

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

vita^{PR}

Hodnoty vytváříte vy...

...a my o nich

dáváme vědět ostatním

www.vitapr.cz

INZERCE

Konjunktura ošálila podnikatelské a manažerské instinkty

Ing. Jiří Jemelka, MBA, zakladatel a majitel společnosti JPF Czech s.r.o. zaměřené na služby interim managementu, si myslí, že firmám bude vždy prospívat přístup, jakým se povedlo Tomáši Baťovi vybudovat jeho vlastní impérium. Zastává názor, že dobrý leadership nic nenahradí. I proto, že nouzová řešení jsou vždy jen nouzová. A nejsou tak docela řešeními spíš jako záplatami, které se nakonec prodraží. Více přiblížil v následujícím rozhovoru:

Co v současnosti firmy nejvíce potřebují, aby se mohly vypořádat se zvýšenými náklady na provoz?

Vedle optimalizace hospodaření podnikatelé především bojují s tím, jak interně komunikovat velmi nepopulární a složité změny. Oslovují nás, abychom jim dali návod, jak bezbolestně sdělovat tvrdé pravdy zaměstnancům. Podniky teď totiž většinou potřebují například držet mzdy na uzdě a nemohou svým lidem přidávat. Šéfové si proto přejí, abychom jim ukázali, jak komunikovat, že musí být hůře, aby mohlo být po nějaké době zase dobře či lépe. My dokážeme pomoci, ale ne tím, že bychom se postavili před lidi a líbivými slovy zametali fakta pod koberec.

Vidíte tedy, že firmy a jejich vedení se v minulosti ne vždy dostatečně staraly o interní komunikaci?

Neřekl bych, že se podnikatelé o interní komunikaci nestarali, ale mnoho z nich vůbec netuší, jak předávat nepříjemné zprávy. Řada firem není starší než deset let. Nikdy se s ničím podobným nesetkaly. Chybí zkušenosti v oblasti krizové komunikace, která jde až na dřevě. Vlastně v tom, jak krize zvládat obecně. Obtíž se táhnou celou ekonomikou a ovlivňují životní úroveň napříč Evropou. To s sebou pro podnikatele nese čím dál stísněnější manévrovací prostor. Většina z nich si uvědomuje, jaký průšvih to je. Ale absolutně netuší, jak se s tím v interní komunikaci, a mnohdy i strategii businessu poprat.

A dokáže jim v této situaci interim management nějak posloužit?

Zmíněná komunikace je jen část rovnice. Náš zásah by měl být ve firmě mnohem hlubší.



Ing. Jiří Jemelka, MBA, zakladatel a majitel společnosti JPF Czech s.r.o.

Vysvětlím to. Během času všeobecného blahobytu populace otupěla v mnoha ohledech. Tu podnikatelskou nevyjímaje. Mnoho firem se díky hezkému tempu růstu přestalo dívat na podnikání baťovskou optikou. Přestalo se myslet na to, že nejprve se musí vychovat lidé, kteří pro majitele a vedení podnik následně vybudují. Že to zdaleka není jen otázka peněz a nezvládnete to přes noc. Je to zdoluhavá práce, která vyžaduje od managementu velké osobní nasazení. Ale v době, kdy bylo atraktivnější do světa troubit úspěchy bez toho, aniž by byly podloženy zdravím podniku, se spoléhalo více na rychlá řešení s krátkodobým dosahem. Jejich úskalím je, že obvykle neodstraní problém, jen zakamuflují příznaky. A protože se to v konjunkturu dalo zvládnout, ošálilo to podnikatelské a manažerské instinkty. Naším úkolem je do firmy znovu onu bystrost a nadhled vnést, a ozdravit ji.

Takže se vše odvíjí od toho, jak zručný je šéf manažer?

Někdo je nadanější na řízení procesů a toků peněz, jiný je kovanější v mezilidských vztazích, další má tah na branku díky kreativitě. Šéf by

měl v ideálním případě vše z uvedeného zvládat dobře. Ale žijeme ve světě, kde je ideální málo co. To hlavní je, aby byl dobrý lídr. On nekontroluje, nepostrkuje lidmi na šachovnici k lepšímu výkonu. Jeho stěžejním úkolem je kolektiv dané organizace inspirovat, pomoci mu ujmout se podnikové vize a rozvíjet ji. Jeho posláním je budovat důvěru, aby lidé uvěřili ve smysluplnost toho, co dělají. A aby tím dělali to nejlepší pro podnik i vlastní profesní naplnění.

Jaký je tedy podle vás v tomto směru stav českých firem?

Nechci paušalizovat. Prototypem postavy lídra je pro mne stále Tomáš Baťa. A jsem rád, že moudří jeho příkladu následují. Problémy bývají často zakořeněné ve firemní kultuře. Je závislá právě na lídrovi. A Baťa vynikal v tom, jak se o svoje lidi staral, aby podnikání zkvétalo. Když zaměstnanci odvádí svou práci maximálně do výše svého platu, když chodí do fabriky přečkat den, musíme se ptát, proč tomu tak je. Je to totiž přístup, který lidem přináší obživu a nic víc. Ani podnik z něj moc neprofituje.

pokračování na straně 4

Nejistá zimní dovolená pro cestovní ruch

Asociace hotelů a restaurací České republiky ve spolupráci se společností Data Servis – informace provedla průzkum mezi provozovateli ubytovacích a stravovacích zařízení a jejich zákazníky. Z průzkumu je zřejmé, že více než polovina našich občanů zatím dovolenou na horách neplánuje a volný čas stráví spíše doma. Dalších 20 % ještě není zcela rozhodnuto. Je evidentní, že bude i nadále přetrvávat trend rezervací na poslední chvíli a volba spíše rozšířených víkendů než týdenních pobytů. Zimní sezóna je tedy i z pohledu domácího cestovního ruchu prozatím značně nejistá.

Co se týká cen ubytovacích služeb, ty se dostaly v létě na úroveň z roku 2019, tedy dosud k žádnému dramatickému nárůstu nedošlo, přestože náklady provozovatelů ubytovacích a stravovacích služeb strmě stoupají a tvoří již více než 25% nárůst oproti předchozímu roku.

Nabídka služeb a ceny budou letos závislé hlavně na vývoji cen energií. Prezident AHR ČR Václav Stárek k tomu dodal: „Vítáme rozhodnutí vlády o zastropování cen energií pro malé střední podniky a také to, že byl vyslyšen náš požadavek a vláda stropy energií rozšířila i na malé střední podniky připojené na vysoké napětí. Pro podnikatele je důležité mít možnost odhadnout své náklady v nejbližších měsících. Věříme, že vláda také vyslyší požadavky podnikatelů na pomoc velkým podnikům, kteří představují významné zaměstnavatele a poskytovatele služeb nejen v Praze a velkých městech, ale také například v horských oblastech.“ Tyto velké podniky byly v době pandemických omezení velmi limitovány v dosažení podpory ze strany státu a jejich finanční rezervy byly zcela vyčerpány. S příchozí energetickou krizí je pomoc i těmto podnikatelům nezbytná, jinak budou nuceni svá zařízení uzavírat, což povede napříč regiony k propouštění zaměstnanců. Obsazenost ubytovacích zařízení dosáhla do srpna letošního roku v Praze 52,4 %, což je o 20 % méně než v roce 2019, průměrná cena u 4* a 5* hotelů činila 92,6 eur, což je přibližně úroveň ceny v roce 2019. Podobná situace bude i v regionech, kde bude dosažena roční obsazenost maximálně do 60 %. (tz)

Najdete uvnitř listu



I zbrojaři teď procházejí krizí

3

Rozdány zlaté medaile a další ocenění na mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně

5



Řadě stavebních firem hrozí krach

7

Zapomínáme ale podotknout, co to bude stát a kdo to zaplatí

9

Proměny pracovního trhu stále zrychlují

10

Nový prodejní koncept Polagraph x papelote v Brně

V Brně vznikl nový společný prostor papírnictví papelote a Polagraphu, specialistů na Polaroid. Brněnská pobočka Polagraphu slaví letos páté narozeniny, proto podle zakladatelů značky nastal čas na změnu konceptu. Ke sdílení prodejního prostoru na adrese Jezuitská 3 přizvali papírnictví papelote.

Papelote je původní české papírnictví, které je známé především díky svým diářům a zápisníkům. Vzniklo v roce 2009 a v Praze má aktuálně dvě prodejny. V nové brněnské prodejně nabídne téměř kompletní výběr ze svých produktů, včetně nové kolekce diářů na rok 2023, a navíc i kuráto-

rovaný výběr doplňkového sortimentu – psacích a kancelářských potřeb pečlivě vybraných zahraničních značek. Papelote i Polagraph jsou nezávislé české značky, kterým se kolem sebe podařilo vytvořit silnou komunitu. Kromě toho, že jsou na domácím trhu průkopníky, mají i podobné hodnoty. Například respekt k zákazníkům, upřednostnění kvality před kvantitou nebo důraz na aktivní přístup k životu. Jejich spojení dává smysl i díky sortimentu, který je zaměřený na podporu kreativity, tvůrčí vyjádření a umožňuje zachycení kouzla okamžiku. V sortimentu Polagraphu najdete především japonské zrcadlovky a kompakty na kinofilm a původní originální fotoaparáty Polaroid. Kromě toho prodávají a vyvolávají fotogra-

fické filmy, tisknou a rámuji fotky. Nabízejí také kompletní vybavení pro focení na film i na Polaroid a specializují se na vintage fotoaparáty, které repasují. „S nabídkou sdíleného prostoru s Polagraphem přímo v centru Brna jsme s radostí souhlasili. Prodejnu zde plánujeme už dlouho a spojení našich značek a sortimentu nám dává obrovský smysl,“ komentovala tento významný krok Denisa Havrdová, výkonná ředitelka papelote. Značka tak podle ní konečně dostojí slibům brněnským zákazníkům, kteří dosud mohli výrobky papelote objednat pouze na e-shopu, případně měli k dispozici omezené množství sortimentu v partnerských kamenných obchodech, jako jsou Academia, Arky či Je tu milo. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 3. listopadu 2022

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka

mobil: 602 618 008, e-mail: brixix@iprosperita.cz

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií

www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz

a www.freshtime.cz

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

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, e-mail: kacer@iprosperita.cz

Bc. Kateřina Šimková, redaktorka a mediální

konzultantka

mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

mobil: 602 668 013, e-mail: orpa.cbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

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

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

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,

Pražákova 876/66, 639 00 Brno

Časopis je v roce 2022 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255. Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
 NEWTON Media a.s.



■ s Úřadem
 průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností
 pro jakost



**Spolupracujeme a hledíme
 ta nejlepší řešení pro vás.**

PROSPERITA®
 Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
 BUSINESS**
 PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
 TIME**
 PROSPERITA

www.freshtime.cz

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

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

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

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

S tužkou za uchem

Jak to vidíte vy?

Tak nám pošta opět zdražila psaní, což už bývá téměř každoroční rituál. Pamětníci si vzpomenou, že za Husáka jsme posílali obyčejný dopis opatřený 60halérovou známkou, teď budeme dávat 21 Kč. Tricetinásobný růst porta však není nic proti zdražování vodného nebo energií. Za pitnou vodu jsme platili 60 haléřů a za stočné dalších 20. Suma sumárum, jsme už zhruba na stonásobku. Ceník elektřiny a plynu je v současnosti v pohybu, takže dávat srovnání s dobou minulou by bylo silně zavádějící. Abych nevypadal jako škarohlíd a notorický stěžovatel, musím ukázat i druhou stranu mince. Pro objektivnost však musím uvést, že se změnila i kvalita produktů. Postavili jsme účinné čističky vody a vzduchu za stovky miliard korun, takže jsme přestali znečišťovat své životní prostředí. Tak, jak stoupla hodnota lidské práce, rostly i mzdy poštáků a jiných zaměstnanců víc než desetinásobně. A už neplatíme daň z přepychu jako v roce 1989 za každý dovezený automobil nebo barevný televizor, takže se staly dostupnými pro všechny. Naše města a obce, tehdy šedé a upadající, taky vypadají zcela jinak a podávají docela objektivní obraz o prosperitě. Vše se za ta tři desetiletí změnilo. Pesimista řekne, že k horšímu, optimista zdůrazní jen ty hezké věci. A jak to vidíte vy? **Pavel Kačer**

Zaujalo nás

Česko je v ekonomické svobodě 17. nejlepší na světě

Česko se umístilo na 17. příčce ze 165 zemí a teritorií zahrnutých do výroční zprávy Economic Freedom of the World 2022, kterou v září publikoval Liberální institut ve spolupráci s kanadským Fraser Institutem. „Ekonomická svoboda v České republice klesla, to je hlavní zpráva, na kterou bychom se měli soustředit,“ komentoval letošní výsledky Martin Pánek, ředitel Liberálního institutu. Hongkong a Singapur jsou opět na čele žebříku. Švýcarsko, Nový Zéland, Dánsko, Austrálie, Spojené státy, Estonsko, Mauricius a Irsko uzavírají nejlepší desítku. **(tz)**

Mediální partnerství v roce 2022

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

Redakční rada pracuje ve složení:

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

Výrobce interiérových svítidel Halla slaví 30 let na trhu

Společnost Halla působí na českém trhu jako výrobce a inovátor svítidel už od roku 1992. I přes současnou nejistou situaci ve světě ale oznámil příznivé výsledky za uplynulý rok, který se stal pátým nejúspěšnějším v historii firmy. Za rok 2021 dosáhly tržby Hally necelých 245 milionů korun a počet realizovaných projektů překonal hranici 3500. Zásahu na tom má především export – ten v roce 2021 tvořil přes 72 %. Svítidla společnosti lze dnes najít ve více než 50 zemích.

V roce 2021 Halla vygenerovala tržby za necelých 245 milionů korun, což je nejvíce od roku 2018 a historicky pátý nejúspěšnější výsledek. Nejvýrazněji se na tom podílel export, který hraje pro společnost dlouhodobě prim. Loni jeho podíl přesáhl 72 %. „Úspěchy máme zejména na trzích Evropské unie, Velké Británie, Švýcarska, ale též v Izraeli, Kanadě, Latinské Americe či na Novém Zélandu. Zároveň jsme loni měli jedinečnou příležitost představit se návštěvníkům světové výstavy Expo v Dubaji, kde jsme se postarali o nasvícení českého pavilonu, na což jsme velmi hrdí,“ popsal Daniel Černý, ředitel a člen představenstva společnosti Halla. Celkově firma v uplynulém roce osvětlila přes 3500 nových projektů, na což padlo více než 30 000 svítidel vyrobených v Novém Městě nad Metují.

I přes dozvuky pandemie a ruské agrese vůči Ukrajině nahlíží firma optimisticky i na následující roky. „Obě události nás pochopitelně zasáhly. Zejména začátek pandemie velmi ovlivnil naše tržby a fungování. Od počátku letošního roku pak pozorujeme významný nárůst cen hliníku

a mědi – pro nás stěžejních komodit –, pokračující růst cen dopravy, značné prodlužování dodacích lhůt vstupních materiálů či prudké oscilace směnného kurzu. Věříme však, že nehorší je již za námi, a předpokládáme, že bychom měli i nadále růst. Jednak díky orientaci na větší B2B zakázky, a to primárně v segmentu kanceláří a retailu, a těžit bychom měli rovněž z dřívějších investic,“ komentoval aktuální situaci Daniel Černý. Loni společnost investovala do výzkumu a vývoje v oblasti osvětlení téměř 4,5 miliónu korun a zároveň pokračuje v módu, který nastavila během pandemie. „Činíme veškerá opatření vedoucí k minimalizaci budoucích možných ztrát zapříčiněných aktuální celosvětovou situací, a to jak soustředěním se na obchodní výhledy, střednědobým plánováním kapacit, tak formou změn a zavádění nových procesů ve společnosti, které mají zefektivnit její fungování,“ dodal.

V roce 1992 přišli přátelé Jiří Jelínek a Karel Květoň na český trh s myšlenkou založit si vlastní firmu v oboru svítidel. Tato nově vzniklá firma, která dostala název Halla, byla založena na aplikaci moderních technologických možností té doby k dosažení nových inovací v tradiční výrobě svítidel. Nadšení pro technologie sdílí firma dodnes – ať již jde o chytré osvětlení, či tzv. Human Centric Lighting. Společnost se zaměřuje na vývoj, výrobu a prodej svítidel s důrazem na funkčnost, techniku a design. O designových kvalitách svědčí mimo jiné získání Red Dot Design Award, German Design Award, iF Design Award nebo Lighting Design Award. V současné době Halla zaměstnává více než sto lidí. Sídlo má v Praze, výrobní závod v Novém Městě nad Metují. **(tz)**

ROSSMANN co nejbliže zákazníkům

Síť drogerií ROSSMANN chce být svým zákazníkům co nejbliže a poskytovat jim každý den tu nejlepší zákaznickou zkušenost, nabídky a nejširší drogistický sortiment. Proto i nadále aktivně modernizuje pobočky, v posledních týdnech např. v Brně v OC Perla či ve Starém Městě.

Rozšiřuje také svou síť prodejen v dalších lokalitách. Od 5. října tak mohou do drogerie ROSSMANN zavítat obyvatelé Hostivice. Nově otevřená pobočka v moderním designu se sa-

moobslužnými pokladnami se nachází na adrese Čsl. armády 17 (namísto bývalé prodejny Iceland) a nabízí 340 m² prodejní plochy s rozsáhlým sortimentem drogistického zboží, sezónními produkty, stejně jako bohatou nabídkou velmi oblíbených privátních značek ROSSMANN, jako je například ISANA, Babydream, Ideenwelt (Svět nápadů), enerBiO a Alterra. Poslední dvě zmiňované získaly v ČR mezinárodní ocenění pečeti kvality Green Brands za udržitelné podnikání. Drogerie ROSSMANN nabízí i online nákup prostřednictvím mobilní aplikace ROSSMANN CLUB. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

hlavní partner:



partner plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 24. rokem!

I zbrojaři teď procházejí krizí

V českých zemích se od nepaměti vyráběly kvalitní zbraně, které znal celý svět. Ale ten se změnil. Jak se dnes daří tomuto technologicky náročnému oboru? O současné situaci jsme hovořili s prezidentem Asociace obranného a bezpečnostního průmyslu České republiky RNDr. Jiřím Hynkem.



RNDR. Jiří Hyněk, prezident Asociace obranného a bezpečnostního průmyslu ČR

Domácí i evropská ekonomika je v krizi. Platí to i pro zbrojaře v době, kdy nedaleko od nás probíhá válečný konflikt?

Často mi lidé říkají: „No jo, zbrojaři, nyní mají žně.“ Ono to opravdu tak zdánlivě vypadá. Letos budeme mít rekordní export, který směřuje především na Ukrajinu. Podniky obranného průmyslu jsou zahlceny zakázkami tak, jak dlouho ne. Vláda neustále prohlašuje, že bude zbrojit. Co si více přát? Ale tato zdánlivá prosperita má svá úskalí. Válka na Ukrajině ve své nahotě ukázala, jak dlouhodobě byla v Evropě špatná hospodářská a bezpečnostní politika. Příčiny dnešních problémů jsou tam, nikoliv ve válce jako takové. První varování byl covid, ale asi nám to nestačilo. Obranný průmysl se má zdánlivě dobře, ale ve skutečnosti se nachází ve stejné krizi jako jiné průmyslové obory. Dá se namítnout, že vládní politická prohlášení jsou ve prospěch domácího průmyslu. Takových proklamací jsem během svého života již zažil. Věřím pouze tomu, co se už stalo.

Jak byste hodnotil úroveň českého obranného průmyslu? V čem patří ke světové špičce?

Výrobky českých zbrojařských firem mají určitě vysokou kvalitu a dostatečnou technickou úroveň. Jinak by se téměř 90 % toho, co vyrobíme, nevyváželo. Jsme kvalitativně srovnatelní se světovými výrobci, ale určitě nepatříme k největším exportérům světa. Vzpomínky na dobu první republiky, kdy jsme patřili mezi pět největších exportérů zbraní na světě, jsou pouhou nostalgií. Dnes objem naší produkce tvoří 0,2 % celosvětové výroby vojenského materiálu. Ale nelze nás srovnávat s největšími výrobci zbraní, jako jsou USA, Rusko, Čína, Francie, Velká Británie a Německo. Svých exportních úspěchů dosahujeme nejen kvůli dobrému poměru cena/výkon, ale také proto, že nemáme

velmocenské chování výše uvedených zemí. Navíc jsme zemí s vyspělým průmyslem, vždyť pouze devět zemí světa umí kompletně navrhnout a vyrobit letadlo. A Česká republika je jednou z nich. Kdybych ale měl vypíchnout pouze jeden výrobek, kde jsme světovou špičkou, tak by to byly pasivní sledovací systémy z pardubické firmy ERA.

Promítly se sankce do výroby, resp. obchodu se zbraněmi? V čem došlo k největším změnám, jakým způsobem se v tomto roce překreslil trh?

Výhodou našeho oboru bylo to, že jsme do Ruska už dlouho nesměli vojenský materiál vyvážet. Ale sankce na vývoz zboží do Ruska významně poškodily výrobce takzvaného zboží dvojího užití, což jsou civilní výrobky, které by mohly být využity pro vojenské účely či výrobu. Seznam takového zboží vytvořili evropští úředníci a je hodně rozsáhlý. U nás to nejvíce dopadlo na výrobce obráběcích strojů a leteckých dílů. Mnohem větší dopad na náš obor má ale zákaz dovozu z Ruska, respektive toho, co nám Rusko přestalo dodávat či dodává málo. Evropa se díky dlouholeté zelené politice a honbě za nejnižší cenou dostala do obrovské závislosti na dovozech surovin a materiálů ze zemí mimo Evropu.

Vláda neustále prohlašuje, že bude zbrojit. Co si více přát? Ale tato zdánlivá prosperita má svá úskalí. Válka na Ukrajině ve své nahotě ukázala, jak dlouhodobě byla v Evropě špatná hospodářská a bezpečnostní politika. Příčiny dnešních problémů jsou tam, nikoliv ve válce jako takové. První varování byl covid, ale asi nám to nestačilo. Obranný průmysl se má zdánlivě dobře, ale ve skutečnosti se nachází ve stejné krizi jako jiné průmyslové obory.

skou unii. Z Ruska se toho dováželo opravdu hodně. Dnes vše nakupujeme za násobné ceny na světových burzách a pravděpodobně to pochází stejně z Ruska. Musíme si uvědomit, že většina světa považuje válku na Ukrajině za lokální evropskou závislost a k našim embargům se nepřipojila.

Ohrožují vás drahé energie, výpadek některých surovin a speciálních materiálů?

Ovlivnil, ovlivňuje a bude ovlivňovat ještě hodně dlouho. V oblasti zásobování a nákupu vstupních materiálů a komponent se dostáváme do socialismu, tedy před rok 1989. Tehdy zásobovači objížděli výrobce s láhvemi a bonboniérami a prosili je, ať jim něco prodají. Pak se to změnilo, vstoupili jsme do kapitalismu a jezdili obchodníci a snažili se něco prodat. Nyní jsou nákupci rádi, když se jim podaří něco potřebného pro výrobu sehnat. Někdy mám pocit, že návrat do socialistických dob se netýká pouze toho zásobování. Nárůst cen energií je kapitola sama pro sebe. Oproti loňskému roku zaplatily naše firmy za energie minimálně pětkrát více. Další ranou pro ně je nárůst cen surovin a vstupních materiálů. Mnohdy pro to, že i dodavatelům rostou ceny energií nebo, že kvůli embargům na dovoz z Ruska se draho nakupuje přes třetí země. Ještě horší je, že některé věci na trhu nejsou. Jako příklad uvedu tyčovou ocel, která je dnes šestkrát dražší než před válkou a těžko se shání. Firmám se pak stává, že mají výrobek hotový, jen jedna komponenta jim chybí. Ale bez ní ho neprodáte. Obávám se příštího roku, kdy vinou kolapsu subdodavatelských vztahů a dalším nárůstem cen energií může dojít k omezení výroby a propouštění. Navíc začneme přicházet o zahraniční trhy kvůli nut-

ností navýšit ceny. Válka na Ukrajině má již dnes dva vítěze. Čínu, která je velkým dodavatelem či překupníkem surovin a materiálů do Evropy, země EU jsou na ní závislé. A USA, kde ceny energií nerostou. Americké firmy budou mít díky levnějším energiím cenovou výhodu a udělají díky lepší ceně vše pro to, aby nás ze zahraničních trhů vytlačily.

Má Průmysl 4.0 ve vaší branži otevřené dveře? Které firmy nebo sektory hrají prim?

Určitě naše firmy vnímají průmysl 4.0 jako cestu vpřed. Jako něco, co může pomoci se současným katastrofickým nedostatkem lidí ve výrobě a nutností zvýšit efektivitu výroby. Bohužel v některých typech výroby je jeho uplatnění dosti problematické, navíc chybí i lidi pro jeho zavádění.

Kam směřuje obranný průmysl? Jak bude vypadat za deset dvacet let?

Jsem přesvědčen, že obranný průmysl bude ve výrobě mnohem více automatizován než dnes. Lidské kapacity budou koncentrovány více do výzkumně vývojových oddělení než do vlastní výroby. Také se změní struktura výrobků ve prospěch bezpilotních prostředků, robotických a autonomních systémů, chytrých materiálů, speciálních informačních a analytických systémů, kvantových technologií apod. Hodně se dnes také mluví o umělé inteligenci v oblasti vojenskosti. Čas ukáže, které ty směry jsou ty správné. Ale v každém případě bude domácí obranný průmysl klíčovým prvkem pro vlastní obranyschopnost i za dvacet let stejně tak, jak je dnes.

připravil Pavel Kačer



Aero se souběžně s podporou a údržbou stávajících strojů L-159 věnuje modernizaci jeho schopností, hlavním cílem je poskytnout letoun, který splní náročné podmínky bojového výcviku pilotů pro letouny 5. generace. Před pár týdny po čtyřech letech intenzivní práce vzlétl z letiště ve Vodochodech prototyp (demonstrátor) s označením L-159 T2X. Jde o letoun, na kterém inženýři zkouší nové avionické systémy a klíčové konstrukční prvky.

Firmy se v krizích uchylují k podvodům

Ochlazení trhu, platební neschopnost, vyšší koncentrace podvodů a zhoršující se zdraví malých podniků. Toto jsou čtyři charakteristiky nejen dění v ekonomice, kterým bude globální business brzy čelit. Vyplývá to z analýzy společnosti Dun & Bradstreet, nadnárodního lídra v oblasti analýzy obchodních dat, který se již desítky let zabývá analýzou rizik spojených s globálním podnikáním.

Důvodem těchto obav je soubor problémů, které trápí svět již tři roky – pandemii koronaviru, problémy v dodavatelských řetězcích, geopolitická zemětřesení a hospodářské sankce uvalené na Rusko v důsledku invaze na Ukrajinu. Krize se v celosvětovém měřítku pravidelně opakují, a protože Dun & Bradstreet dlouhodobě sleduje organizace po celém světě, je schopna v případě hospodářského poklesu předpovědět, jak se bude ekonomika v následujících měsících vyvíjet, a to prostřednictvím pravidelného vyhodnocování rizik. Podle společnosti Dun & Bradstreet odhalily minulé krize zajímavý trend – společ-

nosti se v průběhu krize více zaměřují na vymáhání dluhů od stávajících zákazníků než na hledání nových obchodních příležitostí. Údaje Dun & Bradstreet však nyní hovoří o dalších varovných signálech, které charakterizují změny v ekonomice a předpovídají zpomalení.

1. Platební neschopnost: Firmám ve Velké Británii, Francii, Itálii, Indii, USA či Austrálii se výrazně zhoršila platební schopnost a v těchto zemích existuje zvýšené riziko úpadků společností. Vyplývá to z výsledků žebříčku Dun & Bradstreet Global Business Ranking, který dokáže předpovědět, co se stane se subjekty v příštích 12 měsících. Podle Dun & Bradstreet je proto velmi pravděpodobné, že dojde k efektu sněhové koule, kdy se problémy z velkých ekonomik budou přelévat i do ostatních.

2. Ochlazení trhu: Podnikatelský ekosystém zpomalil. Podle Dun & Bradstreet je situace nejpalčivější v USA, ale ochlazení trhu se projevuje celosvětově. Společnosti mezi sebou začaly obchodovat méně a celkový objem transakcí se také snížil.

3. Zhoršující se kondice malých firem: Tento trend je patrný na více trzích. Existují až tři signály. Tím prvním je, že Dun & Bradstreet Small Business Health Index poukázal na to, že od začátku letošního roku dochází k postupnému zpomalování v hlavních odvětvích americké ekonomiky. Důvodem bylo ukončení federální pandemické pomoci. Zpomalení pokračovalo i v průběhu roku v důsledku změny postojů spotřebitelů, kteří omezili nákup zboží dlouhodobé spotřeby. To nejvíce ilustruje prudký pokles indexů automobilového průmyslu a maloobchodu. Podobná situace je i v Indii – Dun & Bradstreet Business Optimism Index pro malé podniky v zemi dosáhl nejnižší hodnoty za poslední čtyři čtvrtletí. Small Business Index prudce klesl také ve Velké Británii. Tento stav kopírují i data OECD a Index spotřebitelské důvěry (CCI). Ten klesl v USA, Británii, Evropě a Číně na historicky nejnižší hodnoty. Ze 41 ekonomik OECD jich 37 zaznamenalo pokles CCI v období od ledna 2022 do června 2022. Posledním signálem, který ukazuje na špatné platební zdraví podni-

ků, jsou kreditní karty, resp. rostoucí objem plateb, které pocházejí z kreditních karet. To naznačuje snížení peněžních toků nebo dostupnosti peněz prostřednictvím tradičních kanálů.

4. Vyšší koncentrace podvodů: Údaje Světové banky poukázaly na jednu zásadní skutečnost – nárůst cen mezi dubnem 2020 a červnem 2022 byl u energií nejvyšší od konce 70. let, u potravin od roku 2008 a u kovů či nerostných surovin od roku 2011. Zároveň, jak vyplývá z údajů OECD, inflace v nejvyspělejších ekonomikách světa dosahuje dvacetiletých až třicetiletých maxim. Podle společnosti Dun & Bradstreet jsou ekonomické extrémní živnou půdou pro podvodníky, neboť podvodníci často zneužívají programy zdravotních a podnikatelských dotací nebo získávají přístup ke kapitálu prostřednictvím jiných dotačních programů. Tým certifikovaných vyšetřovatelů Dun & Bradstreet například zjistil, že v letošním roce vzrostl počet zkradených firemních údajů o 8 % a počet kradež identity podnikatelů o 11 %. (tz)

Vláda slibovala zatraktivnění dohod, místo toho přibudou další složitosti

Zatímco se vláda v programovém prohlášení zavázala, že na doporučení Hospodářské komory ČR zatraktivní dohody o provedení práce zejména prostřednictvím snížení odvodového zatížení dohodnutých výdělků, novela zákoníku práce paradoxně využitelnost pracovních dohod sníží. Kvůli připravované administrativní a finanční zátěži zaměstnavatelů hrozí zánik pracovních dohod i práce z domova. Upozornila na to Hospodářská komora, která do mezirezortního připomínkového řízení k vládní novele zaslala kritické a konstruktivní výhrady na 23 stranách.



foto Pixabay

Podle Hospodářské komory ministerstvo práce a sociálních věcí navrhuje rigidnější a administrativně náročnější koncepční změny pracovních vztahů, hlavně v oblasti dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr a dohod o práci na dálku. Za neseriózní označuje, že ačkoliv se ministerstvo zaštiťuje implementační povinností vyplývající z evropských směrnic, mnohé ministerstvem práce navrhované parametry dohod, jako je úprava dovolené, příplatků, náhrad nebo překážek, evropská směrnice vůbec neobsahuje. Zaměstnavatelé se obávají, že novela v praxi zcela setře rozdíl mezi částečným úvazkem a prací na dohodu, která by tak ztratila smysl. Podle Hospodářské komory se trh práce mění, spolu s tím by naopak měla růst i flexibilita pracovních

vztahů, přičemž flexibilní jsou právě práce na dohodu. Pro odvod sociálního a zdravotního pojištění platí u dohod o provedení práce pravidlo, že do výdělku 10 000 Kč za měsíc neodvádí odvody zaměstnanec ani zaměstnavatel. Tento limit se ale od roku 2012 nezměnil. Hospodářská komora proto už od loňska doporučuje vládě zvýšit tuto hranici na 15 000 Kč měsíčně, a zvýšením tohoto limitu tak zatraktivnit práci na dohodu. Takovou změnu ale novela nezavádí, naopak činí dohody pro praxi nepoužitelnými.

Jedním z dalších problémů, na který Hospodářská komora upozorňuje, je, že novela zavádí povinnost zaměstnavatele určit zaměstnanci rozvrh pracovní doby i v dohodách o pracích konaných mimo pracovní poměr.

Flexibilita těchto pracovních vztahů založených dohodami má ale své nesporné výhody i pro zaměstnance, nejen pro zaměstnavatele. Lze to ilustrovat na jednoduchém příkladu lyžařských instruktorů, kteří v listopadu podepíší DPP na sedm sobot v roce, přičemž lyžařská škola není schopna dopředu říci, které soboty to konkrétně budou, protože záleží na sněhových podmínkách, počtu přihlášených do kurzů apod., a instruktoři takto dopředu nevědí, kolik sobot a jaké budou moci ve finále odučit. Nebudou-li mít tito pracovníci možnost uzavřít DPP v režimu, na který jsou zvyklí a který jim plně vyhovuje, raději učit nebudou. Lyžařské školy budou nucené hledat jiná právní řešení, aby zachovaly své podnikání. Takových sezónních prací bude celá řada.

Novela zákoníku práce vedle dohod nově upravuje i povinnosti zaměstnavatelů u home office. Hospodářská komora připouští, že u některých institutů spojených s prací na dálku je dnešní právní úprava kusá a její upřesnění by pomohlo aplikační praxi. Navržené změny zákoníku práce ale svazují ruce zaměstnavatelům příliš. Hospodářská komora by za rozumné celoevropské zpřesnění považovala právo „pečujících“ zaměstnanců požádat o home office a povinnost zaměstnavatele odůvodnit případné odmítnutí takové žádosti. Ministerstvo ale chce zavést široký, ve své podstatě nárokový home office třeba i pro zcela nové, nezaškolené zaměstnance.

Hospodářská komora také označuje za absurdní ministerstvem práce navrhované kauzistické detaily, které bude muset obsahovat dohoda zaměstnavatele se zaměstnancem o home office. V případě, že by ministerská úprava práce z domova byla přijata do praxe, zaměstnavatelé v celé ČR by museli znovu sjednat řádově několik set tisíc, možná dokonce přes milion dohod o práci na dálku. Ty přitom dosud plnily svůj účel i přes téměř nulovou legislativní formalizovanost.

Návrh novely rovněž zavádí paušální výši náhrady nákladů vyplácených zaměstnanci na home office. Firmy přitom ale poukazují na fakt, že pro home office mající mnoho podob nelze paušálně nastavit jeden způsob náhrady nákladů pro všechny varianty práce na dálku. Podle Hospodářské komory třeba u zaměstnanců, kteří se o práci z domu dohodnou se zaměstnavatelem a vykonávají ji jen po nevelkou část měsíční pracovní doby, by náhrada nákladů i její výše měly nadále zůstat věcí dohody mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem.

Za absurdní ukázkou pokračujícího trendu přenášet povinnosti státu na zaměstnavatele Hospodářská komora označuje i konstrukci, aby ve státem vyhlášených mimořádných situacích, kdy bude muset zaměstnavatel nařizovat home office, plošně u všech zaměstnanců kontroloval, zda je místo práce (nejčastěji domov zaměstnance) způsobilé k výkonu práce a k tomu vyplácel paušální náhrady nákladů, které sám nezavinil. (tz)

Konjunktura ošálila podnikatelské a manažerské instinkty

dokončení ze strany 1

Proč se to stává?

V našich analýzách jdeme u každé firmy do hloubky a ve většině případů nalézáme pochybení u CEO. Právě on má být tím lídrem, který utváří firemní kulturu otevřenosti a přívětivosti. On se o své lidi má starat, aby se jim dobře pracovalo a mohli se rozvíjet. To je základ, díky němuž pracovníci v podniku táhnou za jeden provaz. A pak jim nemusíte složitě vysvětlovat, proč v době, kdy blaze není, musíte dělat takové a makové kroky, aby se podnik nepoložil, aby se zachovala pracovní místa. Pochopí to a podpoří vás. Uvědomí si, že mají tuhle firmu a práci v ní vlastně rádi a že je prima mít dobrého šéfa nebo šéfkou. Když ale zaměstnanec bere jen jako výrobní prostředek, je pro lidi jedinou hodnotou výplata. Nic víc. V krizi ho bez mrknutí opustí.

Neřekl bych, že se podnikatelé o interní komunikaci nestarali, ale mnoho z nich vůbec netuší, jak předávat nepříjemné zprávy. Řada firem není starší než deset let. Nikdy se s ničím podobným nesetkali. Chybí zkušenosti v oblasti krizové komunikace, která jde až na dřevě. Vlastně v tom, jak krize zvládat obecně.

Takže by se dalo říci, že dobrý leadership a firemní kultura představují správný lék na těžké časy?

Každá medicína má víc složek. Bez řádného hospodaření s prostředky se to neobejde. Avšak díky preciznímu leadershipu máte velmi dobrou a účinnou složku, se kterou zvládnete mnohé. Nebo spíše řekněme preventivní přípravku, který firmu pořádně od základů posílí. Představte si pod tím šéfa, který vybudoval v podniku klima, kdy lidé vnímají, že o ně máte zájem, že chcete, aby byli spokojení, že se jim snažíte k práci poskytnout podporu, kterou potřebují, umíte je ocenit za úspěchy a vážíte si jejich nasazení. Naslouchá. Umí chyby odpouštět, na-

opak z nich dělá příležitosti, jak firmě i kariéře každého z týmu pomoci v růstu.

A co když nenaslouchá?

Pak je to manažer velmi krátkozraký. Představte si, že si pracovník uvědomí, že něco udělal špatně, že ve firmě něco nefunguje. Přemýšlí o tom a pak přijde s výborným nápadem na zlepšení za vámi do kanceláře. A vy ho prostě odbudete, jako kdyby vás obtěžoval. Nejen že ztratíte část nového know-how, přijdete o důvěru, protože ponížení za snahu si nikdo znovu zažít nechce. A tak dostanete přesně takovou firmu, jakou si zasloužíte: autoritářskou, studenou, plnou strachu. Myslíte si, že tady se něco kreativního urodí? Možná způsob, jak z teroru utéct.

Dokážete prostřednictvím interim managementu klima v podniku úplně změnit?

Vlastně ano, dokážeme zjednat nápravu. Na svěřenou firmu se díváme jako na celek. A hledáme do jejího čela takového interim manažera, který by podnik s problematickou kulturou dokázal vykurýrovat, který by svou osobností a zkušenostmi přinesl nejlepší ekonomický i lidský vklad, aby bylo dosaženo žádoucích změn. To dobré se musí šířit jako lavina celým podnikem, šéf je jen začátek. Musíme tu správnou firemní kulturu a přístup naučit všechny manažery v podniku. Na tom závisí, jestli nám celý kolektiv uvěří. To nejdůležitější je pak podle mě pěstovat komunikaci napřímo a nechat lidi vyniknout. Nepotřebujete happiness manažera, dotazník spokojenosti. S pracovníky stačí mluvit, motivovat je, aby neměli strach požádat o pomoc, aby věděli, že jste nejen nadřazený, ale také parták. A když se něco podaří, nechte je, aby si úspěch vychutnali. Podnikání je totiž kolektivní sport. Je na něm nejhezčí to, když vidíte, že jsou lidé v práci šťastní, ztvěťují a s tím i vaše firma.

A co otázka nástupnictví. Nový šéf, nová firemní kultura...

Umíme nabídnout podobnou oporu při přípravě na generační obměnu ve vedení. Jsem za-



stáncem toho, že na jedné straně je důležitý přirozený talent, ale pila je příležitost se učit od nejlepších z vás mohou špičku udělat rovněž. Pamatují si na takovou historiku o fotbalistovi Pavlu Nedvědovi. Spoluhráči se mu smáli, že pořádku trénuje, protože mu chybí talent. Oni moc spoléhali na talent a Pavel jim milovými kroky unikl, zahrál si za ty nejlepší kluby v Evropě, byl členem národní reprezentace a oprávněně si odnesl v roce 2003 Zlatý míč.

Řídíte 70 firem, loni to bylo kolem 35. To musí být také velmi náročné. Jak se s takovým tempem růstu vyrovnáváte jako šéf a zakladatel JPF? Aplikujete vše to, co jste naznačil?

Na březnovém strategickém workshopu mi kolegové řekli, že jsem brzda, že něco trvá déle, než by se nám všem líbilo. Proto další tři lidé z týmu dostali pravomoc prokuristů, a tím jsem zase trochu víc poodstoupil z výkonné oblasti. Na firmu se dívám teď hlavně jako na průtokovou veličinu, vše musí být v pohybu.

Protože se mohou více pohybovat v roli pozorovatele, rychle vyhodnocují, co naše společnost právě potřebuje, co musíme udělat, abychom dosáhli našich interních cílů i cílů u zákazníků. Jsme dnes zodpovědní vzhledem k řízeným firmám za 4000 lidí, to je o 1500 víc než loni. Protože jsme tržby od začátku roku téměř zdvojnásobili a poptávka dynamicky sílí, musel jsem se já sám vzdát svého původního modu operandi a chod firmy jsem přizpůsobil růstu. Co šlapalo, když jsme byli poloviční, to už dnes vůbec neplatí.

Ukázaly vám zkušenosti z firem, kterým jste v posledním roce pomohli a dobře se jim daří, něco zajímavého?

Spíše se nám potvrzují staronové věci. Akceschopné a svěží uvažování majitele a schopnost rychle se rozhodovat jsou předpoklad úspěchu. Ano, může se stát, že vyjde polovina z deseti, ale je důležité udělat i ta ostatní už jen s ohledem na vývoj podniku. Tam, kde se to s rozhodováním táhne, se v cashflow stále zvěštuje ona puklina, která může přerůst v propast. Firma se dostává do složitostí. Úspěšný business je takový, kde jsou majitelé otevření jeho zcela novému pojetí. Když nejde to, co dělali dvacet let, uvažují o tom, jak to jinak postavit. Pronikají do nových segmentů, otevírají nové divize.

Ukazuje se také, že někdo už nechce podnikat. Jenže podnikání není pohodlí, jistota a klidný životní styl. Je to riziko, ochota stále se učit, objevovat, běžet vpřed. A především je podnikání umění delegovat, rozdělit a panovat. Vím, že bychom JPF Czech zase dál rozvíjeli, budeme muset teď nabrat tři šikovné lidi do top managementu. Uvolní se mi kapacita, protože budu mít o tři hlavy a šest rukou v týmu víc. A tak přesně potřebují podnikat i malé firmy, třeba o pěti lidech. Jakmile nebudete delegovat a předávat zkušenosti a kompetence, jako byste těch firem měli deset, zjistíte, že ve hnízdě nemáte orly, ale spíš mláďátka, která nedokážou roztáhnout křídla. Váš business neproste. Spíš bude stagnovat a upadat.

za rozhovor poděkovala Kateřina Šimková

Rozdány zlaté medaile a další ocenění na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně

Zahajovací projevy Mezinárodního strojírenského veletrhu 2022 vyzdvihly význam letošního ročníku navzdory současné složité situaci, která těžce dopadá právě na průmyslové firmy. V rámci společenského večera byla slavnostně udělena ocenění nejlepším inovativním exponátům a nechyběly ani Zlaté medaile pro osobnosti oboru.

Dějštěm tradičního setkání vystavovatelů na závěr prvního veletržního dne byla Rotunda pavilonu A, která pamatuje již otevření areálu brněnského výstaviště prezidentem Masarykem v roce 1928. Právě tuto dlouhou historii připomněl generální ředitel společnosti Veletrhy Brno Tomáš Moravec. Poděkoval především všem vystavovatelům, díky nimž se po covidové pauze podařilo opět roztočit ozubená kola, která jsou tradičním symbolem MSV. „Letošní ročník byl počtem 1256 zúčastněných firem o 20 % větší a o tři výstavní haly rozsáhlejší než předchozí,“ zdůraznil Tomáš Moravec a doplnil, že se MSV navíc posunul do digitální éry a poprvé probíhá i ve virtuálním prostoru.

Předseda vlády ČR Petr Fiala ocenil zejména význam veletrhu pro podporu inovací. „MSV není obyčejný veletrh, je to výjimečné setkání odborníků, vrcholových manažerů a investorů ze všech oblastí průmyslu. Je to výborná příležitost prohlédnout si novinky v průmyslových oborech a je to i příležitost ukázat sílu českých firem a navázat zde nové kontakty,“ prohlásil premiér. Abychom si jako Česká republika udrželi svoji průmyslovou a podnikatelskou tradici, nesmíme se podle jeho slov přestat rozvíjet. Proto je důležité, že se letošní ročník veletrhu soustředil na aktuální témata, která jsou spojena s vývojem, inovacemi a průmyslem 4.0. „Naše ekonomika prochází velmi těžkou zkouškou. Po pandemii covidu je tu válka na Ukrajině, energetická krize, vynucené změny na světových trzích. To všechno naše firmy až nemilosrdně nutí k tomu, aby se adaptovaly na nové podmínky a čelily novým výzvám rychleji a dynamičtěji než v dobách, které bychom mohli označit za klidné. Inovace dnes nejsou jenom otázkou uspořené nákladů nebo konkurenčních výhod. Pro řadu firem se stávají otázkou přežití a tlak v tomto směru je na naše podnikatele obrovský. Ale pokud tyto výzvy dokážeme uchopit správně, mohou se stát příležitostmi a posunout Českou republiku kupředu,“ prohlásil Petr Fiala.

Složitou situaci vyvolanou válečnou agresí Ruska na Ukrajině ve svém vystoupení zmínila také místopředsedkyně Senátu Parlamentu ČR Jitka Seitlová. „Hospodářská soutěž se dostává do tvrdé konkurence globálních politických systémů. K úspěšnému zvládnutí této situace nás posouvají právě spolupráce, výměna informací, ale také nové technologie a dobré obchodní vztahy, pro které je tento veletrh příležitostí,“ konstatovala představitelka Senátu, podle níž je MSV nejvýznamnějším průmyslovým veletrhem v celé střední Evropě.

Ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela ve svém projevu přivítal, že se letos opět podařilo navázat na úspěšnou tradici strojírenských veletrhů na brněnském výstavišti. „Doba covidu nás mnohému naučila. Zintenzivnili jsme kontakt v online prostředí, který velmi zefektivňuje naši práci. Přesto se zde všichni můžeme přesvědčit, že právě osobní kontakt je k vybudování vztahů a důvěry mezi obchodními partnery v podstatě nenahraditelný. O tomto faktu nás přesvědčují i letošní počty účastníků,“ konstatoval ministr. Připomněl také, že jsme nejprůmyslovější zemí Evropské unie a podle některých údajů dokonce světa. Proto na nás všechny důsledky současné krize velmi tvrdě dopadají, ale o to více potřebujeme strojírenský veletrh v Brně a společnosti, které zde hledají obchodní partnery a snaží se pronikat na zahraniční trhy.

Za Jihomoravský kraj všechny přivítal hejtmán Jan Grolich a za partnerský francouzský region Auvergne-Rhône-Alpes přítomné pozdravil jeho viceprezident Philippe Meunier. Jako představitel nejprůmyslovějšího regionu Francie s 9000 firem ocenil zejména výbornou spolupráci českých a francouzských společností. „Být zde je pro mě úžasný moment. Rozhodli jsme se tento veletrh podpořit, protože když čelíme krizi, je třeba nacházet dobré spojence. Chceme naše vztahy dále posilovat, a právě průmysl je důležitý pro vytváření nových šancí. Jsem pyšný, že jsem Evropan, že máme stejné hodnoty a společnou budoucnost,“ řekl Philippe Meunier.

Příležitost oslovit auditorium zahajovacího večera si nenechal ujít ani prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Jaroslav Hanák. Matador nejen brněnských strojírenských veletrhů poděkoval vystavovatelům za odvalu i v této těžké době vystavovat a předem poblahopřál všem oceněným Zlatou medaili. „MSV je pro mě obrovská srdeční záležitost, byl jsem tady asi 45krát,“ přiznal na pódiu.

Program večera vyvrcholil vyhlášením výsledků soutěže Zlatá medaile MSV 2022 a oceněním nejnovativnějších exponátů. Letošní vítěze vybrala dvanáctičlenná odborná komise pod vedením děkana Fakulty strojního inženýrství VUT v Brně Jiřího Hlinky.

Zlatou medaili MSV 2022 v kategorii Inovace prokazatelně vzniklá ve smluvní spolupráci firem s výzkumnými organizacemi získal exponát Vodíkový autobus s nízkotlakovými metalhydridovými zásobníky výroby Rošero-P, s.r.o., a vystavovatele Technická univerzita v Košicích, Strojnická fakulta TUKE. Metalhydridové zásobníky umožňují uskladnit vodík při extrémně nízkých tlacích do 2,5 MPa. To přináší mimořádné navýšení bezpečnosti, což je důležité vzhledem k využívání autobusu v městské hromadné dopravě.

V kategorii Inovace výrobního stroje uspěl exponát EVO 4 válcová zakružovačka plechu výrobce Haeusler AG a vystavovatele Maqfort s.r.o. Jde o evoluční zakružovačku, která změnila konvenční zakružování plechu.

Další Zlatá medaile se udělovala v kategorii Inovace ve zpracovatelské technologii. Zde komisi



Snímek z letošního předávání cen na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně

nejvíce oslovil exponát Systém horkých vtoků pro tlakové lití zinku výrobce Ferrofacta GmbH a vystavovatele Eichler Company a.s. Tato patentovaná revoluční technologie představuje první plnohodnotný systém horkých vtoků vhodných pro tlakové lití zinku.

V kategorii Inovace v automatizační technice a Industry 4.0 komise ocenila exponát Inteligentní digitální dvojče v lisovně ŠKODA AUTO. Výrobce je Lisovna ŠKODA AUTO, Cerebrica, s.r.o., Twinzo a vystavovatelem Lisovna ŠKODA AUTO a.s. Tato nová platforma založená na konceptu inteligentního digitálního dvojčete umožňuje řídit firmu prostřednictvím vizualizace klíčových objektů a výrobních procesů v reálném čase. Inteligentní digitální dvojče umí sbírat a organizovat data na základě struktury skutečného prostoru. Umělá inteligence na pozadí pak tato data využívá k plánování, k predikcím případných poruch a k efektivnímu přepřepování výrobního toku dřívě, než tyto poruchy reálně ovlivní efektivitu výrobního procesu. „Získání této prestižní ceny mi dává jasně najevo, že tento směr digitalizace má smysl. Je skvělé vědět, že to nevidím za přínosné jenom já nebo tým v lisovně ŠKODA, ale i široká veřejnost zde na strojírenském veletrhu v Brně nebo hodnotící komise. Realizovat myšlenku o vytvoření tak rozsáhlého digitálního dvojčete průmyslové budovy je úžasné, navíc otevřít dveře biomorfímu průmyslu je ještě výjimečnější. Děkuji firmám Cerebrica s.r.o. a Twinzo s.r.o. za spoluvytvoření této vize pro biomorfí průmysl,“ okomentoval zisk Zlaté medaile Lukáš Kousal, odborný koordinátor procesu lisování a automatizace v Lisovně ŠKODA AUTO.

V kategorii Inovační komponenty ve strojírenství získal Zlatou medaili exponát Výsoce přesný systém chlazení – ECHO výrobce Regionální technologický institut (RTI) a vystavovatele Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta strojní – RTI. Standardní obráběcí nástroje jsou v systému vhodné doplněny prvky vyráběnými aditivním procesem, což umožňuje zvýšit efektivitu

o 15–40 % a zároveň životnost až o 350 %. Využití aditivní výroby umožnilo vytvořit unikátní geometrii vnitřních kanálů, která zajišťuje zrychlení proudu chladicí kapaliny a jeho přesné směřování, a to jak na čelo, tak zejména na hřbet nástroje.

V kategorii Inovace v transportu a logistice zvítězil exponát Unikátní kompozitní městský nízkopodlažní vodíkový autobus výrobce a vystavovatele Mobility & Innovation Production s.r.o. Jde o první homologovaný vodíkový MIDI bus v Evropské unii, jehož unikátní technologická řešení zaručují nejnížší spotřebu vodíku mezi autobusy, nejnížší váhu a výborné jízdní vlastnosti i v extrémních podmínkách.

Hodnotitelé se rozhodli udělit také Zvláštní cenu komise, kterou získal exponát Tepelný management cylindrických baterií pomocí tepelného výměníku využívajícího polymerní dutá vlákna. Jeho výrobcem je Promens Zlín a.s. a vystavovatelem Vysoké učení technické v Brně, Fakulta strojního inženýrství. Jako chladicí kanálky výměníku slouží polymerní dutá vlákna. Proto je navrhována konstrukce oproti komerčně dostupným kovovým výměníkům lehčí, elektricky nevodivá, navíc je vyrobena z levných materiálů a celkově šetrnější k životnímu prostředí.

Už od roku 2006 se na zahájení MSV udělují také Zlaté medaile významným osobnostem. Zlatá medaile MSV 2022 za celoživotní tvůrčí technickou práci a dosažené inovační činy patří profesorovi Janu Mackovi, významné osobnosti výzkumu a vývoje spalovacích motorů a hnacích jednotek motorových vozidel. Profesor Macek vede Národní centrum kompetence J. Božka pro pozemní vozidla, jehož podstatou je výzkum a vývoj budoucích prostředků udržitelné mobility, silničních a kolejových vozidel a jejich zapojení do dopravních systémů.

V samotném závěru ceremoniálu společnost Veletrhy Brno udělila ještě čestnou Zlatou medaili za celoživotní přínos českému průmyslu, a to Jaroslavu Hanákovi, prezidentovi Svazu průmyslu a dopravy ČR. (tz)

Několik světelných režimů v jedné žárovce



Společnost Signify, světový lídr v oblasti osvětlení, přináší unikátní řadu LED žárovek Philips SceneSwitch pro navození správné atmosféry u činnosti, kterou právě děláte. Potřebujete jasné a intenzivní světlo na práci, příjemné denní světlo, nebo teplé světlo pro večerní chvíli relaxace? SceneSwitch LED žárovka umožňuje měnit intenzitu osvětlení či teplotu chromatičnosti bez potřeby použití stmívače.

V porovnání s běžným LED zdrojem můžete se žárovkou Philips SceneSwitch LED pouhým stisknutím dávkovat světelný tok přesně podle své potřeby, a to bez nutnosti instalace stmívače. Jasně

a intenzivní světlo vám napomůže při koncentraci nebo když potřebujete vidět každý detail. Méně intenzivní, přirozené světlo vytvoří příjemnou atmosféru pro takové chvíle, jako je večer s knihou nebo posezení s přáteli. A příjemná teplá záře vám poskytne útulnou atmosféru pro relaxaci a odpočinek. Jednoduše připojte a ihned použijte, žárovka bude fungovat s vaším stávajícím vypínačem na zdi. Díky paměťovému čipu si dokáže zapamatovat vaše poslední nastavení, takže pokud vypínač vypnete na dobu delší než šest sekund, při příštím rozsvícení světla bude světelná atmosféra stejná, jako když jste světlo naposledy zhasli. Žárovky jsou k dispozici v několika provedeních, ať už jde o klasické žárovky s patičkou E27, nebo ve tvaru svíčky s patičkou E14. (tz)

Na prvním místě pojistíte závažná rizika

Aby životní pojištění plnilo svoji úlohu, musí být smlouva dobře nastavena. To ale znamená pamatovat nejen na krytí pojistných rizik. „Řada klientů má příliš nízké pojistné částky, a to může být problém,“ upozornil ředitel Úseku pojištění osob v pojišťovně Kooperativa Petr Procházka. Jemu také patřily další otázky:



Petr Procházka, ředitel Úseku pojištění osob v pojišťovně Kooperativa

Na co bychom neměli u své smlouvy životního pojištění zapomenout?

Není výjimkou, když lidé mají představu, že podstatné je pouze sjednání životního pojištění a parametry dané smlouvy jsou již podružné. To je samozřejmě obrovský omyl. Aby životní pojištění klienty finančně chránilo, nastavení smlouvy je to nejdůležitější. Lidé by tak neměli opomíjet zejména krytí těch nejdůležitějších rizik, které nejvíce ohrožují zdraví a život. Tedy vážná onemocnění či úrazy, invalidita, prostě věci, které ohroží a změní finanční situaci celé rodiny.

Chápu to klienti, nebo je třeba je spíše přesvědčit?

Většinou to chápu, ale je určité dobře, když se poradí s odborníkem, tedy s pojišťovacími poradci. Z našeho průzkumu vyplývá, že většina lidí (77 %) preferuje v životním pojištění ochranu před vážnými riziky, a my se to snažíme dlouhodobě podporovat. Například v nové verzi FLEXI dostane klient až 30% slevu na rizikové pojistné při komplexním pojištění vážných onemocnění, invalidity, trvalých následků nemoci nebo úmrtí. Zmínit můžeme také odpuštění všech správních poplatků při měsíčním pojistném 1000 Kč a více.

Může zájemce životní pojištění v průběhu trvání upravovat?

Samozřejmě, a to podle aktuální situace. Je rozdíl, když jste single, nebo když se vám narodí děti. Zároveň mohou klienti se staršími typy životních pojištění Kooperativy využít výhodnou a férovou konverzi na novou FLEXI, nebudou si muset sjednávat novou smlouvu. Doposud si v programu Renovace modernizovalo své smlouvy přes 5000 klientů ročně. Většinou si také až o 30 % navýšili limity pojistného krytí. Takže ano, se smlouvou se dá velmi dobře pracovat po celou dobu jejího trvání tak, aby odpovídala měnícím se podmínkám jednotlivce.

Jaké další výhody v novém FLEXI najdeme?

Unikátní součástí je bonus Cesta ke zdraví, který přináší až 100 000 korun na zotavení z velmi vážných nemocí a úrazů. Klient jej může využít na zdravotní pomůcky, na lázně, ošetrovatelskou péči, ale například i na úpravu řízení vozidla nebo úpravy bydlení. Zároveň přestaneme rozlišovat rizikovitost zaměstnání klienta nebo zda pro zábavu sportuje. Policista tedy získá po-

jištění za stejnou cenu jako úředník, a pokud není profesionálním sportovcem, nebudeme mu účtovat ani přírážku za sport.

Když jste hovořil o nastavení rizik, existuje nějaké obecné doporučení, co zvolit?

Je to podobné jako s pojištěním domu nebo bytu. Také si nepojišťujeme rychlovarnou konvici, ale je důležité mít dobře pojištěnou celou domácnost nebo dům. Často se setkáváme s tím, že klientům stačí získat z pojistky peníze za zlomenou nohu nebo za dvoutýdenní neschopenku. Když nás ale postihne vážná příhoda, jako je například mozková mrtvice, můžeme se ocitnout na dlouhou dobu bez svého obvyklého příjmu. Podle průzkumu společnosti IPSOS, který jsme si před časem nechali zpracovat, 67 % lidí zná ve svém okolí někoho,

kdo prodělal mozkovou mrtvici a 28 % dokonce takových osob zná více.

Uvědomují si klienti, že stačí málo a mohou se dostat do vážných finančních problémů?

Každým rokem postihne jen v ČR například právě mozková mrtvice 25 000 lidí. Pokud se rychle neobnoví přívod krve a kyslíku do mozku, může dojít k trvalému poškození nebo ke smrti. Že pro takové případy existuje vhodné připojištění, avšak podle výše zmíněného průzkumu vůbec netuší 80 % dotázaných. Víme ale, že po jeho představení zároveň 53 % lidí tuto nabídku zaujala. Vyšší pojistné plnění může zásadně pomoci dovést výpadek příjmu u dlouhodobé léčby, zajistit nadstandardní léčbu nebo lepší a rychlejší rekonvalescenci.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer



U ČSOB lze na spořicí účtu získat výnos až 5 % p.a.



Spořicí účet skupiny ČSOB nově vynáší až 5 % ročně. Ten platí při založení Spoření s bonusem online v mobilním bankovníctví ČSOB Smart nebo v internetovém bankovníctví. Úroková sazba bude v rámci kampaně garantovaná až do 2. dubna 2023 a platí při zůstatku do jednoho miliónu korun.

Klient má nyní dvě možnosti, jak získat nadstandardní úročení svých peněz. Spoření s bonusem online v rámci kampaně nabízí úrok až 5 % ročně. Vedle toho má ČSOB v nabídce termínovaný vklad na jeden rok, na kterém lze zhodnotit vklad za dokonce bezkonkurenčních 6 % ročně po dobu jednoho roku. Peníze na spořicí účtu mohou sloužit jako pohotovostní rezerva pro nepředvídatelné situace, například na pořízení nové ledničky a její výměnu za původní s vysokou spotřebou energie. Výhodou termínovaného vkladu pro zákazníky je, že získají předem určené a neměnné úročení na přesně stanovenou dobu. Pro dlouhodobější zhodnocování volných prostředků je možné využít investování, třeba prostřednictvím inovativní služby ČSOB Drobné, při které se zakrouhlují platby kartou a tyto přebytky se postupně investují. (tz)

Generace Z přichází na chuť financování automobilů, ukázal průzkum Volkswagen Financial Services

Kdybyste zítřejší pořízovali auto, víte, jak by vypadalo? Češi spadající do generace Z mají jasno. Preferují větší a praktičtější vozy, nadále u nich v oblíbenosti dominují vozy na fosilní paliva. Popularita finančních produktů roste na úkor nákupu za hotové, třetina očekává možnost pořídit vůz online. Výsledky přinesl unikátní průzkum společnosti Volkswagen Financial Services mezi Čechy ve věku od 16 do 27 let.

Zatímco svůj první vůz pomocí úvěru nebo operativního leasingu financovalo 9 % dotázaných, svůj další vůz tak plánuje pořídit 18 % z nich. „Odpovídá to trendům ze zahraničí, zejména ze západní Evropy, kde se například operativní leasing pomalu stává dominantním produktem. Právě nejmladší kategorie řidičů jsou hnacím motorem těchto změn, protože je pro ně daleko důležitější věci smysluplně využívat, než nutně vlastnit,“ vysvětlil Vratislav Stražil, jednatel společnosti Volkswagen Financial Services.

Moje další auto? Kombík na benzín

Naopak co se týče volby preferovaného pohonu, zde patří čeští řidiči z generace Z mezi ty konzervativnější. Fosilní paliva jsou preferovaná téměř dvěma třetinami z nich, z alternativních pohonů by nejčastěji volili hybrid (11 %), elektřinu (8 %) a plyn (3 %).

Z variant karosérií je pak nejvíce lákají vozy kombi (34 %), sedan (28 %) nebo SUV (26 %). Příliš je naopak nepřitahují kabriolety (4 %), pick-upy (4%), velká rodinná vozidla (4 %) nebo tzv. minivozy, které by do zvažovaných typů karosérií zařadila jen 3 % dotázaných.

Osmina generace Z automobil nechce

Automobil nyní nevlastní 40 % dotázaných v kategorii 16–27 let. I přesto, že větší část z nich si s rostoucím věkem automobil pořídit plánuje (tři čtvrtiny dotázaných to chtějí stihnout nejpozději do 30 let), najdou se tací (13 %), kteří o pořízení vlastního vozu neuvažují.

Jako nejčastější argumenty uvádějí dobrou dostupnost prostřednictvím MHD (především lidé ve větších městech), jeho ekologické dopady a v neposlední řadě vysoké náklady spojené s pořízením a provozem vozidla: „Statistice korun na nový vůz nosí v kapse málokdo. Vzhledem k současné finanční nejistotě tak může financování prostřednictvím úvěru nebo operativního leasingu pomoci lépe naplánovat výdaje domácnosti a hotovost si ponechat pro nenadálé situace,“ sdělil Vratislav Stražil.

Za zážitky, práci a svobodu

Jak se vlastně generace Z k automobilům staví? Zatímco přibližně každý sedmý se identifikuje jako fanoušek automobilů, který si život bez něj nedokáže představit, většina se k věci staví strážlivěji. Vůz vidí jako praktickou součást života



foto Pixabay

(41 %) a jako způsob, jak v budoucnu skloubit čím dál náročnější rodinný a pracovní život (19 %).

Automobil je pro ně klíčový zejména jako dopravní prostředek při cestách do zahraničí (62 %) a do práce (54 %), důležitou roli hraje ale i pohodlí (46 %) a svoboda (41 %), kterou jim vlastní vůz přináší. Jen necelá 3 % pak automobil vnímají jako statusovou záležitost.

(Ne)musí být po jejich

Průzkum ukázal, že mýtus o zvykané generaci, minimálně co se výběru automobilu týče, neplatí. Třem pětina zcela stačí možnost navolit si alespoň částečně specifika výbavy jako klimatizace nebo vyhřívání sedadel. V kategorii těch, kteří chtějí mít nad výslednou podobou vozu co největší kontrolu, pak jednoznačně převažují muži (67 % vs. 33 %). I když třetina dotázaných zůstává věrná osobnímu pořízení vozu, podstatná část (29 %) by ocenila možnost sjednat pořízení vozu alespoň částečně online, čtvrtina z nich dokonce očekává možnost kompletního pořízení přes internet s následným vyvednutím klíčků u prodejce.

Loajalita ke konkrétní značce vozu nic neříká drtivě většině dotázaných. Jednoho stálého favorita má pouze 16 % respondentů, 70 % se pak při výběru vozu poohlíží po max. pěti značkách, kterým věří. Zbylé řidiče pak daleko více zajímají konkrétní aspekty vozu. „Loajalita stoupá s věkem. Pokud jsou s jednou značkou mladší kategorie řidičů spokojeni, je pravděpodobné, že jí zůstanou věrny. To stejné pak pozorujeme i u našich klientů – jakmile jednou zkusí financování pomocí úvěru nebo operativního leasingu a odnesou si pozitivní zkušenost, zřídka pak přecházejí zpět na financování prostřednictvím hotovosti,“ uzavřel Vratislav Stražil. (tz)

Řadě stavebních firem hrozí krach

Celá naše společnost prochází složitým obdobím, ekonomika zpomaluje, státní rozpočet zvyšuje deficit. Na stavbách se však dál čile pracuje, jako by se nic špatného nedělo. Ale není to jen klid před bouří? Položili jsme proto několik otázek prezidentu Svazu podnikatelů ve stavebnictví Jiřímu Nouzovi.

Jaká je dnes situace ve stavebnictví? Pokračuje příznivý vývoj z minulých let?

Roky 2018 a 2019 vypadaly pro stavebnictví velmi dobře. Situace od roku 2020 je ale zcela bezprecedentní – koronavirová pandemie, růst cen a nedostatek stavebních materiálů, skokový nárůst cen energií, válka na Ukrajině a současná energetická krize náš obor významně ovlivnily a stále ovlivňují. Jak se to bude dále vyvíjet, ukáže čas, v příštím roce se nicméně dá čekat významné ochlazení stavebního sektoru, a to i když se podaří částečně vyřešit drahé energie.

Dotýká se energetická krize vašeho oboru podobně jako ostatních odvětví domácí ekonomiky?

Naše odvětví je potřeba brát jako soubor profesí a činností, od výroby stavebních hmot a materiálů přes investory a projektanty až po zhotovení stavby. A významná část oborů, které pro stavebnictví vyrábí, je energeticky náročná. Otázka růstu cen energií je tedy pro náš obor klíčová a současný stav je z pohledu dalšího vývoje odvětví bohužel nepříznivý. Znamená totiž obrovské riziko, že řada společností – a teď myslím celý sektor stavebnictví, včetně výrobců nebo dodavatelů stavebních prací – může zkrachovat. To je bohužel realita. Na hrozící problémy upozorníme několik měsíců.

Výroba stavebních hmot a materiálů patří k největším spotřebitelům energií. Dokážou firmy i za této situace uspokojovat poptávku trhu?

Dokážou, i s ohledem na to, že do jisté míry dochází k určitému ochlazení na trhu, takže pop-

távka po stavebních výrobcích není tak vysoká. Když si vezmeme třeba cihly a další podobné zboží, lze identifikovat, že se poptávka vyrovnává s nabídkou. To je jedna věc. Druhá věc je, že se zvýšené náklady na energie logicky promítají do ceny materiálů – zboží je energií zatíženo dosti významně a rostoucí cena nabízených produktů ovlivňuje míru poptávky. A další velmi křehká věc je, že existují i výrobci stavebních hmot typu omítek či barviv, pro které jsou potřeba komponenty chemického průmyslu, různá pojiva atd. V okamžiku, kdy vám – a teď hovořím o něčem, co se netýká pouze České republiky, ale celé Evropy – jeden ze dvou výrobců vypadne nebo je na celém kontinentu jen jeden, protože jsme si podřízli větev a odstěhovali výrobu mimo, takže najednou chybí jeden komponent, nemůžete vyrábět. Zatímco v případě cihel výrobce nepotřebuje žádného subdodavatele kromě energie, u komponent, jako jsou barvy či omítky atd., je potřeba celá řada subdodávek z chemického průmyslu. A když vám vypadne jedna položka, nemáte sortiment, protože tato položka se přidává do řady výrobků. Takovou situaci bych přirovnal například k tomu, kdy vám chybí čip do počítačů. Můžete vyrábět auta, ale budou vám stát na dvoře, protože nebudou dodělaná. Bude vám chybět ta základní komponenta.

Pocítujete omezování soukromých a veřejných financí do nových projektů? Máte stále dost zakázek?

Firmy, které dokončují dlouhodobější zakázky, zatím problémy nemají. Ale domnívám se, že nové zakázky budou opravdu komplikované, zejména v sektoru soukromého investování, v oblasti retailu, tedy menších rodinných domů.



Jiří Nouza, prezident Svazu podnikatelů ve stavebnictví

A na developerském trhu panuje velká nervozita, což může mít významný dopad do stavebnictví jako celku.

Čím mohou stavebnictví pomoci státní správa, kraje a obce, případně zákonodárci?

Pokud se týká státní správy a veřejných investic, jako jsou obce a kraje, pomohlo by udržení investiční aktivity, se vším respektem k tomu, že rozpočty jednotlivých veřejných zadavatelů mohou být napjaté. Stavěl bych se za to, aby investice pokud možno neodkládali a snažili se investovat, abychom společně překonali tu možnou krizi. Ať se vám to totiž líbí, nebo ne, jsme

na stejné lodi. V okamžiku, kdy zpomalí stavebnictví a bude krize, přelije se z našeho odvětví do celého hospodářství. Co se týče zákonodárců, v rámci energetické bezpečnosti České republiky by bylo velmi účelné, aby opravdu přijali legislativní pravidla, aby se zjednodušil povolovací proces zejména infrastrukturních staveb. Díky tomu by se Česká republika mohla vymánit z energetické závislosti na Rusku. Obecně to ale platí i pro celé stavebnictví, včetně pozemního stavitelství – v okamžiku, kdy se legislativa upraví proinvestičně, bude se stavět, což nám zase pomůže překonat možnou krizi, protože se z ní prostavíme.

ptal se Pavel Kačer

Ceny nových bytů i přes pokles prodeje nadále rostly

Jak ukazují nejčerstvější data z rezidenčního trhu, k očekávanému poklesu cen nových bytů nedošlo a s největší pravděpodobností ani nedojde. Pro plošné snížení cen není prostor kvůli velkému zdražování prakticky všech vstupů, nedostatečnému povolování nových bytů a oslabování nabídky vlivem odkládání projektů. Rezidenční trh s novými byty bude letos i příští rok stagnovat, ale zůstane stabilní. Mírné oživení můžeme čekat už příští rok na jaře, výraznější oživení pak přinesou až levnější hypotéky s úrokovými sazbami kolem 3 %, což se očekává v roce 2024. Uvádí to v říjnu zveřejněná tržní analýza společnosti Trigema, Skanska a Central Group.

Nejnovější data ukazují, že ceny nových bytů v Praze ve třetím čtvrtletí nadále rostly. Průměrná prodejní cena dosáhla 147 884 Kč za m², nabídková 154 181 Kč za m². To je meziročně o 17 %, respektive o 12 % více. Ceny nových bytů navzdory mnohým očekáváním neklesly a je nepravděpodobné, že by k plošnému poklesu došlo v dalších obdobích. Důvodem je skokový růst prakticky všech nákladů, v poslední době především energií a stavebních materiálů, dlouhodobě nedostatečný počet povolovaných bytů k výstavbě a limitovaná nabídka, kterou navíc bude oslabovat odkládání nových projektů kvůli nejistotě na stavebním trhu.

Ceny nových bytů proto budou v nadcházejících obdobích s největší pravděpodobností stagnovat a ustálí se na úrovni okolo 145 000–150 000 Kč za m². Mírný pokles cen je ale pravděpodobný u starších bytů. Bude proto docházet ke zvyšování rozdílu v cenách mezi novostavbami a staršími byty, který bude více reflektovat lepší kvalitativní standard a mnohem

nižší energetickou náročnost novostaveb oproti starším bytům.

„Ceny nových bytů v Praze meziročně vzrostly o necelou pětinu, během letošního roku ale dochází k cenové stabilizaci a od konce prvního letošního čtvrtletí nepřekročil růst ani 2 %. Nevidíme však prostor pro pokles cen u nových bytů, a to zejména z důvodu bezprecedentního růstu cen u klíčových vstupů, jako jsou stavební materiály, ceny energií, pozemků, a také nedochází k zefektivnění zdlouhavých povolovacích procesů s cílem pravidelného doplňování nabídky novými projekty. Současná nejistota, obavy z dalšího růstu nákladů a odkládání projektů se totiž může ve spojení s pomalým povolováním výrazně propast v nabídce, a tedy i prodejních

cenách v budoucnu,“ zhodnotil Petr Michálek, předseda představenstva Skanska Residential a.s.

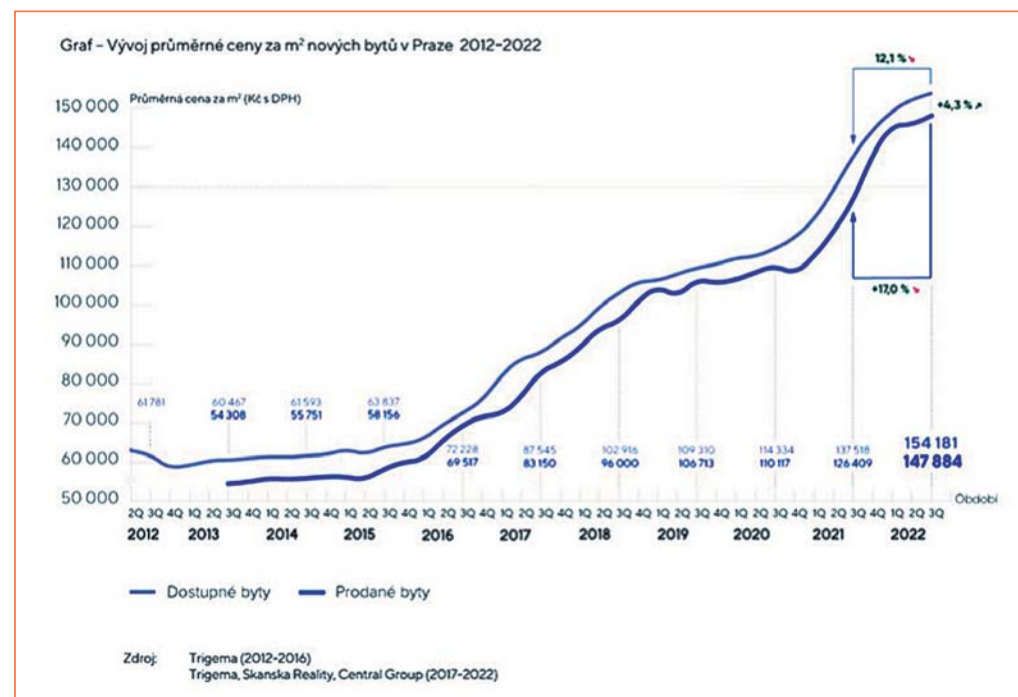
V Praze se ve třetím čtvrtletí prodalo 550 nových bytů, tedy o 42,1 % méně oproti předchozímu čtvrtletí. Od začátku roku se prodalo zatím 2550 bytů, což je výrazně méně než za stejnou dobu v loňském roce. Velký meziroční rozdíl v prodeji je daný i vysokou srovnávací základnou, protože loňský rok byl se 7450 prodanými byty rekordní. Oproti dlouhodobému průměru jde zhruba o třetinový pokles.

Prodeje klesly hlavně z důvodu výrazně méně dostupných hypoték, které jsou letos zhruba třikrát dražší než před rokem, a také velké nejistoty ohledně budoucího ekonomického vývoje. Poptávka po novém bydlení je stále vysoká, za

současnou situací ale dochází k odkládání kupního rozhodnutí na dobu, kdy se situace opět stabilizuje a klesnou úrokové sazby. Mírné oživení prodeje by mělo přijít na jaře příštího roku po překonání zimy a vyrovnání se současným šokem. Výraznější oživení trhu ale přijde až s návratem úrokových sazeb ke 3 %, k čemuž by mohlo dojít v roce 2024. Do té doby bude trh stagnovat a prodeje se budou nejspíše pohybovat jen okolo 3500–4000 bytů za rok.

„Pokles prodeje téměř zcela kopíruje křivku poklesu hypoték. Trh se skutečně zastavil, ale je to zastavení dočasné. Lidé, kteří mají hotovost, v tuto chvíli logicky vyčkávají, nicméně poté budou hledat bezpečnou investici, kam úspory uložit, aby nebyly znehodnoceny inflací. A jak nám ukazuje historie – jednou z nejbezpečnějších komodit stále zůstává nemovitost, kdy ceny bytů kontinuálně už 20 let rostou,“ řekl Marcel Soural, předseda představenstva investiční skupiny Trigema. V Praze bylo na konci třetího čtvrtletí volných 4700 nových bytů. To je o 13,3 % více oproti druhému kvartálu letoška a o 70,9 % více oproti třetímu čtvrtletí roku 2021, kdy byla nabídka na historickém minimu. V dalším období je ale pravděpodobný spíše pokles nabídky. Bytů se totiž stále povoluje velký nedostatek. Od ledna do srpna letošního roku v Praze dostalo povolení jen 3252 bytů. Tímto tempem by se povolilo jen kolem 5000 bytů, což je pouze zhruba polovina toho, kolik hlavní město každoročně potřebuje. Vlivem zhoršené ekonomické situace se navíc na trh bude dostávat méně projektů.

„Náklady na výstavbu dramaticky vzrostly. K tomu se přidává výrazně dražší financování, obecná nejistota na trhu a pokles prodeje. Řada investorů proto své projekty pozastaví či odloží a bude s jejich uvedením na trh čekat do doby, až se stabilizuje situace,“ vysvětlil Dušan Kunovský, zakladatel a šéf Central Group. (tz)



Arbitrážní a mediační centrum WIPO: zkušenosti ze zahraničí



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

V tomto vydání zakončíme seriál o IP mediacích a jejich využití při řešení sporů v oblasti ochrany duševního vlastnictví nahlédnutím do zahraničí. Konkrétně se zaměříme na zkušenosti a na mediační případy úspěšně vyřešené v Arbitrážním a mediačním centru Světové organizace duševního vlastnictví (WIPO) v Ženevě a v Singapuru. Arbitrážní a mediační centrum WIPO (dále jen „centrum WIPO“) provádí časově a nákladově efektivní možnosti alternativního řešení sporů (ADR), jako je mediace, arbitráž, zrychlená arbitráž a expertní rozhodnutí, které soukromým stranám umožní urovnat jejich domácí nebo přeshraniční obchodní spory. Centrum WIPO je mezinárodní a specializuje se na IP a technologické spory. Centrum WIPO je také globálním lídrem v poskytování služeb řešení sporů o doménová jména. Níže jsou uvedeny příklady úspěšně provedených mediací podle pravidel WIPO.

Zprostředkování farmaceutického sporu

Evropská univerzita, která má v několika zemích přihlášky farmaceutických patentů, vyjednala licenční opční smlouvu s evropskou farmaceutickou společností. Farmaceutická společnost opci využila a strany začaly jednat o licenční smlouvě. Po třech letech jednání se strany nedokázaly dohodnout na podmínkách licence. V tomto okamžiku strany předložily společnou žádost o zprostředkování WIPO. Jednodenní setkání umožnilo stranám identifikovat problémy a prohloubit jejich pochopení právních okolností. Na tomto základě strany pokračovaly v přímých jednáních mezi sebou a dosáhly dohody o urovnání.

Zprostředkování sporu v automobilovém průmyslu

Americký výrobce automobilových komponentů uzavřel dohodu o narovnání ve formě patentové licence s jedním ze svých evropských konkurentů. Tato dohoda obsahovala doložku o řešení sporů odkazující na zprostředkování WIPO, po níž v případě, že nedojde k urovnání, bude následovat arbitráž WIPO s tříčlenným tribunálem. Dva roky po uzavření dohody o narovnání podala americká společnost žádost o zprostředkování s údajným porušením jejich amerických patentů a nárokem na licenční poplatky za licencovanou technologii automobilových dílů. V žádosti byly uvedeny preferované kvalifikace příslušného zprostředkovatele a centrum WIPO poskytlo stranám seznam kandidátů se specifickými odbornými znalostmi v oblasti patentů a příslušné technologie. Strany si vybraly jednoho z doporučených mediátorů, který svolal zasedání jednání. Setkání zahrnovalo různá zasedání výboru a strany se zapojily do neustálé výměny návrhů a diskuzí. Tato jednání se týkala výše licenčních poplatků požadovaných americkou společností a nového projednání podmínek licence týkající se plateb licenčních poplatků. Na konci slyšení se strany dohodly na termínovém listu, který stanoví podmínky konečné dohody, což stranám umožnilo efektivně pokračovat ve svých obchodních aktivitách na tomto trhu.

Zprostředkování sporu o patentové licence

Technologická konzultační společnost, která vlastní patenty na třech kontinentech, odhalila patentovaný vynález významnému výrobcí v rámci konzultační smlouvy. Smlouva nepředvedla ani nelicencovala žádná práva na výrobce. Když výrobce začal prodávat produkty, u kterých poradenská společnost tvrdila, že obsahují patentovaný vynález, pohrozila poradenská společnost zahájením soudního řízení o porušení patentu ve všech jurisdikcích, ve kterých poradenská společnost držela patenty. Strany začaly s pomocí externích odborníků vyjednávat o patentové licenci, ale nedokázaly se dohodnout na licenčním poplatku, protože mnohamiliónové odškodné, které konzultační společnost požadovala, výrazně převyšovalo částku, kterou byl výrobce ochoten nabídnout. Strany předložily svůj spor k mediaci podle pravidel WIPO. Centrum WIPO stranám navrhlo potenciální zprostředkovatele se specifickými odbornými znalostmi v oblasti patentů a příslušné technologie. Strany si zvolily jednoho z těchto mediátorů, kteří vedli dvoudenní jednání, na kterém nakonec strany dospěly k urovnání, které se týkalo nejen otázek licenčních poplatků, ale také dohody



o budoucích poradenských smlouvách. Mediace tak napomohla k přeměně nepřátelské situace, kdy se strany připravovaly na zdlouhavé a nákladné soudní spory, na takovou, v níž byly schopny uzavřít dohodu, která vyhovuje obchodním zájmům obou stran a zajišťuje ziskové využití technologie ve službách těchto zájmů. Centrum WIPO společně s mediátorem připravilo podrobnější popis vývoje této mediace WIPO krok za krokem.

Zprostředkování sporu o koexistenci ochranné známky

Poté, co mezi nimi vznikl spor, požádala severoamerická společnost o mediaci se dvěma italskými společnostmi a jednou španělskou společností na základě dohody, kterou strany uzavřely o mediaci podle pravidel WIPO pro mediaci. Cílem mediace bylo pomoci stranám vyhnout se záměně a zpronevěře jejich podobných ochranných známek a regulovat budoucí používání jejich známek. Ačkoli byla jako jazyk řízení dohodnuta italština, jakákoli dohoda o narovnání byla zaznamenána v italštině i angličtině. Centrum WIPO stranám navrhlo potenciální mediátory se specifickými odbornými znalostmi v oblasti evropského práva ochranných známek a plynulostí v italštině a angličtině. Strany si vybraly italského mediátora s praxí v oblasti ochranných známek. Mediátor provedl úvodní telefonickou konferenci s právníky stran, ve které naplánoval načasování mediace, a dohodl se na postupu. O dva měsíce později se mediátor setkal se stranami na dvoudenním zasedání v Miláně. Jednání se konalo na společném zasedání s výjimkou dvou krátkých volebních výborů. Na konci druhého dne byly strany – s pomocí mediátora – schopny sepsat a podepsat dohodu o urovnání pokrývající všechny nevyřešené sporné otázky.

Zprostředkování sporu ve vydavatelském průmyslu

Nizozemská společnost uzavřela s francouzskou společností autorská práva na vydání technické publikace. Licenční smlouva obsahuje mediační doložku WIPO. Nabyvatel licence se stal insolventním a nesplácel licenční poplatky. Když poskytovatel licence požádal o mediační řízení, centrum po konzultaci se stranami a se souhlasem soudem jmenovaného likvidátora jmenovalo jako mediátora odborníka na duševní vlastnictví. Po dvou schůzkách mezi stranami a mediátorem byla uzavřena dohoda o narovnání.

Zprostředkování sporu o kolektivní správu práv

V souvislosti se sporem mezi řadou národních a mezinárodních provozovatelů televizního vysílání a různými organizacemi pro kolektivní správu práv z několika evropských zemí o licenčních poplatcích, které mají být organizacemi pro kolektivní správu práv rozděleny, se strany rozhodly předložit spor mediaci WIPO. Na žádost stran jmenovalo centrum WIPO zkušeného mediátora a právního experta na některé aspekty autorských práv. Dvě mediační schůzky umožnily stranám identifikovat sporné problémy a související zájmy; na konci druhého setkání byly strany schopny uzavřít dohodu o úplném narovnání.

Zprostředkování telekomunikačního sporu

Vývojář softwaru se sídlem ve Spojených státech licencoval softwarové aplikace evropskému poskytovateli telekomunikačních služeb. Dohoda obsahovala klauzuli o předkládání sporů mediaci WIPO, po níž v případě neexistence urovnání následovala zrychlená arbitráž WIPO. Vznikl spor o to, zda byl držitel licence oprávněn umožnit určitým přidruženým stranám přístup k softwaru a zda byly s ohledem na tyto třetí strany splatné dodatečné licenční poplatky. Spor byl předložen k mediaci WIPO. S ohledem na kritéria určená stranami navrhlo centrum WIPO jako zprostředkovatele několik kandidátů se zkušenostmi v oblasti licencování softwaru a jmenovalo zprostředkovatele podle preferencí stran. Mediační sezení se konala na místě, které vyhovovalo oběma stranám. Strany vytvořily vzájemně přijatelný rámec pro proces mediace a vyřešily řadu sporných otázek. S využitím některých možností vyvinutých během mediace pokračovala přímá jednání mezi stranami i po ukončení mediace s cílem vyřešit jejich zbývající problémy. Zrychlená arbitráž WIPO nebyla zahájena.

Zprostředkování softwarového sporu

Veřejné výzkumné centrum se sídlem v Evropě a technologická společnost sídlící rovněž v Evropě podepsaly dohodu o výzkumu a vývoji zaměřenou na vývoj technologických vylepšení softwaru pro fonetické rozpoznávání. Dohoda obsahovala mediační doložku podle pravidel WIPO. Po několika letech přestala technologická společnost dodržovat dohodnutý splátkový kalendář s tím, že výzkumné centrum nesplnilo stanovené cíle, a přijala jednostranná rozhodnutí, včetně najímání dalších výzkumných skupin mimo vztah, zatímco smlouva s výzkumným centrem byla stále v platnosti. Výzkumné centrum zahájilo mediaci s uplatněním náhrady škody. Centrum WIPO navrhlo jako mediátora právníka se zkušenostmi s technologickými zakázkami. Po několika měsících intenzivních vyjednávání za podpory mediátora uzavřely strany dohodu o narovnání.

Zprostředkování sporu o platformu IT

Evropská letecká společnost uzavřela smlouvu s americkou softwarovou společností o vývoji celosvětové platformy pro řízení prodeje letenek. Následovala smlouva o profesionálních službách, která obsahovala podrobnější popis projektu a podpůrných služeb, které má softwarová společnost poskytovat. Druhá dohoda zahrnovala mediaci WIPO, po níž následovala zrychlená rozhodčí doložka WIPO. Letecká společnost za aplikaci zaplatila několik milionů USD. O několik let později letecká společnost smlouvu vypověděla. Softwarová společnost v reakci na to tvrdila, že ukončením práva letecké společnosti na aplikaci zanikla, a požádala o vrácení softwaru. Letecká společnost byla toho názoru, že je oprávněna ponechat si softwarovou aplikaci a zahájila zprostředkování. Výsledkem mediace byla nová licence mezi stranami.

Zprostředkování týkající se zdravotnických prostředků

Dvě společnosti zabývající se zdravotnickými prostředky se sídlem v Asii uzavřely řadu dohod o vývoji specializovaného zdravotnického prostředku, který lze přizpůsobit konkrétnímu pa-

cientovi. Mezi stranami vznikl spor ohledně neoprávněného použití IP a důvěrných informací týkajících se patentových přihlášek stran. V průběhu rozhodčího řízení se strany dohodly na přerušení rozhodčího řízení na dva měsíce, aby se pokusily spor vyřešit prostřednictvím zprostředkování WIPO. V souladu s tím strany společně požádaly centrum WIPO, aby jmenovalo prostředníka se zkušenostmi v oblasti zprostředkování patentových sporů. Po několika mediačních schůzkách strany pokračovaly v jednáních a uzavřely dohodu o narovnání.

Zprostředkování sporu ve vydavatelském průmyslu

Vydavatelství uzavřelo smlouvu se softwarovou společností na vývoj nové webové prezentace. Projekt musel být dokončen do jednoho roku a zahrnoval klauzuli o předkládání sporů mediaci WIPO, a pokud by nebylo možné dosáhnout urovnání do 60 dnů, urychlené arbitráži WIPO. Po 18 měsících nebylo vydavatelství spokojeno se službami developera, odmítlo zaplatit, pohrozilo odstoupením od smlouvy a požadovalo náhradu škody. Nakladatelství podalo žádost o zprostředkování. Zatímco se stranám nepodařilo dosáhnout urovnání, mediace jim umožnila zaměřit se na otázky, které byly řešeny v následném zrychleném rozhodčím řízení.

Online zprostředkování softwarového sporu WIPO

Evropský vývojář softwaru uzavřel s evropským zákazníkem licenční smlouvu na software, která obsahovala smluvní doložku zajišťující mediaci WIPO, po níž následoval soudní spor. Ve sporu ohledně neuskutečnění smlouvy a souvisejících nároků na náhradu škody zahájily strany mediaci a centrum WIPO jmenovalo mediátora se zkušenostmi s technologickými zakázkami. Mediační sezení probíhala výhradně online s živým tlumočením a do šesti měsíců od zahájení mediace byla uzavřena dohoda o narovnání.

Zprostředkování biotechnologického sporu

Francouzská a německá společnost uzavřely dohodu o spolupráci na vývoji lidské protilátky pro léčbu závažného onemocnění. O dva roky později francouzskou společnost získala americká společnost. Německý subjekt tvrdil, že americká korporace krátce poté způsobila zadržování určitých plateb požadovaných podle dohody o spolupráci, podala žalobu pro porušení smlouvy proti americké korporaci u okresního soudu ve Spojených státech. Americká korporace podala proti německé společnosti protinávrhy na zrušení a porušení smlouvy. Po více než ročním soudním řízení strany přijaly návrh soudce na předložení jejich sporu k mediaci a podaly společnou žádost o mediaci centru WIPO. Když se strany nemohly dohodnout na jménu mediátora, centrum WIPO předložilo stranám ke zvážení seznam pěti možných kandidátů splňujících kritéria stanovená stranami v jejich mediační dohodě. Po určité diskuzi se strany dohodly na jednom z kandidátů navržených Centrem WIPO, americkým právníkem v oblasti duševního vlastnictví se značnými zprostředkovacími zkušenostmi. Mediátor vedl setkání se stranami ve Spojených státech. Přírodním důsledkem facilitativní role mediátora v průběhu případu bylo, že strany spor urovnaly šest měsíců po zahájení mediace.

Zdroj: WIPO Mediation Case Examples, dostupné online na www.wipo.int/amc/en/mediation/case-example.html

JUDr. David Karabec, MPA, LL.M., advokát ředitel IP mediačního centra Praha, zapsaný ústav

Kontakty:

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



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Zapomínáme ale podotknout, co to bude stát a kdo to zaplatí

Přednáška na konferenci České společnosti pro jakost 26. září. Jedna z nejlepších, všichni naslouchali a mám dojem, že i souhlasili. Řečníkem byl Ing. Miroslav Koberna, CSc., ředitel pro programování a strategii Potravinářské komory České republiky. Hovořil o kvalitě potravin, ale trochu z jiného úhlu, než jsme zvyklí. Okem odborného kritika se podíval na Green Deal. A jak to souvisí s tím, co máme a budeme mít na talíři? Poprosila jsem ho, aby některé myšlenky rozvedl:

Nedávno jste vystupoval na konferenci From Farm to Fork, kterou uspořádala Česká společnost pro jakost, s dosti otevřenými názory na fungování některých celoevropských opatření, která zasahují například do kvality životního prostředí nebo potravin. Proč jste si vzal zrovna toto téma?

Green Deal má zásadní negativní dopady na celou společnost a většinu obyvatel, a potraviny jsou mediálně vděčné a proto je jimi často za strany EK argumentováno velice zjednodušenou prvoplánovou formou typu „Zajistíme kvalitní a levné potraviny pro všechny“, „Zajistíme udržitelné potraviny, které nebudou zhoršovat, ale zlepšovat životní prostředí“... No kdo by to nechtěl? Zapomínáme ale podotknout, co to bude stát a kdo to zaplatí. Říká se, že EK zajistí sociální spravedlnost, zajistí přerozdělení, sociální kompenzace, podpory, dotace, a neříká, kde na to vezme. No přece ze zvýšených daní na vše neekologické, a to bude skoro všechno, takže si lidé vlastně ty kompenzace zaplatí. Nepřipomíná nám to doby nedávno minulý? A nyní už v tom po dvou letech jsme a hledáme viníka. A ten je v Bruselu a jmenuje se Timmermans.

Argumentoval jste mnohými protichůdnými předpisy, které tím pádem vlastně neřeší to nejpodstatnější, aby se tedy určité věci zlepšovaly. Co z toho pro zemědělce či potravináře ale plyne?

Měl jsem patrně na mysli jeden z typicky zelených úletů v oblasti recyklace. Chceme bezpečné potraviny, na tom se asi všichni shodneme. V EU chceme ovšem ty nejbezpečnější potraviny ze všech, a tak zavádíme tisíce předpisů, co

výrobce smí, a co ne a co může použít, a co ne. A při zákazech vesměs neřešíme, jestli za to zakázané existuje alternativa a jestli není náhodou horší než ta původní substance, a najednou přijdeme s tím, že budeme pro výrobu PET na nápoje používat recyklovaný PE, který může být znečištěný, a navíc postupně degraduje, a o recyklát má velký zájem třeba automobilový průmysl. Takže do aut budeme nakonec používat primární čistý granulát a na potraviny recyklovaný. To přece není normální.

Mohl byste uvést jiný příklad, nad kterým zůstává rozum stát?

Vydáme F2F a omezíme spotřebu hnojiv na polovinu. Pomenu-li, že neřešíme, že je není čím nahradit, a že tudíž úměrně tomu klesne produkce v rostlinném sektoru, a my současně chceme omezit živočišnou výrobu, která by mohla nahradit přírodním hnojivem ten výpadek, takže nebudeme mít ani ta statková hnojiva. Takže se prostě hnojit nebude. Další problém evropského zemědělství, my si suroviny nebo potraviny dovezeme ze třetích zemí. Ale pozor, vedlejší produkt výroby hnojiv je kyslíčnick uhlíkový CO₂, a když teď kvůli nedostatku plynu a jeho ceně stojí v Evropě výroba hnojiv, není ani kyslíčnick a máme vedle plynové také kyslíčnickovou krizi, cena letí nahoru a kyslíčnick pořád není. Některé země již omezují výrobu sycených nápojů, dobrá, bez CocaColy se musí spotřebitel obejít, ale my ho potřebujeme na balení masných, mléčných, pekařských a dalších výrobků v ochranné atmosféře. Takže nebude do čeho balit. Anebo ho dovezeme? Z Číny nebo Ruska? Dobrá, nebude se balit. Ale další vedlejší produkt výroby hnojiv je kyselina sírová, která se dříve vyráběla jako vedlejší produkt při odsiřování uhelných elektráren. A ta také není a nebude. A bez ní už se nevyrobí skoro nic. Takže to je o tom „hodnotovém“ řetězci, který, když nabouráme, tak vůbec netušíme, co dál nám spadne, kde udělali rádcově v Bruselu další chybu.

Naznačil jste také, že by se trh potravin mohl brzy razantně změnit. Co nás tedy vlastně čeká? Dá se to nějak odhadnout?

Trh se evidentně začíná dělit na dva segmenty. I když současná krize může vše ještě dál změnit.



Ing. Miroslav Koberna, CSc., ředitel pro programování a strategii Potravinářské komory ČR

Prémioví s produkty vyráběnými kvalitně, bezpečně, udržitelně, ekologicky, atd. v EU, avšak pro prémiové zákazníky ochotné, a hlavně schopné si takové výrobky koupit a zaplatit. Kolik jich bude, je otázka podle zemí, někde možná 60 %, někde 40 % někde méně, ale obecně to asi odpovídá těm záměrům na zmenšení rozměru evropského zemědělství. Jak jsem zmínil, otázkou je, zda to ještě platí. A ten zbytek bude low cost potraviny pro sociálně slabší, budou si bezpečně, ale asi o nich nebudou platit všechna ta nej a určitě budou ze třetích zemí, kde budou ty požadavky trochu jiné. Prostě evropská produkce bude stále dražší a stále nižší. A důležité je, aby čeští producenti zůstali v té skupině výrobců prémiového segmentu, což nebude jednoduché, protože jinak spadnou na ten chvost, a už teď vidíme, že cenově se jiným produkčním oblastem konkurovat nedá.

Český zemědělec, uzenář, mlékař nebo pekař nemá dnes na růžích ustláno, mnozí uvažují o tom, že své podnikání skončí. Jak jim to rozmluvit, čím je motivovat, abychom v „soběstačnosti“ ještě nepoklesli? Aby se neztratilo know-how, lidi nebyli bez práce, aby se zlepšila koupěschopnost obyvatelstva?

To kdybych věděl, tak jdu někam kandidovat. To byl vtip. Podnikání je prostě podnikání. Kdo

to neumí, tak má skončit, a má to dělat ten, kdo to umí lépe. Bohužel pokřivené dotační prostředí EU udržuje při životě často ty, kteří jsou ve skutečnosti dávno po smrti, akorát to ještě neví. K tomu přispívá obecné podnikatelské prostředí, a o tom českém by se mohly psát romány, pouze nevím, jestli ze žánru humorného, nebo hororového. Rozmlouvat? A proč? To je špatně, kdo chce skončit, ať o tom nevykládá do novin, ale udělá to a nejlépe hned. Třeba to vezme ten, kdo to umí lépe, a zase to pojede, anebo také ne. Pokud se rozhlédneme kolem sebe, vidíme, že bude hůř, ale Češi jsou přizpůsobiví a s tím asi vláda počítá v duchu „ono to nějak dopadne“. A to je asi největší současná jistota.

A kde hledat východiska z problémů, které se promítají do nálady lidí na poli, ve stáji, v provozovně? Nevidíme běh světa až příliš černě? Co ukázala vaše analýza?

Svět černě neběží. Černě běží Evropa. Ale co si lidé zvolili, to mají. Pokud si do Bruselu navolili zelené aktivisty, kterých se členské země rády zbavily, tak dobře, proč se teď dívá. Naše analýza před dvěma lety řekla, že takhle to dopadne. A nemáme vůbec žádnou radost z toho, že jsme to na rozdíl od renomovaných ekonomů a poradců tak správně odhadli. Pouze jsme dopady Green Dealu, protože to je ta jediná příčina všech současných problémů, časově zasadili o několik let dále. Ukrajina to všechno pouze akcelerovala, ale nezpůsobila. A Brusel nabádá: urychleme zelený přechod. Ale já se ptám: Kam? Jaká jsou řešení? Ta, co je mají vědci vymyslet? Brusel nezvládl uprchlickou krizi, nezvládl kovidovou krizi a nezvládá energetickou krizi, tak proč by měl zvládnout cokoliv jiného? To není kritika EU jako takové. Bohužel platí, že když i dobré myšlenky realizují špatní lidé, nemůže to dopadnout jinak než špatně. Podstata Green Dealu je veskrze dobrá, ale problém je uchopení. Politika špatně načasovaná, s absencí dopadových studií a variantních postupů, a realizovaná, je proto krásné slovo ze žargonu jedné bývalé političky, zpovytými politiky a servilními úředníky. Nadřadíme-li politiku, a je jedno, jakou barvu jsme jí zrovna dali, teď třeba zelenou, nad ekonomiku, nemůže to fungovat.

otázky připravila Eva Brix

Český úspěch v evropské soutěži manažerů

Cenu Evropský lídr kvality (European Quality Leader – EQL) uděluje Evropská organizace pro kvalitu (EOQ) každoročně. „Lídři kvality“ dle organizace EOQ jsou jednotlivci, kterým se podařilo vést jejich organizace k úspěchu, ze kterého těží různé zainteresované strany, a to díky jejich stylu řízení a díky změnám a procesům zlepšování kvality, které zavedli prostřednictvím svých týmů. Do finále soutěže European Quality Leader se dostal Petr Baudyš ze společnosti Penny Market s.r.o., v celkovém hodnocení obsadil druhé místo.

Petr Baudyš se jako vítěz českého národního kola ceny Manažer kvality roku 2021 stal jedním ze čtyř finalistů ceny Evropský lídr kvality. Nominace do ceny Evropský lídr kvality předkládá všech 24 národních zástupců EOQ (zpravidla jde o spolky či asociace působící na poli kvality), kteří nominují do evropského kola vítěze kol národních. Petr Baudyš, ředitel kvality ve společnosti Penny Market s.r.o. působí v ob-



Ing. Petr Baudyš, ředitel kvality Penny Market s.r.o., Manažer kvality roku 2021, se umístil na 2. příčce v soutěži Evropský lídr kvality

lasti kvality a bezpečnosti potravin více než 30 let. Ve společnosti Penny Market odpovídá za oblast kvality a udržitelnosti. Významně se podílí na tvorbě IT aplikací pro řešení problematiky kvality (např. pro testování kvality nebo krizové řízení). Pro prodejny také zajišťuje implementaci normy ISO 22000 a dalšího zlepšování na jejím základě, pro sklady pak zavádění standardu IFS. Petr Baudyš rovněž vystupuje na odborných konferencích, jako jsou From Farm to Fork či specializované kulaté stoly.

Cena European Quality Award je udělována vynikajícím osobnostem, které věnují svůj čas, energii a znalosti, aby svá přesvědčení sdíleli ve prospěch evropské společnosti. Ocenění si klade za cíl ohodnotit výsledky manažerů kvality, veřejně je prezentovat, a poskytnout tak následováníhodný příklad dalším odborníkům na těchto pozicích. Lídr kvality je vedoucí pracovník v organizaci, kterému se podařilo posunout organizaci k úspěchu, ze kterého těží různé zainteresované strany, a to díky svému vedení a díky změnám a procesům zlepšování kvality, které zavedl přímo prostřednictvím týmu.

Evropská organizace pro kvalitu (EOQ) sdružuje více než 70 000 členů a 500 000 společností v rámci členských a partnerských organizací v Evropě i po celém světě. EOQ je mezioborová evropská organizace, která usiluje o účinné zlepšování v oblasti řízení kvality jako koordinační orgán a katalyzátor členských organizací, a to s cílem zlepšit evropskou společnost podporou kvality v tom nejširším slova smyslu. Titul Evropský lídr kvality (European Quality Leader – EQL) uděluje EOQ nejlepším kandidátovi v každoroční soutěži s přihlédnutím k definovaným kritériím EOQ-EQL.

Celkovým vítězem ceny EQL za rok 2021 se stal Fernando Alberto Mesquita de Melo z Portugalska, generální ředitel společnosti Amorim Cork Flooring, světové jedničky ve výrobě a distribuci korkových podlahových a stěnových krytin. Porota ceny pracovala ve složení: prezident EOQ Torolf Paulshus, první viceprezidentka EOQ Dr. Anni Koubek, generální tajemník EOQ Ulf Gustavsson a vítěz EQL 2020 Carlos Ribas. (tz)

Proměny pracovního trhu stále zrychlují

Snad nikdy v minulosti se svět neměnil tak rychle a do hloubky jako nyní. Trh práce, vztahy mezi zaměstnavateli a zaměstnanci, požadavky na ně nejsou žádnou výjimkou. Obstojíme těmto nárokům? Na otázky odpovídal Jiří Halbrštát, manažer nábory a marketingu ManpowerGroup:



Jiří Halbrštát, manažer nábory a marketingu ManpowerGroup

Jak byste popsal současný trh práce? Co jej tak proměnilo, které faktory působí nejsilněji a v čí prospěch?

Po více než dvou letech pandemie, přetrvávajícím nedostatkem materiálu a komponentů, omezené funkčnosti dodavatelských řetězců a energetické krizi, je česká nezaměstnanost těsně nad 3 %, kousek od předpandemických hodnot z roku 2019. Český trh práce navíc absorboval 70 000 ukrajinských uprchlíků a zvládl by i více. Podle průzkumu ManpowerGroup index trhu práce ze září 2022 plánuje 33 % zaměstnavatelů nadále zvyšovat během 4. čtvrtletí počet zaměstnanců, nicméně 22 % je ohledně nábory pesimistická. Český trh práce, který byl v posledních 20 letech velmi konzervativní a neznal zásadní otřesy, je aktuálně velmi schizofrenní. Velká část ekonomiky profituje z postpandemického rozvolnění a konečně může obsluhovat své zákazníky, část ekonomiky se probudila do nové reality, kdy se staří zákazníci ztratili nebo jejich obchodní model se zásadní změnou nákladové struktury přestal fungovat.

Všichni cítí, že v posledních dvou letech prochází velkými změnami. Týká se to opravdu i vztahů mezi zaměstnavateli a zaměstnanci?

Společnost ManpowerGroup provádí několikrát ročně průzkumy trendů na trhu práce. Z těchto dat a ze spolupráce se stovkami tisíc zaměstnavatelů po celém světě vyplývá, že strukturální změny a trendy, které jsme již nějakou dobu popisovali, se nadále zrychlují. Rok 2022 má potenciál

stát se jedním z nejvíce transformačních let v nedávné historii. Od zaměstnanců, kteří přebírají větší kontrolu nad svým profesním životem, přes zdánlivě nekonečný boj firem o nábor a udržení talentů až po rychlou akceleraci zavádění digitálních technologií a vědomí podniků, že se musí stát sofistikovanějšími. Trendy, které pohání transformaci trhu práce, nejsou nové, ale ovlivňují zaměstnance a zaměstnavatele mnohem více než v předchozím období. Dopad pandemie v kombinaci se zrychlením digitální transformace bude i nadále přinášet hlubokou proměnu globálního trhu práce a struktury zaměstnanců.

Mění se i požadavky zaměstnanců? Nač dnes při výběru pracoviště kladou důraz?

Celosvětově pozorujeme ekonomický trend, kterému se někdy říká Great resignation, tedy velká vlna dobrovolných odchodů zaměstnanců. V průběhu pandemie po celém světě a nejvíce v USA vzrostla dobrovolná fluktuace zaměstnanců. Mezi možné příčiny patří stagnace mezd při rostoucích životních nákladech, dlouhodobá ne-

splacenost s prací, obavy o bezpečnost v souvislosti s pandemií covid-19 a touha pracovat pro společnosti s lepšími možnostmi práce na dálku. Toto období se vyznačuje snahou lidí hledat štěstí v zaměstnání a kariéře, o což usilují po pandemii mnohem více než v minulosti. Téměř dvouletá izolace, strach a pocit ohrožení v pandemii, přiměla mnoho lidí přehodnotit svůj život, práci a kariéru. V polovině roku 2022 a s nástupem postpandemické reality si firmy uvědomují, že musí udělat mnohem více pro to, aby přilákaly a udržely si různé typy zaměstnanců, a lidé od svých zaměstnavatelů očekávají více. Je to směr, se kterým musíme ve firmách kalkulovat. Lidé chtějí dělat práci, která dává smysl, pro odpovědného zaměstnavatele, který pozitivně ovlivňuje svoje okolí, chtějí flexibilní pracovní modely s možností práce na dálku, stresu zažili v uplynulém období dost, hůře se s ním vyrovnávají a potřebují větší podporu svých šéfů, od kterých čekají více empatie. Firemní kultura je tak pro udržení zaměstnanců mnohem důležitější než strategie. Lidé raději pracují méně nebo v lepším vyváženém soukromém a firemního života, za cenu toho, že dostanou méně peněz.

Vidíte rozdíly mezi regiony, profesemi, povoláními...?

Pandemie postihla více ženy než muže. Shesecion (recese žen) byla v pandemii velkým tématem. Vyrovnávání rozdílů mezi muži a ženami zpomalilo a počet žen, které odešly z pracovního trhu nebo omezily pracovní aktivitu, je alarmující. K hromadným odchodům v odvětvích, kde tradičně pracovaly převážně ženy, jako je vzdělávání, zdravotnictví a pohostinství, docházelo ve stejné chvíli, kdy rostla technologická odvětví, logistika a prodeje, kde jsou ženy naopak zastoupeny méně. Na 51 % žen je méně optimistická, pokud jde o jejich budoucí kariéru než před pandemií. A 57 % žen plánuje opustit v příštích dvou letech své stávající zaměstnání. Dále jednotlivé profese mají specifické požadavky nebo

možnosti z podstaty jejich práce. Kancelářské profese se nejvíce obávají návratu starého způsobu práce a home office. Výrobní profese chtějí mít možnost plánovat si směny, řidiči kamionů opouštějí mezinárodní dopravu a preferují vnitrostátní, aby mohli být více doma.

Jsou firmy ochotny nebo i schopny plnit stále náročnější požadavky zaměstnanců? A vyplácí se jim vstřícnost, nebo nemají jinou možnost, pokud chtějí pracovní talenty získat a udržet?

Někteří šéfové firem se při čtení těchto průzkumů vysloveně rozzuří, co by ještě ti zaměstnanci nechtěli. Jsme ale v situaci, kdy i přes to, že je budoucnost stále více nejistá, tak nám každý druhý zaměstnavatel v ČR říká, že nedokáže najít potřebné zaměstnance. Domnívám se, že společným jmenovatelem jednotlivých očekávání zaměstnanců je empatie, férovost, odpovědnost a možnost individuální volby. To je perspektiva, které vede k nastavení správného HR mixu v každém typu průmyslu.

Mění se i personální agentury, ať už vůči klientům, tak i uchazečům o zaměstnání?

Vnímáme sebe jako zástupce zaměstnavatele, který dokáže pojmenovat a popsat uchazečům o zaměstnání jeho přednosti, kulturu a prostředí v hodnotovém rámci, ve kterém se pohybuje. Většina firem nedokáže odpovědět na otázku, proč by měl chtít u nich člověk pracovat. Pomůžeme jim toto zformulovat právě s ohledem na to, jaká jsou očekávání uchazečů. Pokud se chce firma stát zajímavějším zaměstnavatelem, máme nastavené procesy, které dokážou klienta k tomuto cíli dovést. Navíc, jak se proměňují preference uchazečů, mění se i způsob, jakým hledají práci a jak je vhodné je oslovovat.

otázky připravil Pavel Kačer

Průzkum: diskontní řetězce táhnou nejvíce, láká cena

Z výzkumu diskontního řetězce PENNY na reprezentativním vzorku více než 500 respondentů vyplývá, že se zvyšuje počet lidí, kteří nakupují nebo dávají přednost nákupu v diskontních prodejnách před klasickými supermarkety. PENNY je uváděno jako nejznámější diskontní řetězec u nás (51 %), současně jej dvě třetiny respondentů vnímají jako nejvíce diskontní. V celém segmentu diskontu pak nakupuje v současné době 85 % respondentů.

Diskontní prodejny umožňují zákazníkům rychlý každodenní nákup zboží za nejvýhodnější ceny na trhu, a to i přesto, že se způsob prodeje v tomto typu prodejen v posledních letech mění a nabízí komfortnější a příjemnější prostředí na úrovni tradičních supermarketů. „Na základě naší realizovaného průzkumu je PENNY mezi

lidmi obecně nejznámějším diskontem, když jej jako první uvedlo 51 % respondentů. Jako hlavní důvod nákupu v diskontních prodejnách uvádí nabídku zboží srovnatelné nebo lepší kvality za výhodnější ceny v porovnání s jinými obchody (68 %). Dalším důvodem nákupu v PENNY je jeho blízkost (65 %), a v neposlední řadě se v našich prodejnách velmi dobře orientují (47 %). Těší nás také, že pro třetinu z oslovených lidí je důležitá nabídka našich privátních značek a pro čtvrtinu celková atraktivní nabídka produktů,“ okomentoval výsledky výzkumu Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu PENNY.

V diskontních prodejnách nakupuje v současné době 85 % zákazníků, přičemž více než dvě třetiny z nich se zde pohybuje minimálně jednou či vícekrát týdně. Nejoblíbenější jsou diskontní prodejny ve věkové kategorii 45–59 let (92 %) a v kategorii 60+ (88 %). I v kategorii mladých (30–44 let) v diskontu pravidelně na-

kupuje 79 % lidí. Polovina všech respondentů uvádí, že v diskontech za poslední dva roky nakupuje častěji. V budoucnu plánuje v diskontních prodejnách nakupovat ještě více než doposud 48 % současných zákazníků. Důvodem, proč je diskont tak oblíbený, tkví v tom, že 61 % respondentů vnímá, že v diskontních prodejnách dostanou srovnatelnou kvalitu s jinými typy prodejen a daleko výhodnější cenu.

Přibližně dvě třetiny respondentů uvádí (66 %), že v diskontních prodejnách nakupují větší množství potravin z celkového množství, které pořizují. Více než 70 % (71 %) pak v diskontních prodejnách dělá častěji větší nákup (10+ položek) než v ostatních typech prodejen s potravinami. „Stále více lidí nakupuje v rámci speciálních akcí. Akční nabídky využívá 69 % respondentů a jejich počet stále narůstá. Mezi nejoblíbenější produkty nakupované v akci patří trvanlivé potraviny, mléko, mléčné výrobky,

pochutiny, nápoje nebo ovoce a zelenina,“ vyjmenoval Vít Vojtěch.

Nový index počítaný na základě cen spotřebitelského koše potvrzuje, že PENNY je dlouhodobě nejlevnějším řetězcem na českém trhu. To potvrzuje i zájem zákazníků, kterých za posledních 12 měsíců PENNY ve svých prodejnách obsloužilo více než 140 milionů, což je v průměru takřka 500 zákazníků za minutu.

Podle dat GfK zaznamenal diskontní trh v letech 2019–2021 růst 28,3 %, zatímco trh bez diskontů za stejné období narostl o 8,7 %. Podle interního výzkumu skupiny REWE se 92 % lidí aktuálně obává zdražování potravin. Tyto obavy jsou hned na druhém místě za zdražováním bydlení a energií (96 %). Od diskontu pak zákazníci očekávají v prvé řadě pokles, nebo alespoň zastavení růstu cen (68 %), více slevových akcí (67 %) a zvyšování nabídky regionálních produktů (45 %). (tz)

Rozjezd nového businessu brzdí zvýšená podnikatelská rizika

Za první tři kvartály letošního roku bylo v ČR zaregistrováno 21 031 nových firem. To je o 5,5 % méně než ve srovnatelném období loňského roku a zároveň jde o druhý nejnižší počet za posledních šest let. Celkový počet společností v ČR překročil hranici 545 800. Aktuální informace zveřejnila v říjnu poradenská společnost Dun & Bradstreet.

„Komplikované a nepředvídatelné události ve světě, kterých jsme svědky od roku 2020, dopadají na ekonomický vývoj po celém světě. Zvýšená podnikatelská rizika jsou jedním z vý-

znamných důvodů, proč je zájem podnikatelů o rozjezd nového businessu nižší než v uplynulých letech,“ zhodnotila aktuální statistiky analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová. Zpomalující tempo v zakládání nových společností je patrné jak v meziročním kvartálním srovnání, tak i od začátku letošního roku. Zatímco v prvním čtvrtletí letošního roku vzniklo 8026 nových firem, ve druhém to bylo již jen 7821. Červenec byl, co do počtu nově registrovaných firem, prozatím nejslabším měsícem, následovalo září a duben. Aktuálně je v Česku celkem 545 803 firem, z toho 27 107 akciových společností a 518 696 společností s ručením omeze-

Celkový počet firem* v ČR v období 2017–3Q 2022

	3Q 2022	2021	2020	2019	2018	2017
s.r.o.	518 696	503 762	491 849	480 451	465 920	449 360
a.s.	27 107	26 946	26 725	26 568	26 398	26 258
celkem	545 803	530 708	518 574	507 019	492 318	475 618

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

zdroj: Dun & Bradstreet

ným. Ačkoliv letos bylo založeno 21 031 nových firem, celková podnikatelská základna se od konce roku 2021 rozrostla o 15 095. „Na trhu pokračuje pročišťování podnikatelské základny,

kdy vzhledem k celkovému počtu nově registrovaných subjektů jich relativně velké množství také zaniká,“ doplnila Petra Štěpánová z Dun & Bradstreet. (tz)

CAIM radí firmám: zvažte všechny možnosti a rizika, krizi se dá předejít

Stále více firem se dostává do problémů zejména z důvodu dramatického nárůstu cen energií a situace se může stát pro mnohé nevladatelnou. Česká asociace interim managementu (CAIM) už zaznamenává větší poptávku po manažerech – specialistech na změnové nebo krizové řízení. Příčin tíživé situace firem ale bývá často více. Asociace radí připravit se na všechna rizika.

V podnikatelském prostředí je cítit velká nervozita, i když reálně zatím výrazný nárůst počtů krachů firem ve statistikách nevidíme. Firmy ale už šetří, omezují investice a propouštějí. Jednou z hlavních příčin jsou enormně drahé energie a k tomu se přidávají logistické problémy či nedostatek některých surovin a materiálů. Zkušenosti interim manažerů však potvrzují, že příčin tíživé situace firem je většinou více, jak rezonovalo na nedávném výročním zasedání členů CAIM v Ostravě.

„Firmy se soustředily na to, aby měly dost zakázek, ale nevěnovaly se dostatečně tomu, jak výhodné ty zakázky jsou a co jim přináší do budoucna. Některé neměly nastavený svůj byznys model optimálně a udržitelně a měly své další vnitřní problémy, které tlačily před sebou ještě před covidem. Do nestabilního období tak vstupují oslabené a zranitelné,“ vysvětluje Petr Karásek, krizový manažer a místopředseda České asociace interim managementu.

Když je například jedinou konkurenční výhodou firmy cena, tedy že má výrobek levnější než ostatní kolem, podbízí se nízkými cenami, je to obecně málo a v dnešní době i značné riziko. Majitelé a manažeri takových firem by měli vymyslet jinou konkurenční výhodu a co nejrychleji udělat potřebné změny. Většinou se nevyplácí čekat, že bude líp.

„Nejde zdaleka jen o to ořezat náklady. Je teď nejvyšší čas zamyslet se nad všemi podstatnými aspekty podnikání, včetně firemní strategie a byznys modelu. To, co bylo ještě před rokem či dvěma prosperující a perspektivní, už teď nemusí být s ohledem na vysoké ceny energií konkurenceschopné. Je důležité se podívat na svoje podnikání s nadhledem, což není zrovna snadné,“ říká Ján Dolejš, předseda České asociace interim managementu.

Na některé problémy a rizika se můžeme připravit. Mnohdy stačí jen dojednat s dodava-



Výroční zasedání České asociace interim managementu

teli či bankou prodloužení splátkového kalendáře, nebo naopak zkrátit splatnost faktur odběratelům. Někde je potřeba udělat razantnější změny. „Vždy je lepší problémům předcházet, než pak obtížně řešit jejich následky. Když jsem si vyhodnotil podnikové krize, které jsme v poslední době řešili s kolegy z České asociace interim managementu, vyplynulo z toho několik oblastí, které se ve většině podnikových krizí opakovaly. Věřím, že firmám by náš výčet mohl pomoci alespoň si ujasnit situaci a zvážit další kroky,“ uvedl Petr Karásek, který sestavil desatero protikrizových doporučení.

Protikrizová doporučení

1. Všechny firmy, i ty, které dnes nečelí žádným fatálním problémům, by si měly pečlivě zrevidovat svůj stávající byznys model a ověřit si, zda je i v současné situaci měnících se vnějších podmínek stále dostatečně udržitelný a perspektivní.
2. Zvláště je třeba posoudit citlivost nejdůležitější oblasti stávajícího byznys modelu s ohledem na nejvíce se měnící vstupní parametry daného podnikání. Tedy dodávky a ceny plynu, elektřiny, dodávky důležitých vstupů surovin či komponentů z rizikových oblastí apod. Na tyto

oblasti je třeba dopředu promyslet alternativní scénáře „co uděláme, když...“

3. Specifickou oblastí jsou zaměstnanci. Co tedy budeme dělat, pokud dojde k výpadku elektrické energie, plynu či dodávek tepla na několik hodin, na den, na několik dnů, či dokonce týdnů. Budeme situaci řešit výlukou, překážkou na straně zaměstnavatele, dohodou se zaměstnanci na mimořádné dovolené, přesunem směn či jinak.
4. S předešlým bodem souvisí nutnost efektivní, a hlavně neustálé komunikace. Zejména se zaměstnanci, ale i s dodavateli, zákazníky, bankami, institucemi apod.
5. V případě obchodních kontraktů lze doporučit jejich důkladné prostudování, abychom si připomněli podmínky uzavřených smluv řešící zejména nestandardní situace. Připravme se na eventualitu, kdy by došlo k nějakým zádrhelům. Ty je vhodné s obchodními partnery zkusit diskutovat a řešit včas dopředu, než daná problematická situace nastane.
6. Je vhodné promyslet, jak máme zajištěny zdroje pro případ náhlých nepředpokládaných nákladů spojených s řešením výpadků činnosti. U úvěrového financování je třeba si osvěžit

podmínky daných úvěrů a ev. komunikovat s bankou o jejich případné úpravě.

7. I pro malé firmy je důležité mít zmapovaná rizika, z aktuálního pohledu ohodnoceny jejich dopady a pravděpodobnosti, že se rizika zhmotní. Rovněž tak mít u každého rizika uvedeno, jakým způsobem ho budeme řešit.
8. V každé situaci doporučuji podívat se čas od času na své podnikání z určitého odstupů, nadhledu. Sami toho jsme poměrně obtížně schopni. Je proto vhodné požádat někoho nezávislého, aby nám tento pohled poskytl. Někoho, komu důvěřujeme, ale kdo má i dostatečné odborné předpoklady a zkušenosti.
9. Pokud cítíme, že se něco v našem podnikání nevyvíjí dobře, bezpečnější je začít tyto věci řešit včas, věnovat se co nejdříve rozboru příčin a pak neoddalovat potřebná rozhodnutí.
10. Snad každý problém v podniku má více příčin než jednu. Většinou jde o řetězec jednotlivých okolností, jejichž současný výskyt pak vede k problému. Pro řešení nestačí jen hasit důsledky, ale velmi důležité je odstranit kořenové příčiny. Proto je musíme zjistit a nezdržat se je i pojmenovat a řešit.

Jana Dronská

Firma dnes: chytrí propouštějí, odvážní naopak najímají

Když udeří ekonomicky obtížné časy a přijde krize, sahá mnoho šéfů ke klasickému způsobu krocení rozpočtu: propouštění. Je to strašák všech zaměstnanců, krutý a demoralizující, pro záchranu firmy často nezbytný. Avšak pozor, pokud se začne propouštět v nesprávný čas, nemusí se to vůbec vyplatit.

Ekonomové a politici se prou o to, zda už jsme v recesi, nebo nás recese teprve čeká. HDP sice mírně roste, ale to se děje už druhý rok po prudkém poklesu v kovidovém roce 2020. Navíc se na nás valí silné zdražování energií a ostatní důsledky ukrajinské války a dalšího politického pnutí ve světě.

„Krizy obvykle trvají 12–18 měsíců, takže propustit lidi a vyplatit pět nebo více platů znamená, že se efekt snížení stavu začne projevovat až za půl roku,“ zdůraznil Jozef Papp, Managing Partner pražské kanceláře firmy Stanton Chase, která se zabývá vyhledáváním vrcholových zaměstnanců (Executive Search). „Další náklady pak firmu čekají v chvíli, kdy chce nové zaměstnance opět nabrat a zaškolení. Pokud krize potrvá obvyklou dobu, celkový finanční přínos tak může být nulový.“ Stanton Chase doporučuje, abyste si šéfové, než začnou propouštět, po-

ložili pět otázek, které jim pomohou ke správnému rozhodnutí:

1. Jak propouštění ovlivní zbytek týmu?

Ríká se tomu syndrom viny z přežití a častými projevy jsou stres, úzkost nebo prostě pocit viny z toho, že člověk nedostal padáka. Propouštění je traumatický zážitek nejen pro ty, co odcházejí, ale i pro „přeživší“. Prvotní zármutek ze ztráty kolegů se rychle přetaví ve strach o vlastní zaměstnání, následuje snížená motivace, horší pracovní morálka a snížená loajalita vůči firmě.

Syndrom viny z přežití postihuje nezanedbatelnou část zaměstnanců: podle psychologických výzkumů jím trpí až třetina přeživších. To může mít mj. i bezprostřední zdravotní následky, což se dokonce může rozvinout do dlouhodobých problémů, tedy vyšší nemocnosti nebo předčasného odchodu do důchodu.

2. Proč vlastně chceme propouštět?

Pokud je motivem propouštění nepotřebnost určité pozice, tak to může mít smysl. Například když se propustí část pokladních, protože se v prodejně instalovaly samoobslužné pokladny. „V případě, že motivem propouštění jsou pouze finance, považoval bych to za varovný signál,“ uvedl Jozef Papp. „Pokud některé pozice potřebuje firma proto, aby se dlouhodobě udržela

v profitu, jak jí skutečně pomůže, že momentálně trochu ušetří?“

3. Uvažujeme dlouhodobě?

Uvažuje firma o snížení nákladů na mzdy v krátkém časovém horizontu? Je soustředěna na plnění krátkodobých finančních cílů? Pokud ano, nemusí to znamenat rovnou prohru, ale je to příležitost k zastavení se a přemýšlení. Jak bude vypadat blízká budoucnost? Je dobré si uvědomit, že krize pomínou obvykle během roku nebo dvou. V jaké pozici podnik bude, když část svých zaměstnanců, které pro fungující tým nezbytně potřebujete, nyní v krizi propustíte? Jak je za pár měsíců nahradíte?

4. Jsou dovednosti daného zaměstnance nadbytečné, nebo unikátní?

Velmi důležitou otázkou je jedinečnost zaměstnance, především jeho dovedností. Pokud má společnost deset účetních, které dělají víceméně podobnou práci, může si dovolit několik jich propustit. Avšak pokud zvažuje propustit obchodního zástupce, nebo zkušeného manažera, počítat by měla s tím, že s ním zčásti odejde i jeho sociální kapitál, tedy kontakty a vztahy, které vybuďoval. Proto by měla dobře zvážit, zda jeho propuštění ve střednědobém a dlouhodobém horizontu něco přinese a jak ho nahradit.

5. Nebudete naopak najímají?

Zatímco šéf zvažuje nutné výpovědi, měl by se zkusit zamyslet i v opačném gardu: můžete firma vydělat na ekonomickém prostředí, které je náchylné k propouštění? „Ekonomické krize a recese jsou strašidelné, mohou však odvážnějším stratégům přinést výhody, když najmou skvělé odborníky, jichž se konkurence zbrkle zbavila,“ nabízí Jozef Papp i ofenzivní strategii pro krizové období.

Pokud firma cítí tlak na to, aby část zaměstnanců propustila, nemusí to být nutně správný krok. Naopak, je vhodné zvážit alternativní varianty:

- vyškolit a zlepšit slabší zaměstnance, aby byli větším přínosem,
- eliminovat práci přesčas nebo zkrátit pracovní týden,
- podpořit sabatikly (dlouhodobé placené nebo neplacené volno),
- zmrazit platy, nebo je dokonce plošně snížit.

„Často od klientů slyšíme, že recese je dobrá příležitost, jak se zbavit některých lidí. Myslím, že je to naopak příležitost do talentů investovat, udržet si je nebo najít nové. To se v delším horizontu určitě vrátí,“ konstatoval Jozef Papp. (tz)

Nástup elektromobility nezastaví ani vysoké ceny elektřiny, předpokládá společnost LeasePlan

Ačkoli celkové prodeje nových osobních vozidel u nás v letošním roce meziročně klesly, pro kategorii vozů s alternativním pohonem to neplatí. Podle statistiky SDA počet registrací alternativních vozidel v prvních třech čtvrtletích stoupl v porovnání se stejným obdobím loňského roku o 28 % na 26 910 vozů. Počet registrovaných čistě elektrických vozů vzrostl dokonce o 57 %, a to na 2869 kusů. Leasingová společnost LeasePlan očekává, že na tomto vývoji nic nezmění ani probíhající energetická krize.



„Zatím se bavíme o nízkých absolutních počtech registrovaných elektromobilů, trend je ale jednoznačně stoupající. Nástup elektromobility je nevratný proces,“ řekl Martin Brix, generální ředitel české pobočky LeasePlanu, lídra ve správě podnikových automobilových flotil.

Firma očekává, že navzdory energetické krizi se bude zastoupení elektrických aut ve flotilách zvyšovat. Nejvíce je to patrné v tuzemských pobočkách velkých korporací. Na elektromobily přecházejí na základě strategického rozhodnutí, které je obvykle iniciováno jejich západními centrály.

„U těchto klientů není pořízení elektromobilů pouze výsledkem ekonomické rozvahy, důležitou roli hraje také jejich deklarovaná environmentální politika. Nedomníváme se, že by ji teď kvůli momentálně vysokým cenám elektřiny chtěli revidovat. Postupně bude růst zájem také v dalších zákaznických kategoriích. Stále více podniků i domácností nakonec vyhodnotí elektromobilitu jako nejrationálnější řešení,“ uvedl Martin Brix. Poukázal přitom na nedávný průzkum EY Fleet Survey 2022. Jeden z jeho závěrů říká, že 87 % všech služebních jízd je kratších než 200 km,

což je pro elektromobily zcela bezproblémová vzdálenost.

Majitelé nemovitostí a podnikatelé budou podle LeasePlanu pod vlivem letošního roku mnohem více investovat do solárních panelů, které pak budou využívat i pro nabíjení elektromobilů. Svou roli přitom bude hrát rozhodnutí Evropské unie, podle kterého od roku 2035 nebude možné na jejím území koupit jiné auto než to s elektrickým pohonem.

Podíl elektromobilů na nových registracích u nás zatím dosahuje pouhých 2 %, což je výrazně méně než na západních trzích. Podle zmiňovaného výzkumu EY Fleet Survey 2022 ale pětina tuzemských podniků uvažuje o tom, že si v nejbližších pěti letech pořídí elektromobily. Výzkum také odhalil, že uživatelé elektrických vozů dnes příliš spoléhají na veřejné nabíjecí stanice. Právě nabíjecí infrastruktura je přitom alfa a omegou pro další rozmach elektromobility.

Leasingové společnosti mohou klientům pomoci i v této oblasti. „Pro firemní zákazníky je nezbytné, abychom pro ně vedle samotných elektromobilů zajistili související služby. Typická je instalace wallboxů v sídle podniků, ale, pokud je to možné, také v bydlišti vybraných zaměstnanců,“ sdělil Martin Brix.

Důležité jsou i další podpůrné aktivity. LeasePlan poskytuje klientům odborné konzultace o nabídce automobilek, o reálných celkových nákladech na provoz konkrétních modelů nebo o hustotě nabíjecí infrastruktury v jejich regionu. Nabízí jim chytré kabely, které zpřístupní nabíjecí stanice různých výrobců. Zákazníci si do vozidel nechávají zabudovat telematickou jednotku, která umožňuje přesně rozlišit soukromé kilometry, a tedy spotřebované kilowatthodiny, od těch služebních. Roste počet řidičů využívajících nabíjecí kartu, kterou mohou platit v několika konkurenčních sítích. Funguje na podobném principu jako klasická palivová karta.

„Děláme prostě vše pro to, aby uživatel elektromobilu u nás dostal úplně stejný komfort jako řidič konvenčního vozu,“ dodal Martin Brix.

LeasePlan je dlouhodobým propagátorem čisté mobility a v České republice vykazuje vyšší podíl elektromobilů ve flotile, než jsou celostátní údaje. Společnost každým rokem provádí průzkum připravenosti vybraných evropských zemí na nástup elektromobility. V loňském roce vyšlo Česko ze srovnání jako země s vůbec nejslabší úrovní podpory čisté mobility, což se odrazí ve vysokých celkových nákladech na provozování elektromobilů. (tz)

Skupina Emil Frey v ČR dokončuje proces převzetí značek Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep

Emil Frey Group v České republice pokračuje v realizaci dohody z 5. dubna 2022 se skupinou Stellantis o převzetí distribuce značek Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep a oznamuje novou organizační strukturu importérské společnosti.

V dubnu letošního roku se skupina Emil Frey Group dohodla s koncernem Stellantis na začlenění značek Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep do svého portfolia a převzetí odpovědnosti za dovoz vozidel těchto značek do ČR. Nyní, po dokončení všech schvalovacích procesů ze strany antimonopolních orgánů, přichází tato dohoda do fáze realizace.

Současná společnost Fiat Chrysler Automobiles ČR s.r.o. (nově F Automobil Import) zodpovídající za import značek Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional a Jeep do České republiky se nyní oficiálně stává součástí skupiny

Emil Frey v ČR a přesunuje své sídlo na Olbrachtovu ulici v Praze. Současně skupina převzala i stávající zaměstnance a smlouvy s koncesionáři. Cílem nové firmy, se sídlem, vedením a působením v České republice, bude na tomto trhu dále rozvíjet potenciál a image slulých značek, které se staly neoddělitelnou součástí světové automobilové historie, daly světu řadu ikonických modelů a neustále přinášejí zákazníkům fascinující designové směry i přelomové technické inovace.

Jde o zejména o Fiat, který již více než 120 let nabízí dostupnou mobilitu širokému spektru klientů, či legendární značku Alfa Romeo, která nenapodobitelným způsobem spojuje čistotu italského designu s nadčasovým a prémiovým zážitkem z jízdy. Z historického dědictví čerpá i Abarth, jehož příběh je plný rekordů a velkých inovací, stejně jako značka Jeep, která se stala mezinárodně uznávaným symbolem terénních vozů. Klíčovou roli v portfoliu značek hraje také

Fiat Professional a jeho komplexní nabídka lehkých užitkových vozů.

Za úkol posílit další rozvoj těchto značek bude zodpovídat zejména nově jmenovaný jednatel a ředitel společnosti F Automobil Import, Jaromír Heřmanský. Dosud zastával pozici ředitele B2B a LCV pro značky Peugeot, Citroën, Opel a DS. Současně s touto vrcholnou pozicí v rámci F Automobil Import bude Jaromír Heřmanský vykonávat také funkci ředitele značek Fiat, Fiat Professional a Abarth. Přitom bude úzce spolupracovat s Tomášem Záhlem, který se stává ředitelem značek Alfa Romeo a Jeep. Na tuto pozici postupuje Tomáš Záhel z dosavadní funkce produktového manažera pro Opel.

Funkci PR manažerky bude v nové společnosti i nadále zastávat Sylva Marounková. O PR značek Fiat, Jeep, Alfa Romeo, Abarth a Fiat Professional se stará již více než pět let, přičemž má za sebou desetiletou kariéru v automobilovém průmyslu. Pozice manažerky pro marke-

ting a media se ujme nově nastupující Alena Kudrnová. Ta v letech 2012–2014 získávala první zkušenosti s marketingem v automobilovém světě a následně je prohloubila během téměř sedmiletého působení na pozici manažerky komunikace ve firmě Decathlon.

Roli prodejního ředitele ve společnosti F Automobil Import zaujme Pavel Kočí, stávající zónový manažer pro nové vozy Fiat, Jeep, Alfa Romeo, Abarth a Fiat Professional. Jmenované zástupce společnosti F Automobil Import doplní také stávající zaměstnanci a nové posily ať už z vnitřních, či vnějších zdrojů, aby tato kompletní sestava zajistila efektivní chod společnosti.

Kromě prostor na Olbrachtově ulici v Praze, které sdílejí zaměstnanci všech importérských firem skupiny Emil Frey v ČR, bude skupina nadále využívat budovu v Čestlicích užívanou v současné době zaměstnanci stávající společnosti Fiat Chrysler Automobiles ČR. (tz)

Nedostatek čipů nejvíce zasáhl evropské automobilky

Hlavní obětí nedostatku čipů se staly v posledních dvou letech automobilky. Podle odhadů pojišťovny Allianz Trade došlo k výpadku přibližně 18 milionů vozidel. Nejvíce se tato krize promítla v Evropě, kde škody analytici odhadují v loňském a tomto roce až na zhruba 100 miliard eur přidané hodnoty.

Výrobci automobilů i jejich dodavatelé na nastupující pandemii reagovali výrazným snížením zásob a objednávek polovodičů. Poptávka po nových vozidlech se nicméně v roce 2020 zotavila rychleji, než se očekávalo. „Bohužel – pro automobilový průmysl – výrobci čipů mezitím přesunuli své výrobní kapacity na koncové trhy s rostoucí poptávkou, tedy zejména počítačů a datových center. Na automobilový průmysl tak zbyly jen nedostačující kapacity,“ vysvětlila důvody přetrvávající krize ředitelka české pobočky Allianz Trade Iva Palusková. V důsledku toho v Evropě klesla výroba automobilů na bezprecedentní minimum 13 milionů vozidel. „Zá-

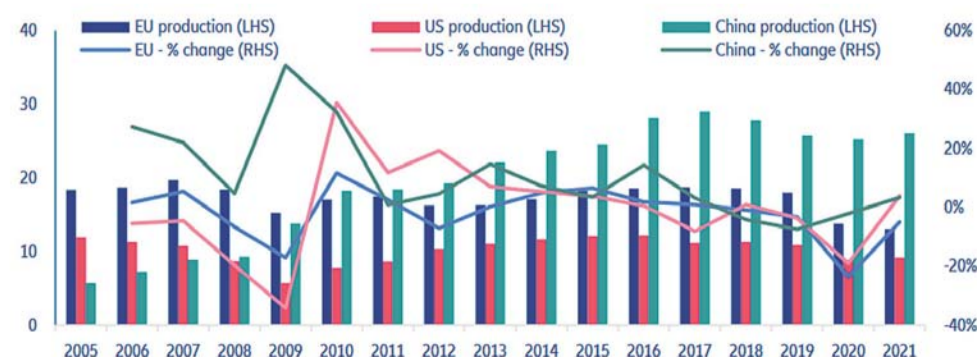
kladní příčiny poklesu jsou sice velmi podobné, nicméně mezi jednotlivými regiony panují velké rozdíly ve výkonnosti. Když srovnáme registrace vozidel a kapacity výroby čipů, vidíme jasnou korelaci. Ta ukazuje, jak důležitá je lokální výroba polovodičů pro odolnost automobilového průmyslu,“ dodala Iva Palusková. Po známých zlepšení na konci roku 2021 a začátku roku 2022 navíc bylo oživení výroby opět zbrzděno dalším napětím v dodavatelském řetězci způsobeným výlukami v širším regionu Šanghaje a ruskou invazí na Ukrajinu.

Porovnáním produkce v tomto a loňském roce s rokem 2019 analytici Allianz Trade odhadli, že evropská ekonomika mohla přijít o více než 50 miliard eur přidané hodnoty, tedy 0,4 % evropského HDP. Za předpokladu, že by se produkce v letošním roce dále propadla o 1 %, znamenalo by to další ztráty ve výši přibližně 47 miliard eur. Největší tíhu přitom nese Německo, kde pojišťovna vyčíslila dopady v letech 2021 a 2022 na zhruba 47,5 miliardy eur. Vzhledem k tomu, že se polovodiče v budouc-

nosti stanou prakticky všudypřítomné, budou evropské dodavatelské řetězce i nadále v ohrožení. Autonomie v produkci polovodičů je sice prakticky nedosažitelná, pomoc by tedy měla směřovat zejména prostřednictvím cílené podpory. „Ta by se měla zaměřit zejména na seg-

menty, v nichž je Evropa silným hráčem. Tedy například automobilový průmysl na úkor výroby spotřební elektroniky. Politici by měli dále přijít s takovými pobídkami, které podpoří místní investice na úkor outsourcingu z asijských zemí,“ uzavřela Iva Palusková. (tz)

Výroba vozidel (miliony vozidel/změna v %)



Impact Hub získal klíčovou dopadovou investici, do skupiny vstupují známé osobnosti

Skupina Impact Hub ČR, nejstarší zřizovatel coworkingových prostor a organizátor akceleračních a inovačních programů v tuzemsku, získala nové akcionáře v oblasti dopadového investování (impact investing). Do Impact Hubu vstupují jako investoři Tomáš Čupr, Libor Winkler, Martin Ducháček, Purple Ventures a Jiří Vojkovský. Cílem jejich investice je podpora podnikavosti a komunit a rozvoj dopadových a akceleračních projektů, které kromě finanční návratnosti generují i pozitivní a měřitelné společenské a environmentální účinky.

Společensky prospěšné podnikání (social entrepreneurship) a dopadové investování (impact investing), tedy podnikání a investování s pozitivním celkovým dopadem, kde zisk není hlavním cílem podnikání, ale jeho prostředkem pro tvorbu hodnoty, nemá zatím v Česku tradici. Ve světě v posledních letech však počet těchto investic do společensky prospěšných projektů výrazně narůstá, celosvětový trh pro rok 2020 se odhaduje na 636 miliard dolarů v celkových aktivech pod správou. Na podnikání a investování s dopadem se zaměřuje také skupina Impact Hub. Kromě pěti coworkingových center na 15 000 m², budování komunit s více než 2000 členy, experty z různých oborů a více než 1000 akceleračních projektů, rozvíjí také sociálně, environmentálně a ekonomicky udržitelné podnikání. Jedním z projektů, který vznikl při Impact Hubu a sídlí v něm, je Tilia Impact Ventures, první investiční fond v Česku zaměřený na podporu společensky prospěšných podniků. Impact Hub také připravuje vlastní malý investiční fond pro projekty v nejranější fázi (pre-seed a seed kola).

„Pro běžného investora jsou rozhodovací kritéria finanční návratnost a rizikovitost. Dopadový investor k tomu přidává třetí dimenzi: měřitelný a vědomý dopad. Jsme hrdí, jací investoři se sešli a dali nám svou důvěru. S novými investory vidíme nové příležitosti pro růst. A to jak v tradičním finančním smyslu, tak ve smyslu šířky a hloubky pozitivního dopadu Impact Hubu, jednak v počtu členů, chcete-li v m², ale také v programech, akceleračních, vzdělávacích aktivitách, komunitních, ekosystémových projektech, a především v oblasti investic,“ vysvětlil Petr Víték, spoluzakladatel Impact Hubu a Tilia Impact Ventures.

Jedním z investorů je Tomáš Čupr, který stojí mimo jiné za Rohlik Group, Dáme jídlo nebo Slevomatem. „Rád podpořím projekt, který není pouze finanční investicí, ale přispívá k úspěchu začínajících podnikatelů,“ uvedl. Dalším dopadovým investorem je Libor Winkler, dlouhodo-



Skupina investorů má smělé plány. Na snímku Martin Ducháček, Petr Víték, Petr Vondruš a Jan Staněk

bý filantrop a investor ze skupiny RSJ: „Impact Hub je důležitou součástí lokální startupové komunity. Rád jsem přispěl k jeho finanční stabilitě a pomohl mu více se rozkročit na poli akceleračních i dopadových projektů.“

Mezi investory se zařadili i brněnští Purple Ventures. Za krátkou dobu jejich působení si stihli vybudovat dobré jméno na středoevropské Venture kapitálové scéně. Zaměřují se na seedové a pre-seedové investice do rychle rostoucích startupů po celém světě a součástí jejich investiční strategie je i část prostředků zaměřovat na dopadové investování. „Impact Hub se za více než dekádu své existence stal z pionýra coworkingu v Česku hodnotným a důležitým hybatelem celého startupového ekosystému u nás, podhoubím, kde se rodí desítky nejen impactových firem, kudy prošly tisíce šikovných lidí. I jako celá naše skupina jsme s Impact Hubem úzce spolupracovali, takže jsme si mohli ověřit, jak skvělé služby poskytují a jak sehraný tým mají. Přáli jsme si podpořit tento příběh a počín i do budoucna,“ řekl Jan Staněk, Managing Director Purple Ventures.

Ke skupině investorů se připojil také Martin Ducháček, který byl u zrodu nebo podporuje širokou škálu projektů: sociální a ekologické farmy nebo potravinové banky, stejně jako impactové projekty typu Opravárna nebo Munch. „V oblasti tuzemských dopadových projektů

hraje Impact Hub jedinečnou a nezastupitelnou roli a nabízí startupům na začátku jejich cesty velkou pomoc. Navíc dopadové projekty zažívají obrovský boom,“ upřesnil Martin Ducháček.

Posledním investorem je Jiří Vojkovský, který žije mezi Švýcarskem, Švédskem a Českem a je nositelem zajímavých zkušeností s budováním investičních fondů na míru. Jeho posledním počinem je fond Rebuild Ukraine, který má ambice pomoci s obnovou Ukrajiny. „Impact Hub jsou pro mě především nadšení, odhodlaní a zarputilí lidé s chutí měnit český startupový ekosystém k lepšímu, v čele s Petrem Vítkem, se kterým jsem rychle vybudoval porozumění založené na společných hodnotách. Jsem rád, že mohu být součástí takového projektu a ekonomicky ho jako investor podpořit,“ sdělil Jiří Vojkovský.

„Mám radost, že mezi akcionáře se nově řadí i Petr Vondruš, který po čtyřech letech v exekutivní pozici ředitele a také jednatele části Impact Hubu vstupuje i do majetkové struktury. Stejně tak mě těší, že jsme část akcií dali stranou pro management formou ESOP vestingu. V rámci transakce byl také navýšen můj podíl na úrovni zhruba 35 %,“ představil transakci Petr Víték.

K dalším plánům Impact Hubu patří příprava menšího investičního fondu s pracovním názvem Impact Hub Angel Fund pro investice

do 50 000 eur pro projekty v nejranější fázi. Jednou ze strategických otázek, kterou skupina aktuálně řeší, je životaschopnost business modelu v menších městech – nyní pracuje například na studii proveditelnosti pro Impact Hub v Mladé Boleslavi.

Síť Impact Hub ČR je provozovatelem coworkingových center Impact Hub v Praze, Brně, Ostravě a Zlíně. Realizuje také řadu akceleračních, inovačních, komunitních a vzdělávacích programů za účelem rozvoje podnikavosti a společensky prospěšného podnikání. Coworkingová centra Impact Hub jsou inspirativním pracovním prostorem kombinujícím výhody plně vybavené kanceláře, internetové kavárny a podnikatelského inkubátoru. Využívají je nezávislí profesionálové, zástupci firemní či neziskové sféry a široká veřejnost, která chce pravidelně získávat nové kontakty, podněty a příležitosti. Existuje proto, aby v něm vznikaly a prakticky se realizovaly inovace. Jako podporu Impact Hub poskytuje fyzický prostor, pořádá a hostí akce a realizuje akcelerační, inovační a vzdělávací programy. Impact Hub ČR je součástí mezinárodní sítě více než 100+ center, která umožňuje škálování businessu i šíření myšlenek napříč kontinenty. Impact Hub také rozvíjí sociálně, environmentálně a ekonomicky udržitelné podnikání. (tz)

www.impacthub.cz

E-health je jedním z nejrychleji rostoucích oborů současnosti

Odvětví tzv. E-health neboli elektronického zdravotnictví je globálně jedním z nejdynamičtěji rostoucích oborů. Nezanedbatelný vliv na jeho rozvoj měla i pandemie covidu-19, která naučila pacienty získávat daleko více informací na internetu, což potvrzuje také italská studie z roku 2021. Pozitivní vývoj odvětví demonstrují už předcovidové investice v roce 2020, které meziročně posílily o 7,7 miliardy amerických dolarů. Stejný trend potvrzuje i odhadovaný vývoj obrátu – ze současné pozice 334 miliard dolarů se má v roce 2025 vyšplhat až na 657 miliard.

Nejvýznamnějším akceleratorem trhu v posledních letech byla bezpochyby pandemie koronaviru, během níž lidé začali více pečovat o své zdraví. Což potvrzují i data Eurostatu, z nichž vyplývá, že v roce 2019 si informace ohledně zdraví hledal online každý druhý občan EU, přitom v roce 2010 jich bylo o 21 % méně. „Největší posun ve využívání elektronického zdravotnictví mezi lety 2010 a 2019 vykázali Češi. Počet těch, kteří si dohledávali informace o zdraví na internetu, se zvedl o 41 %. Dnes jsme tak v rámci EU na 9. příčce za zeměmi jako Finsko, Norsko, Švédsko nebo Německo,“ řekl Adam Sládek, spoluzakladatel českého

biotechnologického startupu Macromo. Z dat vyhledávače Google využívaném v České republice vyplývá, že Češi nejčastěji hledali informace ke covidu-19, očkování a vakcínám, nebo se zajímali o konkrétní potíže jako bolesti hlavy, problémy se zažíváním či stres. I když má internetový vyhledávač v případě sebediagnostiky řadu výhod, jakými jsou včasnost záchytu, může také napáchat řadu škod. „Googlení“ symptomů, na základě kterých si pacient stanoví vlastní léčbu, může být nepřesné, v horším případě i nebezpečné. Někdy může toto jednání způsobovat úzkosti. V reakci na tento fenomén se vžil i nový pojem „kyberchondrie“,

označující chování člověka, jež používá internet k nadměrnému získávání dat o zdraví.

S rostoucím zájmem o vlastní zdraví jde ruku v ruce i trend zdravého a aktivního životního stylu. S tím jsou spojeny nejrůznější prostředky a produkty, které poskytují více informací o fyzické či psychické kondici. Asi nejrozšířenějšími jsou různé technologie na měření pohybu a výkonu, jako jsou hodinky, mobilní aplikace nebo výkonnostní trackery. Na tento trend začaly reagovat i společnosti, které chtějí zákazníkům dávat ještě podrobnější data, ve světě i u nás proto vznikla řada firem nabízející analýzu DNA.

„Analýza DNA hrazená přímo klientem není jen o objevení předků a vlastního původu. Na jejím základě můžeme například určit, na jaké nemoci je vaše tělo náchylné, jaké léky a potraviny lépe vstřebává nebo pro jaké sporty máte lepší predispozice. Díky výsledkům DNA sekvencování provedeného v kvalitních laboratořích pak víte, i jaká dědičná onemocnění se vás týkají a jakými preventivními kroky jim můžete

předcházet,“ dodal Adam Sládek ze startupu Macromo.

E-health ale zdaleka není jen o sekvenování DNA. Mezi světově nejúspěšnější segmenty elektronického zdravotnictví se řadí telemedicina, která umožňuje dálkový přenos informací, jako je například srdeční tep či krevní tlak, mezi pacientem a doktorem. Výsledkem jsou distanční lékařské konzultace a celkové zlevňování léčby. Na dalších příčkách se drží datová analýza, aplikace pro mobilní zdraví přezdívané mHealth či klinická podpora rozhodování zdravotníků.

Tento podpůrný systém funguje na základě počítačových programů, které zahrnují řadu nástrojů pro zlepšení rozhodování v pracovním procesu poskytovatelů zdravotní péče. Jde například o připomínky pro pacienty či lékaře, klinická vodítka nebo zprávy a souhrny zaměřené na informace o pacientech. Klinická podpora může mít tímto způsobem zásadní pozitivní dopad na kvalitu, bezpečnost a efektivitu zdravotní péče. (tz)

Porotci ji považovali za vtip ze Skotska, ale budoucí whisky zabodovala



Než whisky spatří světlo světa, nejméně tři roky zraje v sudech. Po tu dobu se jí říká new make a už tyto „základy“ zkoumají odborníci a posuzují porotci. New make budoucí Whisky Bernard se stal překvapením největší domácí soutěže lihovarů Česká pálenka a ve své kategorii přesvědčivě vyhrál.

„Porotci jeden ze vzorků považovali za vtip. Někteří se domnívali, že organizátor, aby porotu trochu rozhodil nebo pobavil, přidal mezi ostatní jeden vzorek ze Skotska, který se vymyká. K našemu velkému potěšení to byl náš new make Whisky Bernard,“ pověděl Jiří Syrovátka, mistr biolihovaru Zámecké sady Chrámecké, kde

budoucí whisky vznikla. Překvapení bylo o to větší, že vítězný vzorek byl úplně čerstvý. „Vypálil jsem ho dva týdny před soutěží, v dřevěném sudu nebyl ani okamžik, přesto získal vyšší hodnocení než vzorky, které zrají třeba už i téměř tři roky,“ doplnil Jiří Syrovátka. „Mám napito hodně skotských new make a tento se mezi ně může směle zařadit. Jde o parádní destilát skotského stříhu. Na tuto whisky se můžeme těšit,“ vyslovil svůj názor na new make Bernard jeden z porotců, renomovaný znalec whisky a majitel whisky studovny Whisky & Kilt Václav Rout.

V biolihovaru Zámecké sady v Českém středohoří vzniká od roku 2020 pro Rodinný pivovar Bernard pivní pálenka, letos zde vypálili i první várku budoucí Whisky Bernard. Ta vzni-

ká z tzv. sladového vína, pro jeho výrobu Rodinný pivovar Bernard používá kvalitní humnový slad z vlastní sladovny v Rajhradě u Brna. První várka new make na svůj čas čeká ve třech 190litrových sudech z amerického dubu, ve kterých již zraje americký bourbon. Whisky Bernard bude tzv. single malt, tedy sladová whisky z jedné šarže, nebo dokonce jen z jediného sudu.

Soutěž Pálenka roku proběhla v Praze pod záštitou e-shopu Lihovárek.cz a oborové organizace palíren Unie Destilátérů. Účastnilo se jí 80 % českých lihovarů. Utkání 223 českých řemeslných destilátů hodnotilo 25 předních expertů a pět oborových novinářů. Destiláty byly hodnocené ve 13 kategoriích, každá z nich čítala 20–50 vzorků. (tz)

Vanilka se špetkou mramoru

Sháníte recept na vizuálně útulnou kuchyni, ve které se bude péct a vařit jedna radost? Stačí jen „smíchat“ novinkové světlé dekor fóliovaných dvířek – mramor a vanilku!

„Nádech žlutého odstínu světlé vanilky je v pravém slova smyslu tradiční a v kuchyni má určitě své místo. Co však činí tento novinkový dekor fóliovaných dvířek T.classic netradičním, je na dotek příjemná krupičková povrchová struktura, která při odrazu a lomu světla působí perleťovým dojmem,“ řekl Martin Dusík, obchodní ředitel společnosti Trachea, největšího českého výrobce nábytkových dvířek a panelů, a pokračoval: „Ještě

více oživení do kuchyně pak vnese další z novinek v naší řadě T.classic – světlý mramor. Jeho šedobéžový dekor protkaný typickými bílými žilkami je natolik realistický, že si na něj musíte sáhnout, abyste poznali, že nejde o kámen.“ Oba dekory lze z podstaty fóliovaných dvířek, jejichž základem je pevná MDF deska, v kuchyni namíchat nejen v moderních rovných liniích, ale i mnoha různých tvarech frézování. Společnost Trachea je největším českým výrobcem komponentů – dvířek pro nábytkářský průmysl, který se na trhu pohybuje již od roku 1996. Významná část její činnosti se soustředí na produkci nábytkových dvířek pro celý interiér, včetně komerčních prostorů, více méně zaměřenou na dvířka



foto archiv Trachea

kuchyňská. Za dobu své existence se společnost vypracovala do špičky výrobců v tomto oboru, nezastupitelný podíl na tom má vysoce moderní výrobní technologie, obsáhlou produkto- (tz)

řad. Trachea spolupracuje s více než sty maloodběrateli i prestižními velkoobděrateli, významné partnerství ji pojí s dodavateli špičkových materiálů pro výrobu nábytkových komponent. (tz)

Trenýrkárna.cz přichází s novou značkou Nedeto



Adam Rožánek a Ruslan Skopal, spoluzakladatelé Styx a Trenyrkarna.cz

Největší tuzemský e-shop s pánským spodním prádlem Trenýrkárna.cz, která také vyrábí a prodává vlastní produkty pod značkou Styx, představila v minulých dnech nového investora. Nyní 40 % firmy nově drží česká investiční skupina SPM založená Slavomírem Pavlíčkem a Markem Španělem, která své investice aktivně směřuje do vytváření partnerství s ambiciózními českými podnikateli s prokázanými výsledky. Trenýrkárna.cz představuje také další novinku, tou je nový brand Nedeto. Pod ním bude fungovat e-shop na vybraných zahraničních trzích a stejně tak pod tímto názvem najdou zákazníci novou značku spodního prádla zaměřenou na pánské trenky a boxerky, ale i dámské spodní prádlo.

„S naším rozvojem směrem do zahraničí jsme byli postaveni před otázku, pod jakým brandem zde provozovat náš e-shop. Trenýrkárna.cz je super jméno, ale pro zahraniční trhy moc použitelné není. Pro slovenský trh jsme se tedy rozhodli použít téměř totožný název Trenýrkárna.sk a pro německý, rakouský, maďarský, rumunský, slovenský a postupně další trhy využít zbrusu nový brand, Nedeto,“ řekl Ruslan Skopal, CEO a spoluzakladatel Trenýrkárna.cz a dodal: „Rozhodli jsme se také přijít s novou českou

privátní značkou spodního prádla, která bude zaměřena jinak než české spodní prádlo Styx. Půjde oproti Styxu o jednodušší varianty spodního prádla, které budou i přesto vyrobené velmi kvalitně. I pro tento produkt využíváme brand Nedeto. Značka je v první fázi zaměřena na dámské kalhotky, pánské trenky a boxerky například i potíštěné, které nejsou tak běžné.“

Česká značka Styx, kterou 100% vlastní Trenýrkárna.cz, respektive společnost a právní subjekt DaniDarx, s.r.o., se od počátku svého založe-

ní zaměřovala především na pánské trenky, postupně přidala boxerky. V loňském roce rozšířila sortiment trenýrek také o modely pro ženy a děti. Pro ženy připravila kolekci sportovních podprsenek a kalhotek, pro děti pak kolekci trenýrek a boxerek. Kromě rozšířené nabídky spodního prádla nově začala vyrábět také pyžama nebo župany. Poslední novinkou je posílení portfolia pro ženy o krajkové spodní prádlo a další druhy kalhotek a podprsenek. Velkou výhodou produktů Styx je, že veškerý sortiment vyrábí firma v České republice, takže má absolutní kontrolu nad kvalitou materiálů i zpracování ve všech fázích výroby. Před uvedením do prodeje je pak každý jednotlivý vyrobený kus ještě pečlivě kontrolován ručně. Všechny produkty značky Styx jsou k dostání v kamenných prodejnách Trenýrkárna.cz a na e-shopech www.styx-underwear.cz, www.trenyrkarna.cz a u dalších prodejců. Trenýrkárna.cz pak prodává dalších více než 60 značek spodního prádla. (tz)

Na inflaci s tepelným čerpadlem

Stále vyšší ceny ve všech oblastech... Obáváte se nejistých zítřků? Není však výdaj jako výdaj. Pokud zainvestujete chytře, náklady se vám mohou poměrně rychle vrátit.

„Přemýšlíte-li nad výměnou stávajícího kotle za tepelné čerpadlo, pak je třeba přistupovat k tomu tak, že jde především o investici. To můžeme popsat i na konkrétním příkladu z praxe, kdy jsme dodávali naše tepelné čerpadlo ACOND PRO R do rodinného domu bez zateplení s vytápěnou plochou 200 m², kde byl původně běžný plynový kotel. Po výměně za tepelné čerpadlo dosahovala úspora nákladů na pro-

voz přes 64 000 Kč. V podobných případech se pak investice vrátí prakticky za pár let,“ popsal Jakub Tykal, obchodní ředitel společnosti ACOND, předního českého výrobce tepelných čerpadel, a pokračoval: „Samotná návratnost se vždy bude lišit dům od domu a také podle výkonnosti a úspornosti vybraného čerpadla. Z pohledu provozu je však nespornou výhodou tepelných čerpadel skutečnost, že oproti plynu jsou dlouhodobé výpadky dodávky elektřiny mnohem méně pravděpodobné.“ Ten, kdo nechce být v zajetí rostoucích cen plynu, nakonec dříve nebo později bude muset hledat dlouhodobě levnější alternativu, kterou tepelné čerpadlo bezesporu je.



Společnost ACOND a.s. je předním českým výrobcem tepelných čerpadel. Již mnoho let úspěšně působí na českém trhu nejen tepelných čerpadel, ale i klimatizací a topných systémů, které vyrábí a instaluje. Tepelná čerpadla

ACOND nikoho neruší, nezreznou a vydrží. Topí v mrazech do -22 °C bez zapnutí elektrokotle. Čerpadlo ACOND je připojeno na dispečink a nepřetržitě pod dohledem. Ovládání je možné i mobilem. (tz)

Malé podniky tvoří více než třetinu přidané hodnoty

Společnosti zaměstnávající méně než 50 osob se podílejí na celkové přidané hodnotě České republiky zhruba 35 %, tedy pouze nepatrně méně, než je průměr EU. O čtyři procentní body nad průměrem EU jsou v tomto směru tuzemské střední firmy s 50–249 zaměstnanci, které tvoří zhruba 21 % přidané hodnoty. Na velké společnosti připadá zbývajících 44 %. Rovnoměrné rozložení tvorby přidané hodnoty mezi různé velikosti podniků je pro českou ekonomiku podle odborníků z poradenské skupiny Moore Czech Republic výhodné.



třeba v Itálii, kde se tento podíl pohybuje na úrovni poloviny. Naopak menším podílem než v České republice přispívají k celkové přidané hodnotě malé a mikro podniky pouze v pěti unijních státech, mezi nimiž je mimo jiné sousední Německo.

Citlivost malých a mikro podniků na výkyvy hospodářského cyklu je do značné míry kompenzována jejich vysokou flexibilitou. Zanikající firmy jsou rychle nahrazovány jinými podnikatelskými subjekty, aniž by se to významně projevilo v růstu nezaměstnanosti. V tomto směru se však ČR poněkud vymyká evropskému průměru díky velmi nízké nezaměstnanosti, která umožňuje alespoň po určité době absorbovat případné krachy firem nejen malých, ale i střední velikosti.

Centrum velkých firem

Výraznou část přidané hodnoty tvoří malé podniky například také v Estonsku, kde nezaostávají ani středně velké firmy, které tvoří necelých 30 % přidané hodnoty. Naopak na velké společnosti s více než 250 zaměstnanci připadá zhruba 20% podíl na přidané hodnotě. Zcela obráceně je tomu kvůli vstřícnému daňovému systému v případě Irsku, kde malé a střední firmy tvoří v součtu pouze přibližně 40 % přidané hodnoty, zatímco zbývajících většina připadá na velké korporace. (tz)

Na celkové zaměstnanosti se malé podniky v Česku podílejí zhruba 48 %, středně velké podniky pak 19 %. Zbýlých 33 % zaměstnanců pracuje pro velké společnosti s více než 250 pracovníky. Vyplývá to ze statistik Eurostatu, do kterých však nebyly zahrnuty firmy z finančního sektoru. „Česká republika se ve statistikách týkajících se zaměstnanosti a přidané hodnoty malých a středních podniků drží poblíž evropského průměru. To bychom měli vnímat pozitivně, neboť vyvážené rozložení jak zaměstnanosti, tak i přidané hodnoty mezi podniky různých velikostních kategorií přispívá k celkové stabilitě a rozvoji ekonomiky,“ sdělil Petr Kymlička, partner poradenské skupiny Moore Czech Republic.

Úspěch navzdory pohnuté historii

Vytvoření takové struktury podniků je možné považovat v podmínkách tuzemské ekonomiky za úspěch, neboť jen výjimečně se v poválečném období podařilo téměř dokonale zlikvidovat kategorii malých a mikro podniků, jak se to stalo v bývalém Československu. Na druhé straně pro ekonomiku není ideální, pokud malé podniky tvoří většinu přidané hodnoty dané země. „Malé a mikro podniky se hůře vypořádávají s negativními hospodářskými vlivy. Mnoho z nich během recesí zaniká,“ dodal Kymlička s tím, že rozdělení tvorby přidané hodnoty je v ČR z tohoto pohledu lepší než

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.

www.albatrosmedia.cz

Tsunami

Karin Krajčo Babinská

C P R E S S Den Eminých narozenin se kvapem blíží. Kromě členů její rodiny se však na oslavu chystá i jeden nezvaný host – minulost, kterou všichni považovali za dávno mrtvou. V návalu nečekaných emocí tak začnou ožít události z jedné dovolené v Thajsku, která otrásla osudy všech zúčastněných. Polozapomenuté vzpomínky se vrací se silou tsunami a hrozí, že rodinu plnou tajemství rozmetají na kousky.

Herečka

Jana Poncarová

motto První světová válka skončila a duch divokých 20. let posedl srdce všech svobodomyšlných umělců. Patřila mezi ně i herečka Jarmila Horáková. Za oponou jejího talentu se však skrývala vážná nemoc, která oslnivou kariéru přerušila v zárodku. O dvě desetiletí později objevuje Jarmilin příběh také herečka a spisovatelka Olga. V období protektorátu se pro ni výjimečný osud stává nejen inspirací, ale i mostem ke svobodě, který vede daleko za hranice ponuré reality.

Listování

Michael Třeštík

motto Michael Třeštík svým „guerilla“ přístupem přináší svěží pohled na svět umění. S partyzánskou odvahou a lehkostí prolouká teorii a historii. Originálním způsobem nahlíží na výtvarná díla, klade si neotřelé otázky a nabízí na ně ještě neotřelejší, a především srozumitelné odpovědi.

Syn

Jo Nesbo

KNIHA ZLÍN Sony je ideální vězeň. V moderní, přísně střežené věznici Staten se těší značné oblibě, neboť slouží ostatním vězňům jako zpodobitel – naslouchá jejich přiznáním a uděluje jim rozhřešení. Šušká se o něm, že na sebe bere vinu za zločiny jiných a odpývá si jejich tresty výměnou za pravidelnou dodávku drog. Roky ve věznici jednoduše plynou do chvíle, než si Sony nečekaně vyslechne jistou šokující zvěď a vydá se soudit živé i mrtvé.

Užijte života!

Halina Pawłowska

motto Užijte života! je soubor návodů, přikázání, povzdechů a historek, které mohou nejen pobavit, ale taky najít východisko z chmurné reality. Jak říká autorka: Je přece jasné, že kdo se cítí stár, nemůže být suprstár!

Budování úspěšných týmů

Jan Mühlfeit, Pavel Pumprla

mp Někdejší prezident Microsoftu v Evropě, kouč úspěšných manažerů i sportovců Jan Mühlfeit a bývalý kapitán české basketbalové reprezentace a konzultant v oblasti leadershipu Pavel Pumprla spojili síly. Odhalte s nimi tajemství úspěšných týmů! S řadou tipů z praxe najdete přitažlivou vizi pro svůj tým a využijete talentu svých svěřenců naplno.

Dopravní prostředky, které světem nepohnuly

Štěpánka Sekaninová, Tom Velčovský

albatros Čekají na vás neslavné nápady, prototypy, a někdy až šílené pokusy vymyslet něco nového v dopravě. I když tyto pokusy nerozpoutaly technické revoluce, posunuly lidské poznání zase o kousek dál.

Dobro a zlo 21. století

Marek Vácha, Klára Mandausová

mf Proč je důležitá víra a jak může pomáhat jednotlivci i společnosti? Jak člověk formuje násilí, strach, nemoc a vyhrocené situace? Nejen na tyto otázky hledá Marek Orko Vácha odpovědi v rozhovoru, který vnaší světlo do temných zákoutí nelehké doby.

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

Nenechte se vytočit

David J. Lieberman

Slyšeli jste všechny ty techniky zvládání hněvu od přátel, rodiny a odborníků, ale jaksi se u vás míjejí účinkem? Když bojujeme s nutkáním vybuchnout nebo se rozzlobit, bojujeme totiž proti své vlastní přirozenosti. Kniha nabízí komplexní pohled na základní emocionální, fyzické a duchovní příčiny hněvu a pomocí jednoduchých a praktických nástrojů vám ukáže, jak hněv uhasit dříve, než k němu vůbec dojde.



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

Kuchařka pro mě a moje tělo

Julie Kučerovská

Populární Kuchařka pro teenagery se dočkala pokračování. Její autorka znovu cílí na své vstevníky, tentokrát na dospívající a mladé dospělé, kteří začínají přebírat zodpovědnost za vlastní stravování a zjišťují, co všechno to obnáší. Vaření, nakupování, plánování, ale také zamýšlení se nad vlastním vztahem ke svému tělu a jídlu. Kromě 90 snadných, chutných a mnohokrát ozkoušených receptů proto kniha obsahuje i seznam toho, co je dobré mít vždy doma v lednici a ve spízi, a také základní otázky o výživě a jejím vztahu k tělu i myslí zodpovězené odborníky.

INZERCE



Účetní a poradenská firma FISKUS CZ s.r.o. vám nabízí:

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

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

www.fiskus.cz

Naše kavárna

J. Štěpánek řídí ČOI

Ústředním ředitelem České obchodní inspekce byl jmenován Jan Štěpánek. Ministr J. Síkela zvolil Štěpánka ze tří nejhodnějších kandidátů, které vybrala výběrová komise v souladu se zákonem o státní službě.

Informační technologie ŠKODA AUTO vede A. Eisl

ŠKODA AUTO jmenovala Alexandra Eisla novým vedoucím útvaru Informační technologie. Nahradil tak Klause Blüma, který od 1. září působí v nové roli v rámci koncernu Volkswagen.

Patria Finance posílil M. Novotný

Martin Novotný je novým členem představenstva zodpovědným za oblasti byznysového a procesního designu a IT vývoje produktů a služeb. V pozici nahradil Martina Helmicha, který se Patria Finance zaměřil na strategické projekty.

Sponzoring, charita, pomoc

dm darovala potraviny a jiné zboží

„Stále více lidí se kvůli koronavirové krizi, ale také kvůli začínající krizi energetické, začíná ocitát v situaci, kdy nemá peníze ani na základní potřeby, jako jsou potraviny. Přestože podle ČFPB v posledních měsících počet lidí závislých na potravinových bankách výrazně narůstá, jejich kapacity a zdroje dosahují svých limitů, mnohdy je dokonce překračují. Lidem v tíživé životní situaci bychom chtěli alespoň částečně ulevit. V těchto dnech jsme proto ČFPB předali finanční dar v hodnotě tří milionů korun,“ uvedl Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt. Kromě této částky společnost dm během obchodního roku 2021/2022 poskytla ČFPB materiální pomoc v celkové výši 2 168 271,21 koruny a organizaci také spolu se svými zákazníky věnovala na pomoc lidem prchajícím před válečným konfliktem na Ukrajině produkty v hodnotě 1 748 600 korun. Společnost dm drogerie markt se navíc pravidelně zapojuje do celonárodní Sběrky potravin. V listopadu 2021 její zákazníci pro potravinové banky nakoupili 3 t potravin a 13,6 t drogistického zboží. (tz)

Lego naší legislativy

Konzultace je možná

Pokud vás čeká závažná operace, můžete žadat názor dalšího lékaře, zda je nutná. Má pacient možnost poradit se s dalším specialistou? „Ano, pacient má v souladu s § 28 odst. 3 písm. c) zákona č. 372/2011 Sb, o zdravotních službách, právo vyžádat si konzultační služby od jiného poskytovatele, popřípadě zdravotnického pracovníka,“ uvedla Viktorie Plívová, tisková mluvčí VZP.

O druhý názor (tzv. second opinion) můžete požádat v případě, kdy máte závažné zdravotní problémy či onemocnění, která hrozí operací nebo dlouhodobým léčením, nebo jste ve stavu, kdy dosavadní léčba dlouhotrvajících zdravotních obtíží nevede k uzdravení. Neznamená to vyslovení nedůvěry ošetřujícímu lékaři. V praxi však mohou nastat situace, kdy pacient uvítá druhý lékařský názor dalšího specialisty na danou diagnózu a následnou léčbu. Konzultace dalším lékařem je hrazená zdravotní pojišťovnou u vybraných diagnóz a onemocnění. Nejčastějšími diagnózami pro druhý názor jsou onkologická diagnóza, transplantace, amputace, operace kloubní náhrady kyčle nebo kolene, zelený zákal, roztroušená skleróza a rekonstrukční operace srdce a cév. Pacient předkládá k posouzení svou zdravotní dokumentaci (lékařské nálezy, zprávy z hospitalizace, stanovené diagnózy a léčebný postup).

Právo druhého názoru neznamená, že se znovu opakují všechny diagnostické testy. Ale v případě, že některá vyšetření chybí nebo uplynula dlouhá doba od jejich provedení, může dojít k jejich podstoupení, resp. opakování.

Druhý názor můžete využít také u péče poskytované jinými zdravotnickými pracovníky, např. fyzioterapeuty, klinickými psychology nebo sestrami. (tz)

Společnost dm podpoří ekologickou prádelnu, bylinkovou louku i energeticky soběstačnou farmu

V roce 2022 slaví společnost dm drogerie markt 30 let na tuzemském trhu. Při této významné příležitosti podpořila prostřednictvím společensky odpovědné iniciativy {SPOLEČNĚ} celkovou částkou sedmi miliónů korun rovnou 30 projektů, které se věnují trvalé udržitelnosti. Podpořené projekty se dotýkají nejrůznějších oblastí. Pozornost odborné poroty dm si mezi jinými získaly programy pro udržitelný šatník mladých, ekologická prádelna v centru Brna či vyhloubení Vršovického mokřadu. Společnost dm dodatečně podpoří také projekt v jižních Čechách. Na revitalizaci rybníka a úpravu kruhového objezdu poskytne pět miliónů korun, které navýší celkovou finanční podporu všech projektů na výsledných 12 miliónů korun.

Do soutěže se mohli přihlásit jak nadšení jednotlivci, tak i zavedené firmy, a to od začátku roku až do konce února. „Svou prádelnu jsme plánovali zrekonstruovat a iniciativa {SPOLEČNĚ} se zdála být skvělým způsobem, jak opravu financovat, aniž bychom si peníze půjčili v bance,“ popsala Michaela Audy z organizace Laundry38, která provozuje ekologickou prádelnu v centru Brna. Prádelna nepoužívá průmyslové pračky a sušičky, pere pouze v ekologicky odbouratelných prostředcích a využívá filtraci vody, která umožňuje prát při nižších teplotách, čímž šetří vodu, elektřinu i samotné prádlo. „Část podpory od společnosti dm drogerie markt jsme již využili k rekonstrukci a k nákupu nového vybavení. Nyní bychom rádi investovali do reklamy, abychom oslovili zákazníky nejen z řad místních či turistů, ale i hotely, restaurace a další zařízení,“ sdělila Michaela Audy.

V Jihomoravském kraji vybrala odborná porota dm celkem tři projekty. Kromě ekologické prádelny mezi ně patří projekt Zpátky ke kořenům, v jehož rámci hodlá Spolek pro rodinu, z. s., vysadit bělokarpatkou louku, a také projekt hygienizace a aerobní kompostování koňského hnoje, pro který získala podporu Společnost rekreačních a sportovních jezdců. Ta tak bude moci smysluplně využívat odpad vznikající při chovu koní a poskytovat ho jako substrát nejen zemědělcům, ale také zahrádkářům či drobným pěstitelům.

V sousedním Pardubickém kraji získal podporu Český svaz ochránců přírody a jeho nápad s názvem Suchou nohou mezi vodou. Ten bude návštěvníky areálu záchranné stanice a eko-centra Pasíčka zábavnou formou vzdělávat

v oblasti ochrany životního prostředí. Svou část dostala také Michaela Hrdá s projektem Zasad s námi strom, který si klade za cíl obnovit porost mezi obcemi Moravany, Platenice a Prahovice.

Díky podpoře dm rozkvetou sady i retenční nádrž

Mezi vybranými projekty se najde řada takových, které se zaměřují na pěstitelství a výsadbu, ať už na profesionální, či hobby úrovni. „Sušírna z pod Radhošťa například spolupracuje s lokálními farmáři i velkými obchody a nakupuje od nich nevhledné a přežralé plodiny, které poté suší a fermentuje. Díky podpoře společnosti dm drogerie markt ožijí sta-

rou zahradu a osází ji stromy, keři a bylinkami, které nadále využije v sušárně,“ popsala vybraný projekt Jiří Peroutka, manažer komunikace dm.

Pěstitelskou veřejnost pak jistě nadchne Bylinkobraní, které autor projektu Tomáš Driml organizuje na olomoucké louce pro ty, kteří chtějí využít odbornou pomoc při určování, sběru a využití bylinek. Stromům a jejich výsadbě se pak věnuje spolek Toulcův dvůr, z. s.

rozvoj bezodpadového a soběstačného hospodářství na farmě, která vyrábí energii z odpadu pro sebe i část obce Choťovice, v níž se nachází. Práce s odpadem je také náplní projektu s názvem Zálouhujeme, recyklujeme, kompostujeme, zmenšujeme uhlíkovou stopu. Cílem společnosti Ameba Production je za podpory dm drogerie markt snížit množství produkovaného odpadu během velkých akcí jako Rock for People nebo Soda Pop.

Ekologické zpracování odpadu je hlavním tématem také v případě spolku ZAzemí, z. s., a jejich projektu Kompost všude kde to pude. „Okolo 40 % objemu komunálního odpadu tvoří organická složka, kterou lze snadno přeměnit v kompost. Založili jsme proto na dvou turnovských sídlišťích experimentální kompostovací stanice. Vydařilo se, místní obyvatelé sídliště kompostovací nádoby uvítali. Za dva roky jsme takto zachránili několik tun organického materiálu a vzniklý kompost použili při výsadbě ovocných sadů,“ nastínila myšlenku projektu Michaela Müllerová ze spolku ZAzemí. „Naším cílem je v tomto pokračovat a s kompostováním seznámit i děti. Díky podpoře dm drogerie můžeme vytvořit také metodické video, kompostovací brožurky a začít šířit myšlenku kompostování po celé republice,“ dodala.

V minulosti dm podpořila sociální projekty, nyní se zaměřuje na udržitelnost

Společnost dm drogerie markt podpoří celkem 31 projektů celkovou částkou v hodnotě 12 miliónů korun. Trvalá udržitelnost je dlouhodobě součástí filozofie dm drogerie. „Dbát na udržitelnost totiž jinými slovy znamená pečovat o budoucnost příštích generací. Udržitelná budoucnost je naší prioritou, a proto se během oslav třicátých narozenin zaměřujeme právě na oblast trvalé udržitelnosti,“ přiblížil Jiří Peroutka. V minulosti dm k příležitosti významných milníků věnovala prostředky charitativním organizacím či školám a založila tradici dm dobrovolnických dnů. Při oslavách 25 let pak podpořila více než 200 projektů ze sociální oblasti, a to částkou ve výši bezmála 15 miliónů korun. (tz) ■■■



INZERCE

VEKRA®
OKNA | DVEŘE

UŠETŘETE ZA VYTÁPĚNÍ

Ceny energií stále rostou. Výměna oken je první krok k úspoře za teplo.

S kvalitou VEKRA se investice do oken vrátí již za **8 let.**

12 SHOWROOMŮ V ČR

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

Více na www.vekra.cz | 800 777 666



VYMĚŇTE OKNA CO NEJDŘÍVE

