakteristické funkcemi pro podporu digitalizace dokumentů a jednoduchým ovládním. Jednotlivé modely

pak uživatelům nabízejí skenování rychlostí až 200 stran za minutu, funkci mobilního tisku ze zařízení s operačními systémy iOS, Android či Windows10 Mobile, ochranu antivirem Bitdefender nebo autorizaci biometrickou čtečkou kapilár a prstu.

Ocenění Pick uděluje laboratoř Keypoint Intelligence na základě šestiměsíčního testování dvakrát do roka. V „zimní části“ roku 2021 je získala pouze zařízení od Konica Minolta, konkrétně bízuhub C250i, C300i, C450i, C550i, C650i, 300i, 360i, 450i, 550i a 750i. Testovací komisaři ocenili kromě kvality a spolehlivosti přístrojů také jejich flexibilitu využití od malých podniků až po velké firmy. Dále i možnost individuálního přizpůsobení vzhledu a ovládní displeje nebo jednoduchost správy jak z pohledu užívání, tak servisu. Tyto důvody vedly rovněž k udělení ocenění Produktová řada roku.

Cena BLI 2021–2023 Most Colour Consistent A3 Brand Award je udělována na základě analýzy konzistence barev výtisků z posuzova-

ných zařízení. Ty Keypoint Intelligence provádí už více než dvacet let a do svého hodnocení zahrnuje výsledky z posledních pěti roků. „Ačkoli se v segmentu tiskových řešení v poslední dekádě soustředíme hlavně na rozvoj digitalizace dokumentů a jejich správu, tisk jako takový vždy byl a stále je základem našeho businessu. Tato cena potvrzuje, že se nám i v době výrazných inovací v jiných oblastech daří držet vysokou kvalitu základních tiskových služeb, na kterou jsou naši zákazníci zvyklí,“ uzavřel Pavel Čurda.

Keypoint Intelligence (dříve Buyers Laboratory Inc) je přední nezávislá testovací laboratoř v oboru kancelářské techniky. Byla založena v roce 1961 a od té doby působí jako hlavní nezávislý a spolehlivý zpravodaj v oblasti zobrazovacích průmyslu. Publikuje jedny z nekomplexnějších srovnávacích testů kancelářské techniky, které jsou vždy založeny na tisku desítek tisíc stran různých hmotností a velikostí a na simulaci mnoha pracovních scénářů v rámci využití testovaných technologií. (tz)

Vynálezy a užité vzory v praxi malých a středních firem: odměny původců a mediace



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

Z údajů, které zveřejnil Český statistický úřad za rok 2020 ohledně vývoje poskytnutých licencí na know-how, vyplývá setrvalá nízká patentová aktivita českých přihlašovatelů, a napak vysoký počet platných licencí a tomu odpovídající vysoké příjmy z licenčních poplatků za poskytnuté know-how. Je třeba si proto klást otázku, proč nejsou naopak více využívána práva k patentům, jež obvykle představují nejvhodnější formu ochrany technických řešení s dlouhodobým potenciálem jejich komercializace.

Z praxe malých a středních podniků je zřejmá určitá zdrženlivost k využívání těchto způsobů řízení ochrany duševního vlastnictví, která je zpravidla dána nedostatečnou znalostí této problematiky. O to větší úsilí je třeba věnovat ochraně vědomostního potenciálu českých malých a středních podniků, které se mohou (a v praxi také často stávají) terčem nekalých soutěžních praktik, jejichž cílem je právě odcizení know-how, které je v České republice na vysoké odborné úrovni. O tom svědčí nejenom počet poskytnutých licencí na know-how, ale i praktické zkušenosti některých českých podniků.

Další nebezpečí spočívá v tom, že sami původci těchto unikátních řešení často nejsou dostatečně poučeni o svých právech a povinnostech, případně se rozhodli zcela vědomě nabyté know-how a obchodní tajemství zneužít ve svůj prospěch. Tím pochopitelně mohou způsobit značnou majetkovou i nemajetkovou újmu svému zaměstnavateli nebo jinému subjektu, s nímž jsou v právním vztahu, který má na výsledky jejich výzkumu a vývoje právo. Důvodem těchto situací může být mimo jiné nedostatečně zpracovaná nebo zcela chybějící politika nakládání s duševním vlastnictvím ve výzkumných organizacích a podnicích, jakož i chybějící pravidla pro odměňování původců ze strany zaměstnavatelů. Řešením je zpracovat zásady odměňování původců do interních předpisů malých a středních podniků, univerzit, vysokých škol, veřejných výzkumných institucí a dalších subjektů, u nichž dochází k vytváření těchto nehmotných statků.

V této souvislosti je nutné zmínit, že i samotné rozpoznání okamžiku, kdy byl vytvořen vynález či užité vzor, nemusí být vždy snadné. To klade velké nároky na odbornou přípravu zaměstnanců i zaměstnavatelů v oblasti ochrany duševního vlastnictví. Je proto velmi žádoucí, aby výzkumné a vývojové organizace, univerzity, vysoké školy, veřejné výzkumné instituce i podniky spolupracovali úzce s odborníky v této ob-



lasti. Zejména lze doporučit pravidelné konzultace v rámci výzkumných a vývojových týmů, které pomohou včas odhalit komerční potenciál výsledků práce zaměstnanců. Je potom především na zaměstnavateli, zda a jakým způsobem s výsledky této činnosti svých zaměstnanců naloží. Tedy zda využije (uplatní) své právo na patent, či nikoliv. Řešením je zpracovat nejen zásady odměňování původců do interních předpisů malých a středních podniků, univerzit, vysokých škol, veřejných výzkumných institucí a dalších subjektů, u nichž dochází k vytváření těchto nehmotných statků, ale i zpracovat a dodržovat pravidla předkládání výsledků výzkumu a vývoje zaměstnavateli, jejich hodnocení a další využití v těchto organizacích.

Podle § 9 zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, platí, že vytvořil-li původce vynález ke splnění úkolu z pracovního poměru, z členského nebo jiného obdobného pracovněprávního vztahu k zaměstnavateli, přechází právo na patent na zaměstnavatele, není-li smlouvou stanoveno jinak. Právo na původcovství tím není dotčeno. Původce, který vytvořil vynález v pracov-

ním poměru, je povinen zaměstnavatele o této skutečnosti neprodleně písemně vyrozumět a předat mu podklady potřebné k posouzení vynálezu. V případě, že zaměstnavatel neuplatní ve lhůtě tří měsíců od shora uvedeného vyrozumění vůči původci právo na patent, přechází toto právo zpět na původce. Zaměstnavatel i původce jsou v této lhůtě povinni zachovávat vůči třetím osobám o vynálezu mlčenlivost.

Tento postup zpravidla nečiní žádná větší potíže, pokud jej podniky mají zachyceny ve svých interních předpisech. Spor však může nastat ohledně okamžiku uplatnění práva na patent, má totiž právo vůči zaměstnavateli na přiměřenou odměnu. Pro její výši je rozhodný technický a hospodářský význam vynálezu a přínos dosažený jeho možným využitím nebo jiným uplatněním, přičemž se přihlíží k materiálnímu podílu zaměstnavatele na vytvoření vynálezu a k rozsahu pracovních úkolů původce. Dostane-li se již vyplacená odměna do zjevného nepochopitelného poměru s přínosem dosaženým pozdějším využitím nebo jiným uplatněním vynálezu, má původce právo na dodatečné vypořádání. Je proto třeba věnovat náležitou pozornost nastavení pravidel pro výpočet a úhradu přiměřené odměny za vytvoření vynálezu.

Zde je třeba rovněž poukázat na skutečnost, že v případě podnikového vynálezu vzniká právo původce na přiměřenou odměnu již v okamžiku uplatnění práva zaměstnavatele na patent. To platí i pro případ užitého vzoru podle zákona č. 478/1992 Sb., o užitéch vzorech. V obou případech zákon pracuje s tezí, že pro výši odměny je rozhodný technický a hospodářský význam vynálezu a přínos dosažený jeho možným využitím nebo jiným uplatněním. To znamená, že původci vzniká právo na přiměřenou odměnu i tehdy, pokud zaměstnavatel sice uplatnil právo na patent, avšak nepodal patentovou přihlášku nebo vynález jinak komerčně nevyužil.

Ve všech těchto fázích může dojít ke sporu o výši přiměřené odměny, způsob jejího výpočtu a splatnost. Spory, které při stanovení přiměřené odměny mohou vzniknout, je žádoucí řešit především dohodou mezi původcem a zaměstnavatelem. V těchto vztazích může jinak dojít k nenapravitelným ztrátám vzájemné důvěry, rozpadu výzkumného týmu apod. Vážnější situ-

ace nastane v případě vzniku vleklého soudního sporu o výši odměny, která může vést i k nežádoucímu transferu výsledků výzkumu a vývoje, know-how a obchodního tajemství do zahraničí. Praxe ukazuje, že motivace pro nežádoucí (nelegální) transfer může být právě finanční. Existuje ale i důvod spočívající v nefunkčnosti systému výzkumných organizací v oblasti nakládání s výsledky výzkumu a vývoje, případně jejich přílišná administrativní náročnost. Je proto zapotřebí zaměřit úsilí na zavedení takových interních předpisů do všech výzkumných a vývojových organizací, vysokých škol a univerzit, veřejných výzkumných institucí a podniků, které budou podporovat vznik originálních řešení a zavedou spravedlivé a atraktivní odměňování jejich původců.

Je také nezbytně nutné motivovat původce k vytváření technických řešení a know-how, která budou mít reálné uplatnění v aplikační sféře. K tomu by mohl napomoci propracovaný systém nakládání s výsledky výzkumu a vývoje a motivační principy odměňování tvůrčí práce jejich původců. Je velmi pravděpodobné, že pak nebude docházet k nežádoucímu (nelegálnímu) transferu těchto poznatků a technologií třetím osobám, zejména do zahraničí, nebo se alespoň počet takových případů významně sníží. Pokud není možné odstranit spor o odměnu mezi původcem a zaměstnavatelem smírně vzájemným jednáním, je vhodné využít pro další jednání prostředníka, mediátora. Pokud se podaří ve výzkumných a vývojových organizacích, na vysokých školách a univerzitách, ve veřejných výzkumných institucích a podnicích vytvořit a dodržovat zásady přehledného, spravedlivého, přezkoumatelného a předvídatelného způsobu odměňování původců technických řešení, zejména patentů a know-how, je předpoklad, že se podaří snížit i počet případů nežádoucího transferu (odlivu) výsledků výzkumu a vývoje českých podniků do zahraničí. Je přitom zjevné, že při správném nastavení těchto pravidel tvoří odměna původce zanedbatelnou část příjmů z licenčních poplatků, které by měly být hlavním zdrojem dalších výzkumných a vývojových aktivit každé výzkumné organizace a podniku.

Kontakty:

IP mediální centrum Praha, zapsaný ústav
Na Stráži 1306/5, 180 00 Praha 8
tel.: +420 283 843 130, mobil: +420 602 331 905
e-mail: info@ipmediace.cz
www.ipmediace.cz

JUDr. David Karabec, MPA

Jak kvalitní je rozhodování v českých podnikatelských rodinách?

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR realizovala ve spolupráci s univerzitní platformou jedinečnou studii zaměřenou na kvalitu řízení v českých rodinných podnicích. Ta přinesla odpovědi na otázky typu, jaké mají majitelé a nástupníci plány do budoucna, jaký vývoj očekávají v návaznosti na předávání řízení a vlastnictví firmy na další generaci, jak zvládají mezigenerační názorové střety, zda a jak jsou specifikovány dlouhodobé rodinné a podnikové cíle apod.

Studie byla zveřejněna při příležitosti vyhlášení výsledků soutěže Equa bank rodinná firma roku 2020, jejíž 9. ročník již tradičně organizovala AMSP ČR. Cílem bylo analyzovat a vyhodnotit kvalitu rodinného podnikání prostřednictvím kritérií Kvality v rodinném podnikání, která hodnotí rodinný podnik podle toho:

- jak kvalitně funguje rodina vlastníků,
- jak kvalitně je řízena rodina i podnik,
- jak kvalitně je řízena nástupnická strategie,
- jak kvalitně je řízena rovnováha mezi zájmy rodiny a rodinného podniku v oblasti vlastnictví a financí.

Průzkum se zaměřil na hodnocení klíčových aspektů rodinných podniků, ve kterých se významně odlišují od jiných organizačních forem podnikání. Těmi je překrytí tří zcela odlišných systémů – emocionálních vztahů v rodině, racionality podnikání a odpovědnou správou rodinného i podnikového vlastnictví. Kvalitní řízení rodinného podniku se pak promítne do úspěšného mezigeneračního předání. Uvedené aspekty bylo možno shrnout do dvou klíčových výzkumných otázek, na které se průzkum primárně zaměřil:

- Jak kvalitně podnikající rodiny řídí svůj vztah k podnikání proto, aby se současně budovaly zdravé vztahy v rodině a zároveň prosperovalo podnikání?
- Jak vlastníci rodinných podniků vnímají pojem „nástupnictví“ a co dělají proto, aby rodinný podnik mohl kvalitně a úspěšně fungovat i v další generaci?

Jaké jsou závěry?

V případě, kdy se do managementu rodinného podnikání již zařadili nástupníci, je patrná snaha o kvalitní řízení rodinných vztahů prostřednictvím vypracování písemného dokumentu ve

formě rodinné charty, rodinné ústavy, etického kodexu, kodexu chování apod., na jehož tvorbě se podílejí všichni rodinní příslušníci.

Majitelé rodinných podniků jsou plně oddáni rodinnému podnikání a usilují o jeho dlouhodobou prosperitu; věnují kvalitní péči svým zaměstnancům, zákazníkům, dodavatelům; pozitivně ovlivňují po ekonomické a společenské stránce lokalitu, kde působí; kvalita produktů, komunikace, vztahů je pro ně absolutní prioritou.

Na co se v rámci kvality rodinného podnikání více majitelé zaměřili? Musí se naučit lépe rozlišovat tři klíčové role, které často současně hrají – manažeri v rodinné firmě, členové rodiny, která podniká, a vlastníci rodinné firmy. Do strategického plánování businessu zahrnou i strategické plánování ve vztahu k rodině, budou se snažit rozlišovat manažerské a vlastnické předání podniku. Pokud si se pochopit, že v případě růstu a expanze rodinného podniku je možno upřednostnit do manažerských pozic najaté profesionály oproti rodinným příslušníkům, ti mohou dále zastávat významné funkce ve správních orgánech rodinných podniků. Libor Musil, místopředseda představenstva AMSP ČR a ga-

rant asociálního projektu Rodinná firma, k výstupům dodal: „Rodinné firmy jsou nejzranitelnější v době předávání. V této dekádě dochází k předávání většiny rodinných firem u nás. Práce univerzitních odborníků pomáhá dostat k nám zkušenosti expertů ze zahraničí. Pokud se k tomu přidá i účinná pozornost a pomoc vlády, tak to většina rodinných firem zvládne a tento podstatný segment našeho hospodářství bude pokračovat i v další generaci rodinných podnikatelů.“

Naděžda Petru, předsedkyně hodnotitelské komise, k výše uvedenému konstatovala: „Rodinné podniky bylo možno hodnotit jako firmy s vysokou nebo velmi dobrou kvalitou svého podnikání v oblasti administrativně psychologické, manažerské i ekonomicko-finanční. Co mají společného? Snahu o zachování mezigenerační kontinuity, neutíkají od podnikání v době, kdy se nedaří, a hledají cesty dalšího rozvoje. Jsou hrdí na úspěchy své i úspěchy firemní, na kvalitu vlastních produktů, služeb, komunikaci se zaměstnanci, zákazníky i dodavateli, na vlastní značku, kterou zaštiťují, svou tvář, svým jménem. Do práce dávají srdce, a to je odlišuje od velkých a nerodinných společností.“ (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Konference SYMA 2021 pro váš business

SYMA 2021 SYSTÉMY MANAGEMENTU KONFERENCE

Pokud patříte mezi zájemce o informace z oblasti systémů managementu, nebo jste dokonce držitelé certifikátu ČSJ, tak právě pro vás je určena březnová konference věnovaná systémům managementu (SYMA). Jaká jsou nosná témata tohoto ročníku?

Trendy v automobilovém průmyslu, zajištění kontinuity podnikání, zabezpečení kvality v dodavatelském řetězci, IT a kvalita, a také úloha manažerů v dnešní době. Ředitel České společnosti pro jakost Petr Koten k tomu uvedl: „Program jsme sestavili tak, aby byl atraktivní pro účastníky z různých oborů, měli možnost dozvědět se novinky a sdílet zkušenosti, tentokrát však v online prostředí.“

V úvodu dvoudenní konference vám představí aktuální trendy v automobilovém průmyslu Zdeněk Petzl ze Sdružení automobilového průmyslu a Milan Dufek za společnost ŠKODA AUTO. Každá společnost na světě je ohrožena hybridními a bezpečnostními hrozbami. Příspěvek Jaromíra Průši na téma Business Continuity Management v praxi vám pomůže odpovědět na otázky, jak se dobře prakticky připravit na nebezpečné viry a přenosné nemoci, globální rizika změn klimatu, různá geopolitická napětí nebo kybernetické útoky, zhroutení kritické infrastruktury a sítě, evropské regulace a nařízení, konkurenční tlak atd. Tedy se bude věnovat otázkám, které se týkají ohrožení vašeho businessu, ztrát firemního renomé a snížení vaší konkurenceschopnosti.

Samostatný blok je určen zdrojům v systémech managementu, které, jsou-li správně zavedené, umožňují organizacím zaměřit se na priority, tj. zejména na poskytování vysoce kvalit-

ních a bezpečných produktů a služeb, na dodržování právních a jiných požadavků týkajících se kvality, bezpečnosti a životního prostředí, dále pak na požadavky dalších zainteresovaných stran, a samozřejmě umožňují systematicky sledovat výkon, překonávat obtíže a přizpůsobovat se změnám.

Druhý den jsou na programu dva kulaté stoly. První z nich volně naváže na předchozí blok o systémech managementu a dá větší prostor dotazům účastníků, které lze pokládat průběžně na adrese sli.do #SYMA2021.

V rámci druhého kulatého stolu pod názvem Co chybí současným manažerům a co by měli zvládnout, budou diskutovat, pod vedením prezidenta České manažerské asociace Petra Kazíka, zkušení manažeři, kteří působí v organizacích různého zaměření a různé velikosti.

V závěru konference zazní příspěvek Zdeněk Honka z HAVEX-auto na téma Digitalizace prodeje aut. Digitalizace prodeje aut není

pouze reakce na aktuální pandemii, ale dlouhodobý trend posledních let. Koupě automobilu zcela online je zejména v segmentu ojetých vozů ještě obtížná, avšak aktuální technologie již umožňují adresovat většinu problematiky s tím spojené. Zájemci si projdou nové trendy, zaměří se na systémy, které jsou již reálně nasazeny a fungují i v době úplného zastavení fyzického prodeje, a to jak v oblasti výběru, poradenství, či financování.

Letošní 23. ročník vlivem současné situace proběhne ve dnech 24. a 25. března v online podobě. „Tento způsob jsme si vyzkoušeli již vloni při jiných větších akcích a bylo pro nás potěšujícím zjištěním, že jsme schopni i online formou, z našeho studia na Novotného lávce v Praze, zaujmout poměrně široké plénum účastníků,“ řekl Petr Koten.

Kompletní program s přehledem všech vystupujících najdete na webových stránkách konference syma.csq.cz. (tz)

Czech Made pro tiskopisy s kotoučky je jasnou značkou kvality

Aby fungovaly určité procesy ekonomiky, je k tomu nutná také administrativa. Ta se neobejde bez důležitých pomocníků, a tím je stále papír, nebo lépe, výrobky z papíru. Treba tiskopisy nebo kotoučky do pokladen. Řeknete si, jaká samozřejmost, cožpak ona potřebuje zvláštní pozornost? Odpověď je jasná: ano, potřebuje. Ve společnosti KRPA FORM, a.s., je jedním z významných měřítek i dokladem kvality značka Czech Made. Hovořili jsme o tom s Tomášem Bárto, výkonným ředitelem:

Jak se daří dostát tradici prvotřídní kvality i v dnešním vysoce konkurenčním prostředí?

Prioritou naší firmy je spokojenost zákazníků, které KRPA FORM dosahuje především kvalitou nabízených produktů a služeb. Kvalitu produkce potvrzuje také dlouhodobé držení prestižní značky Czech Made. Pro následující roky plánujeme další rozvoj, a to zejména v rozšíření výroby papírových sáčků a další modernizaci provozu výroby pokladních kotoučků a tiskopisů. V roce 2020 byla zahájena rozsáhlá revitalizace celého provozu v Dolní Branné, která zahrnuje výstavbu nových výrobních, skladových, administrativních a expedičních prostor.

Snažíme se o vyvážené zákaznické portfolio tak, abychom měli klienty jak v řadách velkoobchodů, řetězců, ale i koncových spotřebitelů. Bez náležité pozornosti kvalité ve všech fázích produkce by to nešlo. To máme den co den na paměti.

Co to v praxi znamená?

Je to velký závazek na udržení pomyslné latky, který začíná výběrem jakostních vstupních surovin, jež jsou průběžně testovány, měřeny, nebo v našich laboratořích zkoumány, zda se shodují s technickými listy/parametry našich dodavatelů. Samotný proces výroby probíhá na automatických nebo poloautomatických linkách,

kteří jsou obsluhováni našimi zkušenými zaměstnanci. Ti procházejí pravidelnými školeními výrobců našich strojů, tak našimi vedoucími jednotlivých výrobních, kteří jsou velkými odborníky ve svých profesích. O kvalitu pečují zaměstnanci kontroly výroby, kteří prověřují výrobky na začátku, v průběhu a na konci výrobního procesu tak, abychom minimalizovali riziko expedice vadného produktu.

Zmínili jste značku Czech Made. KRPA FORM je jejím dlouholetým držitelem. Jak právě ona pomáhá a jaký je pro vás její hlavní přínos?

Hlavním benefitem je pro nás možnost odlišit se od výrobků, které jsou na náš trh dováženy ze zahraničí. Zákazník má možnost si vyžádat tyto produkty od českého výrobce, potažmo svého obchodního partnera ať z řad velkoobchodů, papírnictví, či jiného obchodního zdroje. Zboží označeno logem Czech Made je vyráběno v ČR a podléhá pravidelným kontrolám a ověřování kvality nejen výrobně, ale i od našich zákazníků a koncových spotřebitelů. Jsem rád za nové hodnotící postupy, kdy zákazníci vyplňují dotazníky online a zasílají je přímo do České společnosti pro jakost.

Hlavním přínosem je možnost prezentace pod tímto logem v katalogích našich obchodních partnerů a přímo na spotřebních baleních našich výrobků. Každý spotřebitel má takto možnost upřednostnit českého výrobce.

Značkou Czech Made jsou oceněny vaše tiskopisy. Jak široký sortiment v této oblasti vyrábíte?

Když se řekne slovo tiskopis, většina lidí, kteří nejsou z oboru, si vybaví předtištěné bloky, například je to kniha jízd, kterou mají všechna služební vozidla. Ano, tyto tiskopisy děláme také, ale sortiment je podstatně širší. Patří sem mimo jiné zmiňované bloky všech různých formátů, kopíí, všechny druhy tabulačních papírů jak bílko,



Tomáš Bárta, výkonný ředitel společnosti KRPA FORM, a.s.

tať potitěné dle přání zákazníků, faktury, dodací listy, výpisy, CMR, pokladní doklady a další formuláře, které je nutno rychle a průkazně vyplnit. Různé druhy speciálních tiskopisů, jako jsou mzdové obálky, tiskopisy s integrovanou kartou, poštovní poukázky, složenky, tiskopisy s ochrannými prvky, vstupenky, direct mailing, číslování, personifikace, regálové etikety atd. Výrobní portfolio tiskopisů je opravdu velmi rozmanité. Každý zákazník si u nás vybere.

Rovněž další významná část vašeho sortimentu, kotoučky, se mohou pyšnit uvedenou značkou...

Kotoučky se dělí do několika málo skupin. Pokladní neboli ofsetové kotoučky, kotoučky s kopíí neboli dvouvrstvé kotoučky a kotoučky TERMO, které jsou dnes hlavním výrobním a prodejním objemem. Jsme přímým výrobcem českých kotoučků a jsme schopni vyrobit jakýkoli druh, a to podle přání zákazníka. Šíře, návin, dutinka, způsob balení, vlastní potisk, ochranné prvky, papír různých gramáží na základě tržních požadavků a podle specifikace našich odběratelů.

Do této oblasti by si zasloužily zařadit i plotterové role, které sice nejsou klasickými kotoučky, ale role pro velkoformátové tisky do plotrů a kopírek. Papír je vhodný pro černobílý i barevný velkoformátový tisk v inkjetovou i laserovou technologii tisku. Kvalitní papír zaručí, že všechny vytištěné linie budou ostré a naprosto přesné. Plotterové role vyrábíme ve standard-

ních formátech od šíře 297 mm do 914 mm s průměrem dutinky 50 nebo 76 mm. Na zakázku dodáme atypické formáty plotterových rolí.

Ke kotoučkům snad jen ještě to, že nyní je EET zrušeno, obchody, restaurace, bary atd. jsou zavřené a tento produkt zažívá největší útlum, co pamatujeme. Věříme ale, že se ekonomika zase dostane do normálních kolejí a kotoučky najdou své uplatnění zase ve větším měřítku. A jak to souvisí s Czech Madem? Od doby, kdy EET u nás existuje, se do ČR začalo vozit více kotoučků ze zahraničí, a to přetrvává. I z tohoto důvodu chceme více zdůrazňovat význam kvalitní české produkce, a Czech Made je k tomu vynikající nástroj.

A chystáte novinky?

Připravujeme jich rovnou několik. Tou největší je pro nás kompletní revitalizace celého závodu KRPA FORM v Dolní Branné. Tu jsme zahájili v roce 2020 kompletní přestavbou stávajících prostor. Naši zaměstnanci mají zcela nové základy – sociální zařízení, šatny, kancelářské prostory. V průběhu roku bude probíhat výstavba nové výrobní, expediční a skladové haly. Na přelomu měsíců září a října bude docházet k sestěhování části provozu, kterou máme v prostorách papírny v Hostinném. Touto akcí budeme mít všechnu výrobu, expedici, sklady a zaměstnance v jednom provozu. Celá tato výstavba a centralizace by měla být hotova do konce tohoto roku.

Dále rozšíříme výrobní provoz papírových sáčků o další stroj, tedy spíše o další kompletní výrobní linku. Naší specialitou je výroba nepromastitelných sáčků. Nepromastitelné fastfoodové sáčky jsou speciálně vyvinuty pro balení teplého rychlého občerstvení, jako jsou hranolky, hamburgery, kebaby, párky v rohlíku, fornetti, koblížky a další potraviny s vysokým obsahem tuku. Fastfoodové sáčky KRPA FORM jsou zhotoveny z prémiového nepromastitelného papíru, který je certifikovaný pro styk s potravinami a má garantovaný stupeň nepromastitelnosti. Struktura nepromastitelného papíru brání průniku tuků skrz obal, a zabraňuje tak tvorbě nevzhledných mastných skvrn na povrchu sáčku. Nepromastitelné fastfoodové sáčky tak chrání nejen vaši reklamu natištěnou na sáčku, ale především vaše zákazníky, kteří si tak mohou své jídlo vychutnat bez obav ze znečištěné mastnoty.

Další významnou komoditou jsou sáčky na pečivo s okénkem i bez okénka. Vše jsme schopni vyrábět jak v nepotitěné, tak i potitěné produkci a dle přání zákazníků.

připravil David Kubla



CBRE: Investicím budou u nás letos kralovat průmyslové a logistické nemovitosti

Pandemie covidu-19, a především jarní lockdown loňského roku pozastavily, anebo oddálily uzavření řady plánovaných transakcí na realitním trhu. Celkový objem investic v České republice tak v roce 2020 dosáhl 2,66 miliardy eur, což se sice blíží investičnímu objemu z roku 2018, nicméně oproti roku 2019 jde o 16% propad. I přesto se ČR ve srovnání s ostatními evropskými státy pohybuje nad evropským průměrem, který vykazuje 17% pokles. Příslibem do budoucna je účinná vakcinace obyvatelstva, která v kombinaci s rozvolněnou monetární politikou EU a hrozbou nárůstu inflace činí z nemovitostí stále zajímavější investiční instrument.

Podle společnosti CBRE, světového lídra v oblasti komerčních realitních služeb, bude v letošním roce hlavním tahounem investic sektor průmyslových a logistických nemovitostí. Nastupujícím trendem je zvyšující se zájem o investice do projektů nájemního bydlení a retailových parků. Odhadovaný objem investic v roce 2021 může podle CBRE dosáhnout hodnoty cca dvě miliardy eur, což s ohledem na celkový objem investic roku 2020 působí jako značný pokles. Je však důležité zmínit, že téměř polovinu objemu minulého roku činila jedna transakce. Konkrétně šlo o prodej rezidenčního portfolia Residomo, které koupila švédská společnost Heimstaden Bostad. Celková investiční hodnota za rok 2020 by bez této transakce byla výrazně nižší, a to 1,4 miliardy eur. Lze proto očekávat, že rok 2021 bude investičně aktivnější.

„Obecně vnímáme velkou chuť po realitách a převahu poptávky nad nabídkou z důvodu omezeného množství produktů na trhu.

V loňském roce jednoznačně dominoval rezidenční sektor s podílem 50 % z celkového objemu investic. Na druhém a třetím místě figurovaly segmenty kanceláří (22 %) a maloobchodu (15 %). Investice do industriálních a logistických nemovitostí činily 9 % z celkového objemu, což bylo však dáno limitovanou nabídkou těchto projektů na trhu,“ komentovala Katarína Brydone, vedoucí oddělení investic v CBRE, a dodala: „Vnímáme, že preference investorů ve smyslu, jaké typy nemovitostí aktuálně upřednostňují, se vlivem pandemie mění. Sledujeme rostoucí poptávku po sektorech, které jsou méně ovlivněny vládními omezeními. Jde zejména o rezidenční, a také průmyslové a logistický sektor. Obecně platí, že investoři vyhledávají nemovitosti pronajaté silným nájemcům se schopností plnit bez problému své finanční závazky vyplývající ze smluv.“

Za zvyšujícím se zájmem o industriální a logistické nemovitosti v Evropě, a potažmo České republice, stojí mimo jiné snaha někte-

řích společností snížit svou závislost na výrobě z Číny. Dalším faktorem je silný nárůst e-commerce, který tlačí firmy k rychlejšímu zásilkám většího objemu zboží, a tím pádem i k rozšiřování distribučních sítí. Hlavní podíl na rostoucím zájmu o retailové parky má jejich specifická odolnost vůči protikoronavirovým opatřením. Zákazníci v nich zpravidla nakupují věci denní spotřeby, a tak v době nouzového stavu měly v porovnání s tradičními obchodními centry větší propočetní podíl ploch, které zůstaly otevřené – díky tomu jejich zisky i přes probíhající pandemii rostly.

V neposlední řadě bude stoupat podíl investičních transakcí v sektoru nájemního bydlení. Tyto projekty jsou již nějakou dobu významným aktivem ve Spojených státech a zemích západní Evropy, kde figurují v popředí zájmu hned po kancelářích. Postupně se přitom začínají prosazovat i u nás. Příkladem je již zmíněná největší investiční transakce loňského roku, kdy švédská společnost Heimstaden Bostad koupila nájemní portfolio Re-

sidoma za 1,3 miliardy eur. Posledně jmenovaná transakce zároveň výrazně ovlivnila statistiku realizovaných transakcí podle původu kapitálu. V roce 2020 díky tomu převažovali mezi kupci Švédové (48 %), následováni Čechy (22 %), Italy (8 %), Libanonci (6 %) a Slováci (4 %). To, že v tuzemsku působí velmi silná základna českých institucionálních fondů, má pozitivní vliv na stabilitu a likviditu trhu. CBRE navíc očekává, že podíl českých fondů v následujících letech ještě poroste.

Positivní zprávou je, že ceny prémiových nemovitostí byly ke konci roku 2020 poměrně stabilní. Prime yields v kancelářském sektoru a high street jsou aktuálně na stejné úrovni, tedy shodně na 4,25 %. Prime yields v průmyslovém sektoru jsou na 5 % a lze očekávat, že díky velké poptávce investorů po tomto sektoru, se již v prvním čtvrtletí 2021 dostanou na úroveň 4,75 %.

Výjimkou je maloobchodní sektor, který byl výrazně zasažen – aktuálně tak dosahují prime yields úrovně 5,75 %.

(tz)

Top 5 nejzajímavějších nemovitostních transakcí v roce 2020 podle CBRE

segment	kupující	prodávající	předmět transakce
rezidence	Heimstaden Bostad	Residomo	Koupě rezidenčního nájemního portfolia v hodnotě 1,3 miliardy eur švédskou společností Heimstaden Bostad
maloobchod	Generali Real Estate	PSN	Největší realizovaná transakce roku 2020 na maloobchodním trhu: prodej obchodního domu Kotva za 3,5 miliardy korun
průmysl a logistika	GLP	Goodman	Akvizice CEE portfolia skupiny Goodman, díky které singapurská skupina GLP expandovala do Evropy
kanceláře	Českomoravská Nemovitostní, CFH	Penta	Těsně před koncem roku uskutečněný prodej Churchill square. Kupujícím jsou společně ČMNA a CFH Group
hotely	Covivio Hotels	Boscolo	Francouzská společnost Covivio koupila za 573 milionů eur osm hotelů v různých evropských městech, vč. hotelu Carlo IV na Senovážném náměstí v Praze

Český developer Top Estates vstupuje na slovenský trh

Developerská skupina Top Estates expanduje do sousedního Slovenska. Na konci minulého roku dokončila vstup do významného projektu Portum Towers, který vyrostl v pulzující mrakodrapové bratislavské čtvrti nazývané Downtown. Celková investice v rámci tohoto jedinečného rezidenčního projektu umístěného ve středu Bratislavy přesáhne 4,1 miliardy korun. Top Estates tímto naplňuje svůj záměr působit a stavět v Praze, Brně a Bratislavě.

Projekt Portum je součástí takzvaného nového centra Bratislavy na pobřeží Dunaje, jehož ambicióznost doplní nadčasová architektura projektu a technické provedení. „Díky své lukrativní poloze jde o jednu z nejpřestížnějších adres v Bratislavě. Srovnatelný projekt nemá na Slovensku obdoby, jsme nadšeni z jeho jedinečnos-

ti, kterou chceme dále zdokonalovat. Pro budoucí zájemce o byty připravujeme mnohé novinky, které chceme představit v následujících měsících. Je to pro nás další velká výzva, kdy budeme realizovat další prémiový projekt, a těšíme se na ni,“ sdělil Petr Teplý, spoluzakladatel společnosti Top Estates.

„Na projektu pracujeme již řadu měsíců a pro jeho realizaci jsme připravili tým profesionálů, kteří mají zkušenosti s podobnými stavbami ze zahraničí a patří mezi špičky ve svém oboru. Věříme, že bydlení v Portum bude pro všechny rezidenty prestižní záležitostí a stane se i skvělou investicí. Jsme opravdu rádi, že na slovenský trh vstupujeme právě s tímto projektem,“ vysvětlil Dušan Dvořák, spoluzakladatel Top Estates.

Dvě štíhlé výškové obytné věže projektu Portum vyrostou na exponovaném místě mezi dalšími mrakodrapy v exkluzivní části města,

kteřá posouvá Bratislavu do ligy velkoměst západního stylu. Polyfunkční rezidence nabídne svým obyvatelům nejen vysoký standard bytů a společných prostor, ale také nadstandardní služby jako například wellness, bazén a další. V projektu se klade důraz na komfort, bezpečnost a bude dbáno i na akustické vlastnosti budovy pro zajištění co největšího soukromí rezidentů. Při výstavbě jednotlivých bytů bude možnost plnit konkrétní požadavky klientů, bytový mix není pevně stanoven. Nedílnou součástí projektu je i okolní park nabízející místo pro venkovní relaxaci. Stavba by měla začít ještě letos na podzim, dokončení je plánováno na přelom roku 2025 a 2026.

Developerská skupina Top Estates momentálně staví prémiový rezidenční komplex BARRANDEZ-VOUS na pražském Barrandově, na podzim loňského roku oznámila vstup i na brněnský trh, kde chystá tři projekty.

Skupina Top Estates se zaměřuje na prémiový rezidenční development a polyfunkční projekty. Její součástí je jak developerská, tak stavební firma. Působí v Praze, Brně a Bratislavě a aktivně připravuje rozvoj projektů v hodnotě přes 7,5 miliardy Kč, které by měly nabídnout několik desítek tisíc kancelářských a retailových ploch a přes tisíc bytů. Partneři Top Estates v rámci Top Estates Holding realizovali projekty Barrandovská zahrada, Truhlárna, Milhouse, Sakura a Bleriot. Sakura je první rezidenci v Česku pracující s principem visutých zahrad a pro rok 2020 byla nominována mezi čtyři finalisty unikátních staveb světa kategorie Future Projects – Residential v rámci světové největší architektonické soutěže WAN Awards. Projekt Truhlárna se stal vítězem v kategorii Rezidenční projekty menšího rozsahu soutěže Best of Realty 2018 a prvenství v roce 2019 obhájil také projekt Barrandovská zahrada.

(tz)

MPO pomáhá podnikatelům zhodnotit hospodaření s vodou

Ministerstvo průmyslu a obchodu chce cestou tzv. vodních auditů předcházet dopadům sucha na podnikatele. Vyhlásilo novou výzvu z programu OPPIK a připravilo metodiku zacílenou na zpracování hodnocení vodního hospodářství průmyslových podniků. Přínosem vodního auditu bude šetrnější práce s vodou a vodními zdroji.

„Ministerstvo průmyslu a obchodu plní akční plán na podporu oběhového hospodářství Zelené dohody pro Evropu a doplňuje svými programy pro efektivní nakládání s vodou v prů-

myslu škálu opatření přijímaných i na národní úrovni,“ řekl vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček.

Výzva programu Poradenství OPPIK umožní nákup poradenských služeb pro malé a střední podniky zacílených na zpracování hodnocení vodního hospodářství průmyslových podniků, které povede k dosažení úspory vody dle Metodiky hodnocení využívání vody MPO (vodní audit). Výstupem projektu bude získání značky Odpovědného hospodaření s vodou Ministerstva životního prostředí nebo provedení doporučených návrhů opatření dle vodního auditu. Celková alokace výzvy je 130 milionů Kč.

Pro zpracování vodního auditu je připraven tzv. Katalog technologií, které ovlivňují spotřebu vody a činnosti, ve kterých se odráží suché počasí s klíčovými ukazateli charakterizace spotřeby vody a kvalitativních ukazatelů pro vzájemné porovnání. Vyhledávání potřebné technologie je zajištěno online formulářem na recyklace-voda.vscht.cz.

„Vodní audit je komplexní analýzou vodního hospodářství daného subjektu. Zabývá se primárně vodními zdroji, využitím vody v podniku i nakládáním s odpadní vodou. Je plně kompatibilní a vzájemně se doplňuje s metodikou MŽP,“ uvedl náměstek ministra průmyslu

a obchodu pro EU fondy Marian Piecha. MPO podpoří nové technologie a procesy umožňující recyklaci vody ve výrobních podnicích, zejména v odvětvích s vysokou spotřebou vody, jako je potravinářský, papírenský, chemický a textilní průmysl či energetika, dále instalaci uzavřených cirkulačních okruhů a procesy optimalizace spotřeby vody v rámci samostatného výrobního procesu. „Vodní audit je nezbytnou součástí, vstupním parametrem úspěšné realizace šetření s vodou v praxi. Věříme, že nová výzva programu Poradenství se stane efektivním nástrojem pro podporu podniků v této oblasti,“ komentoval Marian Piecha.

(tz)

Přes veškerá omezení to bez řidičů nejde

Společnost Geis se i v současném složitém období snaží vytvořit optimální podmínky pro všechny pracovníky. Týká se to zejména těch, jejichž činnost nelze přenést do online světa a vykonávat ji z domova. Poslední měsíce se jedním z klíčových témat stala právě práce z domova, přesun práce do online prostředí, ale i přerušování činnosti mnohých provozoven. Neměli bychom však zapomenout na ty, kteří svou činnost musejí vykonávat stejně jako v době před pandemií covid-19.



Přítom jejich pracovní podmínky se s ohledem na vnější okolnosti značně změnily. Jednou z těchto profesí jsou řidiči kamionů a řidiči rozvozných vozidel. Ti nemohou vykonávat svou práci z domova, ale musejí usedat za volanty svých vozidel a vydávat se na cesty bez ohledu na karanténní omezení.

Řidiči kamionů přítom v posledních měsících přišli o pohodlné zázemí, které jim na cestách poskytují čerpací stanice a motoresty. Mohou zde sice nakoupit základní potřeby a potraviny, ale jinak jsou nyní odkázáni jen na to, co jim poskytuje kabina vozidla, v níž tak musejí trávit mnohem víc času. Při své práci ale i v místech povinných přestávek přítom musejí splňovat vysoké nároky na osobní ochranu a hygienu. „Společnost Geis klade velký důraz na to, že je potřeba dodržovat veškerá karanténní opatření, tedy nejen všude nosit roušky, ale také pravidelně dezinfikovat prostory kabin vozidel,“ řekla Kristýna Copková, marketingová manažerka Geis CZ.

Alespoň částečnou úlevu řidičům přinesl přesun části administrativy do online prostředí. Dodavatelé i odběratelé omezili osobní kontakty na minimum, aby se snížilo riziko možného přenosu nákazy, takže už často nepřichází v úvahu návštěva řidiče ve skladu klienta. Pro splnění karanténních opatření byly omezeny vstupy i ve skladech Geis, více se využívají výdejová okénka pro komunikaci, což si zase vyžádalo instalaci ochranných plexiskel a patřičné úpravy komunikačních zón

pro nezbytná setkání s cizími lidmi. V rámci organizačních opatření se zjednodušila možnost zůstat doma i bez návštěvy lékaře v případě podezření z nastupující nemoci – stačí zavolat, že se zaměstnanec necítí dobře. V případech, kdy je řidiči nařizována karanténa, není možné dělat nic víc, než jako když nastoupí na nemocenskou, tedy operativně měnit směny a obsazení tras.

Oblasti, kterou kromě fyzického vyzvedávání a doručování zásilek nelze přesunout do online světa, jsou také předepsaná pravidelná školení pro řidiče z povolání. Odborní školitelé nemohou zabezpečit zkoušku řidičů online. Hlavním důvodem je riziko z neprokázání znalostí, neboť není možná kontrola, zda řidiči v průběhu zkoušky nevyužívají nepovolené podklady. Tato školení jsou jako prokázání odborných znalostí důležitá především kvůli bezpečnosti. V současné době jsou nicméně kvůli stavu nouze odložena a řidičům, kterých se to týká, zatím nadále platí původní potvrzení o školení.

Zavírání a znovuotevírání různých provozů působí problémy při operativním řízení a plánování potřebných kapacit. Uzavření prodejen znamená, že část rozvozných tras má výrazně méně zboží. Tuto situaci kompenzuje růst objemu e-commerce. Ne všichni obchodníci ale internetový prodej využívají nebo mohou využívat.

„Současná protiepidemická opatření mají vliv i na zaměstnávání zahraničních pracovníků. Situace pro agenturní zaměstnance se už stabilizovala. Na jaře však přinášela výhodu krátkodo-

bá víza, protože je stát automaticky prodlužoval. To bylo důležitým přínosem zejména s ohledem na kvalitu pracovníků, kteří se nemuseli tak často střídát. Po Novém roce už ale museli odjet. Problém nastává při operativní potřebě navyšování pracovníků. Jejich dostupnost nyní není flexibilní, protože se díky nařízením jednotlivých států nemohou dostat přes hranice,“ doplnila Jaroslava Šindelářová, HR manažerka Geis CZ.

Skupina Geis má hlavní sídlo v německém Bad Neustadtu. Její historie se začala odvíjet již v roce 1945, kdy Hans Geis založil dopravní společnost. Během své existence se rozvinula v globálního poskytovatele komplexních logistických služeb. Skupinu vlastní a řídí po celou dobu rodina Geis. Dnes zaměstnává kolem 6500 lidí a v roce 2019 vygenerovala obrát 1,038 miliardy eur.

Do skupiny patří společnosti v Německu, Švýcarsku, Lucembursku, Rakousku, Polsku, České republice a na Slovensku. Hlavní oblasti podnikání skupiny Geis jsou Road Services (paletové / kusové a celozozové přepravy), Logistics Services (kontraktní logistika, výroba obalů) a Air+Sea Services (letecké a námořní přepravy, speciální projekty přepravy).

V České republice patří do skupiny Geis firmy Geis CZ s.r.o., Geis CZ Air+Sea s.r.o., Geis Solution CZ s.r.o. a Spedition Feico, spol. s r.o. Na Slovensku je to Geis SK s.r.o. Česko-slovenská část skupiny zajišťuje komplexní logistické služby: kusové, paletové a celozozové přepravy, letecké a námořní přepravy, kontraktní logistiku, včetně vývoje a výroby obalů, od jednoduchého skladování až po sofistikované logistické projekty. Zaměstnává více než 1300 pracovníků na 37 pobočkách.

Pohádka Sůl nad zlato ukazuje, že bez zdánlivě obyčejných a samozřejmých věcí by svět nefungoval. Že to platí o kurýrních a zasilatelských službách, už nikdo nepochybuje. Zvláště v době, kdy mnohé kamenné obchody mají zavřeno a hodně zboží se nedá pořídit jinak než v e-shopech. A lidé si to teď připomínají každý den. Dokládají to rovněž následující řádky. Odpovídal Daniel Knaisl, jednatel společnosti Geis CZ s.r.o.

Jak proměnila koronakrize práci ve vaší firmě Geis?

Zásobování, a tedy celá logistika, včetně dopravy, se kvůli pandemii nesmí zastavit. Změnilo se to, že jde o složitější období, během kterého jsou



Daniel Knaisl, jednatel společnosti Geis CZ s.r.o.

na nás, jako na logistickou firmu, kladeny mimořádné nároky na flexibilitu. Uvedu několik příkladů. V přeshraniční dopravě musíme nyní pravidelně sledovat neustále se měnící karanténní opatření v různých zemích. Aktuálně například rozhodnutí Německa nebo Slovenska, která způsobují zdržení při přepravě. Také samozřejmě kontrolujeme dodržování karanténních opatření, tedy nejen musíme všude nosit roušky, ale také pravidelně dezinfikujeme prostory poboček nebo kabin vozidel.

Zavírání a znovuotevírání různých provozů, prodej našich zákazníkům, působí problémy při operativním řízení a plánování potřebných kapacit. Jako každá společnost se potýkáme se zvýšeným počtem pracovníků, kteří museli zůstat doma kvůli onemocnění covidem nebo karanténnímu opatření. A významná část našich pracovníků pracuje formou home office.

Daří se udržet vysoký standard služeb i ve ztížených podmínkách?

Ano, kvalita našich služeb je neustále vysoká a ani pandemie na tom nic nezměnila. Máme také pocit, že si lidé začali více vážit práce v našem oboru. Vidí totiž, že logistika nabízí i v krizových obdobích stabilitu.

Co přinesl uplynulý rok s koronavirem pozitivního, jaké zkušenosti lze využít do budoucna?

Určitě jsme nyní ještě více online, kupříkladu prostřednictvím videokonference. Dříve to byl občasný doplněk firemní komunikace, ale nyní představuje denní standard. Jsem si jistý, že i po návratu do normálu zůstane mnoho schůzek v rovině online místo osobního setkání.

otázky připravil Pavel Kačer

INZERCE



Pojištění podnikatelů TREND

NOVĚ

- ▶ asistenční služby pro všechny podnikatele,
- ▶ živitel včetně atmosférických srážek, vodného a stočného, přepětí, podpětí a zkratu,
- ▶ pojištění skel včetně sanitární keramiky, volně visících zrcadel a instalovaných akvárií, ... a mnoho dalšího.


Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

Pro život, jaký je

Zasažení podnikatelé řeší problémy s likviditou i pomocí factoringu

Nedostatek likvidity, způsobený narušením zaběhnutých obchodních vztahů protiepidemickými opatřeními, řeší firmy i prostřednictvím factoringu. Tento finanční nástroj, který je založen na postoupení pohledávek vyplývajících z vystavených faktur s delší dobou splatnosti, nyní oslovuje specifickou zákaznickou skupinu – malé a střední podniky z nejvíce zasažených odvětví. Vyplývá to z informací České leasingové a finanční asociace.

Jednou z mnoha komplikací, které koronavirová krize způsobila firemní sféře, je nabourání osvědčených dodavatelско-odběratelských vazeb. Opakované uzavírání a otevírání prodejen i výrobních hal zvyšuje tlak na cash-flow celého dodavatelско-odběratelského řetězce a projevuje se mimo jiné prodlužující se dobou splatnosti vystavených faktur. Výsledkem je nedostatek provozního kapitálu, s nímž bojují zejména malé a střední podniky. Tedy sektor ekonomiky, který opatřeními přijatými na potlačení pandemie trpí zdaleka nejvíce. Potíže s délkou splatnosti lze přitom řešit poměrně snadno, a to právě pomocí factoringu.

Jeho princip spočívá v postoupení pohledávek na factoringovou společnost. Ta klientovi bezodkladně proplatí podstatnou část fakturované částky a zátěž delší splatnosti převezme na sebe. Na konci třetího čtvrtletí loňského roku dosahovala hodnota pohledávek postoupených na největší tuzemské poskytovatele factoringu 129 miliard korun.

Řada podniků tento osvědčený nástroj objevuje až pod tíhou současné krize způsobené celosvětovou koronavirovou pandemií. V posledních měsících se na factoringové společnosti stále častěji obracejí firmy a podnikatelé, pro které byl ještě nedávno termín factoring cizím

slovem, pod nímž si nedokázali vybavit konkrétní finanční službu. Nyní ale mají velké problémy s cash-flow a hledají nové finanční zdroje. Typickým příkladem jsou menší a střední podniky působící jako dodavatelé ve spotřebním průmyslu, ale třeba i autodopravci. „Tyto firmy se potýkají s odloženými nebo nedokončenými zakázkami, v nichž mají proinvestováno spoustu peněz. Teď čekají, až jejich dlouhodobí odběratelé budou moci plnohodnotně obnovit svůj business. Mezitím ale musí získat prostředky na vlastní provoz,“ vysvětlil Jaroslav Krutílek, generální tajemník České leasingové a finanční asociace, která sdružuje přední factoringové společnosti působící na našem trhu.

Při posuzování žádosti o factoringové financování je klíčová stabilita a potenciál obchodního vztahu mezi žadatelem a jeho odběrateli. Factoring je totiž ze své podstaty založen na dlouhodobé spolupráci, nejde tedy o nástroj k nápravě nahodilých problematických kontraktů. Zpravidla řeší potíže s likviditou, které vznikají u výrobce kvůli požadavkům na pozdější úhradu ze strany jeho odběratelů, anebo tím, že z konkurenčních důvodů sám poskytuje delší dobu splatnosti.

„Rozhodující je charakter pohledávek, které lze do financování zapojit. Mělo by jít o pohledávky se smluvně dojednanou splatností mezi 30 a 150 dny vznikajícími z dodávek stabilnímu okruhu odběratelů. Spíše než obor podnikání je tedy důležitější, nakolik pohledávky tyto předpoklady plní,“ vysvětlil Jaroslav Krutílek.

Smluvní vztah s factoringovou společností uzavírá dodavatel, který jí postupuje pohledávky za portfoliem odběratelů, které si předem odsouhlasili. Záhy po postoupení pohledávky uvolní factoringová společnost (v odborných kruzích se pro ni používá také termín factor) na účet klienta částku, s níž může libovolně nakládat. Dodavatel tak má podstatnou část peněz



kresba Shutterstock

k dispozici okamžitě a nemusí čekat, až zaplatí jeho odběratel v dohodnuté splatnosti. Vyplacená částka vychází z hodnoty postoupené pohledávky a může dosáhnout až 90 % této sumy. Po úhradě odběratele na účet factoringové společnosti je transakce zúčtována a klient od factora obdrží doplatek.

Nastavení procesů spojených s výměnou informací o postupovaných pohledávkách a jejich úhradách je jednoduchá jednorázová záležitost. „K uzavírání smlouvy pak dochází v podstatě automaticky. Veškeré činnosti jsou realizovány elektronicky,“ sdělil Jaroslav Krutílek.

Informace o nově vznikajících pohledávkách klient předává factoringové společnosti přes příslušné systémy a internetové aplikace. Jejich prostřednictvím má klient zároveň k dispozici veškeré údaje o nároku na financování, úhradách a platebním chování svých odběratelů. Kromě provozního financování získává

i profesionální službu správy a inkasa pohledávek a v případě využití takzvaného bezregresního factoringu s pojištěním pohledávek také ochranu proti finančním ztrátám z nedobytných pohledávek.

Silnou stránkou factoringu je kromě jeho komplexnosti i flexibilita a rychlost, se kterou reaguje na klientovy finanční potřeby v případě sezónních výkyvů dodávek, nárůstu počtu nových odběratelů a podobně. Cílem je, aby klient bezproblémově profinancoval své závazky, zefektivnil inkaso svých pohledávek a zlepšil platební morálku odběratelů.

Náklady na factoring se skládají ze dvou složek: z factoringového poplatku za vlastní postoupení pohledávky a z úroku z čerpaných částek. Zatímco factoringový poplatek se stanovuje procentem z nominální hodnoty pohledávky, úroková sazba aplikovaná na čerpané zdroje se pohybuje na úrovni běžných kontokorentních úvěrů.

Při volbě factoringové společnosti je vhodné zaměřit se na velké poskytovatele s delší historií. Většina z nich je členem silných bankovních skupin nebo renomovaných nadnárodních institucí. Mohou tak factoring vhodně kombinovat s úvěrovým financováním a ostatními bankovními službami. „Dobrym vodítkem může být členství v České leasingové a finanční asociaci, jejíž členové se hlásí k přísným etickým kodexům asociace v oblasti přístupu ke klientům a jejich informování,“ doplnil Jaroslav Krutílek.

V současnosti je členem ČLFA pět factoringových společností: Bibby Financial Services, ČSOB Factoring, Factoring České spořitelny, Factoring KB a UniCredit Factoring Czech Republic and Slovakia. Mezi významné poskytovatele factoringu patří i Raiffeisenbank, která je členem České bankovní asociace. Všechny jmenované společnosti jsou zároveň členy Asociace factoringových společností ČR. (tz)

Aukro nabízí ve vybraných kategoriích prodej bez poplatků

Aukro s počátkem nového roku upravilo výši provizi ve svých kategoriích a ke změnám došlo rovněž v cenách přednostních výpisů. Největší aukční portál v České republice už loni zainvestoval do televizní kampaně a dalších marketingových kanálů, a dokázal tak na Aukro přivést meziročně o 50 % více uživatelů a navýšit jejich prodeje o podobné číslo.

V roce 2020 investovalo Aukro 50 milionů Kč do televizní kampaně a dalších marketingových kanálů s cílem, aby prodávající našli ještě rychleji

kupující pro své předměty a kupující měli na výběr z bohatší nabídky. „Navýšení počtu uživatelů a růstu prodejů jsou úspěchem, ale cíle Aukra

jsou ještě smělejší. Chceme, aby Aukro opět používal každý druhý Čech, a vrátili jsme se tak na úplnou špičku celé české e-commerce,“ uvedl Michal Oškera, CEO Aukra. „Uvědomujeme si, že od dalšího růstu počtu uživatelů nás brzdí omezená nabídka v kategoriích, které jsou uživateli na jiných online platformách velmi navštěvované. Jde zejména o oblečení, obuv či dětský sortiment. Nulovou provizi však podporujeme i automobily

či motocykly, které nespádají do oblasti veteránů,“ sdělil Michal Oškera. „Hodnotu zboží určuje na Aukru sám trh – prodávající i kupující tak získají vždy nejlepší možnou cenu. V kombinaci s nulovým poplatkem za prodej nemá v tomto ohledu Aukro konkurenci,“ dodal Michal Oškera. Podporu věnuje Aukro rovněž aukcím začínajícím od 1 Kč. Cena za jejich přednostní výpis se pro většinu nově snižuje o 50 %. (tz)

Loni vzniklo nejméně firem za posledních pět let

Propad tuzemské ekonomiky způsobené pandemií covid-19 se odrazil na zájmu podnikatelů zakládat nové firmy. Vloni vzniklo 27 038 nových společností, což je nejméně od roku 2016 a téměř srovnatelně jako v roce 2015. Celkový počet firem v ČR se v roce 2019 zvýšil jen o 11 555 na celkových 518 574. Informace v lednu zveřejnila společnost Bisnode A Dun & Bradstreet Company.

„Uplynulý rok byl pro podnikatele a živnostníky jeden z nejtěžších v novodobé historii. Musí se vyrovnat s novými podmínkami a výzvami. Business paralyzují vládní opatření, jejichž cílem je zpomalení šíření nového onemocnění. V ohrožení jsou celé segmenty podnikání. Přesto na trhu vznikají nové příležitosti,“ řekla analytička Bisnode A Dun & Bradstreet Company Petra Štěpánová.

V loňském roce bylo založeno 27 038 nových firem, což je o 9 % méně než v roce 2019 a nejméně za posledních pět let. „V průběhu ro-

ku podnikatelé firmy zakládali velmi nerovnoměrně. Nejhorší situace panovala v průběhu prvního uzavření ekonomiky: v dubnu vzniklo meziročně o 30 % méně firem, v březnu o 24 %. Třetí nejhorší výsledek letošního roku jsme zaznamenali v říjnu, kdy bylo podnikání v ČR omezeno z důvodu druhé vlny pandemie covid-19 po-

druhé. Ale v listopadu podnikatelé registrovali jen o 5,5 % méně firem než v roce 2019 a v prosinci založili meziročně o 4 % víc nových společností,“ dodala Petra Štěpánová s tím, že čísla za poslední dva měsíce mohou dávat důvod k mírnému optimizmu. Aktuálně je v České republice registrováno celkem 518 574 firem,

z toho 491 849 společností s ručením omezeným a 26 725 akciových společností. Přesto, že loni vzniklo 27 038 nových podniků, celkový počet registrovaných subjektů se zvýšil pouze o 11 555. „Důvodem je, že zaniklo rekordní množství společností,“ uzavřela analytička Bisnode A Dun & Bradstreet Company. (tz)

Počty nově založených firem* v ČR 2010–2020

	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
s.r.o.	26 079	28 799	30 385	31 204	27 946	26 104	24 266	22 227	21 592	21 174	22 460
a.s.	959	982	885	983	891	849	604	618	862	1159	1174
celkem	27 038	29 781	31 270	32 187	28 837	26 953	24 870	22 845	22 454	22 333	23 634

Celkový počet firem* v ČR v období 2010–2020

	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
s.r.o.	491 849	480 451	465 920	449 360	425 744	405 410	385 979	366 432	348 334	332 987	316 429
a.s.	26 725	26 568	26 398	26 258	25 817	25 582	25 372	25 120	24 937	24 714	24 042
celkem	518 574	507 019	492 318	475 618	451 561	430 992	411 351	391 552	373 271	357 701	340 471

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

zdroj: Bisnode A Dun & Bradstreet Company

Proměny ve vzdělávání: přes dvě třetiny Čechů by se chtěly učit podnikat

Jak by měly vypadat školní osnovy pro 21. století? Více praxe a méně teorie. Až 83 % Čechů by si přálo, aby se do středoškolského vzdělávání lépe zapojily firmy. Jak ukázal výzkum agentury Nielsen Admosphere pro nevládní organizaci JA Czech, principy podnikavosti dnes lidé považují za důležitější než tradiční povinné předměty, jako je chemie nebo výtvarná výchova.

„Rozložení povinných a volitelných předmětů na středních školách je s ohledem na nároky současnosti zastaralé. Co je pro většinu mladých lidí užitečnější: fyzika, chemie, nebo podnikavost a praktické obchodní zkušenosti, které se jim budou hodit nejen v budoucích zaměstnáních? Je třeba zúžit spektrum povinných předmětů, přesunout některé do kategorie volitelných a nabídnout nové předměty, které byly vyvinuty na základě proměn společ-

nosti a které umožňují studentům realizovat se už na střední škole,“ míní Martin Smrž, ředitel obecně prospěšné organizace JA Czech, která podporuje vzdělávání českých studentů v oblasti podnikání.

Přípravu středoškoláků pro uplatnění na trhu práce považuje za nedostatečnou podle průzkumu z listopadu 2020 až 62 % Čechů. Tři z pěti respondentů by mezi povinnými předměty oželeli výtvarnou či hudební výchovu, bezmála třetina nevidí smysl v povinné chemii a každý čtvrtý by do kategorie volitelných předmětů nejraději přesunul fyziku, tělocvik, biologii či občanskou nauku.

„Mladí lidé jsou inovátoři. Jsou to tvůrci změn, proto bychom je měli učit rozvíjet a využít své nápady. Vzdělávací programy, které v téměř nezměněné podobě fungují navzdory uzavření škol, umožňují mladým lidem, aby prostřednictvím praktického učení byli mnohem lépe připraveni na dospělost a reálnou prá-

ci. Vzdělávání obecně má odpovědnost zajistit rozvoj kreativity mladých lidí, protože prostřednictvím myšlenek se rodí nové projekty a prostřednictvím podnikání se vytváří bohatství pro komunitu a zemi. Tím mohou vzdělávací programy současný školský systém velmi obohatit,“ uvedl Martin Smrž.

V rámci povinného vzdělávání na středních školách by 67 % Čechů, studentů i rodičů, uvítalo podnikání. Zbytek dotázaných by se v 70 % přikláněl pro možnost podnikání jako volitelného předmětu. Ve věkové kategorii 15 až 34 let by podnikání jako volitelný předmět pro své děti chtělo 83 % mladých Čechů. Celkově se k výuce podnikání přiklánějí spíše ženy a lidé s vyšším dosaženým vzděláním napříč všemi kraji. „Vzdělávacími programy JA Czech, které se zaměřují na podnikavost, finanční gramotnost a přípravu na zaměstnání, prošlo za první pololetí školního roku 20/21 přes 36 000 studentů. V meziročním srovnání je to více než čtyřná-

sobný nárůst. Konkrétně v programu JA Studentská Firma, kde středoškoláci v rámci školní výuky zakládají skutečné firmy s reálnými produkty či službami, registrujeme v tomto školním roce 192 studentských firem a jako celoroční program už spěje do svého úspěšného finále, aniž by ho nepříznivá protiepidemická opatření ve školách ovlivnila,“ popsal Martin Smrž.

Zásadní úlohu hraje ve vzdělávacích programech účast pedagogů a lidí z praxe. „Pro výuku podnikání je kriticky důležité poskytnout vzory – mladí lidé potřebují pochopit, jaký je svět podnikání a jaké to je být v něm zapojen. Během programů studentům pomáhají mentoři, což jsou zástupci úspěšných firem, a jejich učitelé. Role učitelů je klíčová, proto prostřednictvím řady školení a dalších akcí podporujeme také posílení postavení učitelů, aby lépe porozuměli výuce podnikání a nebáli se ho začlenit do výukových osnov,“ doplnil ředitel nevládní organizace. (tz)

Jedním z trvalých dopadů pandemie bude změna podoby pracovišť

Mnoho firem a institucí nyní přehodnocuje potřeby fungování, zázemí a komunikace mezi zaměstnanci, které umocnila pandemie covid-19. Projevuje se to i v jejich požadavcích na podobu prostor. Cílem je vyhovět požadavkům zaměstnanců na zajištění dostatečných odstupů na pracovišti, ustupuje se od velkých společných kanceláří typu open space a mění se požadavky na vybavení. Trendem je větší diferenciacie pracovních prostor.

Osobní schůzky byly pro většinu segmentů a firem dříve normou a virtuální schůzky výjimkou, ale covid-19 tyto scénáře zcela převrátil. Pandemie akcelerovala rozvoj ekonomiky na dálku a obchodních aktivit, které se nespolehají na osobní aktivitu.

„Současně s tím, jak se interní jednání, kontakty s klienty, oslovování nových zákazníků, pracovní pohovory a řada dalších obchodních aktivit staly virtuálními, ekonomika na dálku vyžaduje nové způsoby řešení schůzek, která se pokouší více napodobovat osobní kontakt. To umožňují vyspělá videokonferenční řešení typu Lifesize, která umějí spolupracovat s plánovacími nástroji, efektivně sdílet dokumenty a archivovat jednání v přehledných knihovkách,“ konstatoval Michal Černý ze společnosti Audiopro.

Lze počítat s tím, že ani po odeznění pandemie se nevrátí klasický způsob jednání, kdy jsou všichni účastníci fyzicky přítomni. Ke komfortní spolupráci hybridních týmů mohou přispět i moderní web kamery s využitím umělé inteligence, jako například Huddly. Ty dokážou vidět i chápat okolní prostředí, a díky zabudovanému neuronovému procesoru na něj v reálném čase reagují. Průběžně detekují osoby, které se účastní jednání, a zaostřují na ně.

Firmy přehodnocují své potřeby

„Jedním z trvalých dopadů pandemie bude změna podoby pracovišť. Firmy přehodnocují své potřeby a projevuje se to i v jejich požadavcích na podobu firemních prostor. Cílem je vyhovět požadavkům zaměstnanců na zajištění dostatečných odstupů na pracovišti, ustupuje se od velkých společných kanceláří typu open space a mění se požadavky na vybavení. Trendem je větší diferenciacie pracovních prostor. V kancelářských objektech, kde se i do budoucna předpokládá, že lidé budou ve větším měřítku pracovat z domova, stoupá tendence vytvářet sdílená pracovní místa,“ sdělil Radek Škrabal, provozní ředitel SSI Group.

Dalším trendem je zřizování tzv. huddle rooms – menších zasedacích místností dobře vybavených komunikační technikou, která vyhovují fungování hybridních týmů. Novinkou jsou i požadavky na transparentnost v místech, kde se setkává více lidí. Jednoduché řešení v podobě polepů podlah u výtahů nebo na frekventovaných chodbách totiž pomáhá lidem uvědomit si, že by měli udržovat dostatečný odstup.

„Vedle dostatečných odstupů, zařizování nových dispozic je ale také stále důležitější hygiena, úklid a čistota prostor. Do období pandemie některé firmy na pečlivém úklidu a hygieně na pracovišti šetřily nebo jenom nevěnovaly tolik pozornosti,“ poznamenal Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

Automatizace a umělá inteligence

Na situaci reagovaly nejlépe ty podniky, které dokázaly efektivním způsobem využít možnosti digitalizace. V mnoha firmách urychlila koronavi-



foto Shutterstock

rová krize investice například v oblasti využívání rozšířené reality, díky níž podniky servisují stroje na dálku, aniž by zaměstnanec musel urazit desítky kilometrů a servis provádět fyzicky.

Dlouhodobě covid-19 může změnit vnímání spolupráce mezi lidmi a umělou inteligencí, a zmírnit tak obavy zaměstnanců z technologií. Globální studie společnosti Accenture zaměřená na umělou inteligenci zjistila, že jednou z největších překážek v rozšiřování technologií je jejich nedostatečné přijetí zaměstnanci. Pokud se firmám podaří vysvětlit jim výhody, které spolupráce s AI přinese, otevře jim to nové možnosti budoucího rozvoje firmy i pracovní síly.

Hybridní pracovní doba

Přesun do digitálního světa přinutil většinu společností hledat alternativní způsoby fungování. Proto přicházejí s různými experimenty

v podobě trvalého přechodu na částečný home office či různých dosud neobvyklých úprav pracovní doby. Například Google ohlásil, že i po pandemii budou mít jeho zaměstnanci pracovní týden rozdělený na tři dny v kanceláři a zbylé dva dny budou moci pracovat odkudkoliv chtějí.

„Podle aktuálního průzkumu HR Pulse, v němž jsme mapovali, jak firmy v souvislosti s novou situací mění zažitý způsob fungování, řada společností v České republice s hybridními modely práce do budoucna počítá,“ řekl Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz. „Většina z nich (42 %) předpokládá kombinaci práce z domova a na pracovišti. Další firmy volí jiný režim – například to, že na pracoviště budou trvale docházet jen lidé zastávající některé pozice nebo se budou se zaměstnanci v práci scházet pouze na porady a další nezbytné akce.“ (tz)

Současná právní úprava home office je zcela nevyhovující, tvrdí experti

V důsledku probíhající pandemie koronaviru dochází velmi často k tomu, že zaměstnanci plně nebo částečně pracují z domova. Poradenská skupina Grant Thornton proto upozorňuje, že současná právní úprava je pro home office zcela nevyhovující. Zaměstnavatel by totiž měl zaměstnanci poskytovat náhradu výdajů, které s prací doma souvisejí – přitom ale například náklady na topení, elektřinu, vodu nebo internet nelze stanovit paušálně. Kalkulovat skutečné výdaje související pouze s výkonem práce z domova, a nikoliv bydléním je však prakticky nemožné.

„Jedním z klíčových koronavirových opatření pro vládu i mnohé zaměstnavatele právě přesun co nejvyššího možného počtu zaměstnanců na home office, pokud to jejich pracovní náplň dovozuje. Přitom pro to nejsou správně nastaveny

zákony a předpisy,“ řekl Roman Burnus, manažer poradenské skupiny Grant Thornton Czech Republic. „Zavádění home office se navíc stává standardem, který pravděpodobně vydrží i po skončení pandemie. Mnoho firem si uvědomuje,

že je pro ně tento systém lepší a výhodnější. Stávající právní úprava je proto naprosto nevyhovující a je třeba tuto problematiku vyřešit,“ dodal.

Zaměstnavatel by měl zaměstnanci pracujícím na home office poskytovat náhradu vzniklých výdajů, jejichž vyčíslení je ale mnohdy nedopodstatitelné. „V případě náhrad za opotřebení vlastního majetku zaměstnance používaného pro výkon práce – jako například počítače, tiskárny, telefonu nebo nábytku – problém není. Výši náhrady je možné stanovit paušální částkou. Problém nastává u takzvaných povinných plnění zaměstnavatele na vytváření a do držování pracovních podmínek pro výkon prá-

ce. Tam patří například připojení k internetu, elektřina nebo topení. Zde náklady paušalizovat nelze, přitom by to dávalo obrovský smysl,“ vysvětlil Roman Burnus. „Výše náhrady se má kalkulovat na základě skutečně vynaložených výdajů, což je ale v praxi téměř nemožné,“ sdělil.

První pokus vyřešení tohoto úskalí proběhl v roce 2019 a následně i na začátku pandemie, kdy se Komora daňových poradců pokusila na společném jednání s Generálním finančním ředitelstvím znovu prosadit možnost paušalizace výše náhrady. Cílem bylo významně zjednodušit celý proces prokazování nákladů. Návrh však bohužel doposud neprošel. (tz)

Nikdo z našich nájemců zatím nemusel v důsledku pandemie skončit

Menší prodejny, menší provozovny, menší obchodní domy. O jejich významu pro život obyvatel se v poslední době hodně diskutuje. Staly se vítaným protipólem největších supermarketů, obřích nákupních center. Dva trendy, každý s určitými výhodami. Dva pohledy na komfort nakupujících. Dvě možnosti, dvě volby. Jaké zkušenosti za poslední rok získali majitelé pražských Obchodních domů Regata spadajících do skupiny podnikatelských aktivit společnosti Regata Čechy, a.s.? O tom jsem hovořila s Filipem Votrubou, ředitelem závodu Obchodní domy Regata:

Ač je již rok život lidí takřka na celém světě podřízen do velké míry šíření koronaviru, vašich šest obchodních domů v Praze dál poskytuje své služby. Přesto – co se za uplynulé měsíce změnilo?

Naše Obchodní domy Regata uspokojují nákupní potřeby a poskytují služby především zákazníkům ze svých spádových oblastí, podstatná část z nich to nám má v docházkové vzdálenosti. Tak to v podstatě funguje stále. V posledním roce jsme se však museli hodně podřídit vývoji epidemické situace a na ni navazujícím opatřením vlády. Tak, jak se těmto krokům musí přizpůsobovat občané, musíme i my upravovat provoz našich obchodních domů. Určitě chceme našim zákazníkům poskytnout maximum toho, co je v danou chvíli možné, zároveň dbát na dodržení hygienických pravidel a optimalizovat provoz objektů tak, aby byl ekonomicky co nejúnosnější.

Musím samozřejmě potvrdit, že situace se částečně změnila oproti té, na niž jsme bývali zvyklí. Jelikož aktuálně je, a podstatnou část loňského roku musela být, část prodejen a provozoven služeb uzavřena, úplně nefungovala vzájemná synergie mezi našimi nájemci. Mám tím na mysli to, že jednotlivý sortiment zboží a služeb zastoupený v našich objektech má svou klientelu a je lákavý i pro další zájemce, a to vede k optimální návštěvnosti obchodního domu jako celku. V konečném výsledku jsou všichni spokojeni. To v posledním roce bohužel úplně zafungovat nemohlo a celkovou návštěvnost jsme měli nižší. Avšak ti, kteří mohli mít otevřeno, si ale na nezáměr zákazníků vesměs nemohli stěžovat. Skoro to vypadá, jako by se k nám přesunula část návštěvníků z velkých obchodních center. Osobně nakonec toto období hodnotím

jako úspěšné. Dokázali jsme si poradit, získali jsme mnoho nových zkušeností a bezesbýtky jsme dostali všem svým závazkům.

Čím se z vašeho úhlu pohledu liší loňské jaro od současnosti? Změnily se nákupní zvyklosti, lidé jsou v prodejnách opatrnější, disciplinovanější, ukázněnější? Nebo je naopak už nebaví dodržovat nejrůznější opatření?

Z jarní, první vlny pandemie se myslím všichni poučili a získali zkušenosti. My jsme naše obchodní domy měli již před druhou vlnou vybavené vším potřebným – informacemi o hygienických pravidlech, dezinfekčními stojany, antibakteriálním mýdlem na toaletách, dezinfekčními prostředky pro úklid apod. Pro naše servisní pracovníky jsme měli připraveny roušky a později respirátory. Naši zaměstnanci věděli mnoho podstatného, třeba jak částečně utlumit provoz některých technologií, upravit režim ostrahy a celkově optimalizovat chod daného objektu. Rovněž naši zákazníci byli již na podzim zvyklí na bezpečnostní opatření. Na

Jsem si jistý, že i do budoucna mají naše obchodní domy dobrou perspektivu a pro své zákazníky budou velice zajímavé a užitečné. Čas bude mít pro každého z nás stále větší význam. Mít možnost si nakoupit vše potřebné bez zbytečného dojíždění bude velkou výhodou.

rozdíl od některých politiků jsem přesvědčený, že se velká většina občanů chová zodpovědně a s respektem ke svému okolí. Alespoň my jsme se v našich obchodních domech s žádnými velkými excesy za celé období nesetkali.

Ubylo vám nájemců, nebo naopak? A máte ještě volné prostory k pronájmu? Jakým sortimentem byste rádi komfortu zákazníků ještě obohatili?

Zatím prakticky nikdo z našich nájemců nemusel v důsledku pandemie skončit, a to považuji za opravdu velký společný úspěch. Významný podíl na tom měla i naše intenzivní vzájemná komunikace. Jsme přesvědčeni, že maximálně individuální přístup a vzájemná podpora a vstřícnost jsou tou cestou, která nás všechny může přenést přes současné obtížné období.

Ač máme pronajimatelnou plochu v našich objektech z více než 90 % obsazenu, novým seriózním nájemcům se určitě neuzavíráme. Situace se samozřejmě liší od objektu k objektu, ale třeba v Obchodním domě Centrum v Praze 4 na Spořilově máme nyní vhodný prostor na lékařskou ordinaci či dentální hygienu. Obecně se dá říci, že atraktivní sortiment je pro nás ten „obyčejný“ jako papírnickví, domácí potřeby – ideálně i s dobrým železářstvím, dobře vedené chovatelské potřeby nebo lékárna...

Ne každá prodejna či provozovna služeb poté, co musela zavřít, měla dostatek prostředků na placení nájmu. Jak jste řešili takové záležitosti? A pořád se ještě platební morálka nesrovnala?

S platební morálkou či bych dnes možná raději řekl s možností platit dohodnuté nájemné, je to také velmi individuální. Záleží na tom, do jaké míry konkrétnímu nájemci vládní opatření omezila provoz, a na druhou stranu vzít v úvahu to, že i někteří provozovatelé otevřených prodejen přišli o nezanedbatelný díl tržeb z důvodu celkové situace. Otevřené provozovny byly také dosud vyřazeny z většiny státních podpůrných programů, příkladem je třeba COVID – Nájemné. U uzavřených provozoven našim nájemcům poskytujeme maximální součinnost pro získání státní podpory. To začíná již osvětou, někteří o této možnosti nemají dost informací, jiné již dopředu odrazuje náročná administrativa, nebo si s ní opravdu nedovedou poradit. Jak jsem již naznačil, je to vše velmi individuální, pracné a časově náročné. Ve výjimečných případech děláme i další ústupky, ale v žádném případě bychom nechtěli, aby se opakovala situace z loňského jara, kdy jsme museli nést podstatnou část slev z nájmu k naší tíži.

Zaznamenali jste větší zájem občanů o nabídku zboží a služeb v porovnání s roky 2019 a 2018? Projevila se ochota spotřebitelů raději navštěvovat menší prodejny v docházkové vzdálenosti, rychle nakoupit v relativně bezpečnějším prostředí, než je hypermarket nebo supermarket?

Takhle jednoznačně se to bohužel tvrdit nedá. Naše obchodní domy jsou sice v docházkové vzdálenosti od velkých obytných čtvrtí a z tohoto důvodu není propad návštěvnosti tak výrazný jako u velkých obchodních center, kam se musí na nákupy dojíždět, avšak mnoho lidí začalo řešit své nákupy pomocí e-shopů na internetu. A je to celkem pochopitelné, považují to za bezpečnější způsob nakupování, ne nepohodlný, a je zřejmé, že velký objem obchodu se přesunul právě sem.

Myslíte si, že právě menší obchody a provozovny budou nadále vyhledávanější? Třeba proto, že člověk rychleji pořídí, co potřebuje? Nebo je tam svým způsobem bezpečnější?

Jsem si jistý, že i do budoucna mají naše obchodní domy dobrou perspektivu a pro své zákazníky budou velice zajímavé a užitečné. Čas bude mít pro každého z nás stále větší význam. Mít možnost si nakoupit vše potřebné bez zbytečného dojíždění bude velkou výhodou. A je mnoho druhů zboží, které si budou chtít lidé v prodejnách vybrat osobně – jak jen to bude



Filip Votruba, ředitel závodu Obchodní domy Regata ze společnosti Regata Čechy, a.s.

možné. Rádi budou využívat služeb prodávaců, kteří jim dokážou poradit a pomoci s výběrem. Už nyní se ukazuje, jak osobní komunikace lidí utrpěla, jak nám schází.

Nerýsuje se možnost otevřít zcela inovativní koncept rychlého občerstvení, který by eliminoval všechna možná rizika nákazy, a naopak by vynikal nápady, jak skvěle obsloužit klienta? Nepřišel za vámi nějaký zájemce s podnikatelským nápadem, který by propojil budoucnost stravování a neobvyklou gastro strategii? Vyšli byste jako pronajimatelé plochy neobvyklému řešení vstříc?

V současnosti se gastro provozy v našich obchodních domech snaží přizpůsobit složitě době. Některým se to daří hůře, a jiní naopak dobře upravili svůj koncept pro výdej, a případně rozvoj svých produktů. Úspěšnost souvisí i s původním gastro konceptem, kdy fast food byl schopen zareagovat na nové podmínky pružněji než například restaurace, která cílí na hosty hledající komplexní zážitek. Zatím jsme nezaregistrovali zájem o pronájem některého z našich prostorů pro zcela nový gastronomický koncept, ale pokud by se takový zájemce objevil, rádi bychom s ním začali jednat.

Až pandemie skončí, změní se něco zásadního v těchto obchodních domech?

Z hlediska sortimentu a takzvaného tenant mixu, resp. složení nájemců našich obchodních domů, nepředpokládám velké změny. I před pandemií jsme se převážně orientovali na denní nákupy okolních obyvatel. V našich Obchodních domech Regata budeme i po odeznění této epidemické krize dbát na bezpečnost svých zákazníků a od většiny zavedených hygienických opatření již nebudeme ustupovat. Až si budeme moci po skončení pandemie všichni zhluboka oddechnout, budou změny patrné v celé společnosti. Osvědčená bezpečnostní opatření již zůstanou a jistě budou mít pozitivní vliv na zdraví lidské populace i v budoucnu.

otázky připravila Eva Brixí

